



**NOVOSADSKA  
NOVINARSKA  
ŠKOLA**



|          |     |
|----------|-----|
| Factor D | 9%  |
| Factor E | 10% |
| Factor F | 15% |
| Factor G | 12% |
| Factor H | 8%  |

|     |           |
|-----|-----------|
| ATO | 6.798,000 |
| ATO | 4.534,600 |
| ATO | 1.019,200 |
| ATO | 8.658,900 |
| ATO | 5.927,200 |
| ATO | 6.845,100 |
| ATO | 1.867,800 |
| ATO | 834,900   |
| ATO | 537,700   |
| ATO | 1.066,100 |
| ATO | 249,499   |
| ATO | 9.145     |

# LOKMED OPSERVATORJA

**ANALIZA TEMATSKOG DIVERZITETA MEDIJSKIH  
PROJEKATA U NOVOM SADU, SUBOTICI I KIKINDI**





**NOVOSADSKA  
NOVINARSKA  
ŠKOLA**

Novosadska novinarska škola  
Kosovska 1, Novi Sad  
Tel: (021) 424246  
office@novinarska-skola.org.rs  
www.novinarska-skola.org.rs

**ZA IZDAVAČA**  
Milan Nedeljković, direktor

**EDICIJA**  
Medijska sfera

**UREDNIKA**  
prof. dr Dubravka Valić Nedeljković

**AUTORI**  
Stefan Janjić, Marina Grnja Klaić,  
Valentina Sigeti, Tijana Femić

**Novi Sad, mart 2018.**



**KAŽI / ŠTA  
TRAŽI! TE ZANIMA**

Projekat „Lokmed opservatorija“ se realizuje u okviru programa podrške: „Kaži/trazi šta te zanima“ koji izvode Nezavisno udruženje novinara Srbije, Balkanska istraživačka mreža i Slavko Ćuruvija fondacija, u okviru projekta „Javni novac za javni interes“ koji finansira Evropska unija.

Stavovi izneti u ovoj publikaciji nisu nužno stavovi donatora.

## ANALIZA DIVERZITETA MEDIJSKIH PROJEKATA: JAVNA SREDSTVA ZA STRANAČKI INTERES

Suština problematike projektnog finansiranja lokalnih medija sadržana je u činjenici da država, kao najveći faktor uticaja na medije u ovakvom društveno-političkom kontekstu, nevoljno treba da se odrekne svoje **kontrole nad proizvodnjom medijskih sadržaja**. Veljanovski (2009: 367) ističe da je to „cilj koji pred državu stavlja najteži zadatak, ma kako protivrečno zvučao: da preduzme određene mere kako bi suzbila sopstveni uticaj na javnu sferu i omogućila da civilni sektor i oslobođena javnost budu ne samo konzumenti medijskih sadržaja, već i njihov najvažniji činilac, kontrolor i kritičar, a time i kontrolor i kritičar same vlasti“<sup>1</sup>. Značaj projektnog finansiranja nasuprot direktnom finansiranju medija je, dakle, prvenstveno sadržan u potencijalu da se otklone nepoželjni uticaji na novinare, odnosno medijske sadržaje. Nakon privatizacije medija iz 2015. prekinuto je, uz izvesne izuzetke, neposredno finansiranje medija iz budžeta, a uspostavljen je model čija je svrha bila da sve lokalne medije postavi u identičan položaj pred publikom i tržištem. Ipak, zamišljeni model pokazao se gotovo neostvarivim u praksi. Određeni mediji, a najčešće oni bliski vlasti, stiču privilegovanu poziciju zahvaljujući **pristrasnim, neprofesionalnim i netransparentnim procesima dodele sredstava za informisanje na lokalnom nivou**. Posledice ovakve loše prakse su višestruke: podstiče se

---

<sup>1</sup> Veljanovski, R. (2009). Mediji i država u tranziciji. Beograd: Fakultet političkih nauka.

biltensko, udvoričko novinarstvo; umanjuje se kritička distanca medija prema vlasti; lokalni mediji privrženi kvalitetnom, analitičkom novinarstvu dobijaju nelojalnu konkurenciju u vidu privilegovanih medija bliskih vlastima; novac budžetskih korisnika koristi se ne za javni, već za partijski i lični interes; lokalni političari i službenici dobijaju besplatan publicitet kroz prikriveno oglašavanje; smanjuje se poverenje građana u lokalne medije, koji bi trebalo da budu najbliži, najbrži i najneposredniji izvori informisanja. Suočeni sa ovakvim pravilima igre, mnogi lokalni mediji počinju da izbegavaju teme koje bi mogle biti iole kontroverzne, te svoje projektne predloge usmeravaju ka relaksiranim temama, u kojima nema otvorenih poziva na odgovornost, istraživanja korupcije, finansijskih analiza rada lokalne samouprave i slično. Problematika konkursnog finansiranja medija na lokalnom nivou obuhvata i mnoge druge probleme, počevši od netransparentnog procesa raspisivanja konkursa i odabira tematskih prioritetā, preko formiranja komisija, sve do niskog kvaliteta realizovanih medijskih sadržaja i površne evaluacije finalnih projektnih izveštaja. Analiza NDNV-a predočena u „Beloj knjizi“ pokazuje da je petina konkursa bila protivzakonita po samom sadržaju (tekstu), a u gotovo 70% slučajeva uočene su određene nepravilnosti tokom sprovođenja konkursne procedure. Vrednost takvih projekata iznosila je više od milijardu dinara. U više od polovine konkursa, rešenja o dodeli sredstava nisu objavljivana na sajtu organa vlasti.

Iako je spektar nepravilnosti koje prate konkursno finansiranje medija sličan u većini opština Srbije (nedorečena zakonska regulativa, nedovoljna transparentnost procesa, nedostatak evaluacije odobrenih projekata<sup>2</sup>),

---

<sup>2</sup> Grupa autora (2016): *Bela knjiga konkursnog sufinansiranja javnog interesa u sferi javnog informisanja*. Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine.

određene sredine zbog specifičnog društveno-političkog konteksta ipak trpe veće pritiske na medijske slobode. Upravo zbog toga je „Lokmed opservatorija“ fokusirana na one opštine koje su na osnovu monitoringa privatizacije lokalnih medija (NNŠ, 2015) prepoznate kao područja sa visokim rizikom po ostvarivanje medijskih sloboda i medijskog pluralizma. Uzroci pomenutog rizika su, u prvom redu, politizovana privatizacija medija sa dugom tradicijom izveštavanja, ugašeni višejezični mediji u multinacionalnim sredinama, te eksplicitni odmak od tema od prvorazrednog javnog značaja. Rezultati monitoringa privatizacije iz 2015. godine, koji je sprovela Novosadska novinarska škola, izdvajaju tri opštine u kojima su ovi uzroci izrazito vidljivi: **Novi Sad**, u kome je najveću privatnu televiziju (Novosadsku TV) kupilo medijsko preduzeće „Srbija danas“, blisko Srpskog naprednoj stranci; **Subotica**, gde je ugašena Radio Subotica, osnovana još 1968. godine, otkad je kontinuirano proizvodila program na srpskom, mađarskom i hrvatskom jeziku, oko čega se nakon izveštaja NNŠ vodila i polemika u Evropskom parlamentu; **Kikinda**, u kojoj je ugašen Radio Kikinda, najstariji elektronski medij u severnom Banatu, sa programom na srpskom, mađarskom, romskom i rumunskom jeziku. U tom kontekstu i pod takvim pritiscima, gde su mediji sa izrazitom reputacijom i tradicijom ili ugašeni ili kupljeni da bi postali propagandna politička sredstva, ovaj projekat ima za cilj da podstakne uvođenje javnog interesa kao neprikosnovenog kriterijuma u procesu dodele sredstava za medijske projekte. Aktivnosti predviđene ovim predlogom projekta usmerene su kako na donosiocce odluka (komisije), tako i na građane kao konzumente, ali i na novinare i uređivačke strukture u medijima odabranih opština. U istraživanju svojinskih transformacija medija u Srbiji iz 2015. godine, Drašković i Gruhonjić (2015: 114) pišu o projektnom finansiranju i navode da „veliki broj intervjuisanih (u lokalnim medijima, prim. aut) nema nikakvo iskustvo sa projektnim menadžmentom niti su ikada pisali predloge projekata. Njihovo istraživanje je pokazalo da intervjuisani

„nemaju ni osnovnu informaciju da je projektno finansiranje medija regulisano novim Zakonom o javnom informisanju i medijima“ (Drašković, Gruhonjić 2015: 114)<sup>3</sup>. Realizacija ovog projekta značajna je i u kontekstu preporuka iznetih u „Beloj knjizi konkursnog sufinansiranja javnog interesa u sferi javnog informisanja“ (NDNV, 2016), gde se navodi da predstavnicima građanskog društva potrebno je omogućiti aktivno učešće u određivanju javnog interesa koji će se sufinansirati, ali i učešće u evaluaciji realizovanih aktivnosti u okviru odobrenih projekata i celokupnog procesa.

