

# Meka cenzura

Promene u medijskom sektoru  
– sa goreg na lošije



# Izveštaj – meka cenzura

## IZDAVAČ

### Balkanska istraživačka mreža

Kolarčeva 7/V

Beograd

Tel: 011/40 30 316

[www.birnsrbija.rs](http://www.birnsrbija.rs)

email: [office.serbia@birn.eu.com](mailto:office.serbia@birn.eu.com)

## UREDNIKA

Tanja Jakobi

## GLAVNI ISTRAŽIVAČ

Tanja Maksić

## ASISTENTI U ISTRAŽIVANJU

Natalija Jovanović

Aleksandar Đorđević

## PROJEKAT PODRŽAO

South East European Media Observatory:

Building Capacities and Coalitions for Monitoring

Media Integrity and Advancing Media Reforms –

PHASE II, koji finansira Evropska komisija



SouthEastEuropean  
**MEDIAOBSERVATORY**

"Ovaj izveštaj nastao je zahvaljujući finansijskoj pomoći projekta South East European Media Observatory, koji podržava Evropska Unija. Sadržaj ovog izveštaja je isključivo odgovornost BIRN-a i ne predstavlja stavove Evropske Unije."

# Sadržaj

Promene u medijskom sektoru između dva izveštaja – sa goreg na lošije.....	4
Medijska mapa: manje slobode, manje medija, više pritisaka i autocenzure.....	6
Zaključci.....	11
Ključne peporuke.....	12
<b>DEO I</b> – zloupotreba javnih fondova.....	13
JAVNI KONKURSI: Lista zloupotreba.....	14
SUBVENCije JAVNIM PREDUZEĆIMA: Kraj jedne loše politike.....	18
JAVNE NABAVKE: Finansiranje informisanja o radu uprave.....	20
DIREKTNO UGOVARANJE: Diskreciona potrošnja.....	21
<b>DEO II</b> – Meka cenzura i novinarstvo: ograničavanje slobode.....	22
ANEKS I.....	27
Beleške.....	28

# Promene u medijskom sektoru između dva izveštaja – sa goreg na lošije

Prikrivena kontrola ili „meka cenzura“ (engl. soft censorship) je teško vidljiv i indirektan, ali veoma efikasan mehanizam kontrole medija koji umanjuje novinarsku nezavisnost, ograničava slobodu izražavanja i sužava demokratsku debatu. Meka cenzura proističe iz netransparentnog, nekontrolisanog i nejednakog pristupa državnoj pomoći (koji uključuje selektivan pristup subvencijama i fondovima za oglašavanje iz državnih izvora), kao i diskrecionu primenu regulatornog okvira.

Tri osnovna oblika prikrivene kontrole su (prema podeli Open Society Institute Justice Initiative): *zloupotreba javnih fondova i monopola; zloupotreba regulatorne i inspeksijske moći i para-legalni pritisci* (licenciranje, poreske olakšice i sl.).

U slučaju kada se javni fondovi raspodeljuju arbitrarno i netransparentno, stvara se specifičan tip klijentilističkih odnosa u kom mediji postaju zavisni od državnih izvora finansiranja.

Meka cenzura ili prikrivena kontrola je deo globalnog trenda u sputavanju slobode medija. Ovaj, novi tip cenzure je karakterističan za nova autoritarna ili „ne-liberalna“ društva, u kojima postoje određene odlike demokratskog poretka, ali malo od njegovog liberalnog sadržaja, i u kojima su razvijeni različiti mehanizmi kontrole, ograničavanja kritike ili sprečavanja razmene ideja i informacija.

Pred čitaocima je drugi izveštaj BIRN-a o mekoj cenzuri ili prikrivenoj kontroli u kojem se analiziraju mehanizmi državnog uticaja vlasti na slobodu medija, pre svega kroz modele raspodele budžetskog novca na republičkom i lokalnom nivou.

Mediji u Srbiji bore za puki opstanak na tržištu, a nisu našli održiv model za ostvarivanje finansijske nezavisnosti. Daljim sažimanjem tržišta oglašavanja mediji su dodatno gurnuti u naručje države, a budžetski novac postaje jedan od najznačajnijih i najpoželjnijih izvora za finansiranje rada medija.

U BIRN-ovom prvom izveštaju o prikrivenoj kontroli<sup>1</sup> jedna od ključnih preporuka odnosila se na punu primenu rešenja iz Strategije razvoja sistema javnog informisanja (Medijska strategija), koja uključuju i transparentnije državno finansiranje medija.

Ovaj, drugi izveštaj, pojavljuje se u jeku aktuelne debate o stanju u medijima u Srbiji, koje je, između objavljivanja dva izveštaja, dodatno pogoršano.

Medijska scena u Srbiji je pretrpela nekoliko ključnih promena u prethodne dve godine: (1) novo medijsko zakonodavstvo nije dalo očekivane rezultate – proces privatizacije medija pratile su brojne zloupotrebe a u sprovođenju javnih konkursa za podršku medijskom sadržaju uočene su brojne

<sup>1</sup> Celokupan izveštaj dostupan je na: <http://birnsrbija.rs/globalni-izvestaj-o-prikrivenoj-kontroli-nad-medijima-podizvodaci-na-projektu-svetske-asocijacije-novinskih-izdavaca-soft-censorship-global-review/>

nedoslednosti; proces privatizacije doveo je do novog tipa koncentracije na medijskom tržištu; siromašno medijsko tržište i sve tanji budžeti za oglašavanje dodatno su usmerili medije ka budžetskom finansiranju; cenzura, auto-cenzura i brojna ograničenja uređivačke nezavisnosti su u porastu.

Izraženo prisustvo meke cenzure dovodi u pitanje domete medijskih reformi u Srbiji za koje se smatralo da će stvoriti ravnopravnije uslove finansiranja medija i uticati na unapređenje kvaliteta informisanja javnosti.

U ovom izveštaju analiziraju se oblici meke cenzure/prikrivene kontrole kroz ciljanu i pristrasnu upotrebu budžetskog novca i njihove posledice na slobodu medija. U izveštaju se takođe razmatraju ograničenja i manjkavosti u zakonskoj regulativi vezanoj za oblike državne intervencije u medijskoj industriji i daju preporuke za njeno poboljšanje.

Kako rezultati ovog i prethodnih BIRN-ovih izveštaja pokazuju, pristup tom novcu je dominantno dostupan samo odabranima, i predstavlja snažan mehanizam nagrađivanja „poslušnih“ i medija lojalni vlasti, i kažnjavanja medija koji to nisu. Budžetski novac tako efektivno postaje moćno sredstvo uticaja na uređivačku politiku i fer konkurenciju na tržištu – bez obzira na formu u kojoj se raspodeljuje.

Izveštaj se zasniva na kombinaciji empirijskih pokazatelja, informacija prikupljenih kroz istraživanje dostupne dokumentarne građe i individualne intervju. Dokumentarno

istraživanje uključilo je analizu zvaničnih dokumenata (budžeta, javnih konkursa, pravilnika i sl.), podataka iz medijskih i poslovnih registara, izveštaja nezavisnih kontrolnih tela, regulatornih tela, marketinških agencija, nevladinih organizacija i međunarodnih organizacija, medijskih izveštaja i istraživačkih studija instituta, univerziteta, medijskih stručnjaka i novinarskih udruženja. Polu-strukturirani, dubinski intervjui su obavljeni sa 10 novinara.

# Medijska mapa: manje slobode, manje medija, više pritisaka i autocenzure

Teško stanje u medijskom sektoru, iz godine u godinu se dodatno pogoršava. Ambijent u kom mediji i novinari funkcionišu ne pogoduje stvaranju nezavisnih, pluralističkih medija koji rade u interesu građana.

Dva dominantna trenda koji su obeležila 2015. godinu, su pad, odnosno, dramatična stagnacija u domenu medijskih sloboda i početak primene nove regulative, od koje se inicijalno očekivalo da otvori put ka dubinskim reformama u ovom sektoru. Prvi rezultati primene, dokumentovani u ovim izveštaju, sugerišu snažnu intenciju vlasti, da uprkos promeni zakonodavnog okvira, efektivno zadrži status quo.

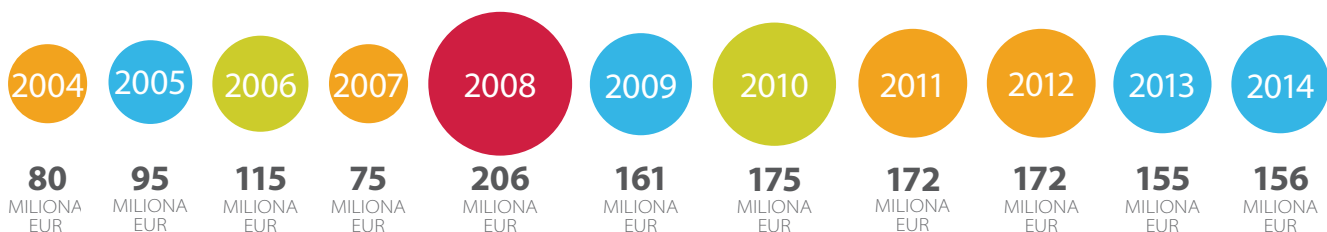
Prema izveštajima brojnih međunarodnih institucija, Evropske komisije i domaćih udruženja novinara, Srbija je u 2014. i 2015. značajno nazadovala u pogledu medijskih sloboda.

Srbija je pala za 13 mesta u indeksu Reportera bez granica u odnosu na 2013. godinu<sup>2</sup>. Isti negativan trend su opisale i organizacije koje mere nivo ljudskih prava, Amnesty International<sup>3</sup> i Freedom House<sup>4</sup>. Indeks održivosti medija, koji godišnje objavljuje međunarodna agencija IREX, stanje u srpskom medijskom sektoru u 2014. godini opisuje kao “generalno nepovoljno”, upozoravajući da “stagnacija i opadanje profesionalnih standarda” ugrožavaju srpske medije<sup>5</sup>. U ovim izveštajima se, između ostalog, napominje da su mediji i/ili novinari predmet direktnog uznemiravanja i verbalnih napada od strane nosilaca vlasti.

