



Poslovno udruženje asocijacije lokalnih i nezavisnih medija „Lokal pres”

Istraživanje o primeni Zakona o javnom informisanju i medijima u lokalnim sredinama sa posebnim osvrtom na projektno sufinansiranje

Decembar 2018.

Sadržaj

UVOD	3
Uzorak	3
Metodologija.....	3
ZAKONSKI OKVIR.....	5
Nadležnost institucija	5
UKUPNA IZDVAJANJA ZA MEDIJSKE NAMENE	6
Načini plasiranja sredstava za medijske namene.....	8
SREDSTVA NAMENJENA PROJEKTNOM SUFINANSIRANJU.....	9
Prosečna visina izdvajanja za medijske namene u lokalnim upravama	10
IZDVAJANJA ZA JAVNE NABAVKE	13
Odnos javnih nabavki i projektnog sufinansiranja	13
OSTALA DAVANJA ZA MEDIJSKE NAMENE	15
PROBLEMI PROJEKTOG SUFINANSIRANJA MEDIJA NA LOKALU	17
Struktura prihoda medija	18
Uticaj državnog novca na uređivačku politiku	20
NEPOZNANICE, NEDOUMICE I PRITISCI U REALIZACIJI KONKURSA	21
Vidovi pomoći za efikasnije sprovođenje procedura	22
Definisanje javnog interesa na lokalnu.....	23
UČEŠĆE OCD U PRIMENI ZAKONA O JAVNOM INFORMISANJU I MEDIJIMA NA LOKALU	25
ZAKLJUČCI.....	27
PREPORUKE.....	28
PRILOG – PREGLED IZDVOJENIH SREDSTAVA PO GRADOVIMA I OPŠTINAMA..	29

UVOD

Istraživanje koje je Poslovno udruženje asocijacije lokalnih i nezavisnih medija „Lokal pres” sprovedo u periodu od januara 2017. do decembra 2018. godine ima za cilj da utvrdi primenu medijskih zakona u 40 lokalnih samouprava.

Istraživanjem je utvrđen iznos finansijskih sredstava koji se izdvaja za medijske namene po raznim osnovama i načini plasiranja tih sredstava u medije u 40 lokalnih samouprava. U isto vreme, pokušali smo da sagledamo i identifikujemo probleme realizacije čitavog procesa kod svih zainteresovanih strana na lokalnom nivou (lokalnih uprava, medija i udruženja).

Od velikog značaja je uključivanje u istraživanje zaposlenih u lokalnoj upravi koji neposredno sprovode proces projektnog finansiranja. U okviru istraživanja dat je i poseban osvrt na to kako proces projektnog sufinansiranja medija na lokalnu funkcioniše sa stanovišta – lokalnih uprava, medija i udruženja.

Uzorak

Lokalne samouprave - Istraživanjem je obuhvaćeno 40 gradova i opština u Srbiji. U pitanju su Aleksinac, Batočina, Blace, Bor, Čačak, Čičevac, Golubac, Despotovac, Knić, Kragujevac, Kraljevo, Knjaževac, Kruševac, Krupanj, Kuršumljija, Koceljeva, Lapovo, Lozinca, Lučani, Ljubovija, Mali Zvornik, Mladenovac, Novi Kneževac, Odžaci, Prokuplje, Prijepolje, Svilajnac, Rača, Raška, Ražanj, Rekovac, Topola, Trstenik, Temerin, Užice, Varvarin, Velika Plana, Žitorađa, Šabac i Gradska opština Pantelejev (NIŠ).

Treba napomenuti da su u istraživanju zastupljene uglavnom manje opštine, bez velikih gradova (Beograd, Novi Sad, a da je iz Niša zastupljena samo opština Pantelejev).

U zakonskom roku na upućene zahteve za dostupnost informacija od javnog značaja odgovorilo je 34 (85%), dok je 6 (15%) lokalnih samouprava traženu dokumentaciju poslalo nakon žalbe Povereniku za dostupnost informacija od javnog značaja i zaštitu podataka o ličnosti.

Lokalni mediji - Anketni listići su upućeni na i adrese 51 medija članica PU „Lokal pres”, a odgovori su dobijeni od 33 lokalne redakcije što čini uzorak od 65% članica.

Predstavnici lokalnih samouprava - Pored toga, anketni listići su poslani na adrese 40 predstavnika lokalnih samouprava koji neposredno učestvuju u sprovođenju procedura projektnog sufinansiranja medijskih sadržaja na lokalnu, a na njih je odgovorilo 16 što čini 40% uzorka.

Lokalna udruženja građana (OCD) - Anketni listići poslani su i na adrese 20 lokalnih udruženja građana, a anketu je popunilo ukupno 7 što čini 35% uzorka.

Metodologija

Istraživanje se zasnivalo na prikupljanju podataka iz četiri vrste izvora:

Lokalne samouprave

Zahtevima za dostupnost informacija od javnog značaja od lokalnih samouprava je traženo da odgovore na pitanja i dostave dokumenta u cilju verifikacije odgovora:

Koliko je novca iz budžeta lokalne uprave periodu od 1.01.2016. do 1.05.2018. godine, po kom osnovu i za koje namene isplaćeno medijima?

Koliko je novca u istom periodu isplaćeno na osnovu Konkursa za sufinansiranje medijskih sadržaja od javnog interesa?

Koliko je novca isplaćeno na osnovu pojedinačnih davanja ili kroz direktno ugovaranje sa medijima? Koliko je novca isplaćeno po osnovu javnih nabavki (prenos sednica, emitovanje čestitki ili oglasa ...).

Urednici, novinari i menadžeri lokalnih medija, članica PU „Lokal pres”

Anketa za urednike i menadžere u medijima koncipirana je iz 4 dela u kojima su sadržani: opšti podaci o medijima, ocene o slobodi medija, pritiscima na medije i problemima projektnog sufinansiranja na lokalnu. Poseban akcenat je bio usmeren na ocenu vezanosti obima „državnog” novca koji se u medije plasira i uređivačke politike, te uticaja javnih sredstava na održivost medija na lokalnu.

Predstavnici lokalnih uprava –neposredni sprovodioci projektnog sufinansiranja

Istraživanje se zasnivalo na upitniku koji je imao nameru da sagleda odnos ukupnog budžeta i procenta izdvajanja kako za sve medijske namene tako i za projektno sufinansiranje, načine definisanja javnog interesa, probleme i nedoumice prilikom raspisivanja i sprovođenja konkursa, pritiske kojima su izloženi oni koji konkurse sprovode (izvor i vrsta pritiska), kao i da zabeleže preporuke za unapređivanje procesa projektnog sufinansiranja.

Predstavnici lokalnih organizacija civilnog društva

Anketa za predstavnike lokalnih udruženja građana sadržala je set pitanja o aktivnostima OCD na praćenju projektnog sufinansiranja medija i na lokalnu, njihovoj volji da se u proces uključe i dosadašnjoj saradnji sa medijima i lokalnim samoupravama.

ZAKONSKI OKVIR

Republika Srbija usvojila je zakone kojima se uređuje oblast javnog informisanja avgusta 2014. godine: Zakon o javnom informisanju i medijima („Službeni glasnik RS”, br. 83/14, 58/15 i 12/16 - autentično tumačenje); Zakon o elektronskim medijima („Službeni glasnik RS”, br. 83/14 i 6/16 – dr.zakon) i Zakon o javnim medijskim servisima („Službeni glasnik RS”, br. 83/14, 103/15 i 108/16).

Zakoni kojima se reguliše oblast javnog informisanja su i: Zakon o potvrđivanju Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji („Službeni glasnik RS – Međunarodni ugovori”, broj 42/09) i Zakon o privremenom uređivanju načina naplate takse za javni medijski servis („Službeni glasnik RS”, br. 112/15, 108/16 i 95/18).

U pravnom sistemu Republike Srbije oblast javnog informisanja uređena je i određenim brojem drugih zakona, koji u osnovi uređuju druge oblasti, ali imaju dodirne tačke i s javnim informisanjem, kao što su: Zakon o lokalnoj samoupravi („Službeni glasnik RS”, br. 129/07 i 83/14- dr. zakon); Zakon o glavnom gradu; („Službeni glasnik RS”, br. 129/07, 83/14 – dr. zakon i 101/16 – dr.zakon); Zakon o nacionalnim savetima nacionalnih manjina („Službeni glasnik RS”, br. 72/09, 20/14 – US, 55/14 i 47/18); Zakon o oglašavanju („Službeni glasnik RS”, broj 6/16); Zakon o obeležavanju dana žalosti na teritoriji Republike Srbije („Službeni glasnik RS”, br. 101/05 i 30/10); Zakon o privatizaciji („Službeni glasnik RS”, br. 83/14, 46/15, 112/15 i 20/16 – autentično tumačenje) i Zakon o kontroli državne pomoći („Službeni glasnik RS”, broj. 51/09).

Nadležnost institucija

Ustav Republike Srbije propisuje da Republika Srbija uređuje i obezbeđuje sistem u oblasti javnog informisanja. Vlada je odgovorna za izvršavanje zakona i drugih opštih akata Narodne skupštine. Institucije nadležne za sprovođenja zakona u oblasti javnog informisanja su: Ministarstvo kulture i informisanja; Pokrajinski sekretarijat za kulturu, javno informisanje i odnose sa verskim zajednicama; Regulatorno telo za elektronske medije; Javna medijska ustanova „Radio-televizija Srbije”; Javna medijska ustanova „Radio-televizija Vojvodine” i Registar medija.

UKUPNA IZDVAJANJA ZA MEDIJSKE NAMENE

Istraživanje PU „Lokal pres”, koje je obuhvatilo sva finansijska sredstva usmerena iz lokalnih budžeta 40 gradova i opština prema medijima u periodu od 1. januara 2016. do 1. maja 2018. godine, pokazalo je da se značajna sredstva iz lokalnih budžeta u medije usmeravaju ne samo kroz projektno sufinansiranje, već i kroz javne nabavke i direktno ugovaranje različitih poslova sa medijima.

Zakon o javnom informisanju i medijima koji je donet 2014. godine obavezao je državu da izade iz vlasništva u medijima i umesto direktnog finansiranja uvede sistem javnih konkursa gde stručne komisije odlučuju o budžetskom sufinansiranju medijskih projekata od javnog interesa.

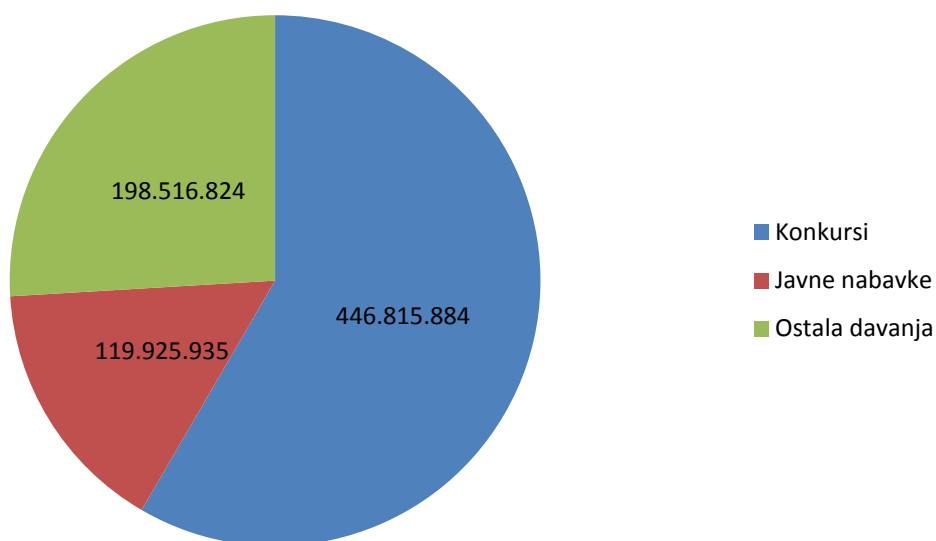
Pored konkursnog sufinansiranja, kao načini za plasiranje sredstava u medije koriste se javne nabavke i direktno ugovaranje različitih poslova sa medijima (emitovanje oglasa, čestitki, naručenih medijskih sadržaja, kreiranje naručenih medijskih sadržaja, konkursno sufinansiranje kampanja za bezbednost saobraćaja i slično).