Zakon o javnom informisanju donesen 2014. godine predvideo je obavezno konkursno sufinansiranje medijskih projekata na svim nivoima vlasti. Od tada su i lokalne samouprave u obavezi da raspisuju javne konkurse za sufinansiranje medijskih sadržaja od javnog interesa. Iste godine ustanovljen je i Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja koji uspostavlja šta javni poziv treba da sadrži, ko ima pravo na učešće, koji su kriterijumi za ocenu projekta i slično. Pravilnik je neznatno izmenjen 2016. godine kada je uvedeno da već u samom konkursu treba da se napiše najveći i najmanji iznos koji se odobrava. Takođe je novina i da preduzetnik koji se bavi proizvodnjom medijskog sadržaja mora da ima dokaz da će svoj sadržaj realizovati preko medija koji je upisan u Registar medija.<sup>4</sup>

Istraživanje Novosadske novinarske škole o diverzitetu projekata finansiranih javnim sredstvima, na osnovu medijskih konkursa i pojedinačnih davanja u Novom Sadu, Subotici i Kikindi, pokazalo je da se najviše novca usmerava na one sadržaje koji sa sobom nose veliki rizik od pasivizacije medija, odnosno njihovog transformisanja u biltene

---

<sup>3</sup> Drašković, B. & Gruhonjić, D. (2015). Svojsinska transformacija medija u Srbiji – primer lokalnih medija. *Godišnjak Filozofskog fakulteta XL (2)*: 107-121.

<sup>4</sup> Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja, *Službeni glasnik RS*, br. 83/14.

aktivnosti lokalnih samouprava, a samim tim i stranaka na vlasti. Takav proces se ostvaruje kroz tri modela: finansiranjem informativnog programa, finansiranjem medija kroz pojedinačna davanja projekata koji ne pokazuju hitnost realizacije, kao i direktnim finansiranjem „praćenja rada lokalnih samouprava“, koje se suprotstavlja ne samo pravilniku o dodeli sredstava, već i osnovnim načelima javnog interesa.

Istraživanje Novosadske novinarske škole koje je obuhvatalo period od 2014. godine do novembra 2017, pokazalo je da se pravilnik isprva nije poštovao ni u sadržini javnog poziva.<sup>5</sup> Pokazalo se da je Medijska koalicija ustanovljavala isto, te je i reagovala na nepravilnosti u konkursima Kikinde, Subotice i Novog Sada. Tako su sva tri grada 2015. godine već u konkursu imali diskriminatorne odredbe o tome ko sme da konkuriše. Kikinda je (u konkursu za 2016. godinu a raspisanom krajem 2015. godine) ograničila pravo učešća samo na medije koji se distribuiraju ili emituju svoj program na teritoriji Opštine, potom je Subotica usloвила da medij mora da bude registrovan na teritoriji grada Subotice, dok je Novi Sad tražio da mediji koji imaju nacionalnu ili regionalnu pokrivenost već imaju stalnu rubriku ili emisiju o Novom Sadu.<sup>6</sup> Sporni konkurs grada Novog Sada se i danas može naći na sajtu sa ovom odredbom, ali svaki naredni konkurs grada nije imao više ovakav uslov.

Primećeno je i da su konkursi lokalnih samouprava grada Kikinde, Novog Sada i Subotice ipak uredniji nakon donošenja Pravilnika o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja. Lokalne

---

<sup>5</sup> Istraživanje pokriva period od 2014. godine do danas, ali primena Pravilnika o sufinansiranju projekata otpočeta je 2015. godine.

<sup>6</sup> Bela knjiga konkursnog sufinansiranja javnog interesa u sferi javnog informisanja (april 2015-april 2016). Koalicija novinarskih i medijskih udruženja, Novi Sad, maj 2016.

samouprave poslednje dve godine uglavnom izostavljaju nesvakidašnje i diskriminatorne kriterijume (ili ih reakcijom Medijske koalicije ispravljaju).

## **1. Formula za uspeh na konkursima: biltenizacija**

Ono što su gradovi percipirali kao javni interes i što je navođeno kao predmet konkursa, uglavnom je medijski sadržaj koji zadovoljava potrebe građana iz svih oblasti života, zatim posebno sadržaj namenjen nacionalnim manjinama ili zaštiti interesa osoba sa invaliditetom, što i jeste javni interes prema Zakonu o javnom informisanju.<sup>7</sup> Iako je i unapređivanje profesionalnih novinarskih i etičkih standarda bio javni interes za sve analizirane gradove, samo Novi Sad je zaista finansirao neke projekte čiji je cilj profesionalizacija struke.

Čini se da su lokalne samouprave konkurse za sufinansiranje medijskih projekata gledale kao priliku da odabranim medijima daju novac za „informisanje lokalnog stanovništva o aktivnostima koje preduzima lokalna samouprava...“, kako je i navedeno u javnom konkursu grada Kikinde 2014. godine. Tako su Subotica i Kikinda od 2014. do danas finansirale pet projekata koji se svode na praćenje rada lokalne samouprave (videti ilustraciju br. 1).

---

<sup>7</sup> Zakon o javnom informisanju i medijima, Službeni glasnik RS, br. 83/2014, član 15.



## Praćenje rada lokalne samouprave

|                 | Ukupan iznos po konkursu | Za projekte praćenja rada lokalne samouprave | Medij                                    | Iznos         | Naziv projekta  |
|-----------------|--------------------------|--|--|---------------|---|
| <b>Subotica</b> |                          |  |  |               |   |
| 2014.           | 21.662.000 RSD           | 6.500.000 RSD                                | YU ECO TV                                | 4.000.000 RSD | Praćenje rada lokalne samouprave                                    |
|                 |                          |  | CITY TV                                  | 2.500.000 RSD | Tv program – rad lokalne samouprave                                 |
| <b>Kikinda</b>  |                          |  |  |               |   |
| 2014.           | 11.364.000 RSD           | 1.800.000 RSD                                | Nove kikindske novine                    | 1.800.000 RSD | Medijsko praćenje i informisanje javnosti o radu lokalne samouprave |
| 2016.           | 17.089.600 RSD           | 3.840.000 RSD                                | Nove kikindske novine                    | 3.840.000 RSD | Medijsko praćenje i informisanje javnosti o radu lokalne samouprave |
| 2017.           | 21.325.000 RSD           | 6.494.400 RSD                                | RTV Rubin doo - Ogranak TV Rubin Kikinda | 6.494.400 RSD | Kikinda na VEB-u: Puls grada  |

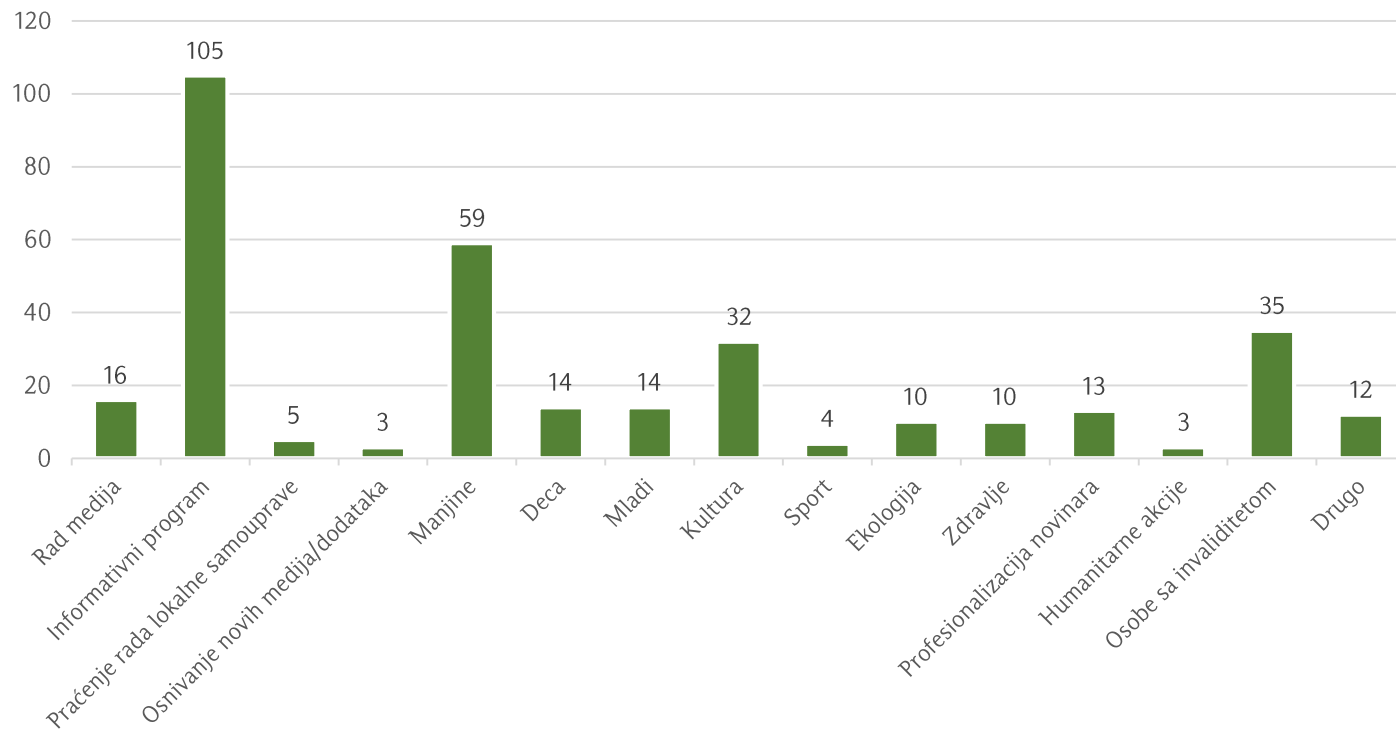
*Ilustracija broj 1.*

Treba naglasiti i da je 2017. godine u Kikindi najviše novca po konkursu i dobila RTV Rubin za projekat „Kikinda na VEB-u: Puls grada“ za koji u obrazloženju komisije u rešenju o dodeli sredstava piše da „projekat predviđa proizvodnju 900 tekstova i 730 video priloga u kojima će doprineti boljoj informisanosti građana Kikinde, o aktivnostima lokalne samouprave i mesnih zajednica, privrednih subjekata, javnih preduzeća, udruženja...“. Ovakav model, koji podrazumeva pasivan uređivački pristup i minimalan novinarski angažman, suprotstavlja se osnovnim načelima medijskoj profesionalizma, stavlja stranački interes ispred javnog, i istovremeno poništava očekivani učinak privatizacije, kojom je država konačno trebalo da se povuče iz vlasništva medija.