BIRN je, nakon objavljivanja nekoliko istraživačkih tekstova, i sam postao meta javne diskreditacije i negativne kampanje koja dolazi od strane najviših državnih zvaničnika<sup>6</sup>.

## VREDNOST MEDIJSKOG TRŽIŠTA OGLAŠAVANJA U MILIONIMA EUR

Izvor: Nielsen Research



**98 % STANOVNIŠTVA POKRIVENO DIGITALNIM SIGNALOM**

Izvor: Emisiona tehnika i veze

## UPOTREBA IKT (U 2015.)

Izvor: Republički zavod za statistiku

PREKO **5.050.000** LICA KORISTI MOBILNI TELEFON

PREKO **2.950.000** LICA KORISTI INTERNET SVAKOG ILI SKORO SVAKOG DANA

<sup>2</sup> Više informacija dostupno je na: <https://rsf.org/index2014/en-eu.php>

<sup>3</sup> Izveštaj za Srbiju dostupan je na: <https://www.amnesty.org/en/countries/europe-and-central-asia/serbia/reportserbia/>

<sup>4</sup> Izveštaj za Srbiju dostupan je na: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2014/serbia#.VYgw6vmqqko>

<sup>5</sup> IREX Media Sustainability Index 2014, izveštaj za Srbiju dostupan je na: [https://www.irex.org/sites/default/files/u105/EE\\_MSI\\_2014\\_Serbia.pdf](https://www.irex.org/sites/default/files/u105/EE_MSI_2014_Serbia.pdf)

<sup>6</sup> Hronologija napada na BIRN koja traje od januara 2015. godine dostupna je na: <http://birnsrbija.rs/hronologija-napada-na-birn/>



Napad na BIRN je jedan od ukupno 38 napada na medije - od toga 11 fizičkih napada i 21 verbalna pretnja - koje je tokom 2015. godine zabeležilo Nezavisno udruženje novinara Srbije. To je treći najgori rezultat, od 2008. godine do danas, prema evidenciji NUNS<sup>7</sup>.

U Izveštaju o napretku Evropske komisije za 2015., sloboda izražavanja je označena kao jedna od oblasti u kojima nije ostvaren napredak, ističu se „slučajevi pretnji i nasilja nad novinarima“, i navodi da „izjave državnih funkcionera u vezi sa istraživačkim radom novinara ne pogoduju stvaranju ambijenta u kojem se sloboda izražavanja može ostvariti bez prepreka“<sup>8</sup>. Odsustvo napretka u ovoj oblasti pada u oči tim pre što su zabeleženi pozitivni pomaci u harmonizaciji sa EU legislativom, a prva pregovaračka poglavlja, 32 i 35, otvorena u decembru 2015. godine.

Krajnje nepovoljan okvir funkcionisanja medija neminovno vodi krizi novinarske profesije, urušavanju integriteta i padu kvaliteta izveštavanja. O tome govore brojni izveštaji i istraživanja sprovedeni od početka 2000tih do danas. U obimnom istraživanju Medijske opservatorije za jugoistočnu Evropu se između ostalog konstatuje da su „dominantni trendovi (...) komercijalizacija, tabloidizacija i snižavanja kredibiliteta informativnih medija u kojima opadaju obim informativnih sadržaja, udeo analitičkog

i istraživačkog novinarstva, opseg raznovrsnosti mišljenja, pažnja posvećena kontroverznim temama i poštovanje etičkih standarda“ (Matić, Valić Nedeljković, 2014)<sup>9</sup>.

Istraživanje o prekarizaciji u novinarskoj profesiji koju je sproveo Centar za sindikalizam na uzorku od 1100 novinara dodatno ilustruje duboku krizu novinarske profesije. Tri četvrtine anketiranih novinara (73%) misli da je autocenzura među novinarima veoma raširena. Čak dve petine novinara bi napustilo novinarstvo; isto toliko bi se opredelilo za medij u kojem mogu slobodno da pišu bez obzira na status i visinu plate, dok bi jedna petina novinara izabrala siguran posao i po cenu da ne piše ono što misli i ono što zna<sup>10</sup>.

Uporedo sa pogoršavanjem stanja u domenu medijskih sloboda, položaja novinara i kvaliteta izveštavanja, celokupan medijski sektor suočava sa sve težim ekonomskim uslovima poslovanja, a malo, siromašno, i prezasićeno medijsko tržište laka je meta za korupciju i meku cenzuru. Tako, na primer, Savet za borbu protiv korupcije Vlade Srbije, u dva izveštaja objavljena u toku 2015. godine, dokumentuje dubinu korupcije u medijskom sektoru i prati uticaj na uređivačke politike medija kroz netransparentno vlasništvo koje vodi do samog vrha vlasti<sup>11</sup> i kroz usluge reklamiranja i oglašavanja.<sup>12</sup>

<sup>7</sup> Više informacija dostupno u NUNS-ovoj bazi napada na novinare: <http://www.bazenuns.rs/srpski>

<sup>8</sup> Izveštaj o napretku za 2015. godinu dostupan je na: [http://www.seio.gov.rs/upload/documents/eu\\_dokumenta/godisnji\\_izvestaji\\_ek\\_o\\_napretku/godinji\\_izvestaj\\_15\\_final.pdf](http://www.seio.gov.rs/upload/documents/eu_dokumenta/godisnji_izvestaji_ek_o_napretku/godinji_izvestaj_15_final.pdf)

<sup>9</sup> Jovanka Matić i Dubravka Valić Nedeljković (2014): Srbija, u Značaj medijskog integriteta, Novosadska novinarska škola, str. 57-137

<sup>10</sup> Mihailović, Srećko (ur.). 2015. Od novinara do nadničara. Prekarni rad i život. Beograd: Centar za razvoj sindikalizma, Fondacija za otvoreno društvo i Dan Graf

<sup>11</sup> Izveštaj o vlasničkoj strukturi i kontroli medija u Srbiji dostupan je ovde: <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf>

<sup>12</sup> Izveštaj o mogućem uticaju institucija javnog sektora na medije kroz plaćanje usluga oglašavanja i marketinga dostupan je na: <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20o%20medijima%20konacna%20verzija.pdf>

Na neke od uočenih nedemokratskih praksi odgovor je trebalo da da nova medijska regulativa, koja je mahom podržana od strane medijskih profesionalaca i eksperata EU koji su aktivno učestvovali u njenom formulisanju.

Praksa je, međutim, pokazala da nije bilo političke volje niti iskrene namere da se novo zakonodavstvo zaista i primeni.

## Od zakona do prakse: Stare prakse na nov način

Reformski potencijal novih zakona leži u tome što su oni propisali mehanizme za depolitizaciju u raspodeli budžetskog novca i ograničavanje intervencije nosilaca vlasti kroz direktno vlasništvo nad medijima. Glavne novine koje je predvideo, pre svega Zakon o javnom informisanju i medijima<sup>13</sup>, tiču se obavezne privatizacije medija u državnom vlasništvu, definisanja javnog interesa i obaveze raspisivanja javnih konkursa na svim nivoima vlasti kojim se budžetski novac troši za ispunjenje propisanog javnog interesa u informisanju.

Član 15. Zakona o javnom informisanju i medijima definiše javni interes u informisanju, kao pravo građana na „istinито, nepristrasno, pravovremeno i potpuno informisanje“. Osim toga, javni interes podrazumeva i informisanje manjinskih grupa, izveštavanje o demokratiji i ljudskim pravima, kulturi, umetnosti i obrazovanju. Zakon dalje propisuje načine ostvarivanja navedenog javnog interesa,

između ostalog i sufinansiranjem projekata u oblasti javnog informisanja radi ostvarivanja javnog interesa.

Istim Zakonom, a u članovima 17. do 26. u načelu se propisuje konkursna procedura, kao i obaveza državnih organa da vrše nadzor nad sprovođenjem javnih konkursa i namenskim trošenjem budžetskog novca. Međutim, različiti proceduralni nedostaci u sprovođenju, kao i krupne zloupotrebe Zakona o javnom informisanju i medijima, a koja su ostala bez adekvatne sankcije, pokazuju da sami zakoni nisu brana od zloupotreba.

Sprovođenje javnih konkursa pokazalo je mnoge manjkavosti u praksi – posebno u lokalnim samoupravama. Netransparentni uslovi učešća, nejasni kriterijumi, konkursne komisije koje su na konkurse gledale kao na vid pomoći medijima, a ne stvarnu podršku inovativnim sadržajima, nedostatak bilo kakve evaluacije dosadašnje prakse – samo su neki od uočenih problema. Koalicija novinarskih i medijskih udruženja (Medijska koalicija) se u toku 2015. godine oglasila saopštenjima 44 puta<sup>14</sup> zbog javnih konkursa koji su bili mimo zakona. Najčešći problemi ticali su se: diskriminatornih uslova (npr. konkurs je ograničen samo na jedan tip medija ili samo za medije na određenoj teritoriji), propisivanja obaveze izveštavanja o radu lokalne samouprave i njenih organa, postojanja neproporcionalno velike razlike u dodeli sredstava kojima se jasno favorizuju određeni mediji (najupadljiviji primeri su grad Beograd i Niš), i odluka uprava da preinače ili čak u potpunosti odbace odluke stručnih komisija bez validnog objašnjenja i sl.

