

Izveštaj o finansiranju medija iz budžeta lokalnih samouprava

NOVAC JEDU LOKALNE TELEVIZIJE

Istraživanje, koje je zbog obima posla i metodologije, isključilo javna preduzeća i fondove preko kojih takođe ide značajna suma novca, pokazalo je da su lokalni mediji u 32 lokalne samouprave iz gradskih i opštinskih budžeta prošle godine dobili oko 850 miliona dinara, a 70 odsto tog novca otišlo je neprivatizovanim televizijskim i radio stanicama

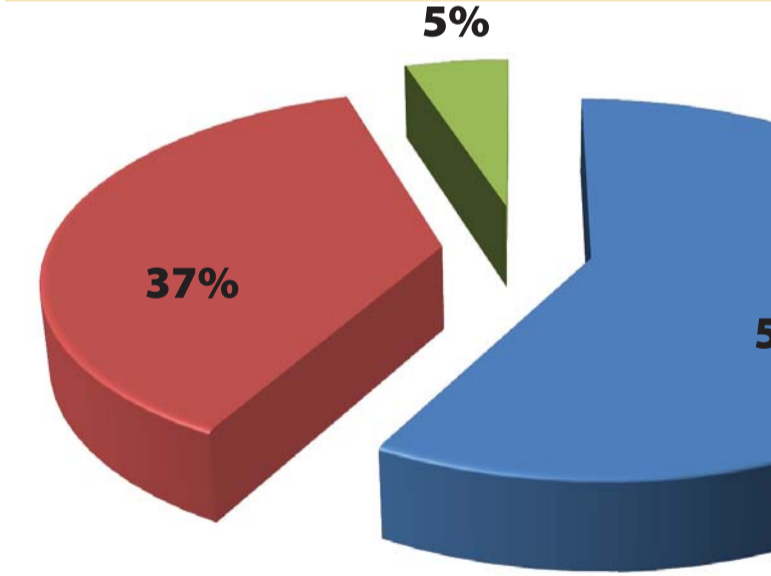
TRAŽENI PODACI

Podaci koji su predstavljani u izveštaju prikupljeni su na osnovu zahteva za pristup informacijama od javnog značaja, a na osnovu odgovora koje su dostavile 32 lokalne samouprave, i to: Aranđelovac, Bor, Čačak, Jagodina, Kikinda, Knjaževac, Kragujevac, Kraljevo, Krupanj, Leskovac, Niš, Novi Pazar, Novi Sad, Odžacki, Pančevo, Petrovac na Mlavi, Pirot, Požarevac, Prijepolje, Rača, Ruma, Sombor, Subotica, Tabanovci, Učice, Valjevo, Vranje, Vršac, Zaječar i Zrenjanin. Zahtev je obuhvatio dostavljanje sledećih informacija:

- spisak medijskih kuća koje su indirektni korisnici budžetskih sredstava i iznos transfera na godišnjem nivou po pojedinačnom mediju;
- ukupnu sumu plaćenu (tampanim i elektronskim regionalnim i lokalnim medijima u 2011. godini po svim osnovama i sa svih budžetskih linija i analitičke kartice;
- 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 kojem je svaki pojedinačni ugovor sklopljen i 5) sa koje budžetske linije je iznos ugovora plaćen;
- informaciju o plaćanjima medija na osnovu fakture koja sadrži sledeće: 1) naziv medija prema kojem je isplata izvršena, 2) vrednost pojedinačnih isplata na osnovu fakture, 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;
- da li je prilikom raspodele sredstava za lokalne i regionalne elektronske medije i (tampane 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);
- postoje li izveštaji medijskih kuća o potrošnji sredstava dobijenih od lokalne samouprave u 2011. godini (ako postoje molimo vas da nam dostavite kopiju izveštaja).

