

IZVEŠTAJ O
FINANSIRANJU MEDIJA IZ
BUDŽETA LOKALNIH SAMOUPRAVA

Izveštaj je uradio BIRN za potrebe Medijske koalicije



Balkanska istraživačka mreža
www.birn.eu.com

Medijsku koaliciju čine:



Asocijacija nezavisnih elektronskih medija (ANEM)
www.anem.org.rs



Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS)
www.nuns.rs



Udruženje novinara Srbije (UNS)
www.uns.org.rs



Asocijacija lokalnih nezavisnih medija (Lokal pres)
www.localpress.org.rs



Nezavisno društvo novinara Vojvodine (NDNV)
www.ndnv.org

Septembar 2012

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Metodološke napomene	5
3. Distribucija novca	7
3.1 Distribucija po opštinama	7
3.2 Distribucija po tipu medija	12
3.3 Distribucija po tipu vlasništva	14
3.4 Distribucija po pokrivenosti	15
4. Modeli potrošnje	16
4.1 Osnovni modeli distribucije	16
4.2 Modeli distribucije po predmetu finansiranja	17
4.3 Subvencije	17
4.4 Direktno ugovaranje	19
4.5 Konkursi za unapređenje javnog informisanja	21
4.6 Javne nabavke	26
4.7 Diversifikacija modela finansiranja	27
5. (Ne)transparentnost	30
6. Zaključak	32

1. Uvod

Izveštaj koji je pred vama, ima za cilj da mapira glavne modele i mehanizme potrošnje lokalnih budžetskih sredstava na lokalne i regionalne štampane i elektronske medije u 2011. godini.

Osnovna pretpostavka je da ovako opredeljena finansijska sredstva treba da podrže rad javnih glasila kako bi se omogućilo pravo svih građana na potpuno, pravovremeno i objektivno informisanje. Ovo pravo, kako ga definiše Zakon o javnom informisanju¹, podrazumeva „slobodu izražavanja misli, slobodu prikupljanja, istraživanja, objavljivanja i širenja ideja, informacija i mišljenja, slobodu štampanja i distribucije (rasturanja) novina i drugih javnih glasila, slobodu proizvodnje i emitovanja radio i televizijskog programa, slobodu primanja ideja, informacija i mišljenja, kao i slobodu osnivanja pravnih lica koja se bave javnim informisanjem“.

U Republici Srbiji postoji nekoliko kanala raspodele javnih, budžetskih sredstava, javnim glasilima koji se staraju o javnom informisanju:

- 1) novac koji putem konkursa raspodeljuje resorno Ministarstvo kulture i informisanja²;
- 2) novac koji troše pojedinačna ministarstva, u najvećem delu kroz specijalizovane usluge i usluge po ugovoru³;
- 3) novac koji putem konkursa opredeljuje vojvođanski Sekretarijat za kulturu i javno informisanje⁴, posebno naglašavajući i podstičući informisanje na jezicima nacionalnih manjina;
- 4) novac koji opredeljuju jedinice lokalne samouprave;
- 5) novac koji opredeljuju javna preduzeća;
- 6) novac čiji su direktni korisnici novinska agencija Tanjug, Izdavačko preduzeće Panorama, Radio Jugoslavija i Jugoslovenski pregled⁵.

¹ Zakon o javnom informisanju, Službeni glasnik Republike Srbije br. 43/2003 i 61/2005.

² Krajem 2011. godine (a za 2012. godinu), Ministarstvo je opredelilo ukupno 75 miliona dinara kroz 5 konkursa – 34 miliona dinara kojima se održavaju programi i projekti unapređenja javnog informisanja, 20 miliona za programe i projekte informisanja na jezicima manjina, 10 miliona dinara za informisanje dijaspori, 6 miliona za javna glasila sa područja Kosova i Metohije i 5 miliona dinara za informisanje osoba sa invaliditetom.

³ Istraživanje koje je sprovedla Balkanska istraživačka mreža (BIRN), a koje je objavljeno na portalu Skockajte budžet, pokazuje da su Ministarstva po ovom osnovu potrošila ukupno 52 miliona dinara u 2010. godini.

⁴ Pokrajinski Sekretarijat je u januaru 2012. raspisao konkurs na kom je opredelio 49 miliona dinara kroz tri konkursa – 45.125.000 dinara za podsticanje javnog informisanja, 2.000.000 dinara za podsticaje javnog informisanja u dijaspori i 1.900.000 dinara za unapređenje profesionalnih standarda u javnom informisanju.

Značajan izvor finansiranja medija, naročito onih na lokalnom nivou, je novac iz budžeta, koji opredeljuju lokalne samouprave. Dosledno primenjujući, ali i diskreciono tumačeći, član 20. Zakona o lokalnoj samoupravi⁶ koji propisuje da se lokalna samouprava „stara o javnom informisanju od lokalnog značaja i obezbeđuje uslove za javno informisanje na srpskom jeziku i jeziku nacionalnih manjina koji se koriste na teritoriji opštine“, svaki grad/opština planira godišnja budžetska sredstva za ovu namenu.

Imajući u vidu sve navedene izvore finansiranja koji potiču od državnih organa, ipak, potrebno je naglasiti da ne postoji konsolidovani i potpuno transparentni podaci o tačnoj sumi novca koja se na ovaj način plasira u medije. Podaci navedeni u Strategiji razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine⁷ pokazuju da „državni novac“ učestvuje u značajnom procentu na medijskom tržištu – sa potrošenih približno 25 miliona evra⁸ u 2011., on je činio čak 15% ukupnog medijskog tržišta koje je vredelo 172 miliona evra u istoj godini, mada neke procene pokazuju značajnije veći udeo „državnog novca“ na tržištu⁹.

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

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

⁵ Ukupno 382 miliona dinara u 2011. sa sva 4 navedena medija (izvor: Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine).

⁶ Zakon o lokalnoj samoupravi, Službeni glasnik Republike Srbije br. 129/2007.

⁷ Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine.

⁸ U taj iznos nije uračunat novac koji se na neki drugi način, dozvoljen i nedozvoljen, plasira u medije, kroz specijalizovane usluge ili usluge po ugovoru.

⁹ Videti, na primer, Izveštaj o medijima Vladinog Saveta za borbu protiv korupcije.

Zbog svega navedenog, Medijska koalicija koju čine strukovna i profesionalna udruženja NUNS, UNS, ANEM, NDNV i Lokal pres, zagovarala je: da ukupna sredstva za ovu namenu budu utvrđena i opredeljena u lokalnim budžetima, da njihov minimalni procentualno izraženi udeo u ukupnom budžetu lokalne samouprave bude jedinstveno utvrđen na nivou Republike, te da tako opredeljena ukupna sredstva uključuju i sredstva koja su do sada bila posebno opredeljavana za finansiranje lokalnih informativnih javnih preduzeća, a sve kako bi se kroz jedinstven tretman ovih sredstava obezbedila zaštita konkurencije na medijskom tržištu.

U ovom momentu, način na koji se troše budžetska, javna finansijska sredstva važan je i iz sledećih razloga:

1. Potpuno i dosledno sprovođenje rešenja iz Medijske strategije i Akcionog

plana. Strategija razvoja sistema javnog informisanja predviđa: potpuno povlačenje države (teritorijalne autonomije, lokalne samouprave, preduzeća koja su u pretežnom ili delimičnom vlasništvu države) iz vlasništva nad javnim glasilima, osim nad osnivačkim pravima nad regionalnim javnim servisima (tačka 3.4), obezbeđivanje javnosti vlasništva, razvoj medijskog tržišta i zdrave konkurencije, kao i otklanjanje zakonskih protivrečnosti u ovoj oblasti (tačka 3.2). Navedene mere trebalo bi da podrže medijski pluralizam, koji podrazumeva raznolikost vlasništva, izvora informacija i medijskih sadržaja (tačka 3.7).

2. Ublažavanje efekata ekonomske krize. Medijsko tržište u Srbiji, ionako siromašno i nedovoljno razvijeno, dodatno je pogođeno efektima ekonomske krize. Podaci pokazuju da je od 2008. godine tržište oglašavanja u stalnom padu i da je zabeležilo pad od 16,5%, tj. da je sa 206 miliona palo na 172 miliona evra. U takvoj situaciji, jednak i nediskriminatoran pristup državnim fondovima pomoći od velike je važnosti.

3. Dalje reforme medijskog sektora i uvođenje demokratskih standarda.

Povlačenje države iz vlasništva nad medijima, podsticanje konkurentnosti na medijskom tržištu, veća uređivačka nezavisnost i smanjenje uticaja vlasti na uređivačku politiku, podizanje kvaliteta programa i podsticanje pluralizma – samo su neki od standarda koje medijski sistem Srbije treba da primeni kao svoje osnovne vrednosti.

Izveštaj koji sledi mali je korak u pravcu daljih reformi, a značajan je najpre u dostizanju određenog nivoa transparentnosti i medijskog pluralizma kao preduslova demokratskog sistema a na osnovu preporuka Saveta Evrope kojima je Srbija kao njegova članica obavezana.

Glavni fokus je, pre svega, usmeren na lokalne samouprave i načine na koje one troše sredstva za javna glasila. Lokalni mediji važan su faktor u ostvarivanju prava na javno informisanje i doprinose ukupnom pluralizmu medijskog sistema. Ujedno, lokalni i regionalni mediji su i najbrojniji i opstaju na ograničenom i siromašnom tržištu. Dodatno, jedna od ključnih tačaka sporenja u sprovođenju medijskih reformi tiče se finansiranja lokalnih medija i vlasničkih prava koja nad ovim medijima imaju lokalne samouprave.

Konsolidacija medijskog sistema nakon demokratskih promena 2000. godine, između ostalog, podrazumevala je i uspostavljanje funkcionalnog medijskog tržišta. Dualni medijski sistem, u kom na tržištu paralelno egzistiraju javni servisi i komercijalni mediji, ustanovljen Zakonom o radiodifuziji (2003. godine), podrazumevao je suštinsku transformaciju republičkog RTS-a i pokrajinskog RTV-a, ali i privatizaciju medija koje je osnovala lokalna samouprava. Proces privatizacije, međutim, zaustavljen je 2007. godine, uoči parlamentarnih i lokalnih izbora, a pod izgovorom zaštite medija koji izveštavaju na manjinskim jezicima. U međuvremenu je jedan broj sprovedenih privatizacija poništen, zbog loše pripremljenog i sprovedenog tendera, te se otpor ovom procesu pojačao i dolazi nekada i iz same struke (na primer, Kragujevačka inicijativa). Ovakva situacija otvara vrata za diskreciono pravo lokalnih samouprava u finansiranju i kontroli rada lokalnih medija, koje direktno ili indirektno finansira, kao i posredan uticaj na uređivačku politiku.