<sup>13</sup> Službeni glasnik RS, 83/14, dostupan na: <http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/zakoni/2014/2511-14.pdf>

<sup>14</sup> Videti saopštenja na: <http://nuns.org.rs/info/statements.html>



U skladu sa novim Zakonom o javnom informisanju i medijima, tokom 2015. godine je skoro u potpunosti okončan proces izlaska države iz medija. Proces privatizacije, iako propisan medijskim zakonodavstvom još iz 2003. godine, započinjan je i prekidan nekoliko puta (vrlo dramatično 2008. godine, pred održavanje parlamentarnih i lokalnih izbora), da bi u 2015. bio u velikoj meri okončan. Član 142. Zakona o javnom informisanju i medijima propisuje obaveznu privatizaciju<sup>15</sup>, a član 143. istog zakona zabranjuje dalje finansiranje iz javnih prihoda medija nakon 1. jula 2015. (odnosno 31. oktobra 2015., nakon što je ceo proces odložen na nekoliko meseci).

Proces privatizacije su pratile brojne nepravilnosti i nedoumice, ali su njene posledice značajno izmenile mapu medijskog sektora Srbije. Sam proces privatizacije pratili su brojni problemi<sup>16</sup>, iako je zakonom bilo predviđeno nekoliko mera za sprečavanje zloupotreba i eksterna provera potencijalnih vlasnika i njihove imovine koji su ove probleme mogli da preduprede. Uprava za sprečavanje pranja novca i finansiranje terorizma proveravala je, na osnovu svojih baza, buduće vlasnike, dok su Regulatorno telo za elektronske medije (REM) i Ministarstvo kulture i informisanje proveravale koncentraciju na tržištu elektronskih, odnosno, štampanih medija. Nijedna od ovih institucija nije prijavila smetnje pre zaključivanja ugovora o privatizaciji. Kao dodatni mehanizam zaštite, Zakon o

javnom informisanju i medijima predviđa kontinuitet u proizvodnji medijskog sadržaja i uređivačkog koncepta u narednih 5 godina, kao i mogućnost da zaposleni postanu vlasnici svojih medija besplatnim prenosom akcija, ukoliko se ne pronađu kupci. Osim toga, novi vlasnici su ugovorom obavezani da u naredne dve godine investiraju dodatni novac u medijske kuće.

Od 73 javna preduzeća koja su se našla u portfoliju Agencije za privatizaciju, 50 medija je ušlo u postupak privatizacije, dok 23 nije ni ušlo u postupak – neki su po automatizmu proglasili stečaj, dok su drugi tražili drugačije modalitete (interesantni su primeri PTV Vranje, RTV Preševo i TV Tutin koji su samoinicijativno podelili vlasništvo među zaposlenima). Od navedenih 50 medija, 34 je našlo svoje vlasnike dok 16 čeka ili stečaj ili podelu besplatnih akcija zaposlenima koji na akcije imaju pravo.

Veliki mediji, poput Tanjuga ili novosadskog Dnevnika, našli su se na spisku neuspešnih, kao i nekoliko manjih, lokalnih medija, od kojih neki sa višedecenijskom tradicijom (npr. Radio Požarevac, Naš glas iz Smeredeva) ili neki koji su radili u multi-nacionalnim sredinama, poput Radio Bujanovca ili Radio Subotice. Nakon neuspešne privatizacije, Tanjug se našao u pravnom vakuumu<sup>17</sup>, a javnost je ostala uskraćena za informaciju o tome kako se ova medijska kuća finansira. Privatizaciju su izbegli i Politika i Večernje novosti.

<sup>15</sup> Član 142. Zakona o javnom informisanju i medijima eksplicitno navodi da „Izdavač koga je neposredno ili posredno osnovala Republika Srbija, autonomna pokrajina, odnosno jedinica lokalne samouprave, izuzev medija iz člana 16. stav 1. ovog zakona, kao i izdavač koga je neposredno ili posredno osnovala ustanova, preduzeće i drugo pravno lice koje je u celini ili pretežnim delom u javnoj svojini ili koje se u celini ili pretežnim delom finansira iz javnih prihoda, privatizuje se u skladu sa propisima kojima se uređuju uslovi i postupak promene vlasništva društvenog i javnog kapitala i imovine“.

<sup>16</sup> Neki od uočenih slabosti procesa su: prvobitni rok za završetak privatizacije pomešten sa 1. jula na 31. oktobar, po obrazloženju Vlade zbog opstrukcije iz samog medijskog sektora; izostanak aktivne uloge rukovodstva samih medija, zbog kojih su radnici u pojedinim preduzećima ostali bez otpremine na koje su imali pravo (na primer u Tanjugu); nepostojanje koordinacije između Agencije za privatizaciju, Ministarstva kulture i informisanja i Ministarstva privrede što je dovelo do mnogih oprečnih tumačenja odredbi zakona; nejasnoće o tome kako je vršena inicijalna procena kapitala itd.

<sup>17</sup> Videti detalje na: <http://uns.org.rs/sr/desk/Privatizacija/37150/-prof-dr-zoran-ivosevic-o-privatizaciji-tanjuga.html>

U svom krajnjem dometu privatizacija je rezultirala novom vrstom koncentracije na medijskom tržištu. Ključni osnov koncentracije vlasništva je stvaranje infrastrukture za političke partije na vlasti, odnosno stvaranje medijskih konglomerata bliskih partijama na vlasti. Radoica Milosavljević, koga javnost dovodi u vezu sa Bratislavom Gašićem, visokopozicioniranim članom vladajuće SNS, i *Kopernikus Cable Network*, takođe blizak istoj partiji, kupili su ukupno 11 medija. Sa Bratislavom Gašićem se u vezu dovodi i Slađana Ostojić i konzorcijum niških *Narodnih novina* koji su kupili *Nišku TV*. Grupacija Maksim media doo je novi vlasnik *radija i TV Studio B*, a od ranije je vlasnik *TDI radija, radio Karoline, Jat i Hit FM radija*. Iako nema jasne političke povezanosti, programska orijentacija Studija B ukazuje na podršku SNS. Denis Mavrić je novi vlasnik novopazarske *Regionalne TV*, blizak partiji Rasima Ljajića, aktuelnog ministra trgovine, turizma i telekomunikacija. U javnosti se oglasio i bivši radnik lista *Pančevac*<sup>18</sup> koji je naveo da je dobio otkaz jer nije hteo da se učlani u SNS. Zvanični vlasnik Pančevca je Auto centar Zoki iz Pančeva.

Ostali primeri koncentracije uključuju one koji dolaze iz same industrije, na primer, Doris Aćimović je vlasnica dva lokalna radija, *Radio Valjevo* i *Radio Barajevo*, a Danijela Šuša, nova vlasnica *RTV Inđija* dovodi se u vezu sa *Sremskom televizijom*. Firma Srbija danas doo koja vodi portal *Srbija danas* novi je vlasnik novosadske *TV Apolo*.

Novinari *radija Medveđe* jedini su vlasnici medija koji su se uključili u proces privatizacije.

Osim novinara ovog radija, predstavnici *Reči radnika* iz Aleksinca, *TV Smederevo*, *Radio Bujanovaca*, *Informativnih centara Odžaci*, *Tutin i Preševo* dobiće rešenja o besplatnim akcijama u tim medijima za novinare i medijske radnike koji po zakonu na to imaju pravo<sup>19</sup>.

Mediji su prodati za relativno mali novac. U državnu kasu trebalo je da se slije ukupno 2,7 miliona eura (tačnije 2.730.657,00 EUR ili približno 327.678.840,00 dinara). Najveću cenu postigao je Radio Šid 531.000 EUR/63.720.000 dinara (plaćen čak deset puta više od početne cene), zatim Studio B 530.000 EUR/63.600.000 dinara RTV Šabac 446.001 EUR/53.520.000 dinara i Pančevac 238.000 EUR/28.560.000 dinara. Svi ostali su plaćeni manje od 100 hiljada EUR ili oko 12 miliona dinara, a najjeftinije je kupljen novokneževački Centar za informisanje za 480 EUR/57.600 dinara.

Državni budžet zapravo nije u plusu za cenu postignutu privatizacijom – zahvaljujući političkim vezama novi vlasnici su vratili investicije kroz konkursno finansiranje (što će biti pokazano u nastavku izveštaja), a kupac najvećeg broja medija, Radoica Milosavljević nije uplatio dogovorenu cifru, kako je javnost obavestio Centar za vladavinu prava<sup>20</sup>.

U Aneksu I dat je pregled ishoda privatizacija – status medija koji su ušli u proces privatizacije, imena novih vlasnika i sume novca za koje su mediji kupljeni (u slučaju uspešnih privatizacija).

<sup>18</sup> Više detalja videti na: <http://www.espreso.rs/vesti/drustvo/20642-novinar-pancevac-dobio-otkaz-jer-nije-hteo-da-se-ucclani-u-sns.html>

<sup>19</sup> Više detalja videti na: <http://uns.org.rs/desk/Privatizacija/37401/resenja-za-besplatne-akcije-izvesna-buducnost-medija-neizvesna.html>

<sup>20</sup> Više detalja videti na: <http://rs.n1info.com/a126513/Vesti/Ko-stiti-Radoicu-Milosavljevica-gde-su-bankarske-garancije.html>

