

УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ
ПРАВНИ ФАКУЛТЕТ

**Правни оквир функционисања локалних медија у
Републици Србији**

(мастер рад)

Ментор:
Проф. др Дејан Вучетић

Студент:
Марија Миленовић
Број индекса: М045/20-О

Ниш, 2022.

Садржај

1. Увод	1
2. Правни оквир који регулише медије у Републици Србији.....	4
3. Локална самоуправа	4
4. Појам и врсте медија	8
4.1. Локални медији	9
4.2. Поступак добијања дозволе за локалне медије	14
4.3. Регулаторно тело за електронске медије (РЕМ).....	16
5. Финансирање медија	18
5.1. Систем пројектног суфинансирања.....	22
6. Пример Града Ниша	26
6.1. Расподела средстава од 2011. до 2014. године	26
6.2. Расподела средстава од 2015. године	30
7. Закључак	39
8. Литература:	42
9. Сажетак и кључне речи	45
10. Summary and keywords	46

1. Увод

Постојање регионалних и локалних медија веома је важно за истинито, правовремено и објективно информисање грађана, али и за транспарентно функционисање сваке локалне самоуправе на територији Републике Србије. Да би се постигао још већи степен независности медија, како у њиховом оснивању тако и у финансирању, Република Србија је 2014. донела сет закона који у потпуности одваја медије од локалне, односно републичке власти. Кроз овај рад биће представљен утицај медијске реформе из 2014. године на процес оснивања и финансирања локалних медија, као и утицај те реформе на повећање плурализма медија и медијског садржаја. Како је најзначајнија промена направљена у начину финансирања медија, истраживачки део рада приказаше како Град Ниш опредељује средства за суфинансирање медијског садржаја.

Сваки локални медиј је настао из потребе људи да буду обавештени и укључени у догађаје из њихове непосредне околине, па су тако медији кроз време мењали форме (штампа, радио, телевизија, интернет), али значај је остао исти. Након експанзије штампе, са појавом прво радија, а онда и телевизије, потреба за локалним станицама које ће пренети и објашњавати стварност постала је још већа. Тако су се родиле прве локалне звезде новинарства. Сваки крај Србије имао је своју станицу и неки глас „из комшилука” коме у потпуности верује. Масовни медији су умногоме променили свест људи о медијима, потреба за информацијама је временом постајала све већа, отворио се простор за различите формате, па је тако и тржиште постало богатије. И на крају, са појавом интернета постојеће форме и поделе медија из темеља су промењене. Он доноси један неограничен простор који је у исто време ничији и свачији и као такав нема јасну законску регулативу. Медијима није преостало ништа друго него да се прилагоде том новом начину доласка до слушалаца, гледалаца и читалаца. Из једне уређене средине где се тачно знала територијална покривеност сваког медија, појавом интернета долазимо до тога да медији губе територијалну категоризацију и на тај начин мање или више сви постају једнаки.

У погледу правне регулативе медија, слобода медија је гарантована Уставом, уз право да се медији оснивају у складу са законима. У законима Републике Србије ни један медиј се не региструје као локални, регионални или национални, та подела се врши касније и односи се само на радио или телевизијске станице. Овај рад треба да

представи како је могуће данас покренути један локални медиј у Србији, односно, поступак добијања дозволе за емитовање.

Медијски закони у Републици Србији се мењају 2014, тада се постојећи закони који су регулисали медијски простор реформишу и од тада имамо три кровна медијска закона, уместо дотадашња два – Закон о радиодифузији из 2002. године и Закон о јавном информисању из 2003. године. Њима се регулише оснивање медија, слобода медија, функционисање и финансирање медија.

Главна измена, која је и медијски била највише пропраћена, односила се на „излазак државе из медија”. На територији града Ниша такав медиј било је јавно предузеће Нишка телевизија, која је у потпуности била финансирана из буџета града. За њу су важила иста права и обавезе као и за сва остала јавна предузећа на територији града Ниша. Поред те телевизије, редовно финансирање директним уговарањем добијао је и штампани медиј „Народне новине”. На тај начин, ова два медија била су у зависном односу према локалној власти.