2. Metodološke napomene

Podaci koji su predstavljeni u izveštaju prikupljeni su na osnovu Zahteva za pristup informacijama od javnog zančaja, a na osnovu odgovora koje su dostavile 32 lokalne samouprave¹⁰ i to: Arandjelovac, Bor, Čačak, Jagodina, Kikinda, Knjaževac, Kragujevac, Kraljevo, Kruševac, Leskovac, Niš, Novi Pazar, Novi Sad, Odžaci, Pančevo, Petrovac na Mlavi, Pirot, Požarevac, Prijepolje, Raška, Ruma, Sombor, Subotica, Šabac, Šid, Užice, Valjevo, Vranje, Vrbas, Vršac, Zaječar i Zrenjanin.

Zahtev je obuhvatio dostavljanje sledećih informacija :

1. spisak medijskih kuća koje su indirektni korisnici budžetskih sredstava i iznos transfera na godišnjem nivou po pojedinačnom mediju;
2. ukupnu sumu plaćenu štampanim i elektronskim regionalnim i lokalnim medijima u 2011. godini po svim osnovama i sa svih budžetskih linija i analitičke kartice;
3. sa kojim medijskim kućama su u 2011. sklopljeni ugovori, i prateće informacije koje se odnose na 1) predmet svakog pojedinačnog ugovora, 2) period važenja svakog pojedinačnog ugovora, 3) vrednost svakog pojedinačnog ugovora, 4) osnov po kom je svaki pojedinačni ugovor sklopljen i 5) sa koje budžetske linije je iznos ugovora plaćen;
4. informaciju o plaćanjima medija na osnovu faktura, koja sadrži sledeće: 1) naziv medija prema kom je isplata izvršena, 2) vrednost pojedinačnih isplata na osnovu faktura, 3) period na koji se faktura odnosi, 4) svrhu uplate, odnosno vrstu usluge na koju se faktura odnosi i 5) sa koje je budžetske linije isplata izvršena;
5. da li je prilikom raspodele sredstava za lokalne i regionalne elektronske medije i štampane medije u 2011. godini bio raspisan javni konkurs (ako jeste, molimo Vas da nam dostavite zaključak konkursne komisije, sastav komisije i kriterijume na osnovu kojih je doneta odluka o finansiranju);

¹⁰ Uzorak je obuhvatio 33 opštine i gradova. Jedino grad Loznica nije dostavio tražene informacije. Do zaključenja ovog izveštaja potpune informacije nisu dostavili: grad Kruševac, grad Kragujevac, opština Petrovac na Mlavi, grad Požarevac, grad Užice i grad Zrenjanin.

6. da li postoje izveštaji medijskih kuća o potrošnji sredstava dobijenih od lokalne samouprave u 2011. godini (ako postoje molimo Vas da nam dostavite kopiju izveštaja).

Inicijalni uzorak je obuhvatio 33 lokalne samouprave¹¹, a glavni kriterijum za odabir bio je da navedene opštine/gradovi imaju minimalno regionalnu pokrivenost radio i/ili TV signalom, prema važećem registru dozvola Republičke radiodifuzne agencije¹². Ovo podrazumeva postojanje lokalnih elektronskih glasila, a pretpostavka je i štampanih, čime je zadovoljen kriterijum diverzifikovanosti medijskog sistema. Ove opštine zadovoljavaju i kriterijum ravnomerne regionalne pokrivenosti, mada treba napomenuti da su iz uzorka isključene opštine grada Beograda, kao i opštine na KIM. Takođe, treba napomenuti da su podaci predstavljeni u izveštaju bazirani isključivo na dokumentaciji koja je dostavljena BIRN-u, a koja u nekoliko slučajeva nije bila kompletna ili je zbog obimnosti dostavljen samo sumarni izveštaj sa odgovorima na zahtev.

¹¹ Tražene informacije nije dostavila gradska uprava Loznice.

¹² Spisak dozvola dostupan na http://www.rra.org.rs/pages/browse_permits/cirilica/regional

3. Distribucija novca

3.1 Distribucija po opštinama i gradovima

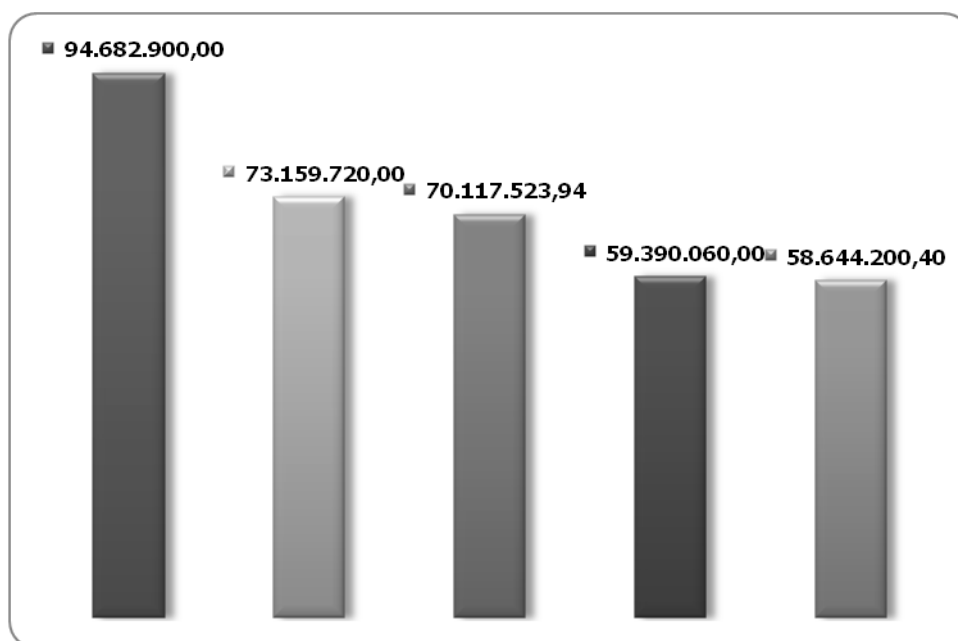
Svaka od 32 lokalne samouprave koje su dostavile tražene informacije, shodno zakonskim odredbama, ima opredeljena budžetska sredstva za javno informisanje i to u najvećem delu na liniji 423, usluge po ugovoru (Tabela 1.).

Grad/ Opština	Iznos	Budžetska linija
Arandelovac	15.091.549,97	451, tekuće subvencije
Bor	38.539.032,11	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Čačak	9.706.975,00	423, usluge informisanja i izdavaštva
Jagodina	52.224.718,00	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Kikinda	30.701.680,74	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Knjaževac	4.890.061,42	423, usluge informisanja
Kragujevac	73.159.720,00	423, usluge informisanja
Kraljevo	5.675.000,00	454, subvencije privatnim preduzećima
Kruševac	1.604.999,74	423, usluge informisanja
Leskovac	26.897.917,00	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Niš	58.644.200,40	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Novi Pazar	49.088.667,00	451, tekuće subvencije
Novi Sad	94.682.900,00	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Odžaci	8.212.899,00	423, usluge informisanja
Pančevo	70.117.523,94	423, usluge informisanja
Petrovac na Mlavi	1.780.000,00	423, usluge informisanja
Pirot	18.525.618,82	423, usluge informisanja
Požarevac	17.754.598,65	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Prijepolje	783.973,34	94231-219, usluge informisanja
Raška	26.447.000,00	451, tekuće subvencije
Ruma	11.292.000,00	424, specijalizovane usluge emitovanja i izdavaštva
Sombor	8.957.528,00	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Subotica	59.390.060,00	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Šabac	24.119.982,00	423, usluge informisanja i 451, tekuće subvencije
Šid	11.625.679,77	423, usluge informisanja
Užice	4.710.000,00	423, usluge informisanja

Valjevo	4.833.717,44	423, usluge informisanja
Vranje	40.245.842,00	423, usluge informisanja; 424, specijalizovane usluge emitovanja i izdavaštva i 451, tekuće subvencije
Vrbas	26.650.991,06	451, tekuće subvencije
Vršac	14.673.801,04	423, usluge informisanja
Zaječar	25.883.800,34	423, usluge informisanja
Zrenjanin	11.750.000,00	423, usluge informisanja
Ukupno	848.662.436,78	

Tabela 1.

Najviše sredstava iz budžeta, namenjenih lokalnim i regionalnim elektronskim i štampanim medijima je izdvojila gradska uprava grada Novog Sada (ukupno 94.682.900,00 dinara), zatim slede Kragujevac (ukupno 73.159.720,00 dinara); Pančevo (ukupno 70.117.523,94 dinara); Subotica (ukupno 59.390.060,00 dinara) i Niš (sa ukupno izdvojenih 58.644.200,40 dinara) (Grafik 1.).



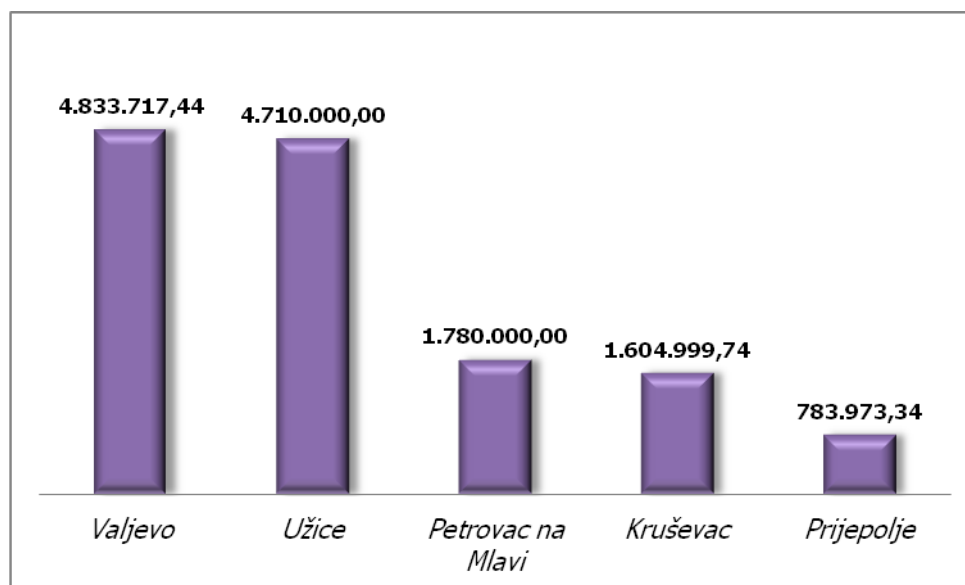
Grafik 1.

U Nišu i Pančevu je finansirano po tri, u Kragujevcu četiri, u Novom Sadu 12, a u Subotici čak 14 medijskih kuća.

Grad/ Opština	Iznos	RTV	TV	Radio	Štampa	Internet	Ostali korisnici	Ukupno finansirano
Novi Sad	94.682.900,00	2	3	5	2	0	0	12
Kragujevac	73.159.720,00	1	1	1	1	0	0	4
Pančevo	70.117.523,94	1	0	0	2	0	0	3
Subotica	59.390.060,00	3	2	3	3	2	1	14
Niš	58.644.200,40	1	0	0	1	0	1	3

Tabela 2.

Najmanje novca iz budžeta za informisanje je izdvojila gradska uprava opštine Prijepolje, ukupno 783.973,34 dinara. (Grafik 2.).