# Zaključci

- Javni fondovi koji su namenjeni medijskom sektoru ne doprinose promovisanju medijske nezavisnosti i pluralizma. Raspodela budžetskog novca – bez obzira na mehanizam raspodele - predstavlja jedan od najznačajnijih mehanizama uticaja, od koga neposredno zavisi opstanak medija.
- Mehanizmi državnog finansiranja medija u Srbiji predstavljaju sredstvo indirektno i teško vidljive, "pokriveno kontrole" medija. Na ovaj način se kupuje pozitivno predstavljanje političara na vlasti i njihovih aktivnosti, a finansijski kažnjavaju mediji koji ih kritikuju.
- Državno finansiranje medija je neregulisano, nekontrolisano i netransparentno. Još nije u potpunosti zaživeo novi Registar medija Agencije za privredne registre u kom bi se beležio novac koji iz uprava (bilo lokalnih, pokrajinskih ili republičkih) ili javnih preduzeća dobijaju mediji.
- Aktuelni regulatorni okvir predviđa različite mehanizme zaštite medija i novinara od nedozvoljenog političkog uticaja, međutim, zakoni se delimično poštuju i vrlo diskreciono tumače od strane nosilaca vlasti. Različiti nezavisni monitorinzi pokazuju skromne domete nove medijske regulative i njene primene u prvoj, 2015. godini.
- Kraj državnog vlasništva nije označio i kraj uticaja države na medije koji su nekada bili u statusu javnih preduzeća, pokazuju rezultati privatizacije medija koja je okončana u toku 2015. godine. Od inicijalnih 70-ak medija koji su bili u državnom vlasništvu, njih 34 je našlo novog vlasnika. Od toga je nešto manje od polovine u direktnoj ili indirektnoj vezi sa aktuelnim partijama na vlasti. Privatizovani mediji su i dalje, kao i u trenutku dok su bili u državnom vlasništvu, nesrazmerno veliki korisnici budžetskog novca u odnosu na ostale medije.
- Javni konkursi su najznačajnija novina i najveći iskorak u dosadašnjim reformama medijskog sistema. Iako su teorijski najbolji model, mnogi problemi su primećeni u njegovoj primeni. Ovaj zaključak posebno se odnosi na lokalne samouprave koje mahom nemaju potrebna znanja ili kapacitete u sprovođenju ovog tipa finansiranja. Nerazumevanje koncepta javnog interesa, komisije koje su sklone favorizovanju određenih medija, nejasni kriterijumi i nepostojanje mehanizama evaluacije postignutog – problemi su koji će opterećivati sprovođenje konkursa i u 2016. godini.
- Meka cenzura umanjuje novinarske slobode i direktno utiče na ekonomski položaj novinara (nesigurne plate, stalna strepnja od gubitka posla). Budžetski novac kojim raspolažu uprave ili javna preduzeća „prekraja“ program, utiče na izbor tema i sagovornika.

## Ključne peporuke

- Budžetski novac treba prvenstveno da podrži medijski pluralizam, proizvodnju sadržaja koje unapređuje kvalitet javnog informisanja i profesionalne standarde. Promena osnovne paradigme - „finansiranje medija“ u „finansiranje medijskog sadržaja“ putem transparentnih, javnih konkursa biće najjasniji signal da su reforme započete.
- Dosledna primena Zakona o javnom informisanju i medijima, bez izuzetka i zloupotreba, može da bude osnova za povećanje medijskih sloboda. Istovremeno, potrebno je unaprediti konkursne procedure (sastav komisija, kriterijume za ocenjivanje, kvalitet projekata i sl.) i osigurati stabilne budžete za podršku javnom informisanju.
- Sva budžetska davanja medijima, bilo da dolaze od javnih uprava ili javnih preduzeća, moraju biti transparentna i moraju se evidentirati u Registru medija Agencije za privredne registre. Osim toga, sva dokumentacija relevantna za javne konkurse mora biti dostupna na veb stranicama organa koji ovaj novac raspodeljuju.
- Budžetsko finansiranje mora da odgovara uslovima za dodelu državne pomoći i ne sme da utiče na fer konkurenciju na medijskom tržištu. Ovo se podjednako odnosi na javne konkurse, kao i na državno oglašavanje.
- Predmet javnih konkursa nije i ne može biti „praćenje rada organa uprave“, što je bila jedna od najčešćih grešaka do sada sprovedenih javnih konkursa. Predmet javnih konkursa je produkcija programa, a praćenje rada uprave može biti predmet isključivo javne nabavke.
- Javnost mora biti detaljnije i potpunije upoznata sa tokovima novca koji se troši u medijskom sektoru kako bi mogla da donosi informisane odluke u vezi sa izborom medija putem kojih se informiše.
- Novinarima se mora osigurati zaštita kako bi nesmetano mogli da se bave svojim poslom. Ova zaštita podrazumeva pravnu sigurnost u slučaju pretnji ili napada, ali i zaštitu radnih prava.

# DEO I – zloupotreba javnih fondova

*Mediji u posttranzicionoj Srbiji nisu stekli mehanizme da se odupru ekonomskoj nestabilnosti. Većina medija u Srbiji tek preživljava, a medijska industrija u Srbiji uglavnom nije profitabilna. Pre svega, broj medija je prevelik u odnosu na moguće i dostupne izvore prihoda, a tržište oglašavanja je sve siromašnije. Medijsko tržište karakteriše hronični nedostatak investicija, težak pristup kapitalu, poslovanje na ivici likvidnosti, opadanje novinskih tiraža, a rezultat je otpuštanje novinara i okretanje državnoj pomoći. Ono što je posebna odlika našeg medijskog tržišta je netransparentnost tokova novca.*

*Budžetski novac postaje primarni izvor finansiranja za većinu medija. Istraživanje o budžetskom novcu potrošenom u medijskom sektoru otežava činjenica da ni do danas nemamo objedinjene i centralizovane, javne podatke o količini i nameni javnog novca koji se troši. Nezvanične procene o učešću budžetskog novca u medijskom tržištu se kreću od 15% do 40%. Procena vladinog Saveta za borbu protiv korupcije je da je čak oko 840 miliona eura budžetskog novca potrošeno na ime oglašavanja od 2011. do 2014. godine, mahom bez uvida javnosti i preko medija i marketinških agencija bliskih vlasti.*

*Da se radi o značajnom novcu govore i podaci koje BIRN skuplja od 2011. godine. U pokušaju da bar delimično osvetli ovaj tip budžetske potrošnje BIRN je ušao u trag oko 5,5 milijardi dinara koje su potrošene do*

*2014. godine (od tog novca oko 4 milijarde je potrošeno u 33 lokalne samouprave, a dodatno oko 1,5 milijardi u toku 2012. i 2013. godine na republičkom nivou – ministarstvima, agencijama i republičkim javnim preduzećima)<sup>21</sup>.*

*U nastavku izveštaja biće opisani tipični modeli budžetske potrošnje i njihov mogući uticaj na uređivačku politiku i tržišnu konkurenciju.*

---

<sup>21</sup> Svi podaci do kojih je BIRN došao sakupljeni su na osnovu Zahteva za pristup informacijama od javnog značaja, i dostupni u dve pretražive online baze. Baza podataka o potrošnji u lokalnim samoupravama dostupna je na: <http://javno.rs/baza-podataka/javni-novac-i-mediji>, a baza podataka u vezi sa potrošnjom na republičkom nivou u toku 2012. i 2013. godine dostupna je na: <http://javno.rs/baza-podataka/mediji-marketing-i-budžetski-novac>

# JAVNI KONKURSI: Lista zloupotreba

U toku ove godine, do trenutka objavljivanja ovog izveštaja (februar 2016.), objavljeno je 56 javnih konkursa kojima se podstiče javno informisanje u lokalnim samoupravama, za šta je predviđeno preko 500 miliona dinara (tačnije 530.951.186,00 dinara). Imajući u vidu da je skoro trećina lokalnih samouprava raspisala konkurse

za prva dva meseca tekuće godine, pretpostavka je da će podrška javnom informisanju biti finansijski obimnija u ovoj godini u odnosu na prethodnu, koja se u javnosti često označavala kao „nulta“, tj. prva godina primene novog tipa finansiranja proizvodnje sadržaja kroz javne konkurse.

Grad/opština	Ukupni iznos	Grad/opština	Ukupni iznos
Novi Sad	55.520.000,00	Negotin	7.600.000,00
Gornji Milanovac	3.900.000,00	Pančevo	33.300.000,00
Šid	9.000.000,00	Pećinci	9.500.000,00
Paraćin	8.000.000,00	Opovo	500.000,00
Brus	2.000.000,00	Čuprija	12.000.000,00
Kraljevo	14.250.000,00	Merošina	1.100.000,00
Sremska Mitrovica	4.750.000,00	Vladičin Han	3.000.000,00
Stara Pazova	22.500.000,00	Vršac	18.000.000,00
Aleksandrovac	2.850.000,00	Čajetina	9.000.000,00
Jagodina	7.200.000,00	Kovačica	17.500.000,00
Odžaci	4.100.000,00	Svilajnac	4.000.000,00
Novi Kneževac	3.000.000,00	Nova Varoš	3.000.000,00
Velika Plana	2.997.186,00	Pantelejš, Niš	1.900.000,00
Niš	68.205.000,00	Medveđa	4.750.000,00
Topola	1.400.000,00	Žagubica	6.000.000,00
Čoka	1.060.000,00	Ćićevac	1.500.000,00
Majdanpek	3.384.000,00	Boljevac	2.865.000,00
Požarevac	3.420.000,00	Sremski Karlovci	Iznos će biti naknadno opredeljen budžetom
Petrovac na Mlavi	6.900.000,00	Lazarevac, Beograd	Iznos će biti naknadno opredeljen budžetom
Leskovac	20.000.000,00	Dimitrovgrad	16.200.000,00
Kula	3.600.000,00	Svrljig	9.500.000,00
Mali Zvornik	400.000,00	Šabac	36.000.000,00
Raška	9.800.000,00	Varvarin	1.300.000,00
Užice	8.000.000,00	Pirot	11.000.000,00
Kikinda	17.000.000,00	Lajkovac	5.000.000,00
Rekovac	2.000.000,00	Bela Crkva	6.000.000,00
Žabalj	5.500.000,00	Obrenovac, Beograd	13.700.000,00
Žitište	6.000.000,00	Sokobanja	5.000.000,00
Doljevac	900.000,00	Petrovac na Mlavi	6.900.000,00



U 2015. godini je raspisano ukupno 136 javnih konkursa u 105 lokalnih samouprava, prema informacijama Medijske Koalicije<sup>22</sup>. Dodatno, Ministarstvo kulture i informisanja i Sekretarijat za kulturu i javno informisanje AP Vojvodine raspisali su konkurse dva puta u toku ove godine. Za ove namene, u prošloj godini izdvojeno je više od 700 miliona dinara. U lokalnim samoupravama odobravano je prosečno 5-20 projekata, dok je samo u Ministarstvu na jednom konkursu odobren čak 161 projekat.