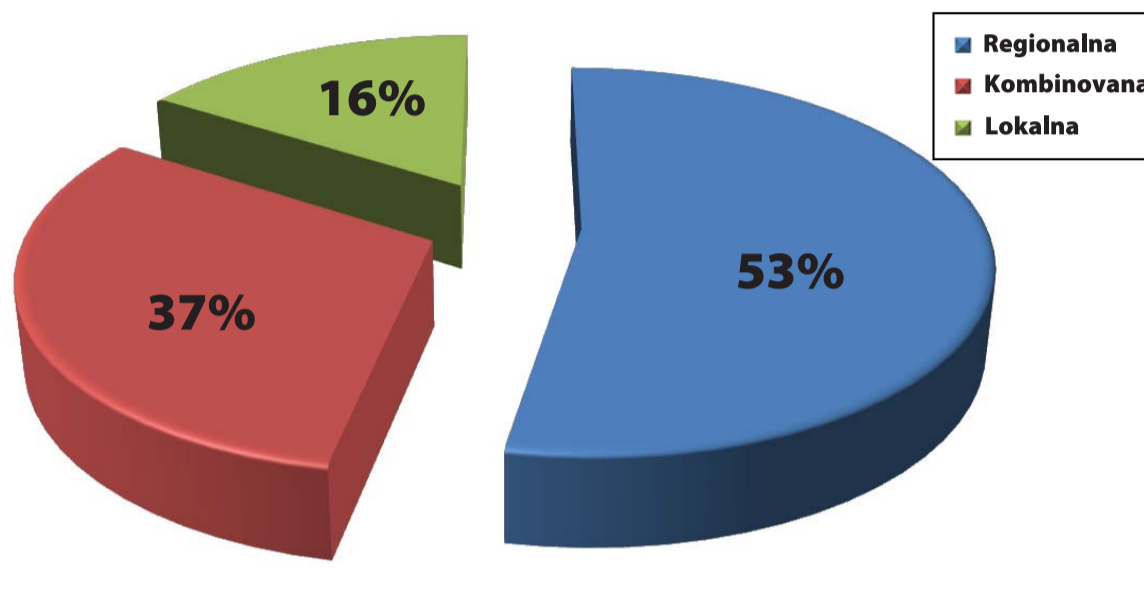
Drava se ponajviše kao konkurencija privatnim medijima i ako se taj trend nastavi privatni mediji na lokalni će propasti, a opstaje samo oni koji se finansiraju iz budžeta, zaključio je Medijske koalicije posle prezentovanja istraživanja Balkanske novinarske istraživačke mreže (BIRN) kako se troše sredstva lokalnih samouprava namenjena za medije. Istraživanje koje je zbog obima posla i metodologije isključilo javna preduzeća i fondove preko kojih takođe ide značajna suma novca, pokazalo je da su lokalni mediji u 32 lokalne samouprave iz gradskih i opštinskih budžeta prošle godine dobili oko 850 miliona dinara, a 70 odsto tog novca otišlo je neprivatizovanim televizijskim i radio stanicama. Dragana Obradović, direktorka BIRN-a koji je sproveo istraživanje, precizirala je da su sredstva u najvećem broju služeja izdavanja kroz subvencije i to uglavnom za plate. Javna preduzeća se favorizuju prilikom finansiranja medija i to dovodi u neravnotežu

> Subvencije, prema tipu medija



van položaja privatne medije i produkciju, ali i utiče na uređivačku politiku medija jer se unapred zna da će neki biti plaćeni bez obzira na kvalitet rada. Dosije objavljuje skraćenu verziju BIRN-ovog izveštaja.

> Subvencije, prema pokrivenosti medija



ne samouprave. Dosledno primenjuju, ali i diskreciono tumače, član 20. Zakona o lokalnoj samoupravi koji propisuje

> Distribucija prema tipu medija

| Tip medija | Iznos |
|------------------|-----------------------|
| RTV | 512.553.950,11 |
| Radio | 122.104.771,94 |
| TV | 150.865.800,77 |
| [tampa | 55.461.479,34 |
| Internet | 51.000,00 |
| Ostali korisnici | 7.166.434,62 |
| Ukupno | 848.662.436,78 |

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

> Distribucija po pokrivenosti

| 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 | | |

kalnom, 12 sa kombinovanim regionalnom/lokalnim frekvencijom (u slučaju RTV kuća) i četiri kablovska emitera. Tampani mediji: četiri sa regionalnom distribucijom, 37 sa lokalnom, dva sa nacionalnom. 26 javnih preduzeća, 127 medija u privatnom vlasništvu i šest udruženja.