Grafik 2.

Najviše medija je finansirano u Užicu (8), zatim Valjevu (7), po četiri u Kruševcu i Prijepolju i svega dva u Petrovcu na Mlavi.

Grad/Opština	Iznos	RTV	TV	Radio	Štampa	Internet	Ostali korisnici	Ukupno finansirano
Valjevo	4.833.717,44	0	1	5	1	0	0	7
Užice	4.710.000,00	0	3	4	1	0	0	8
Petrovac na Mlavi	1.780.000,00	2	0	0	0	0	0	2
Kruševac	1.604.999,74	0	1	0	1	0	2	4
Prijepolje	783.973,34	0	1	1	2	0	1	5

Tabela 3.

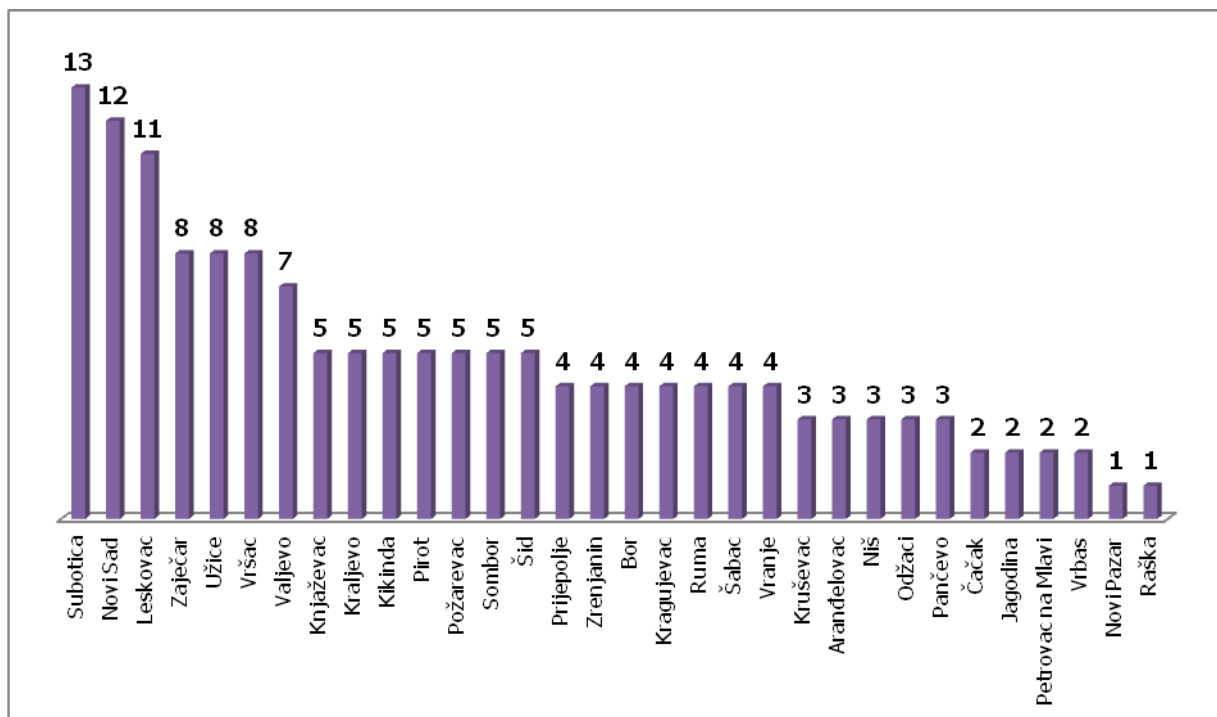
Korisnici sume od ukupno **848.662.436,78 dinara**, koje dodeljuju **32 lokalne samouprave**, su ukupno **151 štampani i elektronski medij** (Tabela 4.).

Grad/ Opština	Naziv medija
Arandjelovac	RTV Šumadija, JP za informisanje; RTV Fleš; RTV Sunce
Bor	RTV Bor, Štampa radio i film, JP za informisanje; TV Sezam, Sezam o.d.; Borski Nedeljnik Problem; List Kolektiv
Čačak	RTV Čačak; TV Galaksija 32
Jagodina	RTV Jagodina, JIP Novi put; Beta Press doo
Kikinda	Radio Kikinda, JP Informativni centar Kikinda; NIN, Beograd; RTV Rubin Kruševac, ogranak Kikinda; RTV VK, Jet company; TNT Novine i magazin d.o.o.
Knjaževac	RTV Belle Amie, Niš; Timočka televizija i radio a.d.; Za media d.o.o, Zaječar; Radio Em, SMP Elektronik; Cinnamon Produkcijon; Kompjuter centar Bor, Knjaževačke novine; East star group d.o.o, Knjaževac
Kragujevac	RTK, JP Radio televizija Kragujevac; TV Kanal 9, Kragujevac; Kragujevačke novine, Javnost d.o.o; Radio 34
Kraljevo	RTV Melos d.o.o.; Kraljevačke novosti, AIM international d.o.o.; TV KA, Kraljevačka televizija d.o.o.; Radio 996, CIP d.o.o.; Radio M; Medija -M
Kruševac	Albos d.o.o.; NIP Pobjeda; ADD Production; TV Jefimija, Agencija Kanal 12
Leskovac	Televizija Protokol-K1; Televizija Studio MT; Televizija Klisura; RTV 4S Bojnik; Jug Press; Radio Prik; Radio 016; Televizija Leskovac; Nedeljnik Panorama; JP Radio Leskovac; Internet portal Južne vesti
Niš	Narodne novine Niš, A.D. za izdavačku delatnost; Infobiro, regionalni informativni video servis d.o.o., Beograd; RTV Niška televizija, JP za informisanje
Novi Pazar	Regionalna RTV Novi Pazar, JP za informisanje
Novi Sad	Novosadska TV, Gradski informativni centar "Apolo" Novi Sad; Radio Kisač, Kulturno-informativni centar Kisač; Regionalno društvo RTV-RTD d.o.o., Novi Sad; RTV Panonija, Novi Sad; TV Kanal 9, Novi Sad; Radio Futog Kulturno-informativni centar Mladost, Futog; TV Mozaik, Fondacija Mozaik, Novi Sad; NIU Hlas Ljudu, Novi Sad; Radio Jugović, Kać; Radio 5, Novi Sad; RTV Signal, Novi Sad; Novi građanski list
Odžaci	Radio Odžaci, JP Informativni centar Odžaci; TV Kanal 25, Medija centar d.o.o Odžaci; Naše novine doo, Odžaci
Pančevo	RTV Pančevo; Dan Graf d.o.o.; Pančevac, AD NID Pančevac
Petrovac na Mlavi	RTV RUF, RUF Radiotelevizija d.o.o.; RTV Mlava
Pirot	TV Pirot; TV Pi kanal, Pirot; Radio Pirot; List Sloboda (nedeljnik); Radio sport plus

Požarevac	Radio Požarevac, JP za informisanje; Radio BOOM 93; TV Duga, Požarevac; List Reč naroda; SAT TV
Prijepolje	TV STV USA; Radio 33; IP Polimlje; TV Forum žena; Magazin Vodič kroz investicije
Raška	JP radio stanica Radio Raška
Ruma	Radio Srem; RUM PRESS MCV d.o.o, Sremska Mitrovica; Sremske novine d.o.o, Sremska Mitrovica; Sremska televizija d.o.o
Sombor	NIU Dunataj; Somborske novine a.d.; Televizija STV KA-54; RTV Radio Sreće d.o.o.; Radio Sombor a.d.
Subotica	RTV Yu Eco, YU Eco d.o.o.; Radio Subotica, JP za informisanje; NIU Hrvatska riječ; Het nap, D.o.o. za novinsko-izdavačku delatnost; Subotičke novine, marketing i plasman za istraživanje tržišta, marketing i plasman d.o.o.; Internet portal www.diurnarius.info , Udruženje Protego; Snoma d.o.o. za marketing, Internet portal Vesti info kanala www.snoma.co.rs ; Radio Slavoslovlje, radio SPC; Radio Marija, Udruženje Maria Mater Egyesulet; Televizija K23; City TV, Euro Alfa eksport-import d.o.o.; TV Pannon, Fond Panonija; RTV Red 9; Cro Media
Šabac	RTV AS; RTV Šabac, JP za informisanje; JP „Glas Podrinja“ Šabac; DOO „Podrinjske“ Šabac
Šid	Sremske novine d.o.o, Sremska Mitrovica; Mitrovačke novine d.o.o, Sremska Mitrovica; Sremska televizija d.o.o; Radio Šid, JP za informisanje; NIN, Beograd
Užice	Radio Luna; TV Alfa, Alfa press; TV 5, Užice; Radio San; List Vesti; Radio Užice; Radio 31; TV Lav, Užice; Agencija Zoom
Valjevo	Vujić televizija d.o.o; "Napred" a.d.Valjevo; Radio 014 d.o.o; Radio Patak, Informativno preduzeće Centar d.o.o; Radio Kula, Vinogradina d.o.o; Radio Točak, Udruženje građana Romski centar za demokratiju; Radio Istočnik, radio Pravoslavne Eparhije valjevske
Vranje	RTV Vranje; Slobodna reč a.d. Vranje; Vranjske d.o.o.; Srpski venac
Vrbas	RTV Vrbas; List Glas
Vršac	TV Banat; NID Vršačka kula d.o.o.; Vršačke vesti, Vršalica d.o.o.; E-vršac, javno glasilo; NIU p.o. Libertatea Pančevo; RTV Victoria, Društvo ljubitelja rumunske muzike i kulture Victoria; Radio Vršac; TV Lav, Vršac
Zaječar	Timočka televizija i radio a.d.; F kanal d.o.o.; RTV Folk Disk/ TV Istok; List Timok a.d.; Naš glas d.o.o.; AS Medija; Alliance international media; Za media d.o.o, Zaječar; Radio Magnum 18 d.o.o.; Radio Tempo
Zrenjanin	Linea elektronski d.o.o. KTV televizija www.ktvtelevizija.com ; RTV Santos, Santos komerce d.o.o.; NIP Zrenjanin ad, List Zrenjanin; Cube production, agencija za TV i kino produkciju, dopisništvo Prva TV (FOX TV); RTV, Radiodifuzna ustanova Vojvodine, Novi Sad

Tabela 4.

Broj medija (ukupno 151¹³) koje lokalne samouprave finansiraju varira od svega jednog medija, u slučaju Raške i Novog Pazara, do 13 medija, koliko ih deli sredstva koja opredeljuje opština Subotica. (Grafik 3.)



Grafik 3.

3.2 Distribucija po tipu medija

Korisnici sredstva su 159 institucija i to (Tabela 5.):

- 101 elektronskih medija, 43 štampanih, 4 Internet portala, 8 produkcijskih kuća i 3 novinske agencije.
- elektronski mediji: 30 RTV stanica, 37 radio, 34 TV stanice. Od toga je 28 sa regionalnom frekvencijom, 57 sa lokalnom, 12 sa kombinovanom regionalnom/lokalnim frekvencijom (u slučaju RTV kuća) i 4 kablovska emitera.
- štampani mediji: 4 sa regionalnom distribucijom, 37 sa lokalnom, 2 sa nacionalnom.
- 26 javno preduzeće, 127 medija u privatnom vlasništvu i 6 udruženja građana.