Medijska koalicija je 44 puta javno reagovala zbog konkursa koji, u trenutku objavljivanja, nisu bili u skladu sa zakonom.

Jedna od najčešćih primedbi odnosila se na zahtev da mediji izveštavaju o radu uprave. Takvi konkursi su, na primer, raspisani u Aleksandrovcu, Kuli, Zrenjaninu, Prokuplju. U Zrenjaninu je, na primer, traženo da medij bude registrovan na teritoriji grada, da postoji 25 godina, da je elektronski medij i da 60 minuta dnevno prenosi informacije u vezi sa radom lokalne samouprave. U Kuli je sav novac dobila IPC Kulska komuna, nekadašnje javno preduzeće. U Čupriji su odobrena 2 projekta, jedan učesnik je dobio 4.505.000 din, a drugi preostalih 495.000 din. U opštini Mali Idoš konkurs je bio objavljen samo na oglasnoj tabli u opštini, a većina sredstava dodeljena je JP iz Vrbasa. U Baču je čitav konkurs bio netransparentan, a u komisiji su bili članovi opštinske uprave. U Novom Sadu jedan od uslova konkursa je bio da mediji imaju nacionalnu ili regionalnu frekvenciju i već uspostavljenu rubriku o Novom Sadu.

Česte primedbe novinarskih i medijskih udruženja i brojni loši primeri iz prakse u lokalnim samoupravama verovatno su doprineli tome da Ministarstvo kulture i informisanja odluči da promeni Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja<sup>23</sup>, kojim se uređuje konkursna procedura.

Pravilnik sa nešto više detalja nego zakon propisuje sve neophodne korake u sprovođenju konkursa. Pravilnik propisuje ko može da bude učesnik konkursa, sa koliko projekata može da konkuriše, kriterijume na osnovu kojih se projekat ocenjuje, obrasce za podnošenje i pravdanje projekata.

Javni konkursi za podršku proizvodnji sadržaja ili unapređenju profesionalnih standarda smatraju se, u teoriji, najboljim modelom finansiranja. Fer i transparentni uslovi učešća, jasno određena suma novca koja se stavlja na raspolaganje uz napomene o njenoj distribuciji (o predlozima projekata izjašnjava se nezavisna komisija, većinski sastavljena od strane stručnjaka), podsticanja zdrave konkurencije na osnovu jasno definisanih kriterijuma za ocenjivanje projekata, podsticanje proizvodnje originalnog, što kvalitetnijeg sadržaja – samo se neke od prednosti ovakvog modela finansiranja. Dve bitne odlike javnih konkursa, koje doprinose transparentnosti i javnom uvidu u efikasnost i rezultate trošenja budžetskih sredstava, su i jasno definisani, nediskriminatorni uslovi učešća na konkursu i obaveza medija da predaju izveštaj, narativni i finansijski, o utrošku novca. Imajući u vidu da je model projektnog finansiranja kratkotrajno u upotrebi i da još

<sup>22</sup> Za više detalja pogledati: <http://nuns.rs/reforma-javnog-informisanja/projektno-finansiranje-medija/26186/u-2015-godini-136-konkursa-za-medijske-projekte-i-34-prodata-medija.html>

<sup>23</sup> Više detalja dostupno je na sajtu Ministarstva kulture i informisanja ovde: <http://www.kultura.gov.rs/cyr/aktuelnosti/predlog-pravilnika-o-sufinansiranju-projekata-za-ostvarivanje-javnog-interesa-u-oblasti-javnog-informisanja>

nije potvrdio svoje potencijalne prednosti, ova godina će verovatno biti obeležena evaluacijom postignutog. Još je prvi izveštaj o mekoj cenzuri napomenuo da je ovaj tip finansiranja „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“.

Najveći problem nastao u primeni ovog modela finansiranja je svesno zaobilazanje zakona od strane donosilaca odluka i izvršnih vlasti koji i kroz novi model finansiranja održavaju staru praksu favorizovanja „prijateljskih“ medija. Rezultati konkursa pokazuju da su privatizovani mediji nesrazmerno velikim novcem „nagrađivani“ na konkursima u odnosu na ostale medije. Oni su, na pojedinim konkursima, dobili od 50% do čak 80% ukupno opredeljenog novca.

Sledeći primeri ilustruju ovakvu praksu:

- Studio B (2015): prodat za 530.000 EUR/63.600.000 dinara. Na konkursu grada Beograda dobio 23.000.000 dinara, što je preko 50% ukupne vrednosti konkursa i jedna trećina vrednosti za koju je prodat. Maksim grupa doo koja je vlasnik Studija B na istom konkursu dobila je i 2.000.000 dinara kroz projekat Radio Karoline.
- Novi Pazar (2015): prodat za 89.350 EUR/10.722.000 dinara. Na konkursu grada Novog Pazara dobio 151.639.000 dinara za naredne tri godine, što čini više od 80% vrednosti konkursa.
- RTV Kruševac (2015): prodat za 14.000 EUR/1.680.000 dinara, na konkursu dobio 2.100.000 dinara.
- RTV Caribdor (2016): prodat za 18.600 EUR/2.232.000 dinara. Na konkursu u Dimitrovgradu dobio 13.200.000 dinara što je 80% ukupne vrednosti konkursa.

Zanimljiv je i primer javnog konkursa u Nišu iz 2015. godine, na kom je TV, radio i portal Belle Amie, zajedno sa Televizijom Zona i TV Kopernikus dobio 86% ukupnog budžeta od oko 50 miliona dinara. Svi navedeni mediji dovode se u vezi sa SNS.

Osim navedenih, u sprovođenju javnih konkursa uočeno je još nekoliko problema.

Između iznosa dodeljenih na javnim konkursima i veličine lokalnih samouprava, njihove ekonomske snage, procentualnog udela izdvajanja za medije u budžetu

nemoguće je uspostaviti jasne relacije. Na primer u Nišu je u 2016. raspisan konkurs za ukupnu sumu od 68 miliona dinara, dok je u Novom Sadu ekonomski jačem i geografski većem regionalnom centru raspisan konkurs u vrednosti od 55 miliona dinara.. U relativno maloj opštini Stara Pazova je za potrebe finansiranja medija kroz javni konkurs odvojeno 22 miliona dinara, a u još manjoj Kovačici 17,5 miliona dinara. Za razliku od ovih opština „široke ruke“, opština Jagodina je, na primer, opredelila 7,2 miliona dinara za javne konkurse iako je ranijih godina u proseku, za svoje javno medijsko preduzeće izdvajala 55 miliona dinara, ili osam puta više novca.

Pojam javnog interesa nije jasno definisan, pogotovo na lokalnom nivou. Iako je javni interes prepoznat zakonom, njegova definicija je data previše široko da bi se u potpunosti mogla primeniti u sprovođenju konkursa, naročito kada je reč o lokalnim prilikama i potrebama lokalnog stanovništva u sferi javnog informisanja.

Kriterijumi na osnovu kojih se ocenjuju projekti su nedovoljno razrađeni i precizni. Na primer, kriterijumi u Pravilniku su bili i 1) mera u kojoj je predložena projektna aktivnost podobna da ostvari javni interes u oblasti javnog informisanja; 2) mera pružanja veće garancije privrženosti profesionalnim i etičkim medijskim standardima. Ovako neprecizno definisani kriterijumi su ostavljali komisijama veliku diskrecionu mogućnost za tumačenje i odlučivanje.

Komisije, koje su zamišljene da budu brana korupciji i ograniče uticaj izvršnih vlasti, pokazale su se kao posebno problematične. Iako Pravilnik o sufinansiranju predviđa da

komisije budu formirane većinski od medijskih stručnjaka i predstavnika relevantnih medijskih udruženja, ispostavilo se da su one možda najslabiji lanac u konkursnoj proceduri. One su bile sastavljene ili tako da samo formalno potvrde odluke vlasti ili su konkurse tretirale kao pomoć medijima, bez obzira na kvalitet projekata. Kako pokazuje istraživanje BIRN-a<sup>24</sup>, na primeru konkursa Ministarstva kulture i informisanja, 121 milion dinara podeljen je na 161 projekat što znači da je prosečna vrednost projekta bila oko 370.000 dinara, što je nedovoljno za ozbiljnu produkciju.

Transparentnost raspodele novca i evaluacija projekata kojima su dodeljena sredstva je upitna. Iako su institucije dužne da sve relevantne informacije objave na svojim veb stranicama, to se u velikom broju slučajeva nije desilo. Tamo gde ih ima, informacije o projektima su štire. Iz Rešenja o dodeli sredstava građani mogu da saznaju samo naziv medija, odobrenog projekta i ukupnu sumu kojom je projekat podržan.

Dosadašnja praksa i kapaciteti administracije pokazuju da će proces evaluacije na nivou institucija biti simboličan ili izostati. Ujedno, nema naznaka da se na nivou administracije ozbiljno razmatra rešenje ovog problema.

Registar medija koji administrira Agencija za privredne registre, a u kome bi trebalo da budu registrovana sva davanja na osnovu konkursa, kao i svi budžetski prihodi (npr. iz javnih preduzeća) registrovanih medija još nije zaživeo.

<sup>24</sup> Istraživanje dostupno na: <http://javno.rs/istrazivanja/milostinja-umesto-javnog-interesa>

# SUBVENCije JAVNIM PREDUZEĆIMA: Kraj jedne loše politike

Iako se u Srbiji u medijske reforme ušlo pre više od jedne decenije, nepostojanje fer i slobodne konkurencije ostaje ključna karakteristika srpskog medijskog tržišta. Tome je posebno pogodovalo opstajanje subvencija kao najznačajnijeg izvora prihoda medija kao indirektnih budžetskih korisnika.