Због тога је Влада Републике Србије покренула темељну реформу медијског система којом престаје да постоји тако завистан однос медија и локалних власти. Од 2014. године, локална самоуправа има права само да финансира појединачне пројекте медија и на тај начин помогне у побољшању квалитета медијског програма, а право оснивања јавних предузећа у области јавног информисања јој се укида. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања расписује свака локална самоуправа и у тексту конкурса даје смернице учесницима. На конкурс могу да се јаве само медији који су регистровани у Агенцији за привредне регистре као медији. Они подносе детаљан опис и буџет пројекта који желе да реализују, након чега комисија одлучује о томе који пројекти добијају средства и у којој висини. Комисија се бира јавно, а медијска предузећа имају права да кандидују једног од чланова. На тај начин пронашао се нови модел у коме држава нема никакву стварну моћ и управљачку улогу у медијима, она само помаже у реализацији једног пројекта. Сви медији су од тада принуђени да учествују у тржишној утакмици и да се боре за новац и публику као и све комерцијалне станице.

Овим законским решењем могу се приметити одређене предности и недостаци. Са једне стране, овај начин је транспарентан и доступан свим медијима подједнако што је свакако једна позитивна ствар. Сваки регистровани медиј има права да се јави на

конкурс, а добијање буџетских средстава зависи од квалитета пројекта. Са друге стране, недостаци овог система суфинансирања медија у највећој мери погађају локалне медије. Они не могу, а и по природи ствари нису предодређени да се боре за наклоност публике и спонзора као велики национални медији. Уколико би ови медији били ускраћени за новчана средства из буџета, остали би препуштени сами себи што доводи до смањења прво радне снаге, а самим тим и квалитета програма. Још један битан недостатак овог начина финансирања видљив је у одабиру пројеката, тај део је препуштен комисији која често није успевала да успостави јасне и објективне критеријуме додељивања средстава.

Значајан сегмент рада биће усмерен ка истраживању начина финансирања медија у граду Нишу, упоређивањем издвојених новчаних средстава намењених финансирању локалних медија у периоду од 2011-2014. године, и периода од 2015-2021. године. Ту се може видети колико новца је издвојено из градског буџета за сваку годину појединачно и колико је који медиј добио. Тиме се показује да нов начин финансирања и поред веће транспарентности може бити искоришћен од стране носиоца власти, што директно може утицати на квалитет медијског садржаја.

Закључна разматрања покушаће да дају одговоре на питања која се односе на функционисање локалних медија у Републици Србији. Пре свега, указаће на значај локалних и регионалних медија за грађане, али и на одрживост ових медија у новом систему финансирања, у коме се они изједначавају са националним медијима, односно система који их неминовно увлачи у интернет простор. Закључком ће такође бити понуђена и могућа решења финансирања ових медија која би потенцијално отклонила постојеће недостатке.

2. Правни оквир који регулише медије у Републици Србији

Правни оквир који регулише медије састоји се, најпре, из сета закона донесених 2014. године. Ови закони започели су својеврсну медијску реформу чији је циљ била приватизација медија који су били у државној својини чиме је држава и званично „изашла” из медија. Овај сет закона чине:

- Закон о јавном информисању и медијима
- Закон о електронским медијима
- Законом о јавним медијским сервисима

Поред ова три закона који се непосредно односе на правно уређење медија, од значаја за медијско право у нашој земљи су и Закон о оглашавању, Закон о слободном приступу информацијама од јавног значаја, Закон о електронским комуникацијама, и др. Институције које су задужене за очување медијске сцене у Србији су Министарство културе и информисања и Покрајински секретаријат за културу, јавно информисање и односе са верским заједницама. Важну улогу у праћењу електронских медија има Регулаторно тело за електронске медије чија су права и обавезе детаљно регулисане у Закону о електронским медијима. Како би се медиј регистровао и почео да делује било где на територији Републике Србије неопходно је да се упише у Регистар медија.

3. Локална самоуправа

„Демократија нигде није добро функционисала без великог удела локалне самоуправе.” Фридрих Аугуст фон Хајек¹.