¹³ Na grafiku 3. u zbiru ima ukupno 155 medija. To je tako zato što su Timočku televiziju finansirali i Knjaževac i Zaječar, Sremsku televiziju i Ruma i Šid, Sremske novine i Ruma i Šid, nedeljnik NIN je dobio novac za svoje usluge i od Kikinde i od Šida. Takođe u medije nisu računate produkcijske kuće, kojih ima ukupno 8, s tim što su Za medija doo finansirali i Knjaževac i Zaječar. Ukupan broj finansiranih institucija u svrhu informisanja je 159, od toga je 151 medij i 8 produkcijskih kuća.

Grad/ Opština	RTV	Radio	TV	Štampa	Internet	Ostali korisnici	Ukupno medija
<i>Aranđelovac</i>	3	0	0	0	0	0	3
<i>Bor</i>	1	0	1	2	0	0	4
<i>Čačak</i>	1	0	1	0	0	0	2
<i>Jagodina</i>	1	0	0	0	0	1	2
<i>Kikinda</i>	1	1	1	2	0	0	5
<i>Knjaževac</i>	2	1	1	1	0	2	7
<i>Kragujevac</i>	1	1	1	1	0	0	4
<i>Kraljevo</i>	1	2	1	1	0	1	6
<i>Kruševac</i>	0	0	1	2	0	1	4
<i>Leskovac</i>	0	3	5	1	1	1	11
<i>Niš</i>	1	0	0	1	0	1	3
<i>Novi Pazar</i>	1	0	0	0	0	0	1
<i>Novi Sad</i>	1	5	4	2	0	0	12
<i>Odžaci</i>	0	1	1	1	0	0	3
<i>Pančevo</i>	1	0	0	2	0	0	3
<i>Petrovac na Mlavi</i>	2	0	0	0	0	0	2
<i>Pirot</i>	0	2	2	1	0	0	5
<i>Požarevac</i>	0	2	2	1	0	0	5
<i>Prijepolje</i>	0	1	1	2	0	1	5
<i>Raška</i>	1	0	0	0	0	0	1
<i>Ruma</i>	0	1	1	2	0	0	4
<i>Sombor</i>	0	1	2	2	0	0	5
<i>Subotica</i>	3	3	2	3	2	1	14
<i>Šabac</i>	2	0	0	2	0	0	4
<i>Šid</i>	0	1	1	3	0	0	5
<i>Užice</i>	0	4	3	1	0	0	8
<i>Valjevo</i>	0	5	1	1	0	0	7
<i>Vranje</i>	1	0	0	3	0	0	4
<i>Vrbas</i>	1	0	0	1	0	0	2
<i>Vršac</i>	1	1	2	3	1	0	8
<i>Zaječar</i>	3	2	0	3	0	2	10
<i>Zrenjanin</i>	2	0	1	1	0	1	5
Ukupno	31¹⁴	37	35¹⁵	45¹⁶	4	12¹⁷	164

Tabela 5.

Korisnici sredstava su u najvećem delu elektronski mediji. Štampani mediji su u manjoj meri korisnici sredstava koja opredeljuju lokalne samouprave, dok su Internet portali zanemarljivi. To, s jedne strane, jeste razumljivo zbog velikih produkcionih troškova koje elektronski mediji imaju, ali, s druge strane, ne doprinosi pluralizmu i vodi ka diskriminaciji korisnika budžetskih sredstava.

¹⁴ RTV Timočka televizija a.d. finansirale su i opština Knjaževac i grad Zaječar.

¹⁵ Sremsku televiziju finansirale su i opština Šid i opština Ruma.

¹⁶ Usluge nedeljnika NIN-a su koristile i opština Kikinda i opština Šid. Sremske novine su finansirale i opština Šid i opština Ruma.

¹⁷ U ostale korisnike su uračunate 3 novinske agencije i 8 produkcijiskih kuća (s tim što su usluge jedne iste agencije koristile i opština Knjaževac i grad Zaječar).

Iskazano po količini dobijenih sredstava, najviše novca dobile su RTV sa 60% (koje su u najvećem broju javna preduzeća), slede TV stanice sa 18%, radio stanice sa 14%, dok ostali učestvuju sa manje od 10% u ukupnoj raspodeli (Tabela 6.).

Tip medija	Iznos	%
RTV	512.553.950,11	60%
Radio	122.104.771,94	14%
TV	150.865.800,77	18%
Štampa	55.461.479,34	7%
Internet	510.000,00	0%
Ostali korisnici	7.166.434,62	1%
Ukupno	848.662.436,78	100%

Tabela 6.

3.3 Distribucija po tipu vlasništva

Velika razlika u distribuciji novca vidljiva je kada posmatramo tip vlasništva – javna preduzeća, gde je opština osnivač medija i javna glasila u privatnom vlasništvu. Iako su privatni mediji u ukupnom zbiru brojniji korisnici sredstava, količina novca koju oni dobijaju ukupno znatno je manja nego količina novca koji dobijaju javna preduzeća za informisanje kao indirektni budžetski korisnici. Izdvajanja za javna preduzeća za informisanje iznose 73 % ukupno izdvojenih sredstava, dok privatna glasila dele preostalih 27 % ukupno izdvojenih sredstava (Tabela 7).

Opština/ Grad	JP %	Ostali %
Arandelovac	80%	20%
Bor	96%	4%
Jagodina	100%	0%
Kikinda	40%	60%
Kragujevac	84%	16%
Leskovac	64%	36%
Niš	75%	25%
Novi Pazar	100%	0%
Novi Sad	84%	16%
Odžaci	88%	12%
Pančevo	98%	2%
Pirot	30%	70%
Požarevac	65%	35%
Raška	100%	0%
Sombor	42%	58%
Subotica	68%	32%
Šabac	96%	4%
Šid	26%	74%
Vranje	98%	2%
Vrbas	97%	3%
Zrenjanin	10%	90%
Ukupno	73 %	27 %

Tabela 7.

Tako se među prvih 15 medija po količini dobijenih sredstava od lokalnih samouprava našla samo jedna privatna stanica (Tabela 8).

	Opština/ Grad	Naziv medija	Suma	Tip vlasništva
1	Novi Sad	Novosadska TV, Gradski informativni centar "Apolo" Novi Sad	74.983.860,00	JP
2	Pančevo	RTV Pančevo	68.978.216,97	JP
3	Kragujevac	RTK, JP Radio televizija Kragujevac	61.280.000,00	JP
4	Jagodina	RTV Jagodina, JIP Novi put	52.108.948,00	JP
5	Novi Pazar	Regionalna RTV Novi Pazar, JP za informisanje	49.088.667,00	JP
6	Niš	RTV Niška televizija, JP za informisanje	44.000.000,00	JP
7	Subotica	Radio Subotica, JP za informisanje	40.500.000,00	JP
8	Vranje	RTV Vranje	39.534.509,00	JP
9	Bor	RTV Bor, Štampa radio i film, JP za informisanje	36.993.032,11	JP
10	Raška	JP Radio i TV Raška	26.447.000,00	JP
11	Vrbas	RTV Vrbas	25.857.391,06	JP
12	Šabac	RTV Šabac, JP za informisanje	22.569.876,00	JP
13	Leskovac	JP Radio Leskovac	17.277.917,00	JP
14	Zaječar	Timočka televizija i radio a.d.	14.900.000,00	privatno
15	Kikinda	Radio Kikinda, JP Informativni centar Kikinda	12.215.209,00	JP

Tabela 8.

3.4 Distribucija po pokrivenosti

Posmatrano po pokrivenosti, najveći procenat izdvojenih sredstava dobijaju regionalni mediji (44,02%), slede lokalni (31,59%) te kombinovani, koji podrazumevaju emitovanje programa na lokalnom i regionalnom nivou (23,57%) (Tabela 9.).

Pokrivenost/Frekvencija	Suma	%
regionalna	371.748.860,45	44,02%
lokalna	266.797.841,92	31,59%
kombinovana	199.058.347,14	23,57%
nacionalna	3.972.333,05	0,47%
kablovska	2.918.590,00	0,35%
	844.495.972,56	
produkcijske kuće	4.166.464,22	
	848.662.436,78	

Tabela 9.

4. Modeli potrošnje

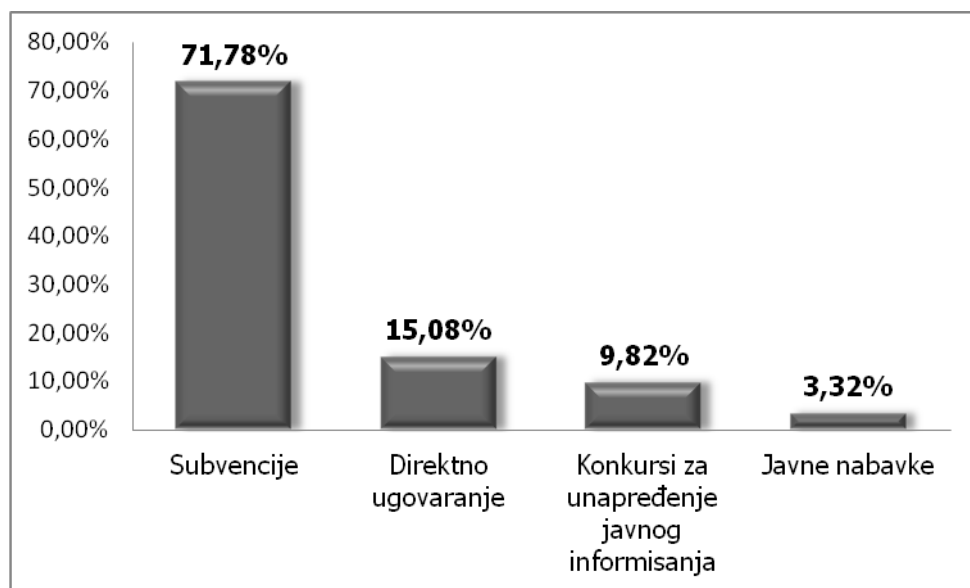
4.1 Osnovni modeli distribucije

Uvid u dokumentaciju pokazuje veliku neujednačenost i različite prakse finansiranja javnih glasila i potrošnju budžetskih sredstava namenjenih javnom informisanju. Ovo svedoči o vrsti autonomije koju imaju lokalne samouprave u raspolaganju budžetskim novcem i finansiranju onih aktivnosti koje smatraju najpogodnijim za svoje lokalne sredine. Različite prakse, sa minimumom zajedničkih standarda, međutim, otvaraju put diskrecionom tumačenju zakonskih odredbi i netransparentnosti u trošenju novca.