Rešenja o dodeli sredstava prema javnim konkursima za sufinansiranje medijskog sadržaja ovih gradova, pokazuju da su gradovi uglavnom podržavali projekte informativnih programa i onih na jezicima nacionalnih manjina ili namenjenih osobama sa invaliditetom (videti ilustraciju br. 2).

Projekte koji se temelje na informativnom programu najviše je među posmatranim gradovima u periodu od 2014. godine do 2017. podržavala Kikinda (62 odsto), a najmanje Novi Sad (15 odsto). Nakon informativnih programa, u velikom broju su – što je pozitivan pokazatelj – podržavani projekti u vezi sa marginalizovanim grupama (94 projekta od ukupno 335, s tim da je posebno grad Novi Sad doprineo ovako velikom broju). To su uglavnom bili projekti čiji je cilj bio da pospeše informisanje na jezicima nacionalnih zajednica ili projekti namenjeni zaštiti interesa osoba sa invaliditetom, a ređe žena i LGBT populacije.

## Tematski diverzitet projekata kojima su gradovi Kikinda, Subotica i Novi Sad odobravalii novac (2014-2017)



Ilustracija br. 2.

Projekte koji se temelje na informativnom programu najviše je među posmatranim gradovima u periodu od 2014. godine do 2017. podržavala Kikinda (62 odsto), a najmanje Novi Sad (15 odsto). Nakon informativnih programa, u velikom broju su – što je pozitivan pokazatelj – podržavani projekti u vezi sa marginalizovanim grupama (94 projekta od ukupno 335, s tim da je posebno grad Novi Sad doprineo ovako velikom broju). To su uglavnom bili projekti čiji je cilj bio da pospeše informisanje na jezicima nacionalnih zajednica ili projekti namenjeni zaštiti interesa osoba sa invaliditetom, a ređe žena i LGBT populacije.

Novi Sad češće od druge dve analizirane opštine podržava projekte čiji su fokus marginalizovane grupe. Takvi projekti čine četvrtinu, odnosno najveći broj od ukupnog broja odobrenih projekata grada Novoga Sada. U tom smislu, Novi Sad je za marginalizovane grupe izdvojio više sredstava od Subotice i Kikinde. Subotica je podržala oko 20 ovakvih projekata, a Kikinda samo četiri.

Kikinda je 2014, 2015 i 2016. podržavala samo projekte informativnog karaktera, odnosno one čiji su fokus praćenje rada lokalne samouprave ili informisanje na jezicima nacionalnih manjina. Međutim u 2017. godini primećen je skromni napredak u finansiranju projekata čiji su fokus i mladi (tri) i kultura i sport (po jedan).<sup>8</sup>

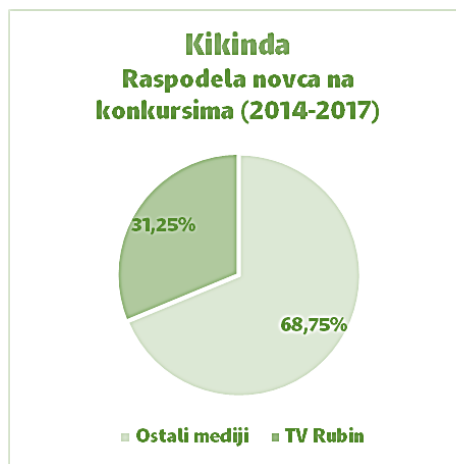
---

<sup>8</sup> Tematski diverzitet projekata podržanih od strane gradova Kikinda, Subotica i Novi Sad analiziran na osnovu rešenja o dodeli sredstava prema javnim konkursima za proizvodnju sadržaja u oblasti javnog informisanja.

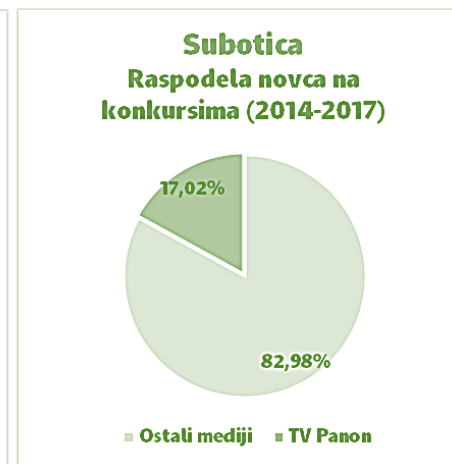
## 2. Gradovi i njihovi omiljeni mediji

**2.1** Interesantno je da je u Kikindi od 2014. godine do 2017. na svakom konkursu najviše novca dobila TV Rubin, i to sve ukupno ukupno 27.258.400 dinara (Ilustracija br. 3). I u Subotici je primetno favorizovanje jednog medija – Radio Panona, koji je od 2014. godine do 2016. konkursnim sufinansiranjem dobio ukupno 9.900.000 dinara (Ilustracija br. 4). U Novom Sadu drugačija je situacija i nijedan medij nije dve ili više godina zaredom dobijao najveći iznos po konkursu. Grad je najviše novca dodelio provladinom i neprivatizovanom listu „Dnevnik“ 2015. godine za projekat „Prigradska naselja u Dnevniku“ kada je izdvojeno 5.600.000 dinara.

**2.2** Analizirana rešenja gradova za dodelu sredstava na osnovu pojedinačnih davanja pokazuju da i u tom slučaju postoje neki mediji kojima je dodeljeno više novca u odnosu na ostale.



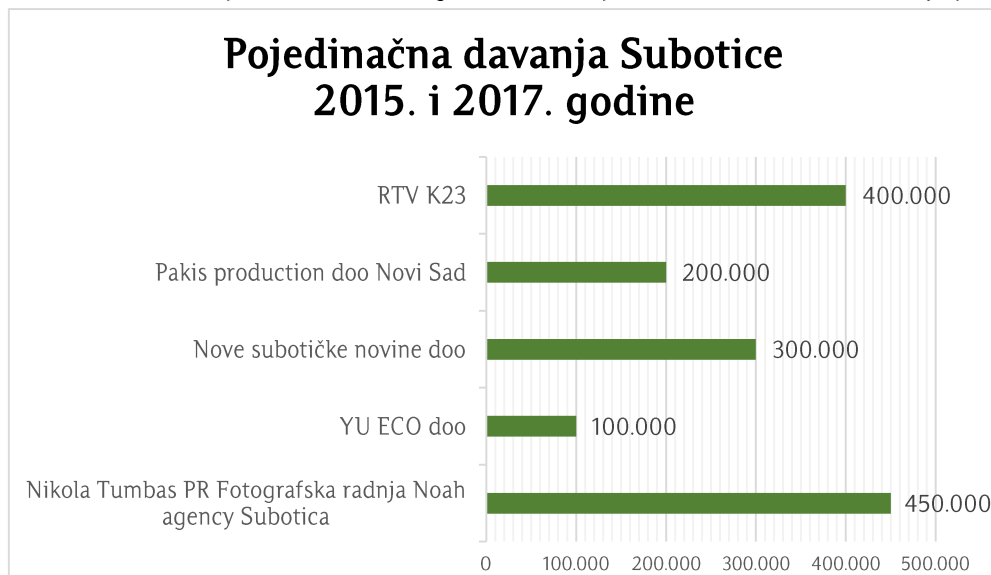
Ilustracija 3



Ilustracija 4

Dodeljivanje sredstva iz budžeta lokalnih samouprava putem pojedinačnih davanja predviđeno je Zakonom o javnom informisanju i medijima (2014) članom 17 a poblize uređeno i članom 27.<sup>9</sup> Zakon propisuje da „sredstva opredeljena za pojedinačna davanja iz člana 17. ovog zakona, raspodeljuju se odlukom rukovodioca organa nadležnog za poslove javnog informisanja, koja se donosi bez sprovođenja javnog konkursa“.