Istraživanje PU „Lokal pres” koncipirano je tako da prati pojedinačno svaki od ova tri načina u posmatranim opštinama.

Iako je Zakon o javnom informisanju i medijima propisao da gradovi i opštine iz budžeta izdvoje deo sredstava za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja i „raspoređuju ih na osnovu sprovedenih javnih konkursa (u daljem tekstu: konkurs) i pojedinačnim davanjima, na osnovu principa o dodeli državne pomoći i zaštiti konkurencije, bez diskriminacije”, to se u praksi ne čini. Od 40 gradova i opština koje su učestvovala u istraživanju PU „Lokal pres”, čak 17% (njih 7) od stupanja Zakona na snagu pa do kraja 2018. godine nisu sprovele ni jedan konkurs za raspodelu sredstava, ali su zato izdvajale sredstva za medijske namene bilo kroz ostala davanja ili javne nabavke. Lokalne samouprave su za sva medijska davanja izdvajale između 0,03% do najviše 1,6% svojih budžeta.

Tokom posmatranog perioda 40 gradova i opština je u medije plasiralo 765.258.641 dinara. Detaljniji podaci o izdvajanju finansijskih sredstava od strane svake lokalne uprave su u prilogu istraživanja. Struktura izdvojenih sredstava u periodu januar 2016 - maj 2018. godine ukazuje da je 58% ovih sredstava bilo namenjeno sufinansiranju projekata za informisanje građana a ostatak 42% je plasirano kroz javne nabavke i ostala davanja. Međutim, moramo napomenuti da se uzorak na kojem je radjeno istraživanje zasniva na 75% malih opština koje se trude da maksimalno poštuju Zakon o javnom informisanju i medijima i da poseduju male godišnje budžete te uglavnom sredstva plasiraju kroz konkurse za sufinansiranje medijskih sadržaja. Veći gradovi prednjače u korišćenju javnih nabavki i ostalih davanja.

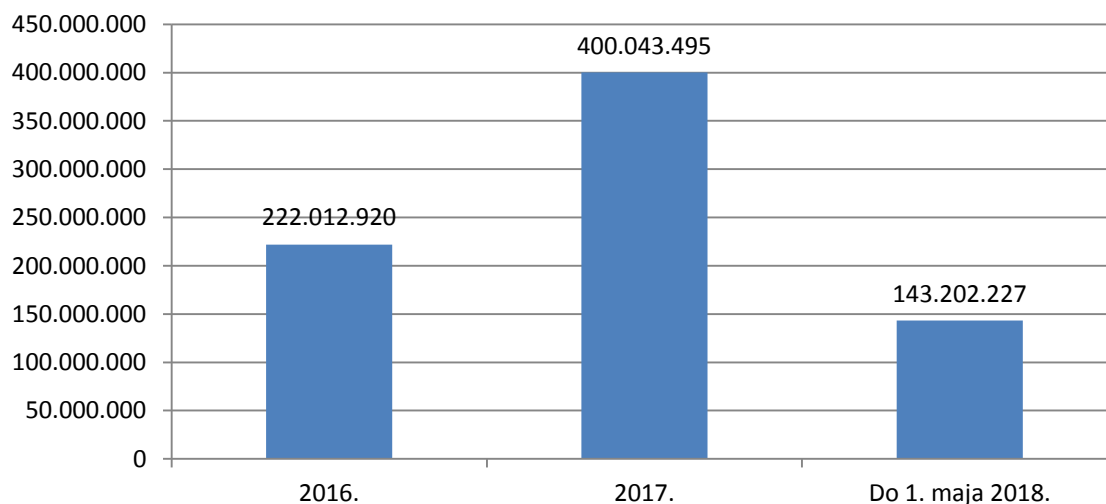
Sredstva iz budžeta usmerena ka medijima



Infografik 1: Struktura sredstva izdvojenih za medijske namene u 40 lokalnih samouprava u periodu od 1.1.2016. do 1.5.2018. godine

Ukoliko se, pak, uporedi visina izdvajanja iz lokalnih budžeta u 2016, 2017, i delom 2018. godine može se zaključiti da postoji ozbiljan rast ukupnih izdvajanja iz lokalnih budžeta za medijske namene. Ukupna izdvajanja su tako u 2017. godini porasla za čak 80 odsto u odnosu na 2016. godinu.

Visina sredstava izdvojena za medijske namene po godinama



Infografik 2: Sredstva izdvojena za medijske namene u 40 lokalnih samouprava raspoređena po godinama

Načini plasiranja sredstava za medijske namene

Ukoliko analiziramo načine na koje su lokalne uprave plasirale sredstva za medijske namene primećujemo širok spektar kombinacija koje se primenjuju i to tako da što su gradovi veći kombinatorika je složenija.

Lokalne uprave i opštine koje nisu raspisivale konkurse od stupanja na snagu Zakona o javnom informisanju i medijima pa do maja 2018. koristile su direktna ugovaranja medijskih usluga, odnosno ostala davanja kao isključivi kanal distribucije sredstava u odabrane medije. U pitanju su Batočina, Golubac, Kragujevac, Lapovo, Lučani, Ljubovija i Rača.

Isključivo kroz konkurs za sufinansiranje proizvodnje medijskih sadržaja od javnog interesa novac je u medije distribuiralo 12 opština što je tek 30 odsto od ukupnog broja lokalnih samouprava koje su učestvovala u istraživanju. U pitanju su Čičevac, Kuršumlja, Mladenovac, Novi Kneževac, Raška, Ražanj, Rekovac, Topola, Svilajnac, Niš – Pantelej, Knić i Temerin.

Mogućnost da pored konkursa za sufinansiranje koriste i direktno ugovaranje usluga iskoristilo je 11 lokalnih samouprava (27,5%). To su Blace, Despotovac, Kruševac, Knjaževac, Odžaci, Prokuplje, Varvarin, Velika Plana, Žitorađa, Prijepolje i Aleksinac.

Kombinaciju raspisivanja konkursa i javnih nabavki za različite vidove usluga (usluge prenosa sednica lokalnih skupština, usluge oglašavanja, ...) imale su 3 lokalne samouprave – Bor, Koceljeva i Mali Zvornik ili 7,5%.

Kroz sva tri oblika davanja konkurs, javne nabavke i ostala davanja mediji su tokom posmatranog perioda prihodovali u 6 lokalnih samouprava - Čačku, Krupnju, Loznici, Kraljevu, Užicu i Šapcu što čini 15% uzorka.

Od 40 anketiranih opština samo je jedna (2,5%) pored konkursa, javnih nabavki i ostalih davanja imala i pojedinačna davanja u skladu sa Pravilnikom o sufinansiranju. U pitanju je opština Trstenik.



Infografik 3: Načini na koji su anketirani gradovi i opštine plasirali novac iz lokalnog budžeta u medije u periodu od 1.1.2016. do 1.05.2018.

SREDSTVA NAMENJENA PROJEKTNOM SUFINANSIRANJU

Sredstva koja su plasirana kroz konkurse za sufinansiranje sadržaja za informisanje građana u periodu od januara 2016. do maja 2018. godine u 40 gradova i opština iznosila su ukupno 446.815.883,6 dinara. Ukoliko, kao i kod ukupnih izdvajanja, uporedimo iznose po godinama može se zaključiti da i kada je u pitanju izdvajanje novca za projektno sufinansiranje postoji trend rasta. Naime, godine 2016. za projektno sufinansiranje izdvojeno je 156.409.064,3 dinara, a u 2017. godini 180.773.951 dinara, dok je za prva četiri meseca 2018. godine izdvojeno 109.632.868 dinara.

Medjutim, iako trend rasta postoji i kod izdvajanja za projektno sufinansiranje medijskih sadržaja, on ne prati visinu rasta ukupnih izdvajanja za medijske namene. Dok su ukupna izdvajanja u 2017. godini porasla za 80% u odnosu na 2016. godinu, kada je projektno sufinansiranje medija u pitanju zabeležen je rast od svega 16%.



Infografik 4: Sredstva izdvojena za sufinansiranje medijskih projekata u lokalnim samoupravama raspoređena po godinama

Tendenciju blagog rasta kada su u pitanju sredstva izdvojena za sufinansiranje medijskih sadržaja možemo sagledati i kroz prosečno izdvajanje po lokalnoj samoupravi. Ukoliko sagledamo prosek izdvajanja u 40 lokalnih uprava po osnovu sredstava za sufinansiranje medijskih sadržaja onda računica pokazuje da je u jednoj lokalnoj upravi u 2016. godini izdvojeno 3,9 miliona dinara, u 2017. godini 4,5 miliona dinara, a u prva četiri meseca 2018. godine 2,7 miliona dinara.

Najviše novca tokom posmatranog perioda za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja izdvojili su Šabac (86.690.000 dinara), Raška (44.767.839,33 dinara), Kraljevo (42.750.000 dinara), Kruševac (39.842.700 dinara), Užice (23.490.000 dinara), Trstenik

(22.757.791 dinara), Odžaci (21.900.000 dinara), Čačak (17.941.150 dinara), Aleksinac (13.000.000 dinara) i Prokuplje (9.100.000 dinara).

Najmanje novca za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja u posmatranom periodu izdvojili su: Knić (200.000 dinara), Ražanj (600.000 dinara) i Mali Zvornik (1.600.000 dinara).

Prosečna visina izdvajanja za medijske namene u lokalnim upravama

Da bi utvrdili procenat budžeta koji lokalne samouprave izdvajaju za projektno sufinansiranje u istraživanju su upotrebljeni podaci iz 2017. godine, kao referentne godine.

Kako je u 2017. godini zabeležen ozbiljan rast ukupnih sredstava za sve medijske namene ova godina je posebno analizirana. Tokom 2017. godine suma ukupnih budžeta svih 40 gradova i opština koje su učestvovala u istraživanju iznosila je 51.433.947.328 dinara. U priloženoj tabeli *Infografik 5: Procenat izdvajanja iz lokalnih budžeta u 2017. godini* se mogu sagledati pojedinačni procenti izdvajanja kod svake od 40 lokalnih uprava tokom 2017. godine. Prosečna vrednost izdvajanja u procentima po lokalnoj upravi u ovom istraživanju iznosila je 0,54% kada su u pitanju ukupna izdvajanja za medijske namene. Kada je u pitanju izdvajanje za konkursno sufinansiranje medijskih sadržaja procenat je manji i iznosi 0,42%.

Međutim, kako se uzorak istraživanja zasniva na velikom broju malih opština koje sa svojim malim budžetima mogu da zamagle stvarno stanje, posebno su upoređene vrednosti sredstava za medijske namene i ukupnih budžeta u većim gradovima i opštinama, odnosno onim sredinama koje imaju preko 30.000 stanovnika. Ovaj posebni poduzorak koji broji 9 gradova i opština pokazuje potpuno drugačije odnose u izdvajanjima. Njihova ukupna izdvajanja za medijske namene su gotovo dvostruko veća u odnosu na prosečan iznos u istraživanju i iznose u proseku 0,97 odsto, odnosno svega 0,44 odsto novca raspodeljeno je kroz projektno sufinansiranje medijskih sadržaja od javnog interesa.