Četiri osnovna modela finansiranja lokalnih i regionalnih glasila su:

1. Subvencije javnim preduzećima.
2. Direktno ugovaranje.
3. Konkursi za unapređenje javnog informisanja.
4. Javne nabavke.

Od ovih modela, među posmatranim opštinama po procentu opredeljenih sredstava najzastupljenije su subvencije, sa 71,78 %, sledi direktno ugovaranje sa oko 15,08 %, dok su druga dva modela, koja podrazumevaju neku vrstu konkurentnosti, zastupljena sa ukupno 13,14 %, od toga javni konkurs nešto više od 9,82 % i javne nabavke 3,32 % (Grafik 4.).



Grafik 4.

4.2 Modeli distribucije po predmetu finansiranja

U okviru ova četiri osnovna modela identifikovane su i podkategorije na osnovu predmeta finansiranja, od kojih su se izdvojile nabavke usluga u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave, na koje se troši 14,09 % sredstava opredeljenih medijima od strane lokalnih samouprava. Praćenje rada lokalnih samouprava finansira se i kroz javne nabavke (1,92%) i delimično kroz javne konkurse za unapređenje javnog informisanja (7,14 %) (Tabela 10.).

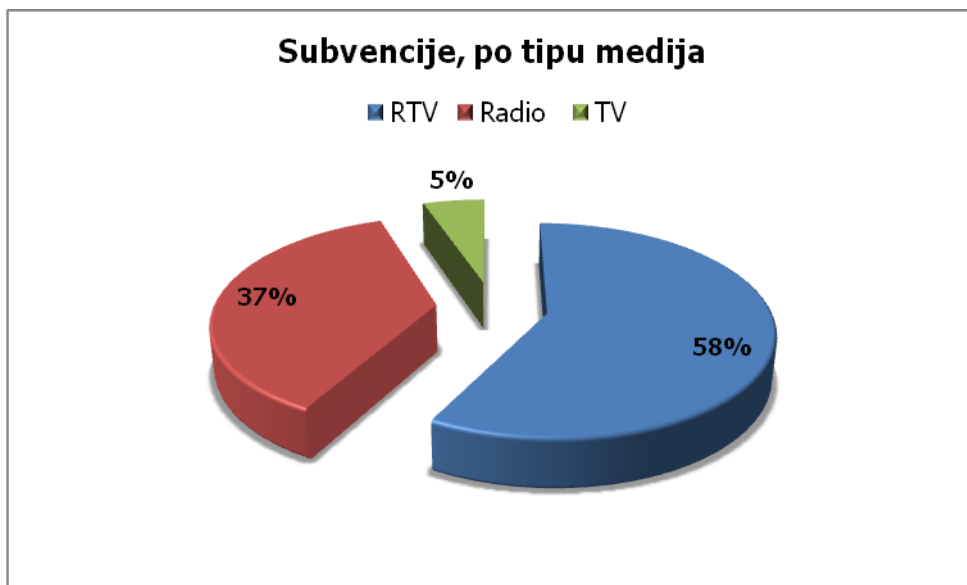
Osnov	Suma	%
<i>Direktno ugovaranje, nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave</i>	119.570.830,25	14,09%
<i>Direktno ugovaranje, oglašavanje i promocija</i>	7.991.016,87	0,94%
<i>Direktno ugovaranje, sufinansiranje programskog sadržaja</i>	400.000,00	0,05%
<i>Javna nabavka, nabavka usluge javnog informisanja o radu lokalne samouprave</i>	16.256.915,06	1,92%
<i>Javna nabavka, oglašavanje i promocija</i>	2.146.078,71	0,25%
<i>Javna nabavka, sufinansiranje programskog sadržaja</i>	9.779.720,00	1,15%
<i>Javni konkurs, sufinansiranje sadržaja - unapređenje informisanja nacionalnih i etničkih manjina i osoba sa invaliditetom</i>	22.799.040,00	2,69%
<i>Javni konkurs, sufinansiranje sadržaja - unapređenje javnog informisanja</i>	60.578.313,00	7,14%
<i>Subvencija javnim preduzećima</i>	609.140.522,89	71,78%
Total	848.662.436,78	

Tabela 10.

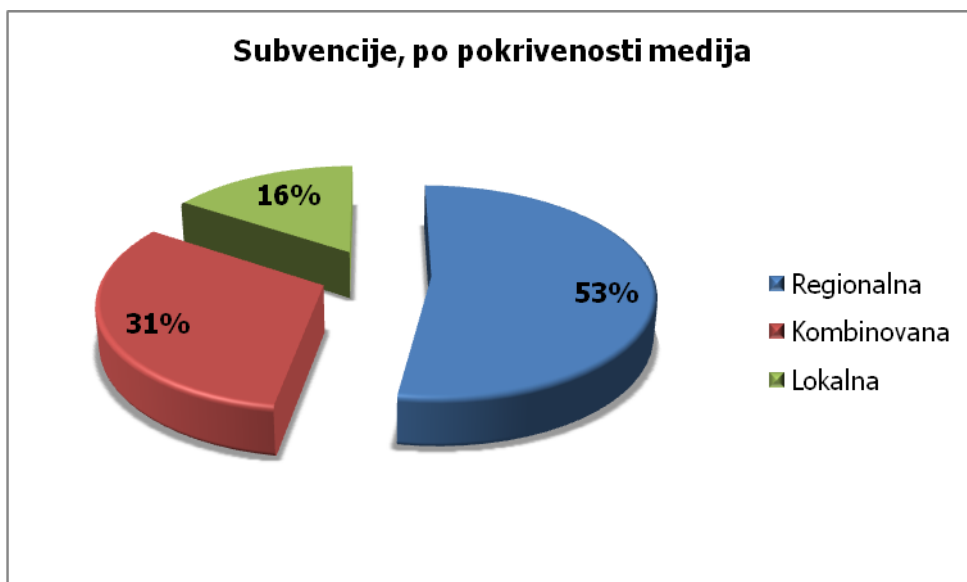
4.3 Subvencije

Subvencije dobijaju JP kao indirektni budžetski korisnici.

Javna preduzeća za informisanje, tzv. lokalni javni servisi, finansiraju se u najvećem broju putem subvencija kao indirektni budžetski korisnici. Od 32 lokalne samouprave obuhvaćene ovim istraživanjem, njih 19 dodelilo je sredstva javnim preduzećima kroz dodelu subvencija. Od tog broja 11 je RTV kuća, 7 radio stanica i jedna TV stanica (Grafik 5.); 10 sa regionalnom, 3 sa lokalnom i 6 sa kombinovanom frekvencijom-pokrivenošću (Grafik 6.).



Grafik 5.



Grafik 6.

Ukupna suma na ovaj način potrošena je 609.140.522,89 dinara ili 71 % ukupnog novca opredeljenog za javno informisanje (Tabela 11.). Budžetskim novcem ova javna preduzeća finansiraju troškove plata, poreza i doprinosa zaposlenih, tekuće troškove (struja, renta, telefoni i sl.), kao i produkcione troškove proizvodnje sadržaja. Javna preduzeća za informisanje dužna su da krajem svake kalendarske godine predaju skupštini opštine/skupštini grada izveštaj o svom radu i pokažu utrošak sredstava.

Opština/ Grad	Naziv medija	Iznos
Novi Sad	Novosadska TV, Gradski informativni centar "Apolo" Novi Sad	74.983.860,00
Pančevo	RTV Pančevo	68.978.216,97
Kragujevac	RTK, JP Radio televizija Kragujevac	61.280.000,00
Jagodina	RTV Jagodina, JIP Novi put	52.108.948,00
Novi Pazar	Regionalna RTV Novi Pazar, JP za informisanje	49.088.667,00
Niš	RTV Niška televizija, JP za informisanje	44.000.000,00
Subotica	Radio Subotica, JP za informisanje	40.500.000,00
Vranje	RTV Vranje	39.534.509,00
Bor	RTV Bor, Štampa radio i film, JP za informisanje	36.993.032,11
Raška	JP Radio i TV Raška	26.447.000,00
Vrbas	RTV Vrbas	25.857.391,06
Šabac	RTV Šabac, JP za informisanje	22.569.876,00
Leskovac	JP Radio Leskovac	17.277.917,00
Kikinda	Radio Kikinda, JP Informativni centar Kikinda	12.215.209,00
Arandelovac	RTV Šumadija, JP za informisanje	12.000.000,00
Požarevac	Radio Požarevac, JP za informisanje	11.504.597,75
Odžaci	Radio Odžaci, JP Informativni centar Odžaci	7.247.299,00
Sombor	Radio Sombor a.d.	3.500.000,00
Šid	Radio Šid, JP za informisanje	3.054.000,00
Ukupno		609.140.522,89

Tabela 11.

Finansiranje ovih javnih preduzeća ujedno izaziva i najveće polemike među stručnom javnošću. Lokalne samouprave imaju osnovačka prava nad ovim javnim preduzećima, shodno Zakonu o lokalnoj samoupravi, ali, s druge strane, ova mogućnost je izazvala koliziju sa nekim drugim zakonskim rešenjima, pre svega, sa rešenjima iz Zakona o radiodifuziji.

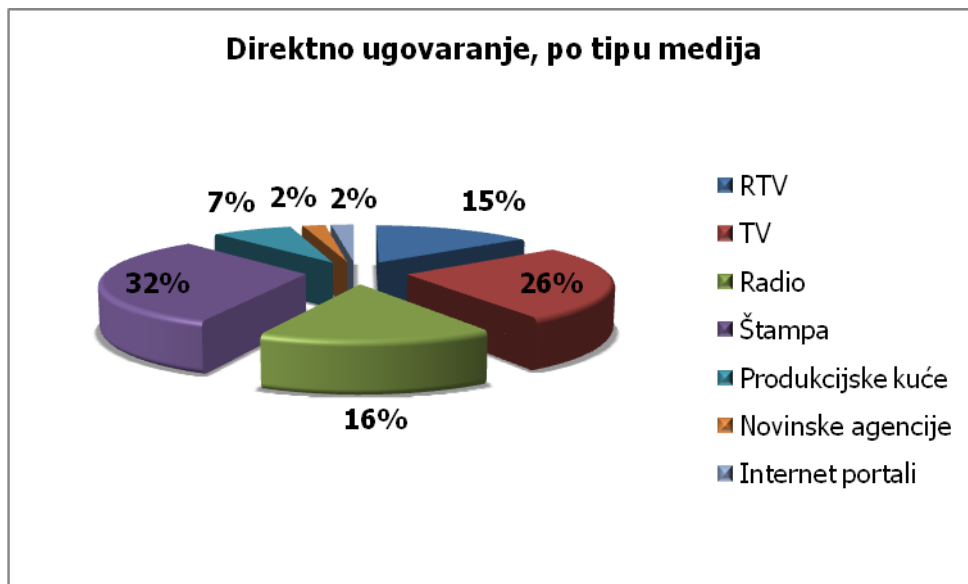
Kakav će ubuduće biti status ovih preduzeća ostaje da se vidi – Medijska strategija predviđa potpuno povlačenje države iz vlasništva nad medijima, ali i osnivanje regionalnih javnih servisa.