Subvencije javnim preduzećima su do 2015. godine bile jedan od najznačajnijih instrumenata uticaja na medije i faktor koji je doprinosa stvaranju neravnopravne utakmice na tržištu, kako pokazuju BIRN-ova istraživanja<sup>25</sup>. BIRN u poslednjih pet godina beleži podatke o potrošnji lokalnih budžeta za medije na uzorku od 33 lokalne samouprave<sup>26</sup> i analizira kako su lokalne samouprave, za koji sadržaj, u kom obimu i po kojim kriterijumima finansirale rad medija.

Od 2011. do 2014. godine, ove opštine/ gradovi trošili su skoro milijardu dinara godišnje u medijskom sektoru. Subvencije su najznačajniji instrument kojim lokalne samouprave utiču na medije. Od ukupne sume čak 60% je potrošeno na subvencije za 40-ak javnih preduzeća.

Mediji u vlasništvu države su obično bolje kapacitirani kako opremom, prostorom tako i zaposlenima. Stabilnije

su finansirani, ali istovremeno ova javna preduzeća obično su bila deo „političkog plena“, a za pozitivno izveštavanje o lokalnoj samoupravi i nosiocima vlasti, bili su „nagrađeni“ sigurnim budžetskim prihodima.

Osim toga, mogli su još i da se takmiče sa privatnim medijima za komercijalne prihode, dobijaju poreske olakšice i budu oslobođeni plaćanja naknade za frekvencije.

Prethodna godina bila je ujedno i poslednja godina u kojoj se subvencije primenjuju kao model potrošnje. Sa završetkom procesa privatizacije nestaje ovaj tip indirektnih budžetskih korisnika, a opredeljeni novac se, po novom zakonu, troši putem javnih konkursa.

Čak i pored jasnih zakonskih rešenja, neke lokalne samouprave su zloupotrebile svoju diskrecionu moć i u budžetskim odlukama za 2015. opredelile pun, godišnji iznos sredstava za nekadašnja javna preduzeća, prepuštajući tako deo novca budućim privatnim vlasnicima.

Tako je, na primer, opština Bor u budžetskoj odluci za 2015. godinu opredelila ukupno 44 miliona dinara na ime javnog informisanja, od toga 40 miliona za JP Štampa, radio i film, a deset puta manje, 4 miliona, za javne konkurse.

<sup>25</sup> Izveštaj o finansiranju medija iz budžeta lokalnih samouprava za 2013. godinu dokumentuje modele potrošnje budžetskog novca i dostupan je na: <http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2015/05/BIRN-Izve%C5%A1taj-o-finsiranju-medija-iz-bud%C5%BEeta-lokalnih-samouprava-smanjen.pdf>. Sličnu praksu dokumentuje i izveštaj Nacionalna perspektiva: Izveštaj o potrošnji budžetskog novca u medijskom sektoru, koji je dostupan na: <http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2015/05/Nacionalna-perspektiva-smanjen.pdf>

<sup>26</sup> To su: Arandelovac, Bor, Čačak, Jagodina, Kikinda, Knjaževac, Kragujevac, Kraljevo, Kruševac, Leskovac, Niš, Novi Pazar, Novi Sad, Odžaci, Pančevo, Petrovac na Mlavi, Piroć, Požarevac, Prijepolje, Raška, Ruma, Sombor, Subotica, Šabac, Šid, Užice, Valjevo, Vranje, Vrbas, Vršac, Zaječar i Zrenjanin.

Dodatno, 40 miliona je ceo godišnji iznos subvencija jer je ovo preduzeće gotovo identičnu sumu novca dobijalo i između 2011. i 2014. godine (prema podacima BIRN-a). Slično tome su postupile i uprave grada Pančevo, Kragujevac, Novi Pazar, Raška i Leskovac.

javnih preduzeća, u ovim opštinama bio raspisan javni konkurs na značajno manje iznose – na 2,5 miliona dinara u Raškoj i skoro 10 miliona u Leskovcu.

U Pančevu u toku 2015. nije bio raspisan javni konkurs, a od predviđenih 61 milion dinara po budžetskoj odluci, skoro 60 miliona je dato za finansiranje RTV Pančevo.

U Kragujevcu je prvobitno bilo predviđeno da iznos subvencija bude oko 44,5 miliona dinara, ali je krajnje diskrecionom odlukom uprave, samo nedelju dana pre privatizacije ovaj iznos povećan na 70 miliona<sup>27</sup>, što odgovara sumi koju je RTK godišnje dobijala od lokalne samouprave na ime subvencija i direktnog ugovaranja. Javni konkurs u ovom gradu je bio raspisan pa poništen.

U Novom Pazaru je ceo budžet od skoro 90 miliona, po budžetskoj odluci za 2015. godinu, bio namenjen Regionalnoj TV. Ovaj grad je tek u decembru 2015. raspisao javni konkurs.

Slično Novom Pazaru, uprave Raške i Leskovca su po budžetskim odlukama odlučile da sav novac dodele javnim preduzećima (u Raškoj 31 milion dinara, u Leskovcu nešto manje 24 miliona dinara), da bi kasnije, nakon privatizacije svojih

<sup>27</sup> Za više detalja, videti tekst na sajtu NUNS-a: <http://www.nuns.rs/info/activities/26123/privatizacija-tvoje-je-prezime-gasic.html>

# JAVNE NABAVKE: Finansiranje informisanja o radu uprave

Grad Požarevac u 2015. i 2016. godini ili opština Plandište u 2015. primeri su lokalnih samouprava koje su novac za javno informisanje podelile na osnovu javnih nabavki, shodno Zakonu o javnim nabavkama. Zakon o javnom informisanju i medijima ne poznaje ovaj tip davanja. Lokalne samouprave su, ipak, koristile ovaj model finansiranja isključivo kao način da odaberu medije koji će izveštavati o njihovom radu.

Tako, na primer, aktuelni poziv za podnošenje ponuda grada Požarevca sadrži podatke o željenom tipu medija i zoni pokrivanja:

- Partija 1 – medijsko praćenje rada organa lokalne samouprave od strane komercijalnog pružaoca medijske usluge emitovanja televizijskog programa - željena zona pokrivanja područje regiona, ORN 79416000 - usluge u oblasti odnosa sa javnošću - procenjena vrednost ove partije iznosi 1.666.666,00 dinara bez PDV-a

- Partija 2 – medijsko praćenje rada organa lokalne samouprave od strane komercijalnog pružaoca medijske usluge emitovanja televizijskog programa - željena zona pokrivanja lokalno područje, ORN 79416000 - usluge u oblasti odnosa sa javnošću – procenjena vrednost ove partije iznosi 1.300.000,00 dinara bez PDV-a

- Partija 3- medijsko praćenje rada organa lokalne samouprave od strane komercijalnog pružaoca medijske usluge radija- željena zona

pokrivanja područje regiona, ORN 79416000 - usluge u oblasti odnosa sa javnošću - procenjena vrednost ove partije iznosi 291.666,00,00 dinara bez PDV-a -

Partija 4 – medijsko praćenje rada organa lokalne samouprave od strane štampanog javnog glasila regionalnog karaktera, ORN 79416000 - usluge u oblasti odnosa sa javnošću - procenjena vrednost ove partije iznosi 991.666,00 dinara bez PDV-a

- Partija 5 – medijsko praćenje rada organa lokalne samouprave od strane štampanog javnog glasila republičkog karaktera, ORN 79416000 - usluge u oblasti odnosa sa javnošću - procenjena vrednost ove partije iznosi 833.333,00 dinara bez PDV-a

- Partija 6 – prenos sednica Skupštine grada Požarevca od strane komercijalne televizijske stanice- željena zona pokrivanja lokalno područje, ORN 79416000 - usluge u oblasti odnosa sa javnošću - procenjena vrednost ove partije iznosi 666.666,00 dinara bez PDV-a.

U prethodnoj godini na ovaj način finansirane su SAT TV, TV Duga, Reč naroda i Dan graf (koji izdaje list Danas).

Javne nabavke nisu često korišćen model finansiranja medija, ali su, osim javnih konkursa, jedini model koji podrazumeva konkurenciju za budžetski novac.



# DIREKTNO UGOVARANJE: Diskreciona potrošnja

Direktna davanja medijima su u 2015. u značajnoj meri smanjena u odnosu na prethodne budžetske godine. Kako pokazuju podaci BIRN-a<sup>28</sup>, direktna davanja su činila oko 20% ukupnih davanja, iako se polovina lokalnih samouprava obuhvaćenih uzorkom odlučila za ovaj tip davanja.

Lokalne samouprave su sredstva po osnovu direktnog ugovaranja koristile za podršku medijima za različite potrebe, ali pre svega za informisanje o radu lokalne samouprave, javnih preduzeća kao i događaje koje organizuje vlast na lokalnu. Direktni ugovori sklapani su na osnovu diskrecionih odluka nosilaca vlasti.

Na osnovu odgovora na zahtev za pristup informacijama od javnog značaja, BIRN je mapirao dve lokalne samouprave koje su u toku prethodne godine direktno sklapale ugovore o saradnji. Tako, na primer, opština Lajkovac sklapa nekoliko ugovora sa listom Napred iz Valjeva, za „isporuku lista Napred za potrebe opštine“, što je opštinu koštalo 3.000 dinara nedeljno. Sličan tip ugovora sklopljen je i sa listom Poljoprivrednik i Dobro jutro.

Ova opština sklapa ugovor sa TV Gem iz Lazarevca, a medij na sebe preuzima obavezu da: medijski prati i informiše javnost o aktivnostima koje se organizuju, obavljaju i finansiraju iz sredstava opštine Lajkovac, aktivnostima koje se odvijaju pod pokroviteljstvom opštine Lajkovac, prijem delegacija koje posećuju opštinu

Lajkovac, i o drugim aktivnostima, po nalogu ovlašćenih lica opštine Lajkovac. Cena ove usluge je 300.000 dinara na mesečnom nivou. Osim TV Gem ovakvo medijsko pokrivanje dogovoreno je sa Radio Valjevom, Radio KISS, Kolubara presom i JP RTV Pruga.