Subotica je 2015. i 2017. godine izdvojila 1.550.000 dinara za pojedinačna davanja. Pored nekih drugih medija,



Ilustracija 5

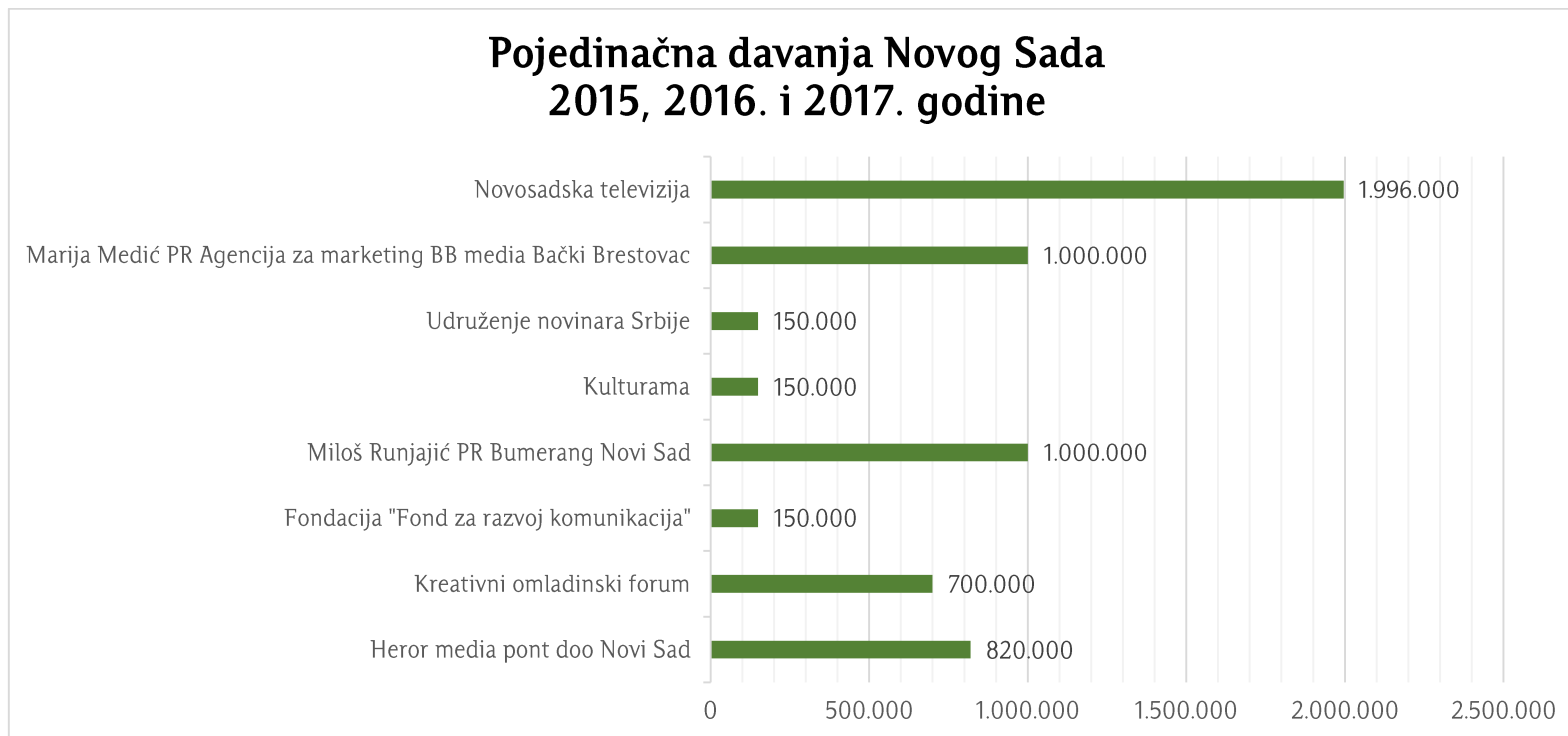
obe godine u rešenjima se pojavljuje i fotografiska radnja „Noah agency“ koja dobija niže iznose, ali ukupno gledano putem pojedinačnih davanja ovom preduzeću dodeljeno je najviše novca (450.000 dinara (vidi ilustraciju br. 5)).

Ilustracija br. 5.

Novi Sad dodeljivao je novac putem pojedinačnih davanja 2015,2016. i 2017. godine. Prve godine Novosadska televizija jedina je dobila 996.000 dinara putem pojedinačnih davanja a 2016.

<sup>9</sup> Zakon o javnom informisanju i medijima, Službeni glasnik RS, br. 83/2014, član 17 i član 27.

godine, pored Agencije za marketing BB media Bački Brestovac, Novosadskoj televiziji dato je 1.000.000 dinara. Time je ovoj televiziji dodeljeno ukupno najviše novca pojedinačnim davanjem od 2015. do danas (Ilustracija broj 6).



*Ilustracija br. 6.*

Pravilnik o sufinansiranju projekata detaljnije od Zakona uređuje oblast pojedinačnih davanja. Tako članom 31 propisuje uslove za dodelu sredstva i predviđa da se ona mogu dodeliti „samo za projekte koji nisu mogli biti planirani u vreme raspisivanja konkursa (vanredne okolnosti, hitnost realizacije itd.)“.<sup>10</sup>

U Novom Sadu 2017. godine najviše novca pojedinačnim davanjem dobio je Bumerang Novi Sad sa projektom „Gospodari munja i kamena“, potom Heror media pont za realizaciju projekta „Stručni skup pristupačne komunikacije“, Kreativni omladinski forum za projekat „U žiži: žene – nešto sasvim lično“ i Fond za razvoj komunikacija sa projektom „Habitat – mesna zajednica“.

Četiri dobitnika pojedinačnih davanja ove godine bilo je i u Subotici. Najviše novca dobio je projekat „Škola za mlade novinare“ koje su podnele Nove subotičke novine, zatim Pakis production doo Novi Sad za specijalnu emisiju „Naš gost“, a novac su dobili i Yu Eco doo Subotica za projekat „Točak života specijal“ i fotografska radnja „Noah agency“ za „Live streaming – prenosi uživo“. U rešenju o dodeli sredstava na osnovu pojedinačnih davanja za navedene projekte piše da nisu mogli biti planirani u vreme raspisivanja konkursa.

Sudeći samo po imenima projekata može da se postavi pitanje koliko sadržaj ovih projekata zahteva hitnost realizacije. Detaljnije o pojedinačnim davanjima Subotice i Novog Sada videti u sledećoj ilustraciji.

---

<sup>10</sup> Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostavriavanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja, Službeni glasnik RS, br. 83/14, član 31.



## Pojedinačna davanja Subotice i Novog Sada

|                 | Broj davanja | Ukupan iznos | Medij  | Iznos       | Za projekat                       |
|-----------------|--------------|--------------|--|-------------|-----------------------------------|
| <b>Subotica</b> |              |              |  |             |                                   |
| <b>2015.</b>    | 2            | 750.000 RSD  | RTV K23  | 400.000 RSD |                                   |
|                 |              |              | Nikola Tumbas PR<br>Fotografska radnja „Noah<br>agency“ Subotica | 350.000 RSD |                                   |
| <b>2017.</b>    | 4            | 700.000 RSD  | Nove subotičke novine doo  | 300.000 RSD | Škola za mlade<br>novinare        |
|                 |              |              | Pakis production doo Novi<br>Sad                                 | 200.000 RSD | Naš gost                          |
|                 |              |              | YU ECO doo   | 100.000 RSD | Točak života specijal             |
|                 |              |              | Nikola Tumbas PR<br>Fotografska radnja „Noah<br>agency“ Subotica | 100.000 RSD | Live streaming –<br>prenosi uživo |

|                 | Broj davanja | Ukupan iznos  | Medij  | Iznos         | Za projekat  |
|-----------------|--------------|---------------|--|---------------|--|
| <b>Novi Sad</b> |              |               |  |               |  |
| <b>2015.</b>    | 1            | 996.000 RSD   | Novosadska televizija  | 996.000 RSD   | Promocija kandidature Grada Novog Sada za Evropsku prestonicu kulture – Informativne emisije   |
| <b>2016.</b>    | 4            | 2.300.000 RSD | Novosadska televizija  | 1.000.000 RSD | Dan Grada Novog Sada   |
|                 |              |               | Marija Medić PR Agencija za marketing BB media Bački Brestovac | 1.000.000 RSD | Podrška gradu Novom Sadu na putu za evropsku prestonicu kulture 2021   |
|                 |              |               | Udruženje novinara Srbije                                      | 150.000 RSD   | Medijska podrška razvoju civilnog društva u susret događajima „Novi Sad omladinska prestonica Evrope“ i „Novi Sad evropska prestonica kulture“ |

|              |   |               |   |               |   |
|--------------|---|---------------|---|---------------|---|
|              |   |               | Kulturama   | 150.000 RSD   | Internet portal za mlade o dobrobiti titule – Novi Sad prestonica mladih 2019 |
| <b>2017.</b> | 4 | 2.670.000 RSD | Miloš Runjajić PR<br>Proizvodnja audio vizuelnih proizvoda i televizijskog programa Bumerang Novi Sad | 1.000.000 RSD | Gospodari munja i kamena  |
|              |   |               | Heror media pont doo Novi Sad   | 820.000 RSD   | Stručni skup pristupačne komunikacije   |
|              |   |               | Kreativni omladinski forum  | 700.000 RSD   | U žiži: žene – nešto sasvim lično   |
|              |   |               | Fondacija „Fond za razvoj komunikacija“   | 150.000 RSD   | Habitat – mesna zajednica   |

*Ilustracija br. 7.*

### 3. Stranačka kontrola

Najveći dobitnici na ovim konkursima su oni mediji koje je Savet za borbu protiv korupcije u svom „Izveštaju o vlasničkoj strukturi i kontroli medija u Srbiji“ (2015) označio kao blisko povezane sa vlašću. Tako se za TV Panon navodi da je pod velikim uticajem Nacionalnog saveta mađarske nacionalne manjine, kao i Saveza vojvođanskih Mađara, dok se za Novosadsku televiziju navodi da je pod „strogom kontrolom“ Srpske napredne stranke.<sup>11</sup>

Do sličnih zaključaka može se doći i analizom njihovog sadržaja. Novosadska novinarska škola pratila je rad Novosadske televizije u periodu predizborne kampanje 2016, od 23. marta do 21. aprila. U dvonedeljnom periodu Novosadska televizija je pristrasno pratila aktivnosti Srpske napredne stranke i gradonačelnika Novog Sada Miloša Vučevića, te je članovima SNS-a u emisiji „Objektiv“ bilo posvećeno čak 73% prostora. U ponovljenom istraživanju informativnog programa ove televizije iz septembra 2017. godine, rezultati su još ekstremniji: 87% svih političkih subjekata pripada SNS-u. U analizi informativnog programa RTV Rubin tokom kampanje za parlamentarne izbore 2016. godine uočen je sličan trend, oličen kroz prikriveno oglašavanje Srpske napredne stranke i njenu izrazitu nadzastupljenost u odnosu na druge partije.