Interesantno je na osnovu dobijenih podataka sagledati prosečan procenat izdvajanja malih i velikih lokalnih sredina. Očigledno je da se u većim gradovima ukupno izdvaja za medijske namene gotovo duplo više nego u malim, (0,97% u velikim, 0,54% u malim) ali zato prosečan procenat izdvajanja po osnovu projektnog sufinansiranja (0,44% u velikim, 0,42% u malim) je gotovo identičan.

r.br.	Naziv lokalne uprave	Iznos budžeta za 2017.	Ukupna izdvajanja za medijske namene	Izdvajanja za projektno sufinansiranje	Procenat ukupnih izdvajanja za medijske namene	Procenat izdvajanja za projektno sufinansiranje
1	Batočina	501.736.853	391.861	0	0,08%	0,00%
2	Blace	348.772.533	1.708.228	1.170.000	0,49%	0,34%
3	Bor	2.232.737.109	19.145.986	800.000	0,86%	0,04%

4	Čačak	3.908.000.000	18.492.000	10.985.000	0,47%	0,28%
5	Ćićevac	365.520.900	1.054.500	1.054.500	0,29%	0,29%
6	Golubac	394.248.485	237.298	0	0,06%	0,00%
7	Despotovac	713.732.759	3.513.852	730.000	0,49%	0,10%
8	Knić	541.517.193	200.000	200.000	0,04%	0,04%
9	Kragujevac	7.800.000.000	125.442.198	0	1,61%	0,00%
10	Kruševac	3.522.129.000	15.854.000	15.650.000	0,45%	0,44%
11	Krupanj	451.415.000	3.178.929	1.350.000	0,70%	0,30%
12	Kuršumlija	796.819.000	1.850.000	1.850.000	0,23%	0,23%
13	Koceljeva	382.561.000	1.219.743	1.000.000	0,32%	0,26%
14	Knjaževac	855.468.275	11.400.000	11.400.000	1,33%	1,33%
15	Lapovo	206.712.222	0	0	0,00%	0,00%
16	Loznica	2.039.050.650	27.114.980	3.700.000	1,33%	0,18%
17	Lučani	690.528.609	3.734.260	0	0,54%	0,00%
18	Ljubovija	581.887.514	208.200	0	0,04%	0,00%
19	Mali Zvornik	615.302.000	4.193.860	1.200.000	0,68%	0,20%
20	Mladenovac	574.474.000	2.000.000	2.000.000	0,35%	0,35%
21	Novi Kneževac	537.936.102	1.100.000	1.100.000	0,20%	0,20%
22	Odžaci	1.091.068.684	7.650.000	7.300.000	0,70%	0,67%
23	Prokuplje	1.697.340.548	4.800.000	3.300.000	0,28%	0,19%
24	Rača	558.610.689	860.195	0	0,15%	0,00%
25	Raška	1.251.179.026	18.820.202	18.820.202	1,50%	1,50%
26	Ražanj	295.807.000	300.000	300.000	0,10%	0,10%
27	Rekovac	399.390.000	2.066.272	2.066.272	0,52%	0,52%
28	Topola	602.774.434	1.330.000	1.330.000	0,22%	0,22%
29	Trstenik	1.160.723.875	12.418.877	10.063.977	1,07%	0,87%
30	Varvarin	493.100.000	1.691.016	1.442.000	0,34%	0,29%
31	Velika Plana	1.089.875.000	2.500.000	2.500.000	0,23%	0,23%
32	Žitorada	491.973.772	1.072.000	1.072.000	0,22%	0,22%
33	Svilajnac	873.345.000	3.000.000	3.000.000	0,34%	0,34%

34	Prijepolje	1.160.877.898	6.000.000	5.000.000	0,52%	0,43%
35	Aleksinac	1.333.806.417	5.009.000	5.000.000	0,38%	0,37%
36	Užice	2.968.572.000	14.537.316	8.000.000	0,49%	0,27%
37	Kraljevo	3.017.386.907	18.887.560	14.250.000	0,63%	0,47%
38	Niš - Pantelej	107.587.873	1.390.000	1.390.000	1,29%	1,29%
39	Šabac	3.990.557.000	53.921.162	40.000.000	1,35%	1,00%
40	Temerin	789.422.000	1.750.000	1.750.000	0,22%	0,22%
	Ukupno	51.433.947.328	400.043.495	180.773.951	/	/
	Prosečno	1.285.848.683	10.001.087	4.519.349	0,54%	0,42%

Infografik 5: Procenat izdvajanja iz lokalnih budžeta u 2017. godini

Procentualno najviše novca za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja u odnosu na ukupan budžet izdvojila je Opština Raška – 1,5 odsto ukupnog budžeta za 2017. godinu. Na drugom mestu je Knjaževac sa 1,3 odsto, zatim slede Gradska Opština Pantelej (Niš) sa 1,2 procenta, Šabac (1%) i Trstenik sa 0,8 odsto ukupnog budžeta.

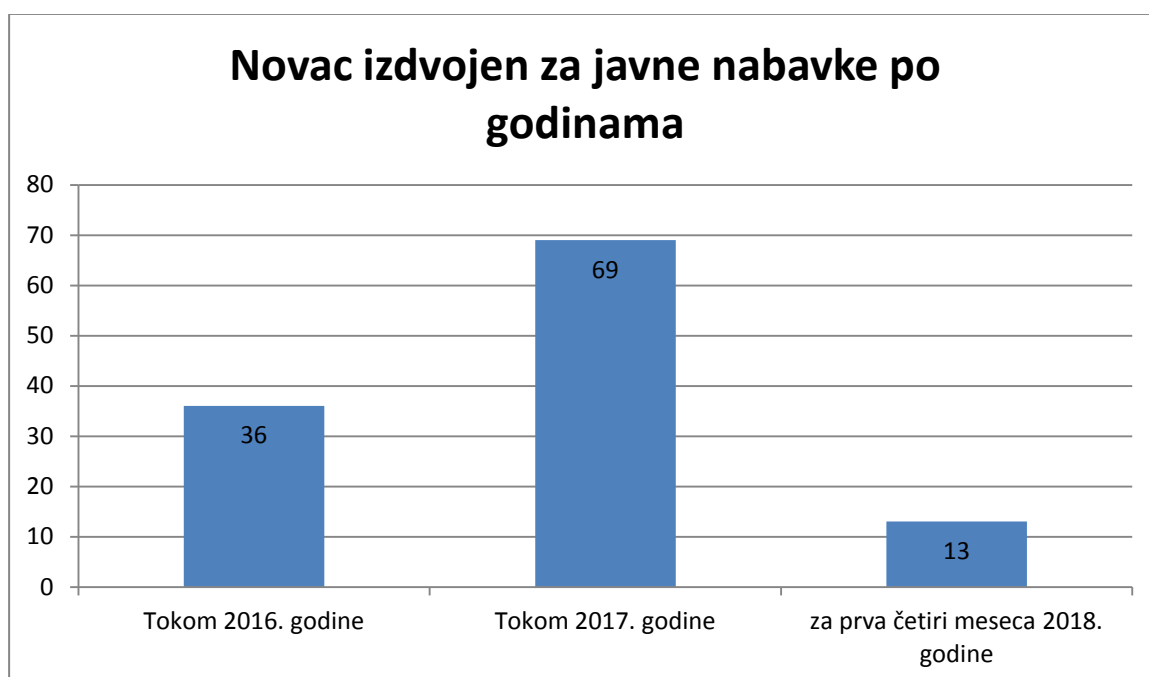
Ako se izuzmu gradovi i opštine koji nisu raspisali konkurs (Kragujevac, Batočina, Golubac, Lapovo, Lučani, Ljubovija i Rača), najmanje novca za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja u odnosu na ukupan budžet 2017. godine, izdvojili su Grad Bor i Opština Knić 0,03 odsto.

IZDVAJANJA ZA JAVNE NABAVKE

Tokom posmatranog perioda kroz javne nabavke za različite usluge iz opštinskih budžeta izdvojeno je ukupno 119.925.934,7 dinara. Javne nabavke raspisalo je 10, od ukupno 40 gradova i opština (25%). U pitanju su Bor, Loznica, Mali Zvornik, Užice, Kraljevo, Trstenik, Čačak, Krupanj, Koceljeva i Šabac.

Upoređivanjem iznosa po godinama može se zaključiti da kada su u pitanju javne nabavke postoji trend ozbiljnog rasta. Tokom 2016. godine za javne nabavke je u posmatranim opštinama utrošeno 36 miliona dinara, godine 2017. godine 69 miliona dinara, a za prva četiri meseca 2018. godine ukupno 13 miliona dinara.

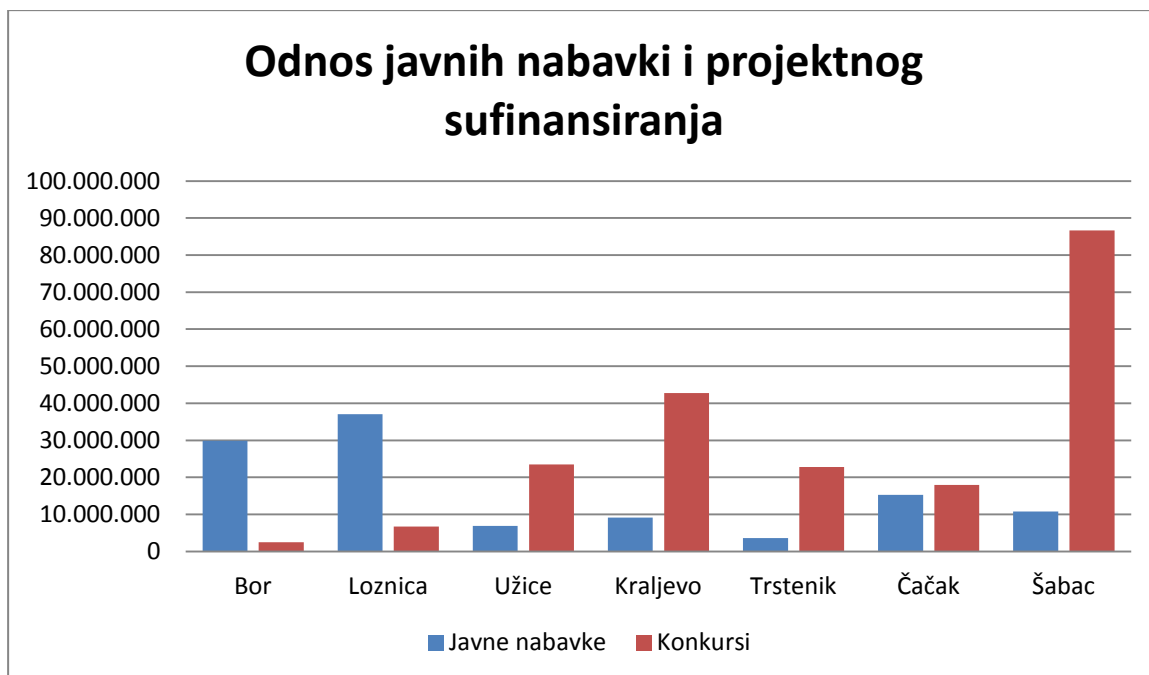
Iz priloženih podataka se vidi da je iznos novca utrošenog za javne nabavke na medijskom tržištu 2017. godine bio za 91% veći od iznosa utrošenog u 2016. godini.



Infografik 6: Sredstva izdvojena iz lokalnog budžeta koja su medijima plasirana kroz javne nabavke po godinama

Odnos javnih nabavki i projektnog sufinansiranja

Primeri opština i gradova koji su više novca u medije plasirali kroz javne nabavke, nego kroz projektno sufinansiranje su Loznica, Bor i Mali Zvornik. Loznica je kroz javne nabavke u medije plasirala 5,5 puta više novca nego kroz konkurs (37.070.692 dinara kroz javne nabavke, 6.700.000 dinara kroz konkurs). Bor je kroz javne nabavke dao 12 puta više nego kroz konkurs (29.836.685,28 dinara kroz javne nabavke, 2.481.169 dinara kroz konkurs), a Mali Zvornik tri puta više (4.790.188 dinara kroz javne nabavke, 1.600.000 dinara kroz konkurs). Najdrastičniji primer je Grad Bor koji je tokom 2017. godine kroz javne nabavke medijima usmerio 23 puta više novca nego kroz projektno sufinansiranje.