Korisnici sredstava su u najvećem delu elektronski mediji. Tampani mediji su u manjoj meri korisnici sredstava koja opredeljuju lokalne samouprave, dok

Za model javnih konkursa odlučilo se svega šest lokalnih samouprava koje su obuhvatile istraživanje: Novi Sad, Sombor, Zaječar, Subotica, Valjevo i Pirot. Ukupno ovako određena suma je nešto više od 83 miliona dinara

su internet portali zanemarljivi. To, s jedne strane, jeste razumljivo zbog velikih produkcijskih troškova koje elektronski mediji imaju ali, s druge strane, ne doprinosi pluralizmu i vodi ka diskriminaciji korisnika budžetskih sredstava. Iskazano prema količini dobijenih

REZULTATI: Najviše sredstava iz budžeta namenjenih lokalnim i regionalnim elektronskim i tampanim medijima izdvojila je gradska uprava grada Novog Sada (ukupno 94.682.900,00 dinara), 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). U Nišu i Pančevu finansirano je po tri, u Kragujevcu četiri, u Novom Sadu 12, a u Subotici čak 14 medijskih kuća.

Najmanje novca iz budžeta za informisanje izdvojila je gradska uprava opštine Prijepolje, ukupno 783.973,34 dinara. Najviše medija finansirano je u Učicu (8), potom Valjevu (7), po četiri u Kruševcu i Prijepolju i svega dva u Petrovcu na Mlavi.

Korisnici sume od ukupno 848.662.436,78 dinara, koje dodeljuju 32 lokalne samouprave, jesu ukupno 151 tampani i elektronski medij. Broj medija (ukupno 151) koje lokalne samouprave finansiraju varira od svega jednog medija, u slučaju Rače i Novog Pazara, do 13 medija, koliko ih deli sredstva koja opredeljuje opština Subotica.

Korisnici sredstava su 159 institucija i to: 101 elektronskih medij, 43 tampana, četiri internet portala, osam produkcijskih kuća i tri novinske agencije. Elektronski mediji: 30 RTV stanica, 37 radio, 34 TV stanice. Od toga je 28 sa regionalnom frekvencijom, 57 sa lo-



Izveštaj o budžetskom finansiranju lokalnih medija prvo je predstavljen u Nišu

nalno, 12 sa kombinovanim regionalnom/lokalnim frekvencijom (u slučaju RTV kuća) i četiri kablovska emitera. Tampani mediji: četiri sa regionalnom distribucijom, 37 sa lokalnom, dva sa nacionalnom. 26 javnih preduzeća, 127 medija u privatnom vlasništvu i šest udruženja.

Korisnici sredstava su u najvećem delu elektronski mediji. Tampani mediji su u manjoj meri korisnici sredstava koja opredeljuju lokalne samouprave, dok

Za model javnih konkursa odlučilo se svega šest lokalnih samouprava koje su obuhvatile istraživanje: Novi Sad, Sombor, Zaječar, Subotica, Valjevo i Pirot. Ukupno ovako određena suma je nešto više od 83 miliona dinara

su internet portali zanemarljivi. To, s jedne strane, jeste razumljivo zbog velikih produkcijskih troškova koje elektronski mediji imaju ali, s druge strane, ne doprinosi pluralizmu i vodi ka diskriminaciji korisnika budžetskih sredstava. Iskazano prema količini dobijenih

konkurentnosti, zastupljena sa ukupno 13, 14 odsto, od toga javni konkurs nešto više od 9,82 odsto i javne nabavke 3,32 odsto. U okviru ova četiri osnovna modela identifikovane su i potkategorije 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 odsto sredstava opredeljenih medijima od strane lokalnih samouprava. Pratećne rada lokalnih samouprava finansira



se i kroz javne nabavke (1,92 odsto) i delimično kroz javne konkurse za unapređenje javnog informisanja (7,14 odsto). Subvencije dobijaju javna preduzeća 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 obuhvatajene 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; 10 sa re-