Ovo istraživanje je rađeno na osnovu javnih konkursa za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja iz oblasti javnog informisanja i rešenja o dodeli sredstava javnih konkursa i pojedinačnih davanja.

---

<sup>11</sup> Savet za borbu protiv korupcije, Izveštaj o vlasničkoj strukturi i kontroli medija u Srbiji, 2015, Beograd. <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf>

## 4. Šta građani zaista žele?

Novosadska novinarska škola sprovela je u okviru projekta „Lokmed opservatorija“ fokus grupe sa po osam učesnika u tri posmatrana grada. Diskusija je tematski pokrivala dve ključne teme u domenu informisanja na lokalnu: prva je evaluacijska i odnosi se na stepen zadovoljstva radom lokalnih medija, dok je druga orijentisana ka stavovima učesnika o informativnim potrebama i prioritetima u njihovoj sredini. Učesnici su imali priliku da iskažu kakvi im sadržaji nedostaju na lokalnoj televiziji ili radiju, u lokalnim novinama ili informativnom sajtu. Fokus grupe trajale su oko 75 minuta i sprovedene su po unapred utvrđenom planu. Učesnici lokalnim medijima najčešće zameraju izveštavanje po agendi lokalnih vlasti, neatraktan sadržaj i copy-paste novinarstvo. Detaljnije rezultate možete pronaći u pojedinačnim izveštajima.

## 5. Preporuke

- Prilikom raspisivanja javnih konkursa za sufinansiranje medijskih sadržaja gradovi treba da prate ustanovljen *Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja*, kako bi se izbeglo uvođenje spornih kriterijuma na konkurs.

- Gradovi treba da u većoj meri odobravaju sredstva za projekte čiji se sadržaji ne temelje samo na informativnom programu. Potreban je veći broj projekata u čijem su fokusu marginalizovane grupe, kultura, mladi i deca i sport.
- Gradovi treba da opredeljuju sredstva za organizovanje i učešće na stručnim, naučnim i prigodnim skupovima, kao i unapređivanje profesionalnih i etičkih standarda u oblasti javnog informisanja, kao što i Zakon i Pravilnik nalažu.
- Gradovi treba da opredeljuju sredstva na osnovu pojedinačnih davanja **isključivo** za projekte koji zahtevaju hitnost realizacije, kako Pravilnik i nalaže. U dosadašnjoj praksi ovo pravilo je u analiziranim gradovima nekoliko puta narušeno.
- Mediji treba da beskompromisno insistiraju na projektnim predlozima usklađenim sa javnim interesom, što podrazumeva i projekte u kojima se uz kritičku distancu, analitičko i istraživačko novinarstvo, preispituju političke odluke i procesi.



Kikinda

U Kikindi su u dosadašnjem toku raspodele sredstava za javno informisanje najčešće odobravani projekti koji su predviđali pripremu klasičnih informativnih sadržaja. Zabrinjava to što je svake godine, izuzev 2015, odobren po jedan projekat kome je cilj „praćenje rada lokalne samouprave“, što samo po sebi nagoveštava pasivan odnos medija prema gradskoj vlasti, kao i minimum novinarskog angažmana.

| <b>Kikinda</b>                   | <b>2014</b> | <b>2015.</b> | <b>2016.</b> | <b>2017.</b> | <b>Ukupno</b> |
|----------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Rad medija                       | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |
| Informativni program             | 4           | 4            | 7            | 6            | 21            |
| Praćenje rada lokalne samouprave | 1           | 0            | 1            | 1            | 3             |
| Osnivanje novih medija/dodataka  | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |
| Marginalizovane grupe            | 1           | 0            | 2            | 1            | 4             |
| Deca                             | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |
| Mladi                            | 0           | 0            | 0            | 3            | 3             |
| Kultura                          | 0           | 0            | 0            | 1            | 1             |
| Sport                            | 0           | 0            | 0            | 1            | 1             |
| Ekologija                        | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |
| Zdravlje                         | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |
| Ostalo                           | 0           | 0            | 0            | 1            | 1             |
| Obuke za novinare i sl.          | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |
| Humanitarne akcije               | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |



| <b>GRAD</b>  | <b>KIKINDA</b>  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| <b>GODINA</b>  | 2014.   | 2015.  | 2016.  | 2017.  |
| <b>BROJ RASPISANIH JAVNIH KONKURSA</b>               | 1   | 1  | 1  | 1  |
| <b>RASPODELJEN NOVAC NA KONKURSU (59.978.600,00)</b> | 11.364.000  | 10.200.000   | 17.089.600   | 21.325.000   |
| <b>MEDIJI</b>  | TV Rubin; TV VK; Kikindske; Nove Kikindske novine, Radio Ami. | TV Rubin; TV VK; Nove Kikindske novine; Radio Ami. | TV Rubin; RTV VK Media; Nove Kikindske novine; Ami; Kikindske na mađarskom; Civilon; Ruskoselski glasnik; Beta pres. | Civilon; Dnevnik; Internet portal TV Rubin; Nezavisne dnevne novine Srpski telegraf; Nove kikindske novine; Partizanska štamparstva i magazini d.o.o. Kikinda; Ami Naksi Radio; TV Rubin Kikinda; Srbija danas d.o.o; Udruženje građana Ki Fokus; Vojvođanski magazin. |
| <b>NAJMANJI IZNOS</b>                                | 480.000   | 600.000  | 300.000  | 90.600   |
| <b>NAJVEĆI IZNOS</b>                                 | 4.524.000   | 4.440.000  | 7.800.000  | 10.494.400   |

|                                      |           |           |            |                    |
|--------------------------------------|-----------|-----------|------------|--------------------|
| <b>PROSEČAN IZNOS</b>                | 2.502.000 | 2.520.000 | 2.511.000  | 2.511.000          |
| <b>MEDIJI KOJI JE NAJMANJE DOBIO</b> | Radio Ami | Radio Ami | Beta press | Partizanska štampa |
| <b>MEDIJI KOJI JE NAJVIŠE DOBIO</b>  | TV Rubin  | TV Rubin  | TV Rubin   | RTV Rubin          |

Novosadska novinarska škola sprovela je 22. decembra 2017. godine fokus grupu u Kikindi, a svoje mišljenje o kvalitetu rada lokalnih medija i tematskim prioritetima iskazalo je pet Kikinđanki i tri Kikinđanina različitih uzrasta. Kao važne teme o kojima lokalni mediji retko izveštavaju navode pre svega odseljavanje građana (izjava 1), privredu i korupciju (2), kulturu (3), ali i izveštavanje o komunalnim problemima (4).

*Izjava 1:* „Veliki problem u Kikindi je ogromno siromaštvo stanovništva. Većina privrede koje se sećamo iz nekih vremena ne radi uopšte. Opština je za poslednjih nekoliko godina izgubila oko 11.000 stanovnika, a to nije samo izumiranje zbog starosti, nego velikim delom iseljavanje mladih i svih radno sposobnih. Žene mojih godina odlaze da rade kao negovateljice, naročito u Austriju i Nemačku. Postoje sad već razrađeni kanali za to“

*Izjava 2:* „Jedan, 'ajde da kažem najveći investitor, u poslednje vreme koji je došao u Kikindu i zaposlio 300 ljudi, radnici su konkurisali u Opštini, a ne u Zavodu za zapošljavanje. Predavale su se molbe u Opštini. Ne treba ništa više da vam kažem. E sad, pošto je to dobra firma, uredan poslodavac, sve isplaćuje, ispalo je da radnici na traci imaju veće plate od

službenika u Opštini. I onda su iz Opštine urgirali da smanje plate radnicima u fabrici. I oni su to, koliko čujem, uradili. Proverena informacija od ljudi koji tamo rade. U medijima ni reči.“

*Izjava 3:* „Problem je i izveštavanje o kulturi. Ja imam ogromnu patnju za potpunom devastacijom kulturne scene. Za jednim urušavanjem za koje i dalje nekako ne znam kako nam se dogodilo, jer zapravo svi su ti ljudi koji danas upravljaju institucijama kulture odnosno javnim ustanovama živeli tu negde sa nama i pored nas, i mi smo živeli dugi niz godina očigledno u zabludi da ono što je dobro za nas, da je dobro za sve ljude.

*Izjava 4:* „Ti danas uopšte ne možeš ni da saznaš nešto komunalno. Recimo o mojoj zgradi, moja zgrada nema ni upravnika, ni predsednika kućnog saveta, ništa... I hoću da znam šta će se desiti s nama. Hoće da nas hapse, hoće da nas izbacuju iz stanova, šta će da bude, mislim. Znači tako neke teme.“

Učesnici fokus grupe kikindskim medijima najviše zameraju političku ostrašćenost (izjava 5), zanemarivanje lokalnih tema (6 i 7), kao i političku pristrasnost (8 i 9).