Opština Sečanj u toku 2015. nije raspisivala javni konkurs, ali je zato za RTV Santos iz Zrenjanina sklopila ugovor o pružanju usluge medijskog praćenja i izveštavanja, koje podrazumevaju: informisanje o redovnom radu i aktivnostima lokalne samouprave, informisanje o manifestacijama, kulturnim i drugim programima koji se organizuju pod pokroviteljstvom ili u saradnji sa lokalnom samoupravom, informisanje o pitanjima od značaja za nesmetano ostvarivanje prava i sloboda osoba sa invaliditetom, a posebno slobode primanja ideja, informacija i mišljenja.

<sup>28</sup> Za više detalja pogledati BIRN-ovu bazu podataka: <http://javno.rs/baza-podataka/javni-novac-i-mediji>

## DEO II – Meka cenzura i novinarstvo: ograničavanje slobode

Brojna istraživanja ukazuju da uzdrman finansijski položaj medija i samih novinara ima snažan uticaj na profesionalnu etiku i širenje fenomena autocenzure kao novog vida cenzure. Autocenzura je u medijima danas raširena „toliko da umanjuje potrebu za primenom cenzure/povećava efekat srazmerno istih nivoa cenzure kroz visok stepen autocenzure“<sup>29</sup>, što potvrđuju i rezultati nedavnog istraživanja Centra za razvoj sindikalizma „Od novinara do nadničara. Prekarni rad i život“ u kojem je od oko 1100 obuhvaćenih medijskih radnika njih 72% reklo da je autocenzura široko rasprostranjena.<sup>30</sup>

Pritisци na novinare mogu se podeliti na dva glavna toka: jedan je porast onesiguravanja njihovog profesionalnog položaja i ukupnog života (*prekarizacija*, kojoj je izloženo oko tri četvrtine ispitanika) a drugi, konstantan pritisak na uređivačku politiku koji dolazi iz sfere politike i oglašivača a koji se preko vlasnika medija, njihovih marketinških odeljenja i urednika seli u svaki ugao novinarske sobe. Izloženost medija ovakvoj vrsti pritiska nije povezana sa njihovom vlasničkom strukturom ili (stranim ili domaćim) poreklom kapitala.

Prema već pomenutom istraživanju Centra, ovakav pritisak snažno utiče na izbore novinara: u grupi od petoro novinara dvoje bi rado napustilo profesiju, drugo dvoje bi promenilo radno mesto bez obzira na status i visinu plate uz uslov da mogu slobodno da

pišu, a jedan bi se odlučio za siguran posao čak i ako se od njega zahteva da piše ono što ne misli i ne zna.

Situacija na terenu i podaci koje je BIRN prikupio kroz dubinske intervjuje na nacionalnom regionalnom i lokalnom nivou, za potrebe ovog istraživanja, u potpunosti podržavaju ove nalaze i daju detaljan uvid u mehanizme pritiska na medije i novinare i njihove snažno limitirane mogućnosti da zadrže profesionalne standarde. Štaviše, mlade generacije novinara često prihvataju cenzuru i autocenzuru kao jedini mogući okvir svog rada.

U trenutku nastanka ovog izveštaja dvanaestoro radnika privatizovane RTV Lajkovac obavestilo je javnost da od novembra prošle godine nisu primili svoje zarade. Istu poruku javnosti uputilo je i trinaest novinara i četiri urednika Sporta, nedavno privatizovanog od strane estradnog menadžera i bivšeg člana SNS, Saše Mirkovića i pevača Ace Lukasa. Kragujevački novinari, zaposleni u Radio televiziji Kragujevac, TV Kanalu 9 i Kragujevačkim novinama „ne sećaju se kad su poslednji put primili platu“. Kako pokazuje istraživanje BIRN-a ni novinari u državnim medijima nisu imuni na niske zarade i kršenje svojih radnih i profesionalnih prava.

Iako javnost s pravom očekuje da novinari u njihovo ime postavljaju teška pitanja nosiocima vlasti i otvaraju debatu o

<sup>29</sup> Kremenjak, Slobodan „Cenzura i autocenzura u srpskim medijima“. U: Pravni monitoring medijske scene u Srbiji. Beograd: Publikacija XI, ANEM.

<sup>30</sup> Mihailović, Srećko (ur.). 2015. Od novinara do nadničara. Prekarni rad i život. Beograd: Centar za razvoj sindikalizma, Fondacija za otvoreno društvo i Dan Graf

najvažnijim društvenim pitanjima, nedovoljno se percipira povratna sprega kojoj su izloženi mediji i medijski radnici. „Prekarizovani medijski radnici su akteri i medija kao javnog dobra i medija kao ekonomske aktivnosti koja donosi profit kao i svaka druga. S druge strane, prekarizacija medijskih radnika je znatnim delom rezultat ekstremne profitabilizacije medija. Prekarizovani medijski radnici su akteri stanja u medijima, a sa druge strane stanje u medijima vodi u dalju prekarizaciju medijskih radnika“<sup>31</sup> i jačanje autocenzure.

Ovakva veza jasno se očituje u dubinskim intervjuima koje je BIRN za potrebe ovog istraživanja sproveo sa novinarima iz lokalnih, regionalnih i nacionalnih medija širom Srbije. Za potrebe ovog istraživanja razvijen je upitnik koji ispituje dva dominantna nivoa meke cenzure. Institucionalni nivo podrazumeva pritiske državne strukture, vlasnika medija i oglašivača, a individualni konkretna iskustva novinara i obrasce ponašanja koji pospešuju mehanizme ekonomskih pritisaka.

Prikupljeni odgovori novinara jasno ukazuju na snažne veze između vlasnika medija i političkih elita i važnost državnog novca za opstanak medija, koji je posebno izražen na lokalnom nivou. U tom kontekstu, za nivo političke (i ekonomske) zavisnosti nevažan je tip vlasništva medija i način na koji se državni novac raspodeljuje – putem subvencija ili javnih konkursa. Odgovori novinara takođe sugerišu da je upliv politike u uređivačke politike medija, direktan, svakodnevan i sveprožimajući. Evo odgovora jednog od anketiranih novinara zaposlenog u skoro privatizovanom lokalnom mediju:

**“Mi smo skoro dobili koordinatora koji radi u lokalnoj samoupravi, nadgleda naš program i traži sve više senzacija – više pljuvanja političkih protivnika, loših informacija o opoziciji. Od kad smo privatni svakog jutra dobijemo od informativne službe grada koje događaje pratimo, a koje ne.”** Ovo je jedan od najdrastičnijih primera, ali veoma paradigmatičan za trenutnu situaciju na medijskoj sceni.

Opstanak medija u takvim okolnostima zavisi od volje lokalnih elita da putem konkursa, subvencija ili direktnim ugovaranjem preusmere javni novac. Oglašavanje u lokalnim sredinama svodi se na objavljivanje oglasa lokalne samouprave i reklamiranje javnih preduzeća. Mnogi mediji koji nisu uspeli da obezbede prihode od ovih oglašivača bili su prinuđeni da obustave rad. Novinar koji je radio u jednom od ovakvih medija smatra da je medijski biznis na lokalnu nemoguć bez političke podrške: **„Ne mora oglašivač da bude ni grad, ni gradsko preduzeće. Čak i onog trenutka kada nađete privatnika koji će da vas podrži zato što ste bolji od konkurencije, oni će tog privatnika da ucenjuju njegovim poslovima i da njegovu egzistenciju i poslovanje dovedu u pitanje.”**

Većina ispitanika projektno finansiranje ne vidi kao mogućnost za veće profesionalne izazove, istraživačke priče ili seriju emisija. Razlog tome je činjenica da su mediji u kojima rade strogo kontrolisani, sa čvrstom uređivačkom politikom, koju ilustruje stav jednog sagovornika **„Mi znamo šta smemo da radimo, a šta ne, čak i da imamo neke ideje brzo odustajemo od njih“.**

<sup>31</sup> Mihailović, Srećko (ur.). 2015. ibid.

Drugi, pak, imaju problem da dobiju adekvatna sredstva za projekte na kojima rade. To su uglavnom mediji nevladinih organizacija ili internet portali u koje se „seli“ istraživačko ili kritičko novinarstvo. **„Mislim da se novac ne korisiti u prave svrhe, na primer za istraživačko novinarstvo ili projekte, već za interes reklamiranja političkih stranaka lokalnih vlasti. To što što su još neki mediji dobili neku crkavicu, to je čisto pokriće.“**

Prethodnu tezu dodatno potvrđuje istraživanje koje je sproveo niški Lokalni anti-korupcijski forum, na osnovu monitoringa sadržaja koji su podržani na javnim konkursima ovog grada u 2015. godini<sup>32</sup>. Niški Belle amie TV, radio i portal čiji su projekti dobili oko 40% ukupnih sredstava opredeljenih konkursom, zapravo je PR gradskih funkcionera. U okviru centralne informativne emisije na TV finansiran je segment koji se zove „Gost slika dana“. To je po pravilu lokalni ili republički funkcioner koji daje izjavu na određenu temu. Televizija Zona je dobila nešto više od osam miliona dinara za emisije koje već emituje, ali su izmenjene na taj način što na ekranu stoji broj i povremeno se uključuju građani. To je primer zloupotrebe projekta. Pored toga što je novac utrošen na projekte bez sadržaja, jedan od sagovornika BIRN-a primećuje **„da se konkursima finansiraju mediji bliski vlastima, odnosno cenzura“**.

Proces privatizacije je dodatno usložnio praćenje meke cenzure zato što je razvio različite forme vlasničke strukture u kojima se klatno uticaja kreće od potpuno državnog do potpuno privatnog. Jedan od sagovornika tek privatizovanog medija to

vidi ovako: **„Da sutra dođe do izbora i vlast se promeni, ne znam kako bi onda mediji funkcionisali. Sad je u interesu svih da rade u korist lokalnih vlasti. Čak i da novac ne dobijaju, oni bi opet radili u korist lokalne samouprave, to je zapravo njihova televizija.“**

Konstantna trka za profitom koju diktiraju komercijalni uslovi poslovanja privatnih medija i utiče na način ispoljavanja ekonomskih pritisaka. Usko omeđeno medijsko tržište lokalnim i regionalnim privatnim medijima ostavlja malo prostora za profit. Oni se i dalje oslanjaju na lokalne budžete čija sredstva crpe uspostavljanjem bliskih odnosa sa lokalnim elitama.