gionalnom, 3 sa lokalnom i 6 sa kombinovanim frekvencijom-pokrivenosti. Ukupna suma na ovaj način potrošena je 609.140.522,89 dinara ili 71 odsto ukupnog novca opredeljenog za javno informisanje. 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 skupštini opti-

ne/skupštini grada predaju izveštaj o svom radu i pokažu utrošak sredstava. Finansiranje ovih javnih preduzeća ujedno izaziva i najveće polemike među stručnom javnošću. Lokalne samouprave imaju osnivačka prava nad ovim javnim preduzećima, shodno Zakonu o lokalnoj samoupravi ali, s druge strane, ova mogu postati izazvala koliziju s nekim drugim zakonskim rešenjima, pre svega sa rešenjima iz Zakona o radiodifuziji.



Kakav je 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.

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). Koriste li svoje zakonske ingerencije, na ovaj način potrošeno više od 127 miliona dinara, što iznosi 15,07 odsto ukupno opredeljenog novca za javno informisanje u posmatranim opštinama.

lokalnu pokrivenost i u ne(to) manjoj meri regionalni mediji.

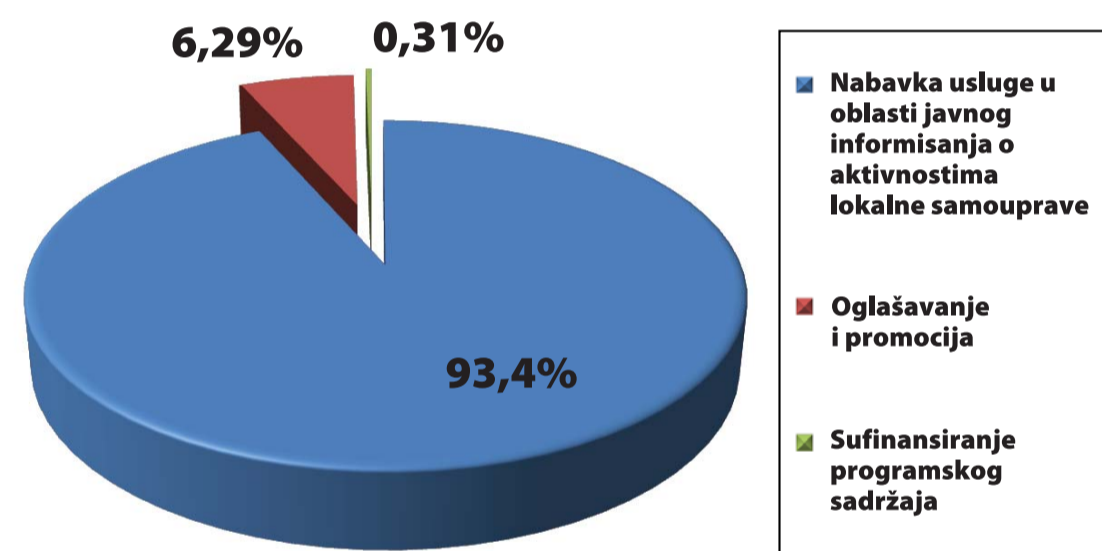
JAVNI KONKURSI: Javni konkursi, kojima se podstiče proizvodnja sadržaja, smatraju se najpopularnijim modelom finansiranja javnih glasila. Feri

redstava su: 1) jasno definisani, nediskriminativni uslovi učešća na konkursu i 2) obaveza medija da predaju izveštaj, narativni i finansijski, o utrošku novca.

Za ovaj model se ipak odlučilo svega šest lokalnih samouprava koje su

ra, a raspon pojedinačno opredeljenih sredstava kreće se od 3,5 miliona dinara, koliko u proseku dobijaju RTV ili TV stanice, do jednog miliona dinara, koliko u proseku dobijaju (tampani mediji i radio stanice. Oscilacije u pojedinačnim iznosima velike su i variraju od 65 hiljada dinara, koliko je opština Zaječar platila list Timok, do skoro 15 miliona dinara, koliko je ista opština platila Timok-u televiziju.