*Izjava 5:* „Politička ostrašćenost je ovde prevazišla svaku meru. Ja slobodno to mogu da kažem, kao čovek koji univerzalno sve posmatra. Da zaista, zaista imamo veliki problem sa medijima - onaj koji nije politički opredeljen ili bar naklonjen, bogami se nalazi u vrlo teškoj situaciji“

*Izjava 6:* „Vi sada u Kikindi trenutno imate televiziju koja je, bi trebalo da bude lokalna s obzirom na to da je dobila velika sredstva od grada da se prate i obrađuju lokalne teme iz različitih oblasti od ekologije do ne znam za čega su dobili, a ni traga od lokalnih tema“

*Izjava 7:* „Željko Bodrožić i dalje uređuje *Kikindske* koje su sad zadržale samo brend i ime, ali to više nije opštinski nedeljnik, to je sad privatna firma koja je nekoliko puta menjala svoje izdavače, od novosadskog *Dnevnika*, preko nekih privatnih kombinacija, njihov tiraž je veoma skroman. Oni su uticajni u onom smislu zato što ih mahom čita nekakva kikindska inteligencija, ako tako može da se kaže. Tematski su veoma zahtevne. To su veliki tekstovi, problemski tekstovi, tekstovi koji obrađuju fenomene ali se ne bave onim što bi jedne lokalne novine u nekom smislu praćenja sfere komunalija recimo, ne znam šta tu nedostaje“

*Izjava 8:* „*Nove kikindske novine* treba čitati sa velikom dioptrijom, zato što su to informacije koje se plasiraju iz jedne glave i dosta je problematično verovati u te informacije kad oni recimo na naslovnu stranu stave dva ili tri kamiona ona što treba da čiste sneg, grtalice, kaže 'spremni smo za sneg'. Niti ima snega, ni' nas briga za te kamione, ni' je to vest uopšte da bi to bilo na naslavnoj strani“

*Izjava 9:* „*Nove Kikindske* objavljuju tekstove koji su čiste poternice za nekim ljudima, pisane sa čistom namerom, sa nekim informacijama koje su poluproverene, neproverene“

*Izjava 10:* „Stavila sam broj 2 kod TV Rubina kad znam da je nešto što bi moglo da me zanima i što bih volela da ispratim. Mislim baš taj konkretan prilog. I tu se završava moj dodir sa lokalnim medijima.“

*Izjava 11:* „Ja volim sve da pročitam. Nije da sam isključivo da čitam samo jedne, gledam samo jedne, mada sve manje gledam TV. Ne kupujem ćirilične (*Nove kikindske*, prim. aut), ali volim da ih pročitam ako ih nađem.“

*Izjava 12:* „Iz principa čitam ove latinične (*Kikindske*, prim. aut) redovno ali su sve tanje i tanje.“



Subotica

U Subotici je u posmatranom periodu najviše odobrenih projekata bilo tematski vezano za osetljive društvene grupe, u prvom redu nacionalne manjine. Na drugom mestu po zastupljenosti su projekti iz oblasti kulture, a potom informativnog programa. Nisu dodeljivana sredstva za praćenje rada lokalne samouprave, iako se takav vid angažmana može odvijati i kroz projekte koji su formalno posvećeni proizvodnji informativnog programa.

| <b>Subotica</b>                  | <b>2014</b> | <b>2015.</b> | <b>2016.</b> | <b>2017.</b> | <b>Ukupno</b> |
|----------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Rad medija                       | 8           | 2            | 0            | 0            | 10            |
| Informativni program             | 0           | 10           | 5            | 14           | 29            |
| Praćenje rada lokalne samouprave | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |
| Osnivanje novih medija/dodataka  | 1           | 0            | 0            | 2            | 3             |
| Marginalizovane grupe            | 15          | 11           | 4            | 18           | 48            |
| Deca                             | 2           | 1            | 3            | 5            | 11            |
| Mladi                            | 4           | 1            | 0            | 3            | 8             |
| Kultura                          | 3           | 8            | 4            | 15           | 30            |
| Sport                            | 0           | 0            | 0            | 1            | 1             |
| Ekologija                        | 0           | 2            | 1            | 4            | 7             |
| Zdravlje                         | 1           | 2            | 1            | 8            | 12            |
| Ostalo                           | 4           | 4            | 1            | 6            | 15            |

|                         |   |   |   |   |    |
|-------------------------|---|---|---|---|----|
| Obuke za novinare i sl. | 0 | 7 | 1 | 4 | 12 |
| Humanitarne akcije      | 0 | 1 | 0 | 2 | 3  |

U drugom po veličini gradu Vojvodine u periodu od 2014. do 2016. godine najviše sredstava na lokalnim konkursima za finansiranje dobijala je TV Panon, a suma se kretala do čak osam miliona dinara.

| <b>GRAD</b>  | <b>SUBOTICA</b> |            |            |            |
|--|-----------------|------------|------------|------------|
| <b>GODINA</b>  | 2014.           | 2015.      | 2016.      | 2017.      |
| <b>BROJ RASPISANIH JAVNIH KONKURSA</b>               | 2               | 1          | 1          | 1          |
| <b>RASPODELJEN NOVAC NA KONKURSU (86.308.200,00)</b> | 20.962.000      | 25.796.200 | 19.000.000 | 20.550.000 |

|  |   |  |   |  |
|--|---|--|---|--|
| <p style="text-align: center;"><b>MEDIJI</b></p> | <p>Het nap;<br/>Subotičke<br/>novine;<br/>Bunjevački<br/>omladinski<br/>centar;<br/>Hrvatska riječ;<br/>Magyar Szo;<br/>Magazin Dani);<br/>TV Panon;<br/>Srpska<br/>pravoslavna<br/>crkvena opština;<br/>City TV; YU<br/>ECO TV; Radio<br/>Marija; TV K23;<br/>RADIO-TV K23;<br/>Bunjevački<br/>informativni<br/>centar; Noah<br/>agency;<br/>Dinovizija; D&amp;D<br/>Photo; Snoma<br/>d.o.o.</p> | <p>Magazin Dani;<br/>Udruženje<br/>Hrvatska nezavisna<br/>lista; Dnevnik;<br/>Subotičke novine;<br/>Bunjevački media<br/>centar (2 puta);<br/>Preduzeće za<br/>izdavaštvo i usluge<br/>VIZIJA MVP doo;<br/>Ruralni<br/>informativni<br/>centar; TV SU<br/>CITY; YU ECO<br/>D.O.O SUBOTICA(2<br/>puta); SNOMA<br/>D.O.O; TV Panon;<br/>Hrvatska udruga<br/>novinara "CRO-<br/>NEWS"; SUCOM<br/>media PR web<br/>portal; PR<br/>Fotografska radnja<br/>Noah agency;<br/>Udruga novinara<br/>"CRO-INFO";<br/>Bunjevački kulturni<br/>centar Bajmok;<br/>Dinovizija.</p> | <p>TV Panon; SNOMA doo;<br/>Subotičke novine; Dinovizija;<br/>YU ECO DOO (2 puta);<br/>Udruga hrvatska nezavisna<br/>lista; PR Fotografska radnja<br/>Noah agency; Pravoslavna<br/>eparhija Bačka Radio<br/>Slavoslovlje; Bunjevački<br/>radio; Bunjevački media<br/>centar; Agencija K23;<br/>Udruženje novinara CRO-<br/>INFO; Radio Marija;<br/>Dnevnik; SU COM MEDIA<br/>web portal; Magazin Dani;<br/>VTV COM NET.</p> | <p>SNOMA DOO; Fabrika slova; Udruga<br/>hrvatska nezavisna lista; Artline<br/>udruženje Subotica; Radio Marija; PR<br/>Fotografska radnja Noah agency;<br/>Udruženje Info inicijativa; Dinovizija;<br/>SPC Eparhija Bačka Radio Slavoslovlje;<br/>Pakis produkcija doo; Bunjevački media<br/>centar (3 puta - novine, radio i internet<br/>radio, internet glasilo; Nove subotičke<br/>novine; Institut za održivi razvoj i<br/>zaštitu životne sredine "Zeleni krug";<br/>Udruženje novinara CRO-INFO; YU<br/>ECO DOO (2 puta); Magazin Dani,<br/>Radio Subotica; VTV COMNET;<br/>Medijska mreža doo Beograd; Srbija<br/>danas doo Beograd; veb portal SUKOM<br/>medija Subotica.</p> |
|--|---|--|---|--|



|                                      |           |                                   |  |   |
|--------------------------------------|-----------|-----------------------------------|--|---|
| <b>NAJMANJI IZNOS</b>                | 200.000   | 200.000                           | 300.000  | 100.000   |
| <b>NAJVEĆI IZNOS</b>                 | 5.700.000 | 8.000.100                         | 4.000.000  | 3.900.000   |
| <b>MEDIJI KOJI JE NAJMANJE DOBIO</b> | D&D Photo | Hrvatska udruga novinara CRO-NEWS | SZTR i TV video produkcija Dinovizija; Udruga hrvatska nezavisna lista; Radio Slavoslovlje; Bunjevački omladinski centar - Bunjevački radio; Bunjevački media centar - časopis za mlade Bocko; Ruralni informativni centar; Dnevnik Vojvodina press doo; Radio Marija. | Bunjevački omladinski centar - internet radio; Bunjevački media centar - internet glasilo Subotica; Institut za održivi razvoj i zaštitu životne sredine Zeleni krug; |
| <b>MEDIJI KOJI JE NAJVIŠE DOBIO</b>  | TV Panon  | TV Panon                          | TV Panon   | VTV COMNET doo Subotica (Udruženje elektronskih medija)   |