Infografik 7: Uporedni pregled iznosa utrošenih za javne nabavke i projektno sufinansiranje u 7 gradova i opština u periodu od januara 2016. do maja 2018.

Putem javnih nabavki tokom posmatranog perioda finansijska sredstva u medije su plasirali i Čačak (15.247.000 dinara), Kraljevo (9.115.800 dinara), Užice (6.912.000 dinara), Trstenik (3.561.039 dinara), Krupanj (2.745.200 dinara) i Koceljeva (659.229 dinara).

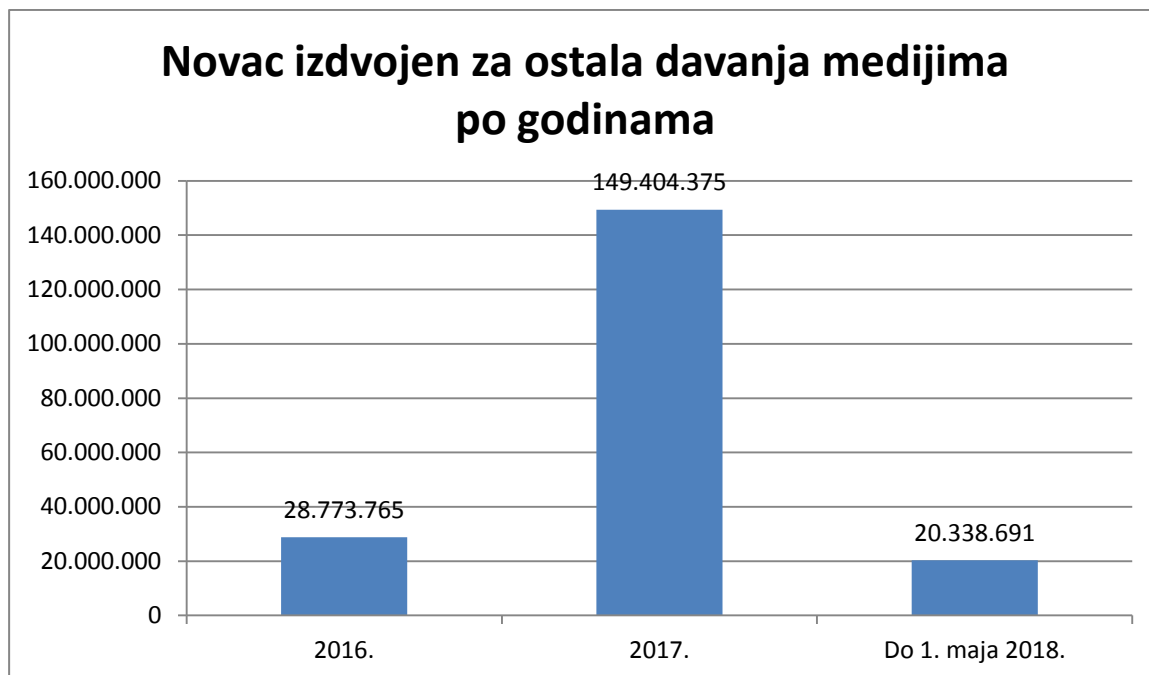
Kroz javne nabavke najčešće su finansirane usluge prenosa sednica lokalnih skupština. Međutim, finansirane su i proizvodnje medijskih sadržaja o radu lokalne samouprave, što nije u potpunosti u skladu sa Zakonom o javnom informisanju i medijima.

Ovaj vid javnih nabavki za proizvodnju medijskih sadržaja raspisivali su Loznica (od 37 miliona dinara za javne nabavke, 28 miliona je za javne nabavke za usluge informisanja), Šabac (od 10,7 miliona dinara za javne nabavke 4,3 je izdvojeno za izradu emisije) i Mali Zvornik (za javne nabavke usluge informisanja javnosti izdvojeno je 4,7 miliona). Karakteristično za ove tri lokalne samouprave je da je u proseku 71% sredstava od medijskih javnih nabavki potrošeno na finansiranje usluge informisanja (proizvodnju medijskih sadržaja o radu lokalne samouprave).

OSTALA DAVANJA ZA MEDIJSKE NAMENE

Kao ostala davanja u istraživanju su klasifikovani različiti poslovni ugovori koje sa medijima imaju lokalne samouprave. Istraživanje je pokazalo da gradovi i opštine značajna sredstva u medije plasiraju kroz direktno ugovaranje, plaćanja oglasa, čestitiki, ali i ugovaranje naručenih sadržaja (promotivnih filmova, intervjue sa predsednicima opština, ...).

Tokom posmatranog perioda kroz ostala davanja medijima je plasirano ukupno 198.516.823,6 dinara. Rast ostalih davanja uočen je u 2017. godini kada je na ovaj način medijima plasirano 5 puta više sredstava u odnosu na 2016. godinu.



Infografik 8: Uporedna analiza izdvajanja sredstava za ostala davanja medijima u lokalnim samoupravama po godinama

Različite poslovne ugovore sa medijima imalo je tokom 2016., 2017. i 2018. godine 25 od ukupno 40 opština koje su učestvovala u istraživanju, što čini 62,5 odsto posmatranih lokalnih opština. Najčešće su u pitanju bile usluge oglašavanja i PR ugovori, odnosno ugovori vezani za usluge informisanja.

Gradovi i opštine koji nisu u posmatranom periodu raspisivali konkurse za sufinansiranje medijskih sadržaja isključivo su na ovaj način plasirali novac u medije.

Najviše sredstava kroz ostala davanja utrošio je Grad Kragujevac. U posmatranom periodu Kragujevac je iz lokalnog budžeta utrošio 141.384.942,29 dinara. Sav novac utrošen je na Radio televiziju Kragujevac. Kragujevac je i značajno doprineo skoku izdvajanja kroz ostala davanja u 2017. godini sa utrošenih 125.442.198,29 dinara za finansiranje rashoda ove televizije.

Po iznosima novca koji su plasirani kroz ostala davanja slede Šabac sa 12.801.115 dinara, Lučani (8.109.860 dinara), Kraljevo (7.471.057 dinara), Užice (5.904.461 dinara), Trstenik

(3.234.161 dinara), Prokuplje (3.000.000 dinara), Prijepolje (2.800.000 dinara), Krupanj (1.893.419 dinara) i Rača (1.758.815 dinara).

Kada su u pitanju pojedinačna davanja propisana Zakonom o javnom informisanju i medijima i Pravilnikom o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja u posmatranom periodu samo je jedna od ukupno 40 opština primenila ovaj vid finansiranja medija. U pitanju je Opština Trstenik, koja je tokom 2017. godine imala 4 pojedinačna davanja ukupne visine 400.000 dinara i ona su bila namenjena Radio televiziji Trstenik.

Pojedinačno davanje podrazumeva proceduru dodele sredstava na osnovu odluke rukovodioca organa nadležnog za poslove javnog informisanja na republičkom, pokrajinskom, odnosno lokalnom nivou (u daljem tekstu: rukovodilac organa), bez sprovedenog javnog konkursa. Sredstva dodeljena putem pojedinačnog davanja odobravaju se u skladu sa pravilima o dodeli državne pomoći i za ovaj vid davanja može se opredeliti najviše 5% sredstava, od ukupno opredeljenih sredstava za ostvarivanje javnog interesa putem javnog konkursa.

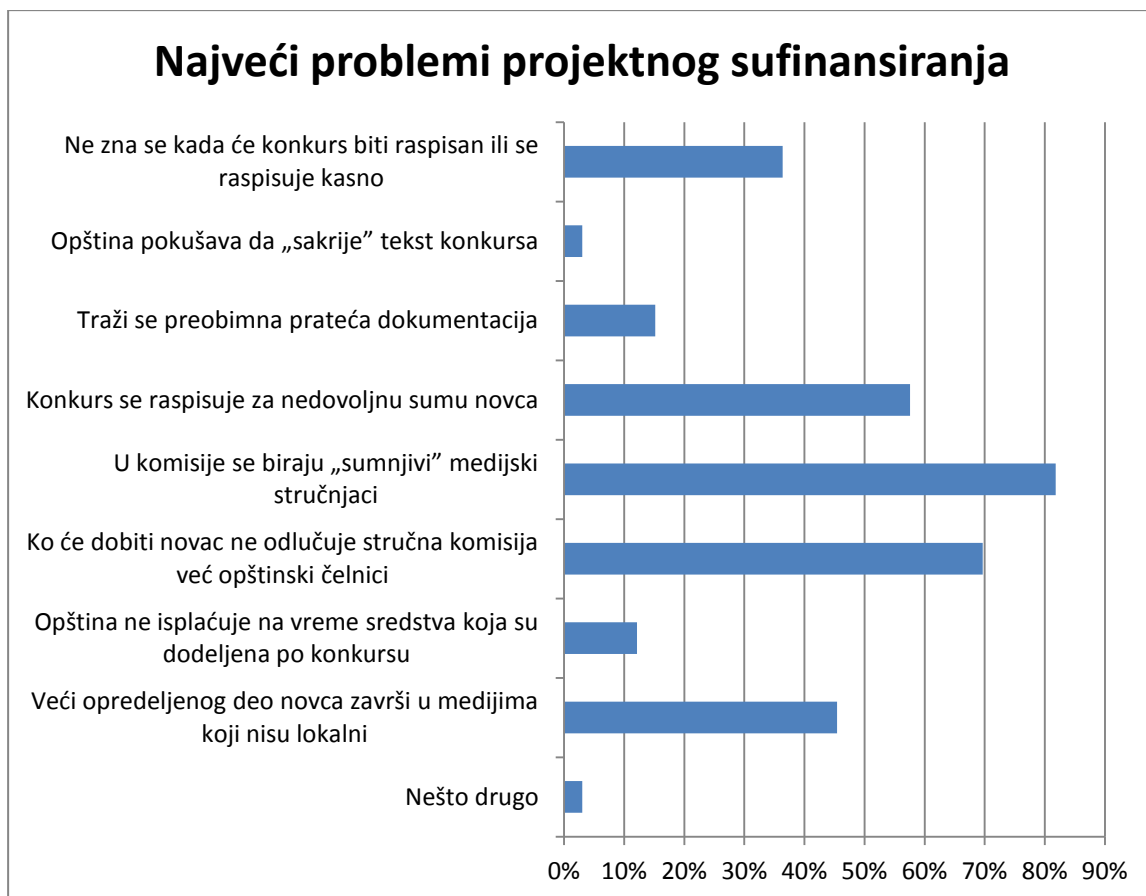
PROBLEMI PROJEKTOG SUFINANSIRANJA MEDIJA NA LOKALU

Kao najveći problem projektnog sufinansiranja, novinari, urednici i menadžeri u medijima vide izbor medijskih stručnjaka. Zatim sledi visok uticaj organa lokalnih samouprava u raspodeljivanju sredstava, izboru medija koji će informisati o temama od javnog interesa, nizak procenat opredeljenih sredstava iz budžeta za medijske namene. Problem lokalnih medija je i to što, po njihovom mišljenju, veći deo novca iz lokalnih budžeta završava u medijima koji nisu lokalni.

Za opštinske službenike koji rade na realizaciji konkursa za projektno sufinansiranje najveći problemi su nedostatak pravne logističke podrške prilikom raspisivanja i sprovođenja konkursa, posebno nedostatak informacije kada će konkurs biti raspisan. Problem je i to što rade više različitih poslova u okviru svog radnog mesta, te nemaju vremena da se upoznaju sa konkursnim procedurama u dovoljnoj meri.