4.4 Direktno ugovaranje

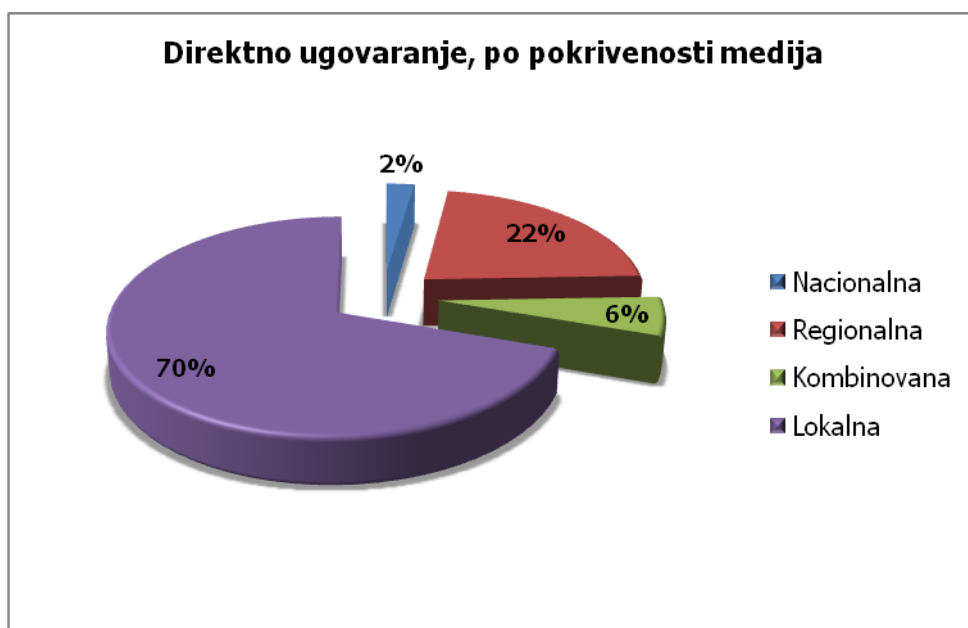
Više od polovine, odnosno 27 lokalnih samouprava, odlučilo se za nabavku usluga javnog informisanja putem direktnog ugovaranja sa pojedinačnim medijima, na osnovu Odluke organa lokalne samouprave (Veća ili Skupštine). Koristeći svoje zakonske ingerencije, na ovaj način potrošeno je više od 127 miliona dinara, što iznosi 15,07 % ukupno opredeljenog novca za javno informisanje u posmatranim opštinama.

Ukupno 95 medija su korisnici ovih sredstava, od toga 14 RTV stanica, 25 TV stanica, 15 radio stanica, 30 štampanih medija, 7 produkcijskih kuća, 2 novinske agencije i 2 Internet portala (Grafik 7.). Što se tiče pokrivenosti, kroz direktno ugovaranje sklopljeni su ugovori sa

60 lokalnih medija, 19 regionalnih, 2 nacionalna medija, 5 sa kombinovanom pokrivenošću i 2 kablovska emitera (iz ovog pregleda izuzete su produkcijske kuće) (Grafik 8.).



Grafik 7.

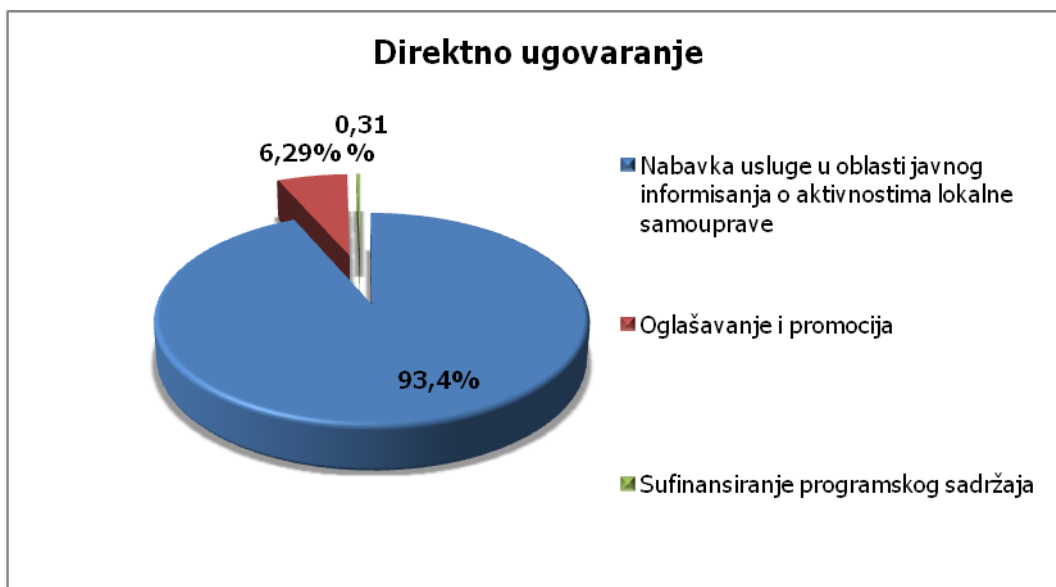


Grafik 8.

Iako se potrebe za javnim informisanjem razlikuju među opštinama, zajedničko svim upravama je da po ovom modelu najčešće finansiraju sadržaj o radu uprave.

Lokalne samouprave najčešće su ovim putem finansirale izveštavanje o svojim aktivnostima (radu uprave, lokalnih javnih preduzeća, kulturnim, sportskim i drugim aktivnostima u

organizaciji uprave) i na to je potrošeno skoro 120 miliona dinara od opredeljenih 127.961.847,12 miliona dinara. Oko 8 miliona dinara potrošeno je na oglašavanje i promociju (najveći korisnik ovih sredstava je Radio Pirot, sa 1.485.277,8 dinara), dok je najmanji deo od 400 hiljada dinara potrošila gradska uprava Šapca za sufinansiranje konkretnog programa (Grafik 9).



Grafik 9.

U ovom modelu finansiranja javnih glasila razlikuju se još i dva načina finansiranja: 1) na osnovu ugovora, koji određuju ukupnu sumu, predmet finansiranja, rokove i međusobne obaveze uprave i medija, 2) direktno plaćanje usluga putem faktura.

Od 95 medija koji su korisnici sredstava, svega su četiri javna preduzeća, dok su ostalo privatni mediji. Korisnici su u najvećoj meri mediji koji imaju lokalno pokrivanje/distribuciju, u nešto manjoj meri regionalni mediji.

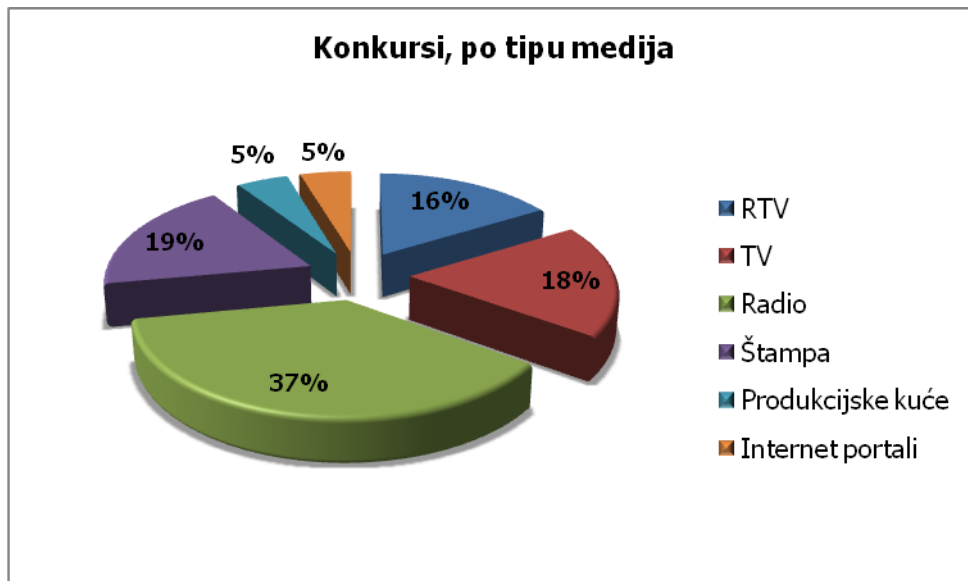
4.5 Konkursi za unapređenje javnog informisanja

Javni konkursi, kojima se podstiče proizvodnja sadržaja, smatraju se najpoželjnijim modelom finansiranja javnih glasila. Fer i transparentni uslovi učešća na konkursu, jasno određena suma novca koja se stavlja na raspolaganje uz napomene o njenoj distribuciji, 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

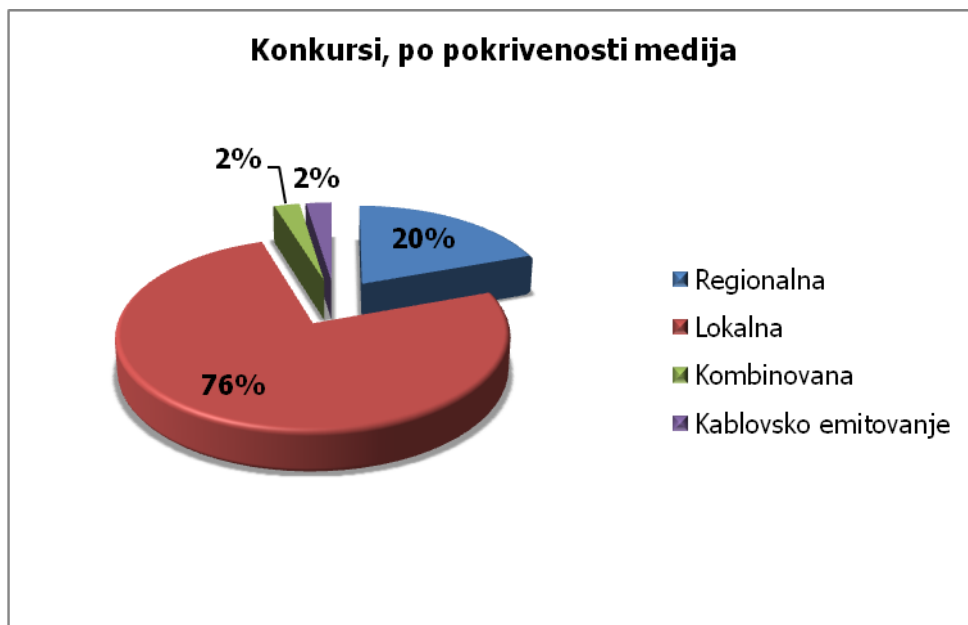
transparentnosti i javnom uvidu u efikasnost i rezultate trošenja budžetskih sredstava, su: 1) jasno definisani, nediskriminatorni uslovi učešća na konkursu i 2) obaveza medija da predaju izveštaj, narativni i finansijski, o utrošku novca.