> Direktno ugovaranje



ZAŠTO JE VAŽNO ZNATI

Osim što je suštinski važna i obezbeđuje grafičnu punu 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, iji je osnivač lokalna samouprava, mogu da računaju na budžetski novac nezavisno od promena na medijskom tržištu, kao što je to slučaj sa glasilima u privatnom vlasništvu;
- uređivanja nezavisnosti, jer ovako opredeljena sredstva mogu se koristiti kao mehanizam za vršenje uticaja;
- vlasničke strukture medija i njene ukupne transparentnosti, imajući u vidu da je država i dalje vlasnik određenog broja medija;
- neutranosti u raspodeli državnog pomoći i jednakom pristupu svih glasila ovakvom izvoru finansiranja;
- podrške pre svega proizvodnji medijskog sadržaja, a ne samo tekućim i operativnim troškovima.

gradska uprava (apca za sufinansiranje konkretnog programa).

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 mehanizam obaveza uprave i medija, 2) direktno plaćanje usluga putem faktura.

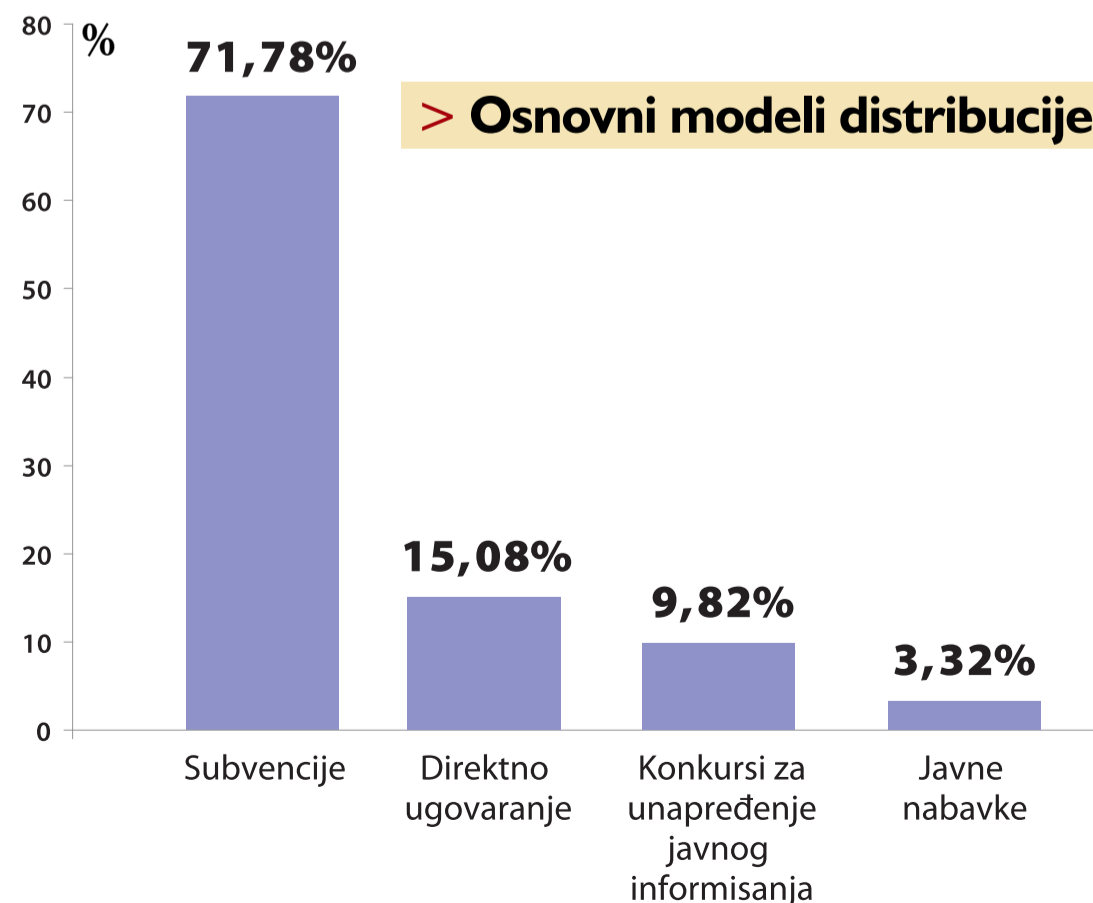
Od 95 medija koji su korisnici sredstava, svega su četiri javna preduzeća, dok su ostalo privatni mediji. Korisnici su u najvećoj meri mediji koji imaju

transparentni uslovi učešća na konkursu, jasno određena suma novca koja se stavlja na raspolaganje, uz napomenu o njihovoj distribuciji, podsticanje zdrave konkurencije na osnovu jasno definisanih kriterijuma za ocenjivanje projekata, podsticanje proizvodnje originalnog, (to 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