Iako lokalna udruženja građana imaju značajnu ulogu u sprovođenju Zakona o javnom informisanju i medijima na lokalnu, istraživanje je pokazalo da ona nisu u velikoj meri zainteresovana da se u ovaj posao uključe. U većini slučajeva razlog za to je nedovoljna informisanost o odredbama Zakona o javnom informisanju i medijima. Oni koji su upućeni kao najveći problem projektnog sufinansiranja navode nedovoljni stepen saradnje sa lokalnom samoupravom.

Anketirani novinari, urednici i menadžeri lokalnih medija su imali mogućnost da identifikuju do 5 najvećih problema projektnog sufinansiranja na lokalnu. Da se u komisije se biraju „sumnjivi” medijski stručnjaci smatra preko 80 odsto anketiranih. Gotovo dve trećine slaže se sa tvrdnjom da ko će dobiti novac ne odlučuje stručna komisija već opštinski čelnici. Više od polovine mišljenja je da se konkurs raspisuje za nedovoljnu sumu novca, a gotovo polovina da veći deo opredeljenog novca završi u medijima koji nisu lokalni. Vreme raspisivanja konkursa takođe je jedan od uočenih problema.

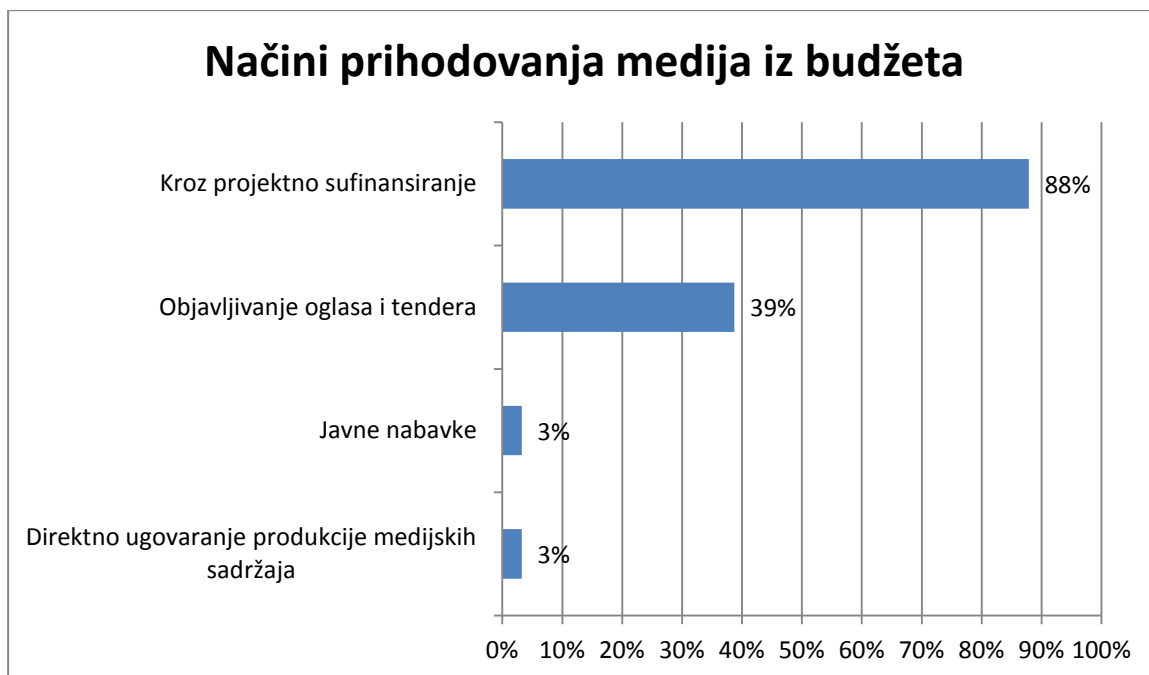


Infografik 9: Identifikovani problemi projektnog sufinansiranja medija na lokalnu u decembru 2018. Od strane urednika, novinara i menadžera

Istraživanje je pokazalo da postoji veća transparentnost raspisivanja konkursa nego prethodnih godina. Tek tri odsto ispitanika uočilo je problem „sakrivenih“ konkursa.

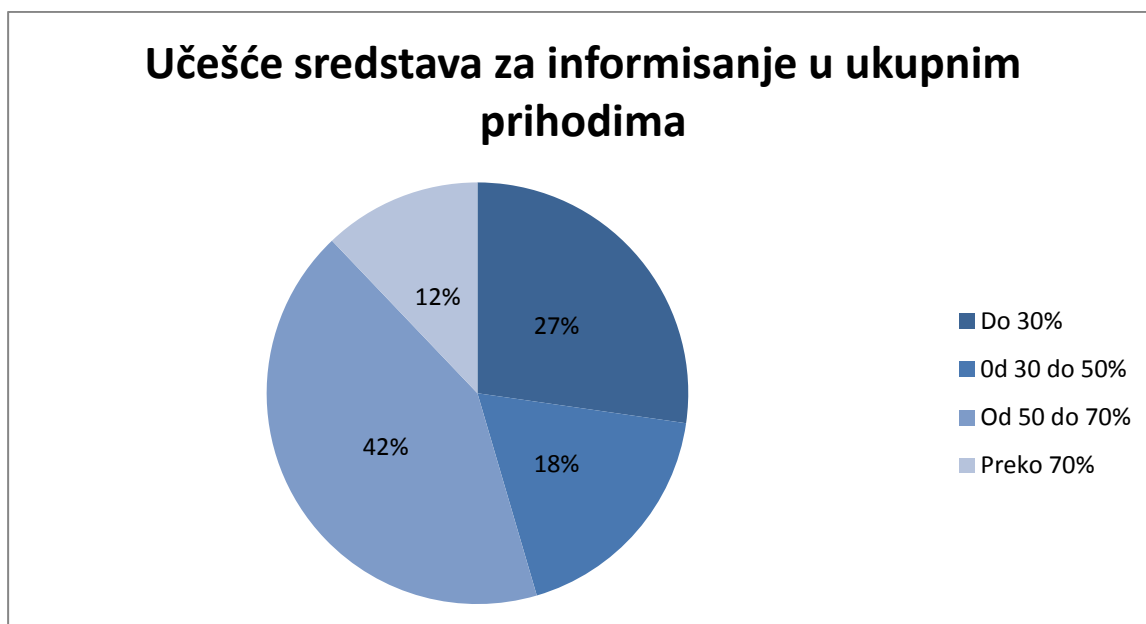
Struktura prihoda medija

Uprkos svim identifikovanim problemima projektnog sufinansiranja, istraživanjem smo nameravali i da saznamo na koje načine budžetska sredstva stižu u anketirane medije. Budžetska sredstva su, tako, tokom 2017. i 2018. godine, u članice PU „Lokal pres“ pristizala po više osnova. Dva preovlađujuća načina su kroz projektno sufinansiranje i komercijalno objavljivanje oglasa. Javne nabavke i direktno ugovaranje su daleko manje zastupljeni. Ovakva struktura prihoda, moramo upozoriti, je karakteristična za članice PU „Lokal pres“ koje nisu u prilici da koriste javne nabavke ili ostala davanja. Kod drugih medija (primer televizije Bor, Lotel) struktura je potpuno drugačija.



Infografik 10: Osnove po kojima su članice PU „Lokal pres” prihodovale iz budžeta u 2017. godini

Ukoliko se sagleda učešće sredstava za informisanje građana koje je dominantan način priliva budžetskih sredstava kod članica PU „Lokal pres”, u njihovim ukupnim prihodima situacija je vrlo nepovoljna. Više od polovine anketiranih medija u velikoj meri zavisi od javnog novca. Naime, prihodi koje ostvaruju na konkursima ministarstva i lokalnih samouprava čine više od polovine ukupno ostvarenih prihoda medija kod čak 54% ispitanika. Tačnije, u 42,42% medija sredstva dobijena na konkursima za projektno sufinansiranje čine između 50 i 70% ukupnih prihoda, dok u 12,12% lokalnih medija ova sredstva čine preko 70 odsto ukupnih prihoda.



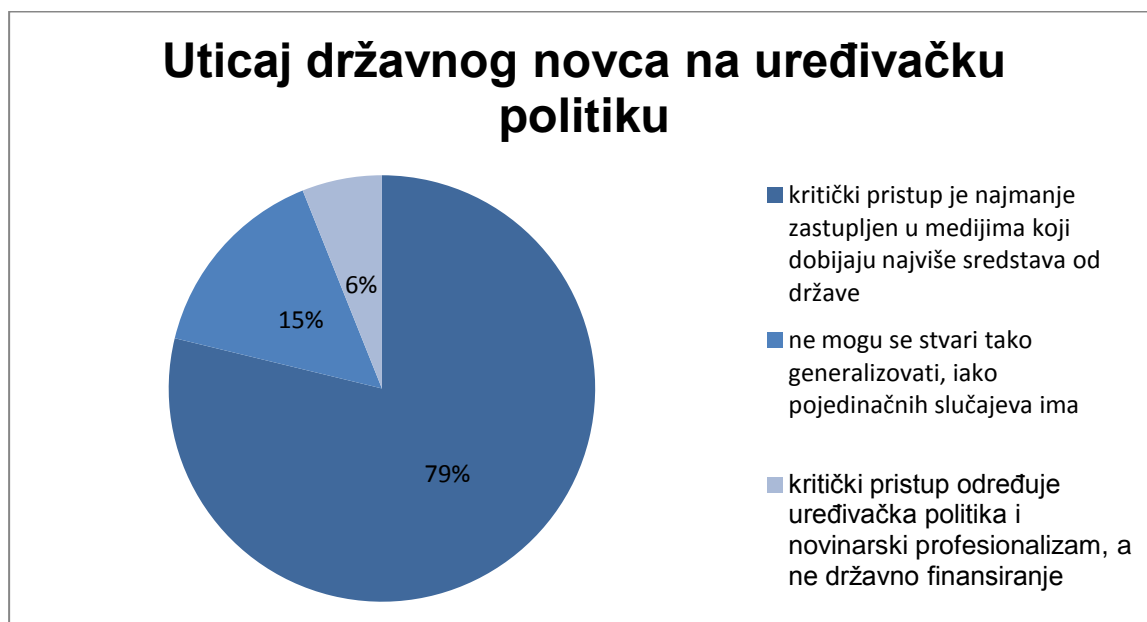
Infografik 11: Sredstva za informisanje građana (dobijena od ministarstava i lokalnih uprava) u ukupnim prihodima članica PU „Lokal pres”

Nešto manje od trećine ispitanika (27,27%) odgovorilo je da sredstva dobijena putem konkursa za sufinsiranje medijskih sadržaja čine 30 odsto njihovih prohoda uz napomenu da je tako nizak procenat uslovljen znatno nižim sredstvima koja su im za projekte odobrena tokom 2017. godine.

Uticao državni novac na uređivačku politiku

Posebno interesantan rezultat je usledio na odgovore koje su ispitanici dali po pitanju uslovljenosti izveštavanja i finansijskih sredstava.

Više od dve trećine ispitanika uvereno je da postoji direktna veza između obima finansijskih sredstava koja državna ministarstva ili lokalna samouprava plasiraju u neki medij (preko projektnog sufinsiranja, reklama, pomoći, posebnih ugovora, itd) i kritičkog pristupa u izveštavanju o tim ministarstvima i vlasti u datom mediju.