Za ovaj model se, ipak, odlučilo svega 6 lokalnih samouprava koje su obuhvaćene istraživanjem, i to Novi Sad, Sombor, Zaječar, Subotica, Valjevo i Pirot. Ukupna ovako opredeljena suma je nešto više od 83 miliona dinara, a raspon pojedinačno opredeljenih sredstava kreće se od 3,5 miliona dinara koliko u proseku dobijaju RTV ili TV stanice do jedog miliona dinara koliko u proseku dobijaju štampani mediji i radio stanice. Oscilacije u pojedinačnim iznosima su velike i variraju od 65 hiljada dinara, koliko je opština Zaječar platila List Timok, do skoro 15 miliona dinara, koliko je ista opština platila Timočku televiziju.

Ukupno su 43 medija korisnici ovakvih sredstava, i to 7 RTV stanica, 8 TV stanica, 16 radio stanica, 8 štampanih medija, 2 Internet portala i 2 produkcijske kuće (Grafik 10). Najveći broj korisnika, njih 31, ima lokalnu frekvenciju/distribuciju dok 8 ima regionalnu i po jedan kablovski emiter i kombinovano pokrivanje (iz ovog pregleda izuzete su produkcijske kuće) (Grafik 11) .

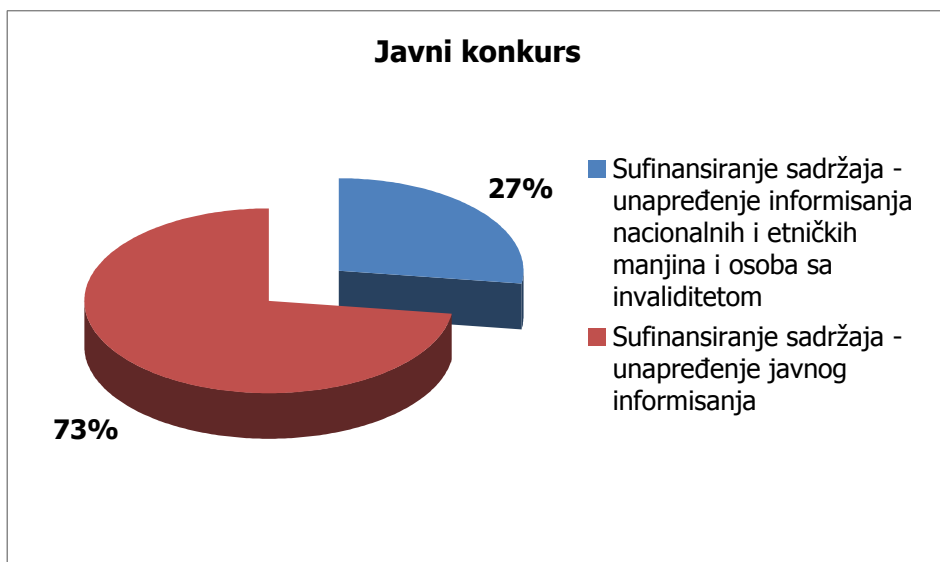


Grafik 10.



Grafik 11.

U četiri lokalne samouprave Valjevo, Pirot, Subotica i Zaječar, raspisan je konkurs za unapređenje javnog informisanja, a u dve lokalne samouprave, Novom Sadu i Somboru, konkurs za unapređenje informisanja na jezicima nacionalnih manjina i osoba sa invaliditetom (Grafik 12.).



Grafik 12.

Najveći deo novca podeljenog na osnovu javnih konkursa ima za cilj unapređenje javnog informisanja, koje podrazumeva „praćenje rada lokalne uprave i javnih preduzeća“ i „realizaciju projekata u oblasti javnog informisanja“.

Najveći procenat svog budžeta namenjenog finansiranju medija na osnovu konkursa je dodelio grad Zaječar – 98,63 %. Samo je grad Novi Sad imao raspisan konkurs kojim se eksplicitno podstiče pravo na informisanje osoba sa invaliditetom.

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

Najveći broj korisnika su privatne medijske kuće, kao i četiri javna preduzeća i šest udruženja građana.

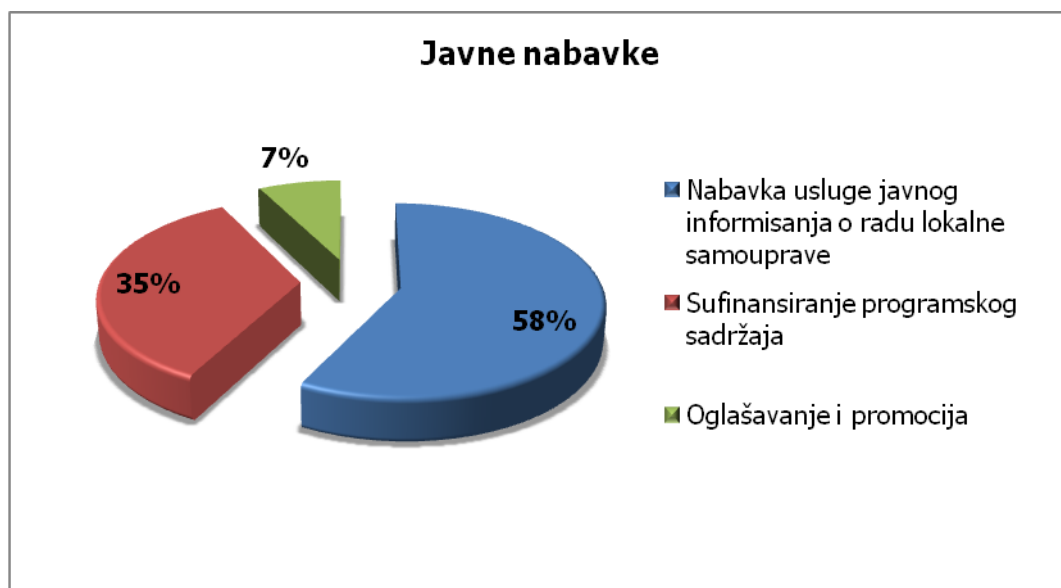
Grad	Broj medija	Iznos	Predmet konkursa	Kriterijumi	% ukupnih izdvajanja za medije
Novi Sad	11	19.699.040,00	Finansiranje ili sufinansiranje programa i projekata u oblasti unapređenja javnog informisanja etničkih i manjinskih zajednica, kao i javni konkursi za unapređenje informisanja osoba sa invaliditetom.	Pravilnik o načinu, merilima i kriterijumima za izbor projekata iz oblasti javnog informisanja koji se sufinansiraju iz budžeta grada Novog Sada (Službeni list Grada Novog Sada br 34/10)	20,81 %
Pirot	5	14.550.000,00	Finansiranje praćenja rada lokalne uprave i javnih preduzeća	Učešće finansijskih sredstava iz budžeta opštine u planiranom ukupnom budžetu učesnika konkursa, registracija i obavljanje delatnosti na teritoriji opštine, kvalitet informativnog programa, tradicija u poslovanju, dosadašnja saradnja sa lokalnom samoupravom, nagrade i priznanja.	78,54 %
Sombor	1	3.100.000,00	Informisanje na jezicima nacionalnih manjina	Informisanje na jezicima nacionalnih manjina, da registrovana organizacija ne dobija sredstva iz Republike Srbije, Autonomne Pokrajine Vojvodine niti iz donacija. Da je registrovana i obavlja delatnost na teritoriji grada Sombora i da izveštava o radu organa lokalne samouprave	34,61 %
Subotica	13	17.100.000,00	Finansiranje ili sufinansiranje programa i projekata u oblasti javnog informisanja.	Programi, projekti i članci koji se bave radom i aktivnošću lokalne samouprave; svakodnevni pitanjima od opšteg interesa za građane Grada; koji doprinose afirmaciji vrednosti zajedničkog života, multikulturalnosti i multikonfesionalnosti na teritoriji Grada.	28,79 %
Valjevo	6	3.400.000,00	Finansiranje praćenja rada lokalne uprave i javnih preduzeća	Regionalna ili lokalna frekvencija za emitovanje programa na području grada; radio ili TV program; broj, termin i trajanje informativnih emisija; broj, termin i trajanje drugih emisija o temama koje su predmet konkursa	70,34 %
Zaječar	7	25.528.313,00	Finansiranje ili sufinansiranje programa i projekata u oblasti javnog informisanja.	Značaj informativnog programa za ostvarivanje prava na javno informisanje; doprinos raznolikosti medijskog sadržaja i pluralizma ideja i vrednosti; unapređenje medijskog stvaralaštva u oblasti kulture, nauke i obrazovanja; informisanje i edukacija dece i omladine; informisanje i unapređenje ravnopravnosti svih segmenata društva; uvođenje novih informacionih tehnologija i razvoj medijske pismenosti; doprinos razvoju istraživačkog novinarstva; značaj programa za razvoj grada Zaječara i regiona; broj radnika u stalnom radnom odnosu; gledanost.	98,63 %

Tabela 12.

4.6 Javne nabavke

U posmatranom uzorku, 8 lokalnih samouprava odlučilo se da nabavku usluga javnog informisanja sprovede putem konkursa za javne nabavke, a na osnovu Zakona o javnim nabavkama. To su: Bor, Kragujevac, Kruševac, Pančevo, Subotica, Sombor, Niš i Šid. Uzimajući u obzir predmet javnih nabavki, 6 lokalnih samouprava (Bor, Kragujevac, Niš, Sombor, Subotica i Šid) ovako je finansiralo informisanje o svom radu i radu lokalnih javnih preduzeća, gradovi Pančevo i Kruševac i opština Šid su finansirali oglašavanje i promociju, dok su uprave Kragujevca i Šida na ovaj način sufinansirale i proizvodnju sadržaja.

Ukupna suma potrošena putem konkursa za javne nabavke je nešto više od 28 miliona dinara, i to sa 16,2 miliona dinara kupljena je usluga informisanja o radu uprave, sa 9,7 miliona finansiran je sadržaj (proizvodnja konkretnih emisija/tekstova u štampi), dok je 2,1 miliona potrošeno na oglašavanje (Grafik 13).



Grafik 13.

Korisnici ovih sredstava su 16 lokalnih medija, 15 u privatnom vlasništvu i jedno javno preduzeće - 8 štampanih i 8 elektronskih medija. U najvećem broju slučajeva kriterijum za izbor ponuđača bila je najniža ponuđena cena.

Sprovedeni konkursi su u najvećoj meri postupci javne nabavke male vrednosti ili pregovarački postupci bez objavljivanja javnog poziva. Iako usluge koje se odnose na „kupovinu, razvoj, produkciju ili koprodukciju radio i televizijskog programa ili vremena za emitovanje programa“ striktno ne spadaju u ingerencije Zakona o javnim nabavkama, ovaj

Zakon ipak propisuje nekoliko ključnih načela u sprovođenju ovakvih postupaka, a pre svega, ekonomičnosti i efikasnosti upotrebe javnih sredstava, obezbeđivanja konkurencije među ponuđačima, transparentnost postupka javne nabavke i jednakosti ponuđača.