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 jednog miliona dinara, koliko u proseku dobijaju (tampani mediji i radio stanice. Oscilacije u pojedinačnim iznosima velike su i variraju od 65 hiljada dinara, koliko je opština Zaječar platila list Timok, do skoro 15 miliona dinara, koliko je ista opština platila Timok-u televiziju.

raju od 65 hiljada dinara, koliko je opština Zaječar platila list Timok, do skoro 15 miliona dinara, koliko je ista opština platila Timok-u televiziju.

> Osnovni modeli distribucije



Ukupno su 43 medija korisnici ovakvih sredstava: sedam RTV stanica, osam TV stanica, 16 radio stanica, osam (tampanih medija, dva internet portala i dve produkcijske kuće). Najveći broj korisnika, njih 31, ima lokalnu frekvenciju/distribuciju, dok osam ima regionalnu i po jedan kablovski emiter i kombinovano pokrivanje (iz ovog pregleda izuzete su produkcijske kuće).

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

Najveći procenat svog budžeta namenjenog finansiranju medija na osnovu konkursa dodelio je grad Zaječar – 98,63 odsto. 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 u njihovim i u kriterijumima na osnovu kojih se ocenjuju 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 trebalo bi da budu, pre svega, inovativna i originalna produkcija koja je doneti novi kvalitet ponude, a ne pukom sufinansiranje rada pojedinih medija ili sadržaj koji se odnosi na izveštavanje o radu lokalne samouprave, (to je većina uprava propisala kao deo konkursa.

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

JAVNE NABAVKE: U posmatranom uzorku osam lokalnih samouprava odlučilo se za 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 id. Uzimajući u obzir predmet javnih nabavki, (čet lokalnih samouprava (Bor, Kragujevac, Niš, Sombor, Subotica i id) ovako je finansiralo informisanje o svom radu i radu lokalnih javnih preduzeća, gradovi Pančevo i Kruševac i opština id finansirali su oglašavanje i promociju, dok su uprave Kragujevca i id 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 (tam-

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

U devet lokalnih samouprava novac iz budžeta i dalje se distribuira samo prema jednom modelu, od čega je najzastupljenije direktno ugovaranje za nabavku usluga u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave.

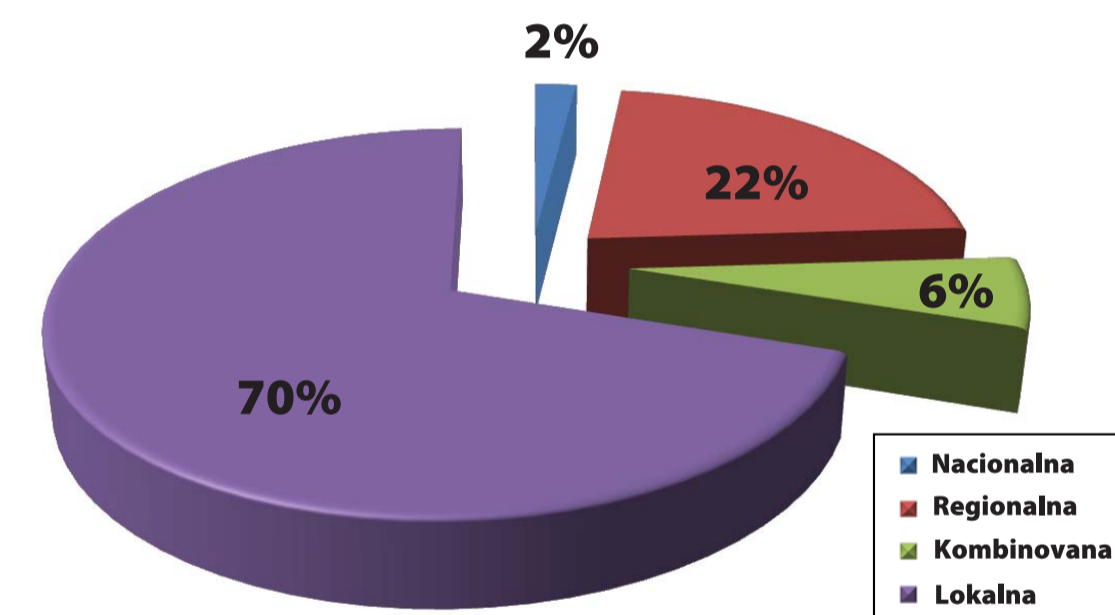
(NE)TRANSPARENTNOST: U zavisnosti od tipa ugovora koji lokalni mediji imaju sa lokalnom samoupravom, dužni su da dostave (ili ne) izveštaje o