Infografik 12: Veza između novca koji država/lokalna uprava plasira u medije i kritičkog pristupa u izveštavanju

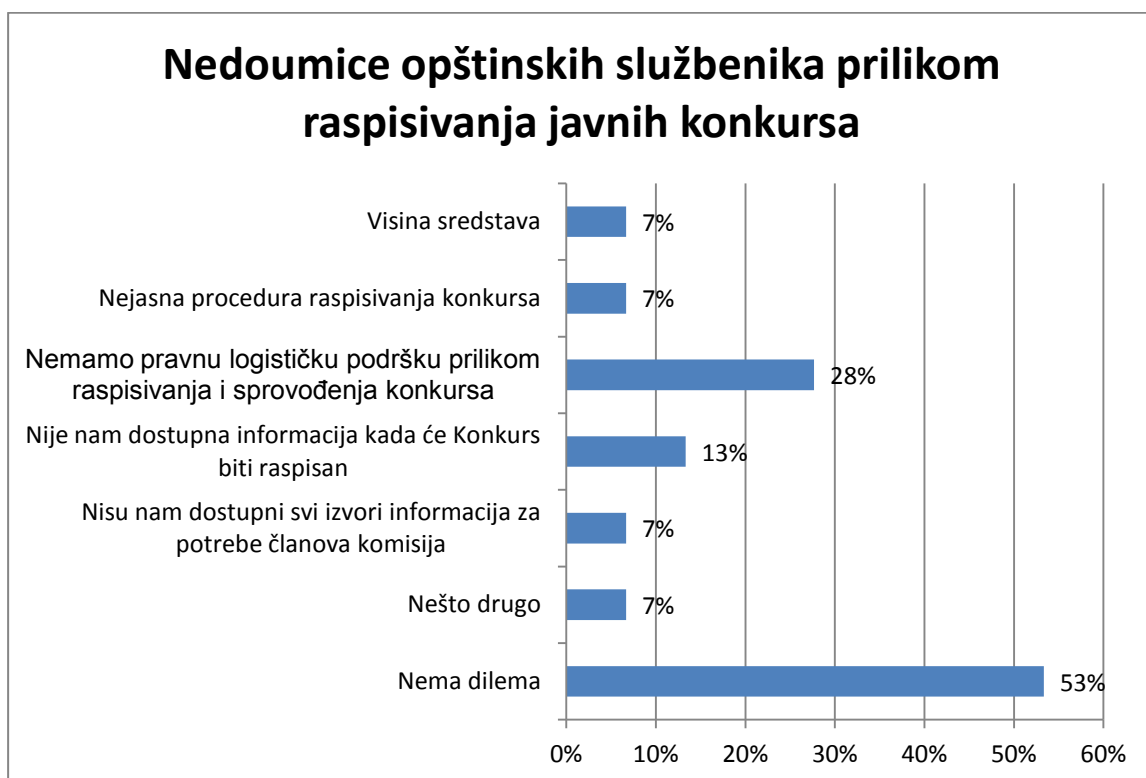
NEPOZNANICE, NEDOUMICE I PRITISCI U REALIZACIJI KONKURSA

Da problema ima u realizaciji lokalnih konkursa za sufinansiranje medijskih sadržaja pokazuju i rezultati koji su proistekli iz odgovora neposrednih realizatora, zaposlenih u lokalnim samoupravama koji su zaduženi za sprovođenje konkursa u 16 lokalnih samouprava. Kao najveće probleme, oni navode nekompletnu dokumentaciju koja se dostavlja na konkurse, nepostojanje evaluacije odobrenih projekata, nedostatak sopstvenih znanja i iskustva za implementaciju Zakona o javnom informisanju i medijima, kao i nedostatak pravne pomoći od strane institucija u kojima rade.

Nabrojane probleme identifikovalo je čak dve trećine ispitanika.

Zanimljivo je da ni jedan od anketiranih opštinskih službenika nije kao problem prilikom realizacije konkursa uočio neadekvatno odabrane članove komisija, odnosno izneo primedbu da članovi komisija nemaju dovoljno znanja i iskustva ili ne poznaju procedure iako je i ovaj odgovor bio ponuđen u anketnom listiću.

Pored problema prilikom sprovođenja konkursa službenici lokalnih samouprava identifikovali su i neke nedoumice, koje ih muče prilikom samog raspisivanja konkursa.



Infografik 13: Nedoumice zaposlenih u lokalnim upravama prilikom raspisivanja Konkursa za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja od javnog interesa

Uočava se da je zajednički problem učesnika konkursa i službenika koji procedure sprovode nedostatak informacije kada će konkurs biti raspisan. Sa druge strane, mediji kao problem

vide nepotrebnu obimnost prateće dokumentacije, dok je službenicima koji realizuju konkurs kompletiranje svih dokumenata podnosilaca projekata upravo to najveći problem.

Većina anketiranih službenika lokalnih samouprava tokom sprovođenja procedura konkursnog sufinansiranja medijskih sadržaja od javnog interesa trpi pritiske sa različitih strana. Čak 53 odsto učesnika istraživanja i su se izjasnili da osećaju različite vidove pritiska.

Na prvom mestu kao izvor pritiska vide medijske kuće, na drugom udruženja koja rade monitoring projektnog sufinansiranja medija na lokalnu, dok su njihovi nadležni rukovodioci na trećem mestu.

Na trećinu ispitanika (33,33 odsto) u proteklom periodu pritisak su vršili zaposleni u medijima. Po njihovim rečima, oni su to činili „kroz postavljanje pitanja na koje nismo nadležni da odgovorimo ili su neposrednom kontaktu ometali naš rad”. U anketi se navodi da „pritisak vrše neposredno mnogobrojne medijske kuće koje žele deo sredstava, žale se na komplikovanu proceduru i visinu sredstava, smatraju da su oštećeni ukoliko zbog nekvalitetnog projekta ne dobiju sredstva”. Pritiska ih i to što „zaposleni u medijima, medijskim, novinarskim udruženjima i organizacijama mnogo puta u toku godine traže da im se dostavi dokumentaciju o sprovođenju Konkursa, izboru komisije (kopiranje, elektronskim putem)”.

Iako priznaju da su im udruženja od velike pomoći, ispitanici, i monitoring projektnog sufinansiranja od strane udruženja doživljavaju kao dodatno opterećenje tokom njihovog rada (26,67% ispitanika).

Nadležni rukovodioci su navedeni kao izvor pritiska jer ne pružaju dovoljno informacija o vremenu i ostalim elementima raspisivanja konkursa svojim podređenim službenicima.

Nametanje imena osoba koje bi trebalo da čine komisije kao vid pritiska uočava 13,33 procenata ispitanika.

Vidovi pomoći za efikasnije sprovođenje procedura

Čak 86,87 odsto anketiranih činovnika opštinskih uprava smatra da im je neophodan neki vid pomoći koji bi doprineo kvalitetnijem obavljanju njihovog posla prilikom raspisivanja i realizacije konkursa.

Pored potrebe da se ustanovi interna procedura koja bi im direktno obezbedila programsku i finansijsku procenu realizovanih projekata pri izveštavanju kao preko potrebnu, uočavaju i savetodavnu podršku medijskih i novinarskih udruženja, kao i saradnju sa lokalnim udruženjima građana.

Iako su medijska udruženja prepoznali kao izvor pritiska, interesantno je, da svaki treći anketirani smatra neophodnim vidom pomoći uspostavljanje bolje komunikacije sa novinarskim i medijskim udruženjima.

Vidovi pomoći koji bi doprineli da zaposleni u lokalnim samoupravama kvalitetnije sprovedu procedure konkursnog finansiranja:

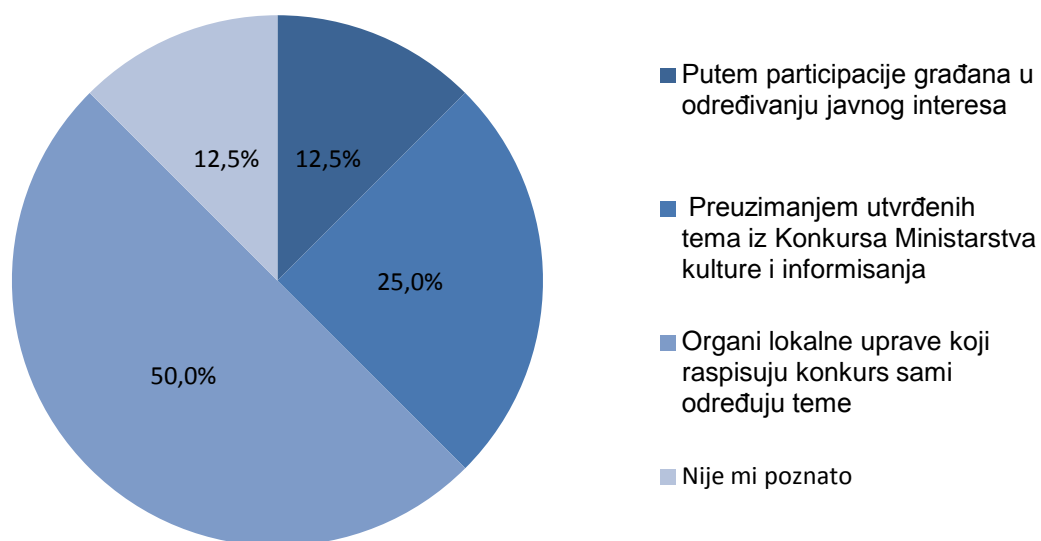
Postojanje interne procedure koja bi obezbedila da pored programske ocene realizovanih programa posedujemo i ocenu finansijskog utroška i redovnosti u izveštavanju	60%
Postojanje programske evaluacije do sada realizovanih projekata od strane trećih lica (građani, OCD)	33,33%
Uspostavljanje još bolje komunikacije sa relevantnim medijskim i novinarskim udruženjima	33,33%
Bolja organizacija u lokalnoj upravi koja bi obezbedila više pravnih saveta pri raspisivanju konkursa	26,66%
Uspostavljenja komunikaciona veza samoregulativnim i regulativnim telima (REM, Savet za štampu ...)	20%
Nema potrebe za bilo kakvom vrstom pomoći	13,13%
Obezbedeđenje tehničkih uslova da članovi komisije steknu uvid u dostupnost medija građanima na toj teritoriji (primerci štampe, note book)	6,66%
Transparentniji odabir i rad komisija za dodelu sredstava.(objavljene biografije svih pristiglih kandidata)	6,66%

Infografik 14: Odgovori predstavnika lokalnih samouprava na pitanje koja vrsta pomoći bi doprinela kvalitetnijem obavljanju njihovog posla

Definisanje javnog interesa na lokalnu

Namera istraživanja bila je i da se utvrdi na koji način gradovi i opštine utvrđuju teme od javnog interesa. U polovini anketiranih opština i gradova organi lokalne samouprave koji raspisuju konkurs sami određuju i teme od javnog interesa. Kod četvrtine (25%) se one definišu preuzimanjem utvrđenih tema iz Konkursa Ministarstva kulture i informisanja, dok u samo 12,5 odsto opština teme od javnog interesa utvrđuju se putem participacije građana. To se čini putem anketiranja građana, održavanjem okruglih stolova i putem društvenih mreža. Pored toga, jedan ispitanik je odgovorio da se „teme se definišu u skladu sa aktuelnim dešavanjima u predmetnom periodu”, a jedan da se to radi „na osnovu uobičajenih medijskih konkursa drugih gradova i opština i iskustava uprave iz prethodnih godina”.

Definisanje javnog interesa na lokalnu



Infografik 15: Način na koji lokalne samouprave definišu teme od javnog interesa

Na pitanje „kako se u vašoj lokalnoj upravi definišu teme od javnog interesa” 12,5 procenata anketiranih je odgovorilo da im nisu poznati načini na koji se to radi.