4.7 Diversifikacija modela finansiranja

Najzastupljeniji modeli finansiranja su subvencije javnim preduzećima i direktno ugovaranje za nabavke usluga u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave, koji se primenjuju u po 19 opština, a sledi direktno ugovaranje za potrebe oglašavanja i promocije koje je realizovano u 11 opština.

U preko polovine posmatranih opština modeli finansiranja su diversifikovani tj. koristi se više od jednog načina distribucije sredstava medijima, dok se u 9 lokalnih samouprava novac iz budžeta i dalje distribuira samo po jednom modelu, od čega je najzastupljenije direktno ugovaranje za nabavke usluga u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave, u 7 opština i gradova, a preostala dva odnose se na subvencije javnim preduzećima (Novi Pazar i Raška) .

Grad	Direktno ugovaranje, nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave	Direktno ugovaranje, oglašavanje i promocija	Direktno ugovaranje, sufinansiranje programskog sadržaja	Javna nabavka, nabavka usluge javnog informisanja o radu lokalne samouprave	Javna nabavka, oglašavanje i promocija	Javna nabavka, sufinansiranje programskog sadržaja	Javni konkurs, sufinansiranje sadržaja - unapređenje informisanja nacionalnih i etničkih manjina i osoba sa invaliditetom	Javni konkurs, sufinansiranje sadržaja - unapređenje javnog informisanja	Subvencija javnim preduzećima	Total
Arandelovac	20,49%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	79,51%	100,00%
Bor	0,00%	0,03%	0,00%	3,98%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	95,99%	100,00%
Čačak	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Jagodina	0,00%	0,22%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	99,78%	100,00%
Kikinda	59,08%	1,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	39,79%	100,00%
Knjaževac	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Kragujevac	0,00%	0,00%	0,00%	8,75%	0,00%	7,49%	0,00%	0,00%	83,76%	100,00%
Kraljevo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Kruševac	39,88%	0,00%	0,00%	0,00%	60,12%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Leskovac	35,76%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	64,24%	100,00%
Niš	20,46%	0,00%	0,00%	4,51%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	75,03%	100,00%
Novi Sad	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,81%	0,00%	79,19%	100,00%
Novi Pazar	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Odžaci	11,76%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	88,24%	100,00%
Pančevo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,62%	0,00%	0,00%	0,00%	98,38%	100,00%
Petrovac na Mlavi	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Pirot	10,22%	11,24%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	78,54%	0,00%	100,00%
Požarevac	35,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	64,80%	100,00%
Prijepolje	84,31%	15,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Raška	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Ruma	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%

<i>Sombor</i>	0,00%	18,36%	0,00%	7,96%	0,00%	0,00%	34,61%	0,00%	39,07%	100,00%
<i>Subotica</i>	0,63%	0,00%	0,00%	2,38%	0,00%	0,00%	0,00%	28,79%	68,19%	100,00%
<i>Šabac</i>	4,77%	0,00%	1,66%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	93,57%	100,00%
<i>Šid</i>	0,00%	5,85%	0,00%	30,53%	0,36%	36,99%	0,00%	0,00%	26,27%	100,00%
<i>Užice</i>	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
<i>Valjevo</i>	6,35%	23,31%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	70,34%	0,00%	100,00%
<i>Vranje</i>	0,00%	1,77%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	98,23%	100,00%
<i>Vrbas</i>	0,00%	2,98%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	97,02%	100,00%
<i>Vršac</i>	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
<i>Zaječar</i>	0,00%	1,37%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	98,63%	0,00%	100,00%
<i>Zrenjanin</i>	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%

Tabela 13.

5. (Ne)transparentnost

U zavisnosti od tipa ugovora koji lokalni mediji imaju sa lokalnom samoupravom, dužni su da dostave (ili ne) izveštaje o svom radu – organima lokalne samouprave i javnosti. Javna preduzeća podnose godišnje izveštaje o svom radu, privatni mediji najčešće nisu dužni da to čine, dovoljno je da pošalju validan račun, a u nekoliko slučajeva lokalna samouprava ima osobu zaduženu da prati ispunjavanje međusobno dogovorenih obaveza.

Koliko je heterogena praksa opština, toliko varira i kvalitet izveštaja koje mediji podnose. BIRN je imao uvid u 40 izveštaja. Bilo je i slučajeva da nam lokalne samouprave nisu dostavile tražene izveštaje i to 77 izveštaja za koje ne znamo da li su uopšte dostavljeni lokalnim samoupravama niti da li su korisnici sredstava bili u obavezi da ih dostave. Takođe, prema podacima koje su opštine dostavile 50 korisnika sredstava iz budžeta lokalnih samouprava nije ni bilo dužno da izveštaj preda, dok ukupno 10 korisnika, iz opštine Pirot i grada Subotice, nije dostavilo tražene izveštaje lokalnoj samoupravi iako su bili u obavezi da to učine (Tabela 14.).

Samo 16 medija je predalo i finansijske i narativne izveštaje.

Dostavljanje izveštaja o potrošnji	Broj
Da	40
Ne	77
Korisnici nisu dostavili	10
Nisu u obavezi da dostave	50
Specifikacija usluga	2
Ukupno	179

Tabela 14.

Finansijski izveštaji u koje smo imali uvid pokazuju da se većina novca zapravo troši za ljudske resurse, zatim na tekuće troškove (npr. telefoni, struja i sl.), dok je zanemarljivo mali procenat novca koji ode na troškove same proizvodnje sadržaja (Tabela 15).

	Naziv medija	Tip vlasništva	% para za plate	% para za tekuće održavanje i produkcione troškove	% para za program
Arandjelovac	RTV Šumadija, JP za informisanje	JP	84%	16%	
Bor	RTV Bor, Štampa radio i film,	JP	60%	22,50%	
Novi Sad	Novosadska TV, Gradski informativni centar „Apolo“ Novi Sad	JP	78%	11%	11%
Novi Sad	Regionalno društvo RTV-RTD d.o.o., Novi Sad	privatno		100%	
Novi Sad	TV Kanal 9, Novi Sad	privatno	30%	70%	
Novi Sad	Radio Jugović, Kač	JP	70%	30%	
Novi Sad	Radio 5, Novi Sad	privatno	50%	50%	
Novi Sad	Novi građanski list	privatno	25%	75%	
Novi Sad	Radio Kisač, Kulturno-informativni centar Kisač	JP	100%		
Novi Sad	Radio Futog Kulturno-informativni centar Mladost, Futog	JP	50%	50%	
Novi Sad	TV Panonija, Novi Sad	privatno		100%	
Novi Sad	NIU Hlas Ljudu, Novi Sad	privatno		100%	
Raška	JP Radio i TV Raška	JP	84,46%	15,54%	
Šabac	RTV Šabac, JP za informisanje	JP	67%	33%	
Šid	Radio Šid, JP za informisanje	JP	55%	45%	
Valjevo	Vujić televizija d.o.o	privatno	80%	20%	
Valjevo	Radio Patak, Informativno preduzeće Centar d.o.o	privatno	55%	45%	
Valjevo	Radio 014 d.o.o	privatno	100%		
Valjevo	Radio Točak, Udruženje građana Romski centar za demokratiju	udruženje građana	40%	60%	
Valjevo	Radio Istočnik, radio Pravoslavne Eparhije valjevske	udruženje građana	44%	56%	
Vrbas	RTV Vrbas	JP	75,20%	2,86%	13,50%

Tabela 15.

Od 21 medija u čije smo finansijske izveštaje imali uvid 10 je javnih preduzeća, devet je privatnih medija i dva su udruženja građana. Osnov po kom su im sredstva opredeljena su subvencije za JP, u sedam slučajeva, ili javni javni konkurs za sufinansiranje sadržaja.

Sledeći u potpunosti propisane procedure, javna preduzeća i mediji koji su dobili novac putem javnog konkursa, bili su u obavezi da podnesu izveštaje. O ukupno 43 korisnika budžetskih sredstava po osnovu javnog konkursa, izveštaje je dostavilo 26 korisnika. Što se tiče javnih preduzeća, od njih 26, izveštaje lokalnim samoupravama dostavilo je samo 12 prema podacima koje smo dobili.

Čak i ovakav nepotpun uvid u izveštaje ukazuje na nepostojanje jedinstvene prakse kao i na alarmantan nedostatak kulture transparentnosti na kojoj bi trebalo dodatno raditi u budućnosti.

6. Zaključak

Sve opštine obuhvaćene uzorkom, izuzev jedne, imaju opredeljena budžetska sredstva za javno informisanje. Najčešće se ovaj novac troši sa budžetske linije 423, usluge informisanja, i jedan deo sa linije 451, subvencije javnim preduzećima.

Prakse u distribuciji novca variraju znatno od uprave do uprave, toliko da se može govoriti o minimalnim zajedničkim standardima. Ipak, u svrhu nastanka ovog izveštaja, određena uopštavanja morala su biti napravljena kako bi se identifikovali osnovni modeli, mehanizmi raspodele sredstava. Četiri su osnovna tipa: 1) subvencionisanje javnih preduzeća za informisanje čiji je osnivač lokalna samouprava, 2) direktno ugovaranje usluga sa javnim glasilima, 3) javni konkursi za unapređenje javnog informisanja, 4) nabavka usluga javnog informisanja na osnovu konkursa za javne nabavke.

Velika disproporcija uočljiva je u finansiranju javnih preduzeća i javnih glasila u privatnom vlasništvu. Osim što glasila u privatnom vlasništvu pojedinačno dobijaju mnogo manja sredstva nego javna preduzeća, na subvencionisanje ovih medija ide više od 70% svih opredeljenih sredstava.

Većina lokalnih samouprava sredstva za unapređenje javnog informisanja shvata kao način da se finansira redovno izveštavanje o radu lokalne samouprave, njenih organa i javnih preduzeća. Iako je ovo, bez sumnje, od velike važnosti za svaku lokalnu sredinu, suštinski ne doprinosi svojoj pravoj nameni - obogaćivanju i podizanju ukupnog kvaliteta sadržaja, inoviranju ponude, podsticanju medijskog stvaralaštva i sl. Izuzetak su, u najvećoj meri, konkursi kojima se podstiče proizvodnja sadržaja - bilo da se odnosi na javno informisanje ili informisanje na jezicima manjina.

Transparentnost u trošenju javnog novca, kao i javni uvid u efekte i rezultate ovako plasiranih sredstava, ograničen je, samom činjenicom da izveštaje o potrošnji podnosi mali broj medija. Osim javnih preduzeća koja su dužna da godišnje izveštaje podnose Skupštini, kao i mediji koji su novac dobili putem konkursa, ostali nisu dužni da pravdaju utrošak novca.

Kako pokazuju izveštaji koje smo imali na uvid, veći deo novca potrošen je na pokrivanje tekućih troškova, najpre plata i pratećih doprinosa zaposlenih, a vrlo mali deo na same produkcione troškove, tj. troškove proizvodnje sadržaja. Ova činjenica svedoči o hroničnom nedostatku novca u lokalnim medijima, te vrlo malom prostoru za nove investicije.