U Subotici su u 2015. godini dodeljena dva pojedinačna davanja, a 2017. četiri. Sudeći samo po imenima projekata može da se postavi pitanje koliko sadržaj ovih projekata zahteva hitnost realizacije.

| Subotica | Broj davanja | Mediji  | Ukupan iznos | Najveći iznos                     |
|----------|--------------|---|--------------|-----------------------------------|
| 2015     | 2            | RTV K23; PR<br>fotografska radnja<br>Noah agency<br>Nikole Tumbasa  | 750.000      | RTV K23,<br>400.000               |
| 2016     | -            | -   | -            | -                                 |
| 2017     | 4            | YU ECO d.o.o. ;<br>Nikola Tumbas PR<br>Forografska<br>radnja Noah<br>agency Subotica;<br>Nove subotičke<br>novine doo; Pakis<br>production doo<br>Novi Sad, | 700.000      | Nove subotičke novine,<br>300.000 |

Novosadska novinarska škola sprovela je 18. decembra 2017. godine fokus grupu u Subotici, a svoje mišljenje o kvalitetu rada lokalnih medija i tematskim prioritetima iskazale su četiri Subotičanke i četiri Subotičanina različitih uzrasta. Kao važne teme o kojima lokalni mediji retko izveštavaju navode pre svega komunalne teme (izjave 1 i 4), nasilje i zloupotrebu službenog položaja (2), ekonomiju (3 i 5) i poljoprivredu (4).

*Izjava 1:* „U medijima izostaje ono što nas dotiče svaki dan, prvo te komunalne teme, ali ne bih izostavila ni političke“.

*Izjava 2:* „Mi smo u poslednjih nekoliko meseci imali drastične slučajeve od tajno snimljenog razgovora gradonačelnika Bogdana Labana, njegovih pretnji do fotografija njegovog dvorišta, čupanja, to jest seču drvoreda topola, o tome svi čute i državni organi i oni koji su nadležni i oni koji nisu nadležni, dakle građani. Jedna opšta apatija u koju se naravno uključuju mediji kako lokalni tako i državni. O tome nije smelo da se piše“

*Izjava 3:* „Ja mislim da fali ekonomskih tema u Subotici, sad ne znam koliko kod nas ima ekonomije u Subotici, ali tog definitivno nema, ja samo čitam sajtove, što se tiče tiskanih izdanja ne govorim. To mi fali i fali mi da obični ljudi dođu do izražaja, znači njihovi problemi“

*Izjava 4:* „Nedostaju komunalne teme i poljoprivreda, ovde ima puno poljoprivrednika, a u subotičkoj opštini mislim da ta tema nije adekvatno obrađena.“

*Izjava 5:* „Niko ne piše o nezaposlenosti već kako se otvaraju nove fabrike, znači samo pozitivne stvari su u medijima.“

Učesnici fokus grupe navode da imaju utisak da njihovi sugrađani ne veruju lokalnim medijima – iako ih gledaju (izjava 7 i 10), da je njihov sadržaj neprivačan mladima (6), da se neguje copy-paste novinarstvo (8) i očigledne političke pritiske (9 i 13).

*Izjava 6:* „Što se tiče mojih prijatelja, vršnjaka, oni ne prate lokalne medije uopšte jer to su njima dosadne teme. Uglavnom su im mediji predosadni.“

*Izjava 7:* „Ljudi gledaju, ali i komentiraju kako ne veruju.“

*Izjava 8:* „Pratim nekoliko sajtova subotičkih, uglavnom kad se vidi jedan vidi se sve. Svi i sve vesti, da li je to neka autocenzura ili nametnuta cenzura, ne znam. Zato više volim uvek pogledati peko interneta pa čitajući razne novinare na različite načine interpretiram i stičem neku sliku“

*Izjava 9:* „Što se lokalnih medija tiče, ja zaista ne znam ni jedan u Subotici koji je vredan pažnje sa izuzetkom donekle *Magločistača* koji koliko-toliko piše o ovim problemima. Lokalni mediji, a nisam to rekao samo jednom, i novinari i urednici služe samo kao razglasne stanice nosilaca vlasti, bez imalo volje da se kritički i analitički osvrnu na svet koji ih okružuje“

*Izjava 10:* „Što se tiče lokalnih medija, pratim toliko-koliko ih ali ne zato što im verujem, daleko od toga. *Magločistač* i Radio Subotica tako-tako, ovo ostalo zaista mislim da nije vredno ni spomena. Rekao sam da su najobičniji slogani i radio stanice lokalnih vlasti i to i dalje mislim“

*Izjava 11:* „Ja gledam *Kroz grad*. To su dobre kratke vesti na lokalnoj televiziji.“

*Izjava 12:* „Naravno nezaposlenost je opala ali je pola ljudi otišlo ili poumiralo. *Tv Yu Eco* ima tu specifičnost da se gađaju brojkama.“

*Izjava 13:* „*TV Pannon* i *Magyar Szo* i *Het nap*, to pripada SVM-u, tu nema dileme. Ja znam lično kako funkcioniše *Panon TV*, ono što kaže Ildiko Lovas i Pastor Ištvan, to treba da bude na televiziji.“



Novi Sad

U Novom Sadu je najveći broj odobrenih projekata bio tematski vezan za marginalizovane grupe, a potom – slično kao i u Subotici – za kulturu i proizvodnju informativnog programa. Nije bilo projekata koji su eksplicitno konstruisani kao praćenje rada lokalne samouprave.

| <b>Novi Sad</b>                  | <b>2014</b> | <b>2015.</b> | <b>2016.</b> | <b>2017.</b> | <b>Ukupno</b> |
|----------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Rad medija                       | 8           | 2            | 0            | 0            | 10            |
| Informativni program             | 0           | 10           | 5            | 14           | 29            |
| Praćenje rada lokalne samouprave | 0           | 0            | 0            | 0            | 0             |
| Osnivanje novih medija/dodataka  | 1           | 0            | 0            | 2            | 3             |
| Marginalizovane grupe            | 15          | 11           | 4            | 18           | 48            |
| Deca                             | 2           | 1            | 3            | 5            | 11            |
| Mladi                            | 4           | 1            | 0            | 3            | 8             |
| Kultura                          | 3           | 8            | 4            | 15           | 30            |
| Sport                            | 0           | 0            | 0            | 1            | 1             |
| Ekologija                        | 0           | 2            | 1            | 4            | 7             |
| Zdravlje                         | 1           | 2            | 1            | 8            | 12            |
| Ostalo                           | 4           | 4            | 1            | 6            | 15            |

|                         |   |   |   |   |    |
|-------------------------|---|---|---|---|----|
| Obuke za novinare i sl. | 0 | 7 | 1 | 4 | 12 |
| Humanitarne akcije      | 0 | 1 | 0 | 2 | 3  |

Ukupno devet pojedinačnih davanja dodeljeno je novosadskim medijima tokom prethodne tri godine. Najčešći dobitnik ovakve vrste sredstava je Novosadska televizija, za koju se u poslednjem izveštaju Saveta za borbu protiv korpucije o pritiscima na medije navodi da je pod kontrolom Srpske napredne stranke.

| Novi Sad | Broj davanja | Mediji  | Ukupan iznos | Najveći iznos   |
|----------|--------------|---|--------------|---|
| 2015     | 1            | Novosadska TV DOO Novi Sad  | 996.000      | Novosadska TV DOO, 996.000  |
| 2016     | 4            | Novosadska TV DOO Novi Sad; Agencija za marketing BB media Bački Brestovac, Udruženje novinara Srbije; Kulturama Fondacija "Fond za razvoj komunikacija"; Kreativni omladinski forum; Horror media pont doo Novi Sad, | 2.300.000    | Novosadska TV DOO, 1.000.000  |
| 2017     | 4            |   | 2.670.000    | Miloš Runjajić PR proizvodnja audio vizuelnih proizvoda i televizijskog programa Bumerang Novi Sad, 1.000.000 |