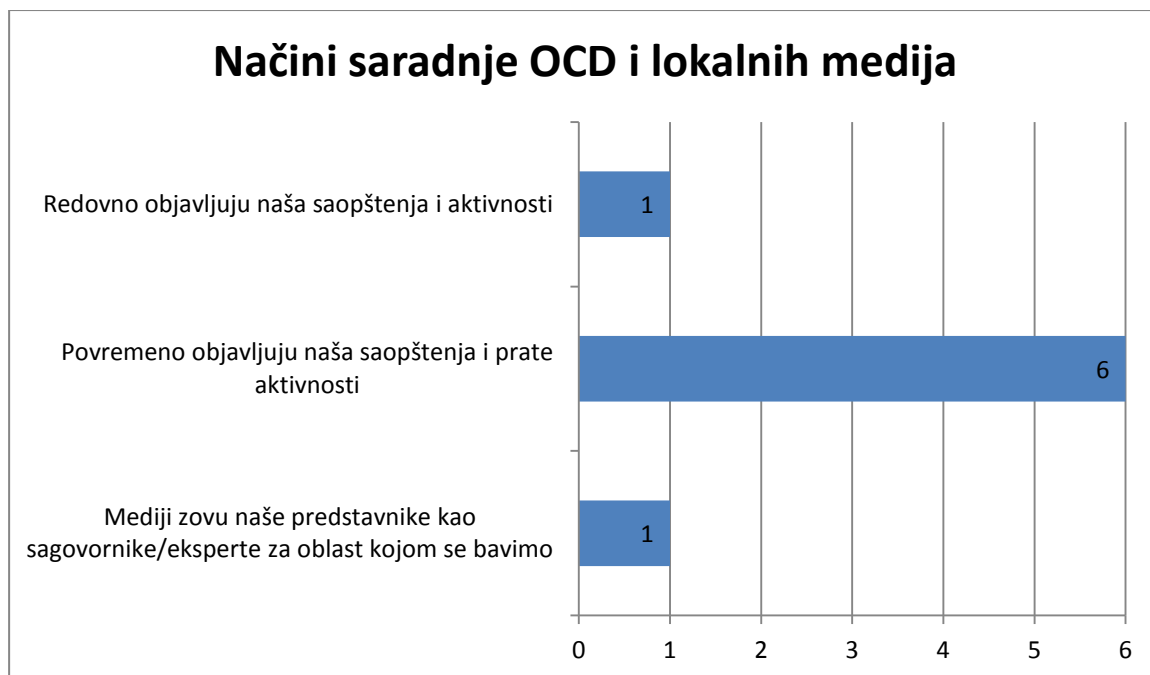
UČEŠĆE OCD U PRIMENI ZAKONA O JAVNOM INFORMISANJU I MEDIJIMA NA LOKALU

Učešće lokalnih organizacija civilnog društva od velikog je značaja za primenu Zakona o javnom informisanju i medijima na lokalnu. Ta moguća uloga ogleda se u određivanju i definisanju javnog interesa građana u malim sredinama, u prepoznavanju mogućnosti za zajedničko delovanje u saradnji sa medijima i lokalnim upravama u cilju što boljeg informisanja građana u okviru Zakona o informisanju i medijima, kao i kroz kontrolnu ulogu lokalnih OCD – na poziciji watch dogova u toku odabira i realizacije projekata koji se finansiraju iz sredstava za informisanje građana.

Istraživanje je pokazalo da udruženja građana tu svoju ulogu ne prepoznaju u dovoljnoj meri, što se ogleda kako u malom odzivu za učešće u istraživanju (7 od 20 organizacija odgovorilo je na upitnik), tako i u oceni onih koji su učestvovali u anketi da saradnja sa lokalnim samoupravama i lokalnim medijima nije zadovoljavajuća.

Ocenjujući od 1 do 5 saradnju sa medijskim kućama na lokalnoj ispitanici iz organizacija civilnog društva ocenjuju kao nedovoljno dobru (ocena 2,8).

Najčešća saradnja OCD i medija na lokalnoj uglavnom se sastoji u povremenom objavljivanju saopštenja i praćenju aktivnosti lokalnih udruženja.



Infografik 16: Načini dosadašnje saradnje lokalnih OCD sa lokalnim medijima

U proseku saradnju sa lokalnim samoupravama ispitanici iz organizacija civilnog društva ocenili su nedovoljnom ocenom (ocena 1,4).

U najvećem broju slučajeva (42,86 odsto) udruženja su odgovarala da uopšte nemaju saradnju sa lokalnim upravama. Da su njihove aktivnosti finansirane iz lokalnih budžeta izjasnilo se 28,57 odsto organizacija, a isti procenat je odgovorio i da učestvuje u izradi lokalnih dokumenata za oblast kojom se bave. Da ih lokalne samouprave pozivaju na sastanke koji se

tiču oblasti kojom se bave odgovorilo je 14,29 procenata učesnika istraživanja. Pored toga, 28,57 odsto odgovorio je i da ima druge vidove saradnje.

Na pitanje da li su do sada učestvovali na konkursima za sufinansiranje medija na lokalnu na bilo koji način (definisanje javnog interesa, evaluacija medijskih sadržaja, monitoring lokalnih konkursa ...) 57,14 odsto ispitanika je odgovorilo ne.

Anketiranima je data mogućnost i da navedu sve načine na koje su u prethodnom periodu uzeli učešće u implementaciji Zakona o javnom informisanju i medijima. Istraživanje je pokazalo da najveći broj lokalnih OCD bio angažovan na definisanju tema od javnog interesa 42,86 odsto. U monitoringu konkursa na lokalnu učestvovalo je nešto manje od trećine (28,57 odsto) anketiranih, dok je 14,29 procenata izjavilo da radi monitoring realizovanih medijskih sadržaja koje opština sufinansira. Zanimljivo je da ni jedna organizacija nije učestvovala u evaluaciji konkursa.

Ipak, čak 71,43 odsto anketiranih OCD je izrazilo želju da učestvuje na bilo koji način u implementaciji Zakona. Najveći broj lokalnih organizacija zainteresovano je za definisanje tema od javnog interesa (85,71 odsto). Da radi monitoring lokalnih konkursa spremno je 71,43 odsto. U monitoring realizovanih medijskih sadržaja koje opština sufinansira spremno je da se uljuči 42,86 odsto anketiranih, dok 28,57 želi i da učestvuje u evaluaciji konkursa i medijskih sadržaja.

ZAKLJUČCI

Iako je Zakon o javnom informisanju i medijima obavezao gradove i opštine da deo sredstava iz budžeta izdvajaju za projektno sufinansiranje proizvodnje medijskih sadržaja i dalje postoji značajan broj lokalnih samouprava koje ne ispunjavaju ovu zakonsku obavezu.

Lokalne samouprave izdvajaju značajna finansijska sredstva za proizvodnju medijskih sadržaja koji medijima plasiraju mimo konkursa, odnosno kroz javne nabavke za usluge informisanja i direktno ugovaranje usluga izveštavanja, što nije u skladu sa Zakonom o javnom informisanju i medijima koji predviđa da se proizvodnja medijskih sadržaja isključivo sufinansira kroz javne konkurse.

Istraživanje je pokazalo da postoji visok stepen zavisnosti lokalnih medija od sredstava iz budžeta, što predstavlja veliki rizik za njihovu održivost, ali i podložnost spoljnim uticajima na uređivačku politiku (cenzuru i autocenzuru).

Male lokalne samouprave u većem stepenu implementiraju odredbe Zakona o javnom informisanju i medijima u odnosu na veće.

U većim lokalnim upravama se izdvajaju viši procenti za medijske namene ali sve češće ta sredstva se usmeravaju kroz javne nabavke i ostala davanja a ne projektno sufinansiranje.

Nedovoljna informisanost i obučenosť zaposlenih u lokalnim samoupravama koji se bave projektnim susinansiranjem usporava implementaciju Zakona o javnom informisanju i medilima.

Problem definisanja pojma „medijski stručnjak” predstavlja jedan važnijih pritisaka.

„Upliv političkih interesa” u rad komisija za ocenjivanje projekata na lokalnu sve je češća pojava, pa o raspodeli javnih budžetskih sredstava sve češće ne odlučuju komisije već oni koji raspisuju konkurse.

U lokalnim samoupravama ne postoje razvijeni mehanizmi za definisanje javnog interesa u javnom informisanju. U najvećem broju slučajeva prioritetne teme se definišu preuzimanjem tema iz konkursa Ministarstva kulture i informisanja.

Nepostojanje programske evaluacije realizovanih medijskih sadržaja po okončanju konkursa, je evidentiran problem uočen i od strane medija i zaposlenih u lokalnim samoupravama koji neposredno rade na sproviđenju konkursnih procedura.

Prilikom realizacije konkursa za sufinansiranje medijskih sadržaja namenjenih informisanju građana zaposleni u lokalnim samoupravama suočavaju se sa problemom nedostatka iskustva i pravne logističke podrške prilikom raspisivanja i sprovođenja konkursa.

Lokalna udruženja građana/OCD u nedovoljnoj meri saraduju sa lokalnim samoupravama i lokalnim medijima i ne prepoznaju u dovoljnoj meri značaj dosledne primene Zakona o javnom informisanju i medijima na lokalnu.

PREPORUKE

Izmenama i dopunama Zakona o javnom informisanju i medijima obezbediti obavezu raspisivanja konkursa za sufinansiranje sadržaja namenjenih informisanju građana i sankcije za njeno nepoštovanje.

Obezbediti veću međuresornu saradnju nadležnih ministarstava, kroz formiranje radne grupe koja će raditi na usaglašavanju Zakona o javnom informisanju i medijima, Zakona o javnim nabavkama i Zakona o lokalnoj samoupravi.

Ministarstvo kulture i informisanja, kao resorno ministarstvo, kroz interne pravne akte trebalo bi da preciznije propiše i uspostavi mehanizme za efikasniju primenu Zakona o javnom informisanju i medijima na lokalnom nivou.

Neophodno je definisanje i implementacija internih procedura za praćenje medijskih projekata od strane lokalnih samouprava da bi se obezbedila bolja evaluacija realizovanih projekata u programskom i finansijskom smislu. Od velike pomoći na brzom uspostavljanju i širenju internih procedura i uspostavljanju prakse bila bi saradnja Stalne konferencije gradova i opština (SKGO).

Organizacijom stručnih radionica omogućiti povećanje nivoa znanja zaposlenih u lokalnim samoupravama za potrebe sprovođenja projektnog sufinansiranja medijskih sadržaja.

Preporukama resornog Ministarstva podstaći lokalne samouprave da uspostave i razvijaju mehanizme za definisanje javnog interesa u javnom informisanju u lokalnim sredinama.

Vršiti permanentnu obuku zaposlenih u lokalnim samoupravama za sprovođenje konkursnih procedura predviđenih Zakonom o javnom informisanju i medijima od strane nadležnih institucija.

Jasno definisanje pojma „medijski stručnjak” od strane nadležnih institucija i permanentna edukacija medijskih i predstavnika OCD koju učestvuju u radu komisija za evaluaciju medijskih projekata koja će se sprovoditi od strane medijskih udruženja.

Kroz medijska udruženja sprovoditi kontinuirano osnaživanje lokalnih medija za primenu novih modela održivosti poslovanja.

Sprovođenjem zajedničkih aktivnosti medijska udruženja trebalo bi da doprinesu boljoj prepoznatljivosti OCD i lokalnih medija i podstaknu bolju komunikaciju i razumevanje sa lokalnim samoupravama.

PRILOG – PREGLED IZDVOJENIH SREDSTAVA PO GRADOVIMA I OPŠTINAMA

ALEKSINAC

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine. U posmatranom periodu opština je u medije, kroz konkurs, plasirala ukupno 13.000.000 dinara. Pored toga, opština je za objavljivanje novogodišnjih čestitki, koja se u istraživanju klasifikuju kao ostala davanja, utrošila ukupno 14.500 dinara.