kalna samouprava ima osobu zaduženu da prati ispunjavanje mehanizama dogovorenih obaveza.

Koliko je heterogena praksa optična, 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. Tako je, prema podacima koje su opštine dostavile, 50 korisnika sredstava iz budžeta lokalnih samouprava nije ni bilo dužno da preda izveštaj, dok ukupno 10 korisnika, iz opštine Pirot i grada Subotice, nije dostavilo tražene izveštaje lokalnoj samoupravi iako su bili u obavezi da to učine.

Samo 16 medija je predalo i finansijske i narativne izveštaje. Finansijski izveštaji u koje smo imali uvid pokazuju da se veći deo novca zapravo troši

> Direktno ugovaranje, prema pokrivenosti medija



pi), dok je 2,1 milion potrošeno na oglašavanje.

Korisnici ovih sredstava su 16 lokalnih medija, 15 u privatnom vlasništvu i jedno javno preduzeće – osam (tampanih i osam elektronskih medija. U najvećem broju slučajeva kriterijum za izbor ponuđača bila je najniža cena.

Sprovedeni konkursi 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“ ne spadaju striktno 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, transparentnosti postupka javne nabavke i jednakosti ponuđača.

Najzastupljeniji modeli finansiranja su subvencije javnim preduzećima i direktno ugovaranje za nabavku 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.



[ta je sa (tampanim medijima: Dejan Miladinovi) (levo)]

svom radu – organima lokalne samouprave i javnosti. Javna preduzeća podnose godišnje izveštaje o svom radu, privatni mediji najčešće nisu dužni da ih dostave, dovoljno je da pošalju validan račun, a u nekoliko slučajeva lo-

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.

Od 21 medija u kojima smo finansij-



ske izveštaje imali uvid u 10 javnih preduzeća, devet je privatnih medija i dva su udruženja građana. Osnov prema kojem su im sredstva određena su subvencije za JP, u sedam slučajeva, ili javni konkurs za sufinansiranje javnog informisanja o radu lokalne uprave i javnih preduzeća i javnih glasila u privatnom vlasništvu.

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. (to se tiče javnih preduzeća, od njih 26 izveštaje lokalnim samoupravama dostavilo je samo 12 prema podacima koje smo dobili.

ZAKLJUČAK: Iako je 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. Sve optične obuhvaćene uzorkom, izuzev jedne, imaju opredeljena budžetska sredstva za javno informisanje. Najveći deo ovog novca troši se na budžetske linije 423, usluge informisanja, i jedan deo sa linije 451, subvencije javnim preduzećima.

Prakse u distribuciji novca znatno

modeli i mehanizmi raspodele sredstava. Četiri su osnovna tipa: 1) subvencionisanje javnih preduzeća za informisanje – iji 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 disproportija uočljiva je u finansiranju javnih preduzeća i javnih glasila u privatnom vlasništvu.

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

Osim što glasila u privatnom vlasništvu pojedinačno dobijaju mnogo manja sredstva nego javna preduzeća, na subvencionisanje ovih medija ide više od 70 odsto svih opredeljenih sredstava.

Veći deo lokalnih samouprava sredstava za unapređenje javnog informisanja shvataju 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 doprinose svojoj pravovremenosti – 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 na informisanje na jezicima manjina.

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

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