I privatni mediji sa nacionalnom pokrivenošću gotovo u potpunosti zavise od interesa oglašivača. **„Kod privatnih medija se utiče tako što se kaže da će biti ukinute reklame EPSa, Telekomu ili čak privatnih preduzeća na koje vlast ima posredni uticaj“**, objašnjava ispitanik i dodaje da kada oglašivači odustaju od reklamiranja **„lanac povuče najjači igrač“** dok ga ostali slede.

BIRN-ovi ispitanici smatraju da menadžerska struktura (menadžeri odeljenja za oglašavanje i marketing ili direktori pojedinih sektora) igraju ključnu ulogu u nastanku meke cenzure. Vlasnici medija nemaju puno razumevanja za prošlost medija ili brend medija koji su kupili, a u interesu im je samo da ostvare profit. U tako postavljenim uslovima menadžeri su ti koji često otpuštaju radnike, menjaju profil medija i teže da imaju dobru saradnju sa gradskim institucijama, predstavnicima javnih preduzeća ili upravom grada.

<sup>32</sup> Izveštaj je dostupan na: <http://www.birodi.rs/wp-content/uploads/2015/12/Prvi-izvestaj-o-sprovodjenju-konkursa-mediji-Nis.pdf>

Jedan od intervjuisanih novinara kaže **„Menadžeri su jako bliski i redovno se čuju sa njima.”** Iako menadžeri postavljaju uslove, mehanizmi ekonomskih pritisaka šire se hijerarhijski kroz organizacionu strukturu. **„Menadžeri nikad ne dolaze direktno, svaka sugestija ide preko urednika. Urednik onda kaže dobili smo znak stop iz menadžmenta za ovu temu ili dobili smo zeleno svetlo, ali ćemo morati da je malo ublažimo ili da je radimo iz nekog drugog ugla.”** Novinar je tako primoran na autocenzuru ili može da napusti redakciju.

Ekonomski pritisci se prenose duž komandnog lanca od menadžera, preko urednika do novinara stvarajući tako izvrnuti kodeks novinarstva u kojem umesto javnog interesa glavni kriterijum novinarskog obrađivanja određene društvene teme predstavlja njena politička podobnost. BIRN-ov sagovornik veruje da se na kontroli insistira upravo zato što upravljanje medijskim preduzećem i sprovođenje uređivačke politike nisu odvojeni. **„Zato nema pravog novinarstva, jer sve što pišeš zahteva odobrenje menadžmenta. Nisu to samo finansijski interesi, već i privatni. Ako neki političar ima prijateljsku ili rođačku vezu u menadžmentu, oni mogu da ti blokiraju tekst. Sve zavisi od menadžmenta.”**

Prepuštanjem uređivačke politike menadžmentu stvara jaz između novinara i urednika. Novinari koji su učestvovali u istraživanju smatraju da njihovi urednici ne mogu da ih zaštite ili sumnjaju u njihove interese. Na taj način se urušavaju veze profesionalne odgovornosti, kolegijalnosti i solidarnosti. Jedan od sagovornika podseća

da će se ovakva praksa posebno odraziti na mlađe kolege koji tek uđu u redakciju, a nemaju od koga da uče. **„Ja gledam kako sada funkcionišu ljudi po redakcijama, oni uče da vest nije ono što su zapamtili, već ono što urednik kaže da je vest. Sada je situacija drugačija, novinar dođe prepadnut. Sveli smo novinarstvo na mesaru, niko se ne bavi sadržajem već se izjave prekravaju.”**

Teški materijalni uslovi života, mobing i profesionalni pritisci koje doživljavaju novinari sve češće su uzrok bolesti uključujući i smrtni ishod. Prema podacima Sindikata medija Srbije (Sinos) u prvom krugu privatizacije medija od 56 privatizovanih opstao je samo jedan medij. Oštećeni novinari ponekad „nisu imali novca da podnesu tužbe“, a u nekim slučajevima primećeno je da je privatizaciju pratio veliki broj smrtnih slučajeva koji su možda stvar koincidencije.<sup>33</sup>

Jedan od intervjuisanih sagovornika BIRN-a bio je primoran da napusti redakciju zbog loših uslova rada i mobinga. **„Sistem je tako uspostavljen da se osećaš kao rob. Zvanično radno vreme je do 5, ali se od novinara očekuje da tamo sedi do 7. Teraju te da radiš ono što nije tvoj posao, da kačiš vesti na sajt, paralelno radiš za štampano izdanje, pišeš za dodatke, a to se ništa dodatno ne plaća.”** Većina sagovornika ne oseća socijalnu i materijalnu sigurnost, pa su primorani da se naviknu na postavljane uslove ili na česte promene posla da bi preživeli. Mnogi zbog toga beže iz informativnih u druge žanrove, gde kako kaže jedan sagovornik, ne moraju da **„stvaraju sebi tu vrstu stresa i da učestvuju u njihovim prljavim igrama.”**

Loši uslovi rada karakteristični su za sve medije, dodaje sagovornica. **„Kolege koje su zaposlene u javnom sektoru, nikada nisu morale da razmišljaju o porezima i doprinosima. A onda u nekom trenutku shvate da im u protekle dve godine nije ništa uplaćivano i ako su primali plate. Ja mislim da smo svi mi u istom loncu, samo je pitanje vremena kada ćemo to da shvatimo.“**

Ozbiljnost posledica teških uslova rada iskusila je još jedna sagovornica BIRN-a koja kaže da je bila primorana da promeni posao da bi sačuvala zdravlje. **„Ja sam otišla pred samu ivicu da se razbolim, možda sam već bila malo depresivna. Dvoje kolega je umrlo radeći u tim uslovima, nekoliko meseci pre nego što sam dala otkaz. Jedna koleginica je dobila srčani udari to je počelo na poslu, pod strepnjom da će dobiti otkaz.“**



## ANEKS I

NAZIV MEDIJA	STATUS	ZA KOLIKO NOVCA JE PRODAT (U EUR)	NOVI VLASNIK
RTV Indija	prodato	63.458,00	Danijela Šuša
TV Apolo	prodato	174.950,00	Srbija danas doo
Informativni pres centar Vladičin Han	prodato	8.230,00	Miloš Dinić
IPC Kulaska komuna	prodato	3.500,00	Radovan Kovač
Radio Šid	prodato	531.000,00	Kopernikus Cable Network
Radio Raška	prodato	14.950,00	Kopernikus Cable Network
RTV Stara Pazova	prodato	47.300,00	Mr&Co doo
Nedeljne novine	prodato	34.000,00	Milojko Pavlović
Pančevac	prodato	238.000,00	Zoran Peševski, Auto centar Zoki
Studio B	prodato	530.000,00	Maxim media, Beograd Ružica Krdžić
BC Info	prodato	19.000,00	Jovica Burkić
Novi Pazar TV	prodato	89.350,00	Denis Mavrić, Konzorcium fizičkih lica
RTV Pančevo	prodato	87.200,00	Radoica Milosavljević
Centar za informisanje Novi Kneževac	prodato	480,00	Radoica Milosavljević
RT Kragujevac	prodato	85.500,00	Radoica Milosavljević
RTV Brus	prodato	10.200,00	Radoica Milosavljević
RTV Caribrod	prodato	18.600,00	Radoica Milosavljević
TV Požega	prodato	39.000,00	Radoica Milosavljević
TV Pirot	prodato	26.300,00	Radoica Milosavljević
Niška TV	prodato	78.000,00	Slađana Ostojić i konzorcijum Narodne novine
JIP Bačka Topola Radio Regije	prodato	31.165,00	Udruženje za regionalnu komunikaciju URKO - Endre Huzak
Ivanjički radio	prodato	14.360,00	Ana Baković
Radio Bačka	neuspela privatizacija	x	x
Radio Pirot	neuspela privatizacija	x	x
Radio Požega	prodato	7.102,00	Dragana Petrović
Radio Sečanj	neuspela privatizacija	x	x
JP RTV Šabac	prodato	446.001,00	Aleksandar Živanović
Radio Petrovac	neuspela privatizacija	x	x
Glas Podrinja	prodato	184.601,00	IN Tehnik doo Šabac, Nenad Zivanovic
Radio Petrovec	prodato	4.351,00	Agroplod doo Gložno
Radio Odžaci	neuspela privatizacija	x	x
Naš glas	neuspela privatizacija	x	x
Reč naroda	neuspela privatizacija	x	x
JIP Novi put	prodato	46.260,00	Kopernikus Cable Network
TANJUG	neuspela privatizacija	x	x
Radio Barajevo	prodato	11.720,00	Doris Aćimović iz Beograda
Radio Bujanovac	neuspela privatizacija	x	x
Radio Valjevo	prodato	17.400,00	Doris Aćimović iz Beograda
RTV Bap	neuspela privatizacija	x	x
Radio Medveđa	prodato	1.420,00	Konzorcijum fizičkih lica iz Medveđe
Radio Požarevac	neuspela privatizacija	x	x
Radio Subotica	neuspela privatizacija	x	x
RTV Trstenik	neuspela privatizacija	x	x
RTV Alt (Reč radnika)	neuspela privatizacija	x	x
Radio Pruga	prodato	1.200,00	Mirjana Krstić
TV Ljig	neuspela privatizacija	x	x
TV Blace	prodato	2.570,00	Narodne Novine, Niš - Danijela Vuković
Radio Šumadija	prodato	34.000,00	Saša Janković
Dnevnik	neuspela privatizacija	x	x
JP RTV Kruševac	prodato	14.000,00	Radoica Milosavljević