BATOČINA

Opština nije raspisivala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja, niti javne nabavke za prenose sednice. Ova opština medije je finansirala isključivo kroz plaćanje usluga sa pozicije namenjene informisanju javnosti. U pitanju su objavljivanje oglasa i zaključivanje pojedinačnih ugovora sa medijima za usluge informisanja, koja su u istraživanju klasifikovana kao ostala davanja.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 602.358 dinara

BLACE

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine. Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 2.570.000 dinara. Pored toga, kroz pojedinačne ugovore sa medijima za prenose skupštinskih sednica, emitovanje čestitki i malih oglasa, koja su u istraživanju klasifikovana kao ostala davanja, u posmatranom periodu utrošeno je ukupno 808.163 dinara. Opština nije raspisivala javne nabavke.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 3.378.163 dinara.

BOR

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je rasapisan nakon posmatranog perioda). Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 2.481.169 dinara. Znatno veća sredstva izdvojena su za javne nabavke za prenose sednica, kao i javne nabavke za emitovanje oglasa i čestitki - ukupno 29.836.685,28. Najveći deo tih sredstava plasiran je u preduzeće Štampa, radio I film doo Bor, odnosno televiziju Bor, koja je bivše javno preduzeće.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 32.317.854,28 dinara.

ČAČAK

Grad je raspisao konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je rasapisan nakon posmatranog perioda). Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 17.941.150 dinara. Za prenos sednica skupštine izdvojeno je 15.247.000 dinara. Za medijsko praćenje aktivnosti u oblasti bezbednosti saobraćaja izdvojeno je 100.000 dinara, a za emitovanje novogodišnje i božićne čestitke 345.000 dinara. Ove usluge su klasifikovane kao ostala davanja.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 33.633.150 dinara.

ĆIĆEVAC

Opština Ćićevac je novac medijima plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 3.804.000 dinara.

GOLUBAC

Opština Golubac imala je dva konkursa za sufinansiranje medijskih sadržaja (2015. i 2016.) i oba su poništena. Novac medijima plasiran je po osnovu pojedinačnih davanja ili kroz direktno ugovaranje. Medijima je isplaćeno ukupno 711.892,94 dinara.

DESPOTOVAC

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je raspisan nakon posmatranog perioda). Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 2.130.000 dinara. Za ostala davanja medijima izdvojeno je ukupno 3.713.852 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 5.843.852 dinara.

KNIĆ

Opština Knić odgovorila je da u posmatranom periodu nije bilo isplata medijima. Međutim, 2017. godine ova opština imala je konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja na kome je medijima dodeljeno ukupno 200.000 dinara.

KRAGUJEVAC

Grad je u posmatranom periodu imao jedan konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja koji je poništen. Sav novac upućen je jednom mediju Radio televiziji Kragujevac kroz ostala davanja.

U posmatranom periodu grad je u medije plasirao ukupno 141.384.942,29 dinara.

KRALJEVO

Grad je raspisao konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine. U posmatranom periodu opština je u medije, kroz konkurs, plasirala ukupno 42.750.000 dinara.

Kroz javne nabavke za prenose sednica skupštine u medije je plasirano ukupno 9.115.800 dinara.

Za objavljivanje oglasa, plaćene intervju, čestitke, konkurs za unapređenje bezbednosti saobraćaja u posmatranom periodu utrošeno je ukupno 7.471.057 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 59.336.857 dinara.

KRUŠEVAC

Grad je raspisao konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je raspisan nakon posmatranog perioda). Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno ukupno 39.842.700 dinara. Za emitovanje čestitki i oglasa, koje se u istraživanju klasifikuju kao ostala davanja, izdvojeno je ukupno 528.000 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 40.370.700 dinara.

KRUPANJ

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine. Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 2.910.000 dinara. Za javne

nabavke za prenos sednica skupštine izdvojeno je ukupno 2.745.200 dinara. Za ostala davanja, pojedinačne ugovore, emitovanje oglasa izdvojeno je 1.893.419 dinara. U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 7.548.619 dinara.

KURŠUMLIJA

Opština je novac medijima plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je raspisan nakon posmatranog perioda).

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 3.650.000 dinara.

KOCELJEVA

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. 2017. i 2018. godine. Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 2.117.957,41 dinara.

Javne nabavke za prenos sednica, emitovanje čestitki i oglasa isplaćeno je ukupno 659.229 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 4.209.229 dinara.

KNJAŽEVAC

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. 2017. i 2018. godine. Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 34.200.000 dinara. Još 600.000 dinara utrošeno je za ostala davanja.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 34.800.000 dinara.

LAPOVO

Opština nije raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja. U posmatranom periodu imala je samo jedan pojedinačni ugovor sa medijima. i EUPR tenderi doo iz Beograda (eupr.rs) 19.440 (2016.) i ugovor sa portalom šumadinac.rs (20.000) 10.000 dinara mesečno zaključen na 12 meseci 120.000 dinara za izveštavanje o radu lokalne samouprave.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 39.440 dinara.

LOZNICA

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je raspisan nakon posmatranog perioda). Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 6.700.000 dinara. Znatno veća sredstva izdvojena su za javne nabavke za prenose sednica, kao i javne nabavke za emitovanje oglasa i čestitki - ukupno 37.070.692 dinara. Kroz pojedinačne ugovore za usluge oglašavanja, koje se u istraživanju klasifikuju kao ostala davanja, iz budžeta je izdvojeno 230.280 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 44.000.972 dinara.

LUČANI

Nije raspisivala konkurs za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja.

Realizovana su davanja medijima preko pojedinačnih direktnih ugovora u ukupnoj vrednosti 8.109.860 dinara. Ova davanja uglavnom su se odnosila na medije iz Čačka.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 8.109.860 dinara.

LJUBOVIJA

Opština nije raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja. Novac za medije usmeravala je isključivo kroz oglašavanje ili pojedinačne ugovore sa medijima, koji se u istraživanju klasifikuju kao ostala davnja. U pitanju su oglasi u listu Danas i godišnji ugovor sa IK Logo iz Loznice (vrednost 120.000 dinara godišnje za informisanje o aktivnostima opštine, objavljivanje oglasa i 20 primeraka novina ,mesečno)

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 375.796 dinara.

MALI ZVORNIK

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je rasapisan nakon posmatranog perioda). Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 1.600.000 dinara. Znatno veća sredstva izdvojena su za javne nabavke 4.790.188,59 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 6.390.188,59 dinara.

MLADENOVAC

Opština je novac medijima plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 7.400.000 dinara.

NIŠ – PANTELEJ

Opština je sredstva plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. i 2018. godine.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 3.280.000 dinara.

NOVI KNEŽEVAC

Opština je sredstva plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je rasapisan nakon posmatranog perioda).

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 2.987.000 dinara.

ODŽACI

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. Godine. Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 21.900.000 dinara. Prenos sednica skupštine plaćan je kroz direktne ugovore sa medijima što je u istraživanju klasifikovano kao ostala davanja. Za ovu namenu potrošeno je ukupno 1.280.000 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 23.180.000 dinara.

PRIJEPOLJE

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. (2018. godine konkurs je rasapisan nakon posmatranog perioda). U posmatranom periodu opština je u medije, kroz konkurs, plasirala ukupno 6.200.000 dinara. Pored toga, opština je za usluge oglašavanja, objavljivanje tendera, koja se u istraživanju klasifikuju kao ostala davanja, utrošila ukupno 2.800.000 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 9.000.000 dinara.

PROKUPLJE

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine. Iz budžeta je za ovu namenu izdvojeno je ukupno 9.100.000 dinara. Prenos sednica skupštine plaćan je kroz direktne ugovore sa medijima što je u istraživanju klasifikovano kao ostala davanja. Za ovu namenu potrošeno je ukupno 3.000.000 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 12.100.000 dinara.

RAČA

Opština nije raspisivala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja, niti javne nabavke za prenos sednice. Ova opština medije je finansirala isključivo kroz plaćanje usluga sa pozicije namenjene informisanju javnosti. U pitanju su objavljivanje oglasa i zaključivanje pojedinačnih ugovora sa medijima za usluge informisanja, koja su u istraživanju klasifikovana kao ostala davanja.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 1.758.815 dinara.

RAŠKA

Opština je novac medijima plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine. Kroz konkurse su dodeljena sredstva u ukupnom iznosu od 44.767.839,33 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 44.767.839,33 dinara.

RAŽANJ

Opština je sredstva plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. i 2017. (2018. godine konkurs je raspisan nakon posmatranog perioda).

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 600.000 dinara.

REKOVAC

Opština je sredstva plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. i 2018. godine.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 3.196.272 dinara.

SVILAJNAC

Opština je sredstva medijima plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. i 2018. godine.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 7.196.262 dinara.

TEMERIN

Opština je sredstva plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 5.750.000 dinara.

TOPOLA

Opština je sredstva plasirala isključivo kroz konkurse za sufinansiranje medijskih projekata. Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. i 2018. godine.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 4.130.000 dinara.

TRSTENIK

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. i 2018. godine. Za ovu namenu iz budžeta je izdvojeno 22.757.791,22 dinara. Trstenik je jedina opština koja je, pored konkursa, u skladu sa Pravilnikom o sufinansiranju imala i pojedinačna davanja 2017. godine. U pitanju su 4 pojedinačna davanja ukupne visine 400.000 dinara i ona su bila namenjena Radio televiziji Trstenik. Kroz javne nabavke za prenos sednica u medije je plasirano ukupno 3.561.039,79 (sav novac je takođe otišao u RTV Trstenik, koja je bivše javno preduzeće). Oglašavanje, praćenje, snimanje, pojedinačne ugovore, koji se u istraživanju klasifikuju kao ostala davanja, utrošeno je ukupno 3.234.161 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 29.952.992,01 dinara.

VARVARIN

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. i 2018. godine. Za ovu namenu iz budžeta je izdvojeno 3.600.000 dinara. Za emitovanje čestitki i oglasa, koji se u istraživanju klasifikuju kao ostala davanja, utrošeno je u posmatranom periodu 403.710 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 4.003.710 dinara.

VELIKA PLANA

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. (2018. godine konkurs je rasapisan nakon posmatranog perioda). U posmatranom periodu opština je u medije kroz konkurs plasirala ukupno 4.910.000 dinara.

Pored toga, u 2018. Radio televiziji "Jasenica" je za izradu promo filma isplaćeno 360.000 dinara, a za snimanje i prenos sednica 240.000 dinara. Ova sredstva su u istraživanju klasifikovana kao ostala davanja.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 5.510.000 dinara.

ŽITORAĐA

Opština je raspisala konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016. , 2017. (2018. godine konkurs je rasapisan nakon posmatranog perioda). U posmatranom periodu opština je u medije, kroz konkurs, plasirala ukupno 2.072.000 dinara. Pored toga, opština je za usluge oglašavanja, objavljivanje tendera, štampa, reklame, koja se u istraživanju klasifikuju kao ostala davanja, utrošila ukupno 742.673,80 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 2.814.673,8 dinara.

UŽICE

Grad je raspisao konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine. U posmatranom periodu opština je u medije, kroz konkurs, plasirala ukupno 23.490.000 dinara.

Kroz javne nabavke za prenose sednica skupštine u medije je plasirano ukupno 6.912.000 dinara.

Za objavljivanje oglasa u posmatranom period utrošeno je ukupno 5.710.261 dinara, a za pretplatu na različita izdanja 194.200 dinara, tako da je za ostala davanja u medije utrošeno ukupno 5.904.461 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 36.312.461 dinara.

ŠABAC

Grad je raspisao konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja 2016., 2017. i 2018. godine. U posmatranom periodu opština je u medije, kroz konkurs, plasirala ukupno 86.690.000 dinara.

Kroz javne nabavke za prenose sednica skupštine i medijske usluge u medije je plasirano ukupno 10.740.000 dinara.

Za objavljivanje oglasa, čestitke, konkurs u posmatranom period utrošeno je ukupno 12.801.115,94 dinara.

U posmatranom periodu opština je u medije plasirala ukupno 110.231.115,9 dinara.