| GRAD  | NOVI SAD   |  |   |   |
|---|--|--|---|---|
| GODINA  | 2014.  | 2015.  | 2016.   | 2017.   |
| <b>BROJ RASPISANIH JAVNIH KONKURSA</b>                | 1  | 2  | 2   | 2   |
| <b>RASPODELJEN NOVAC NA KONKURSU (215.922.150,00)</b> | 22.000.000   | 50.800.000   | 65.080.000  | 78.042.150  |
| <b>MEDIJI</b>   | Hlas ljudu; Ruske slovo; Kanal 9 (2 puta); Društvo sunarodnika Rusije - Luč; Fondacija Mozaik za razvoj kulture i negovanje tradicija Mađara u dijaspori na teritoriji AP Vojvodine; Invitem d.o.o Kać (2 puta); Kulturno-informativni centar "Mladost" Futog (2 puta); Porodični krug doo; Magyar Szo; Kulturno-informativni centar | Kanal 9; Radio Signal (2 puta); TV Most (2 puta); In Radio; Dnevnik; DNV (4 puta); Fabrika slova d.o.o; Radio 021; Color Press Group; Doo Local Media Group Novi Sad; Bumerang Novi Sad; RTV (2 puta); Udruženje građana "Srpski krajevi"; Invitem d.o.o. Kać (2 puta); Danubius Novi Sad; Dan Graf Beograd; Nid Kompanija Novosti ad Beograd; RTV | Dnevnik Vojvodina press doo; Nenad Mikalački pr agencija za filmsku i video produkciju Druid Novi Sad; RTV Signal; In radio Novi Sad; Savez Srba iz regiona; Novosadska tv doo Novi Sad; Kopernikus cable network; Pečat d a doo za proizvodnju trgovinu i usluge; DNV; Novosti ad Beograd; Invitem doo Kać; Udruženje "Tesla global forum" Novi Sad; Goran | Sindikato novinara Srbije; Dnevnik; RTV; Fabrika slova; Omladina Jazas Novi Sad; DNV; In radio Novi Sad; Krajiški kulturno-informacioni centar "Krajina" Novi Sad; Institutu za održivi razvoj i zaštitu životne sredine Zeleni krug; Dnevnik-poljoprivrednik; Ekološko udruženje građana "Zeleno pitanje" Novi Sad; Udruženje "Izbor"; TV Most; Centar za istraživanje i razvoj komunikacija; Agencija za dizajn Smart Art; Invitem d.o.o. Kać; Info it media doo Beograd; Simona 2014 doo Beograd; Fondacija za razvoj istraživačkog novinarstva i odgovornih medija - FORIN; Radio 021; Lokal media Novi Sad; Brif media net; PR agencija za |



|                       |  |  |  |  |
|-----------------------|--|--|--|--|
|                       | <p>Kisač (2 puta); Udruženje građana "Phralipe" Novi Sad; In radio; Omladina jugoslovenske asocijacije za borbu protiv Side Novi Sad; Planeta 21000; TV Most; RTV; Gradska organizacija slepih; Iz kruga Vojvodina, organizacija za podršku ženama sa invaliditetom; Društvo za borbu protiv šećerne bolesti grada Novog Sada.</p> | <p>Panonija; Udruženej građana Phralipe Novi Sad; Porodični krug doo Novi Sad; Udruženje građana centar za razvoj manjinskih i lokalnih medija "Minority &amp; local media development center" , Novi Sad; Gradska organizacija slepih Novi Sad; Društvo za borbu protiv šećerne bolesti grada Novog Sada; Planeta. Udruženje ljubitelja i majstora umetnosti , veština i teorija umetnosti i nauke Are Akademija; Agencija za proizvodnju radio i televizijskog programa NS media Novi Sad.</p> | <p>Špirić pr agencija za audio video produkciju speera production Futog; Udruženje "Matica Albanaca"; Društvo Sunarodnika i prijatelja Rusije "Rusija" Novi Sad; Udruženje građana "Phralipe Novi Sad" Novi Sad; In radio Novi Sad; ...Iz kruga - Vojvodina, organizacija za pdoršku ženama s invaliditetom, Novi Sad.</p> | <p>marketing i proizvodnju radio i televizijskog programa BB media; Linea electronics; Promo pdoukcija Šid; Delta televizija; Magic production Ljukovo; Ninamedia kliping; Medijska mreža doo Beograd; Regionalni info centar Beograd; Pet magazin doo Beograd; Bumerang Novi Sad; Udruženje građana "Srpski krajevi"; RTV; AS doo; Senior media doo Beograd; Shpeera production Futog; Master media mix; SPC Eparhija Bačka; Udruženje "Tesla global forum"; Info centar doo; Udruženje "Agroprofit"; Udruženje "Ariadne"; Srbija danas; Pakis production; Pečat; RTV Signal; Društvo sunarodnika i prijatelja Rusije "Rusija" Sr. Kamenica; Kanal 9; McBoxes; Udruženej građana "Phrlipe Novi Sad"; In radio; Honestas; TV Most; Porodični krug; Udruženje građana "Bunjevački kulturni centar"; Linea electronics; Mak-info Pančevo; Udruženje "Matica Albanaca"; Kopernikus cable; Drušzvo za borbu protiv šećerne bolesti; Kraftkor Novi Sad; Heror media pont; Udruženje internet portala.</p> |
| <b>NAJMANJI IZNOS</b> | 100.000  | 100.000  | 20.000   | 50.000   |

|                                      |   |   |                             |  |
|--------------------------------------|---|---|-----------------------------|--|
| <b>NAJVEĆI IZNOS</b>                 | 3.550.000   | 5.600.000                                       | 3.100.000                   | 3.500.000  |
| <b>PROSEČAN IZNOS</b>                | 1.825.000   | 2.850.000                                       | 1.560.000                   | 1.775.000  |
| <b>MEDIJI KOJI JE NAJMANJE DOBIO</b> | Društvo sunarodnika Rusije - Luč; In Radio; Planeta 21000; Omladinske novine Click click boom; Iz kruga - Vojvodina. Organizacija za podršku ženama sa invaliditetom; | Krajiški kulturno-informacioni centar "Krajina" | Udruženje "Matica"          | Ekološko udruženje građana Zeleno pitanje; Centar za istraživanje i razvoj komunikacija; Linea electronics za proizvodnju trgovine i usluge Novi Sad; Udruženje Matica Albanaca; |
| <b>MEDIJI KOJI JE NAJVIŠE DOBIO</b>  | TV Most   | Dnevnik Vojvodina press doo                     | Dnevnik Vojvodina press doo | BRIF MEDIA NET DOO Petrovaradin  |

Novosadska novinarska škola sprovela je 20. decembra 2017. godine fokus grupu u Novom Sadu, a svoje mišljenje o kvalitetu rada lokalnih medija i tematskim prioritetima iskazale su četiri Novosađanke i četiri Novosađanina različitih uzrasta. Kao važne teme o kojima lokalni mediji retko izveštavaju navode pre svega komunalne teme (izjave 1) i ekonomiju (2), a nedostaje im i polemički pristup u dijaloškim / debatnim emisijama (3).

*Izjava 1:* „U Novom Sadu se uglavnom ne izveštava o problemima, nego samo o rešenjima. Nema priča o rupa na putevima, ali se obavezno snimi kad je rupa zakrpljena... Ili kad se ograda neka otvori, semafor neki...”

*Izjava 2:* „Uopšte ne možemo da pratimo proces finansiranja projekta oko prestonice kulture. I generalno, pre dobijanja te titule, građani jako malo mogu da čuju o raspolaganju budžetom“

*Izjava 3:* „Nema nijedne emisije sa lokalnim stanicama gde bi neko zaista izrešetao političare pitanjima. Stav je uvek snishodljiv, reklamerski... Ja to ne mogu da gledam.“

Učesnici fokus grupe ističu kako od lokalnih medija najčešće prate Radio 021 i *Dnevnik*, a zamerke na račun generalno posmatrane scene lokalnih novosadskih medija najčešće se upućuju zbog političke getoiziranosti (izjava 6) i političkih pritisaka (10).

*Izjava 4:* „Pratim skoro sve novosadske medije, osim stanica radijskih koje samo muziku puštaju. I šta znam, negde je program dobar, negde loš, ali ako čovek uzme da pogleda sve redom, zaista na kraju može steći objektivnu sliku neku. Nisu mediji samo politika, ima divnih emisija o kulturi na Novosadskoj televiziji, o istoriji našoj.“

*Izjava 5:* „021 se sluša u kući. Ostale stanice ne. Ponekad radio NS i Radio BG, ali ih ne sluša kontinuirano, nažalost.“

*Izjava 6:* „Mediji su se getoizirali po političkim partijama. Sada postoji određeni ekonomista koji tačno zna šta će reći i za koga, kao i pol. Analitičare, neki su i u upravnim odborima. Jedan medij isključivo propagira jednu stranu, drugi drugu. Selektirane informacije.“

*Izjava 7:* „Važna je dobra promocija i marketing, nekad zbog dobrog marketinga ljudi prate neki sadržaj koji ne nudi kvalitet, ali zato što su čuli za to.“

*Izjava 8:* „Ako bih čitao samo što volim to je *Dnevnik*, zbog lokalnih informacija.“

*Izjava 9:* „Čitam *Dnevnik* zbog novinarki koje pišu članke iz ekonomije“

*Izjava 10:* „Dakle, uvek je postojala ta potreba onih koji kontrolišu sredstva da zapravo kontrolišu sve resurse. Kontrolišući sredstva vi kontrolišete zajednicu. I to je suština novosadskih medija“

U okviru projekta „Lokmed laboratorija“ organizovana je i javna akcija sa instalacijom na javnom prostoru, koja je prolaznicima omogućila da iskažu svoj stav o radu lokalnih medija. Na platou SPENS-a postavljena je konstrukcija sa banerom koji sadrži pitanje „Da li ste zadovoljni radom novosadskih medija“ i dva ponuđena odgovora, tj. simbolična prolaza za afirmativni i negativni odgovor. Ovakva vrsta ulične akcije sa vox populijem nema snagu relevantnog istraživanja javnog mnjenja, niti ima široke metodološke aspiracije, već joj je prevashodna svrha bila ukazivanje na važnost kvalitetnog informisanja na lokalnom nivou i podsticanje građana da kritički promišljaju o medijskim sadržajima posvećenim lokalnim temama. Akcija je trajala sat vremena i u njoj je učestvovalo više od 200 Novosađana. Snimak sa javne akcije možete pogledati [ovde](#).