Висок степен демократичности једног друштва захтева развијену локалну самоуправу. То је препознао и Савет Европе који је донео посебан акт – Европску повељу о локалној самоуправи (1985), а коју је Република Србија ратификовала 2007. године. Сама идеја развоја овог концепта је у што већем, односно непосреднијем учешћу грађана у вођењу јавних послова. Људи, удруживањем на одређеној територијалној јединици, учествују у одлучивању, а у складу са уставом, законом и

¹Фридрих Аугуст фон Хајек, [1899 — 1992](http://www.econlib.org/library/Enc/bios/Hayek.html), аустријски либерални економиста и политички филозоф, један од најзначајнијих мислилаца и прави ренесансни човек XX века. <http://www.econlib.org/library/Enc/bios/Hayek.html>

статутом општине или града. Ту је посебно важан сектор јавног информисања на одређеној територији, у овом смислу означеној као локална самоуправа. Како би грађани могли да се удружују, доносе одлуке и непосредно решавају своје проблеме, они морају бити правовремено и тачно обавештени о свим дешавањима која посредно или непосредно утичу на њихов живот. Због тога и *Устав Републике Србије*² гарантује да је основна функција медија истинито, благовремено, веродостојно и потпуно информисање.³

„Локална самоуправа означава право и способност локалних власти, да у оквиру законских ограничења, уређују послове и управљају битним делом јавних послова под својом одговорношћу и у интересу локалног становништва.“⁴

Сам појам локална самоуправа веома је тешко дефинисати јер у теорији, пракси, али и свакодневном говору, се користе различити термини. Термин „локална (само)управа“ (local government, local self-government) употребио је први пут 1832. године енглески филозоф Џереми Бентам. „Општинске институције јесу за слободу оно што су основне школе за науку; оне слободу чине приступачном народу... Без општинских институција нека нација може себи створити слободну власт, али не може поседовати слободарски дух“ (Алексис Де Токвил) или како су то формулисали српски писци „оно што је биљци корен са жилама, то је држави добро уређена општина.“⁵ Анализом самог термина, први „локална“ и други „самоуправа“ дошли бисмо до следећих закључака: „локална“ означава одређени физички простор са јасним границама и бројем становника, док би се појам „самоуправа“ могао дефинисати као потпуно независна и самостална јединица која без утицаја централних органа врши власт на одређеној територији. Овакав концепт данас је тешко остварив зато што, без обзира на друштвено уређење, локална самоуправа у мањој или већој мери зависи од централних органа државе. Државе надгледају рад локалних самоуправа, налажу

² Устав Републике Србије (2006. године) - https://www.paragraf.rs/propisi/ustav_republike_srbije.html

³ Правила о јавном информисању обезбеђују и штите изношење, примање и размену информација, идеја и мишљења путем медија у циљу унапређивања вредности демократског друштва, спречавања сукоба и очувања мира, истинитог, благовременог, веродостојног и потпуног информисања и омогућавања слободног развоја личности. Члан 2 - Закона о јавном информисању и медијима, 2014. године.

⁴ Члан 3. став 1 - Европска повеља о локалној самоуправи, Савет Европе, Стразбур, 1985. године.

⁵ Димитријевић, П. Вучетић, Д. (2011). „Систем локалне самоуправе“. Ниш: Центар за публикације Правног факултета, стр 15.

извршење конкретних задатака, док у случају неизвршења истих могу разрешити постојећу и увести принудну управу.

У позитивном праву Републике Србије овако се дефинише локална самоуправа: „Локална самоуправа је право грађана да управљају јавним пословима од непосредног, заједничког и општег интереса за локално становништво, непосредно и преко слободно изабраних представника у јединицама локалне самоуправе, као и право и способност органа локалне самоуправе да, у границама закона, уређују послове и управљају јавним пословима који су у њиховој надлежности и од интереса за локално становништво.”⁶

На територији Србије, Устав препознаје три врсте локалне самоуправе, на које се директно примењује овај закон, а то су: општине, градови и град Београд.

Јединица локалне самоуправе за остваривање својих права и дужности и за задовољавање потреба локалног становништва може основати предузећа, установе и друге организације које врше јавну службу, у складу са законом и статутом.⁷

У књизи „Систем локалне самоуправе”⁸ аутори наводе неколико битних елемената локалне самоуправе, којима се олакшава примењивање овог закона. Те елементе чине: локалне заједнице које групишу људе на једној територијалној јединици и тиме олакшавају њихово задовољење потреба и интереса; грађани који остварују самоуправу у складу са Уставом и законом како би држава имала права да одређује и уређује делатности на територији једне локалне самоуправе; грађани који сами одређују послове који су од јавног интереса за локално становништво, као и начин решавања тих потреба; одређена доза аутономије грађана да сами уређују своју организацију и начине обављања послова. Као један од најважнијих елемената за функционисање локалне самоуправе јесте остваривање финансијских средстава и њихово самостално располагање. Последњи елемент који се издваја је тај што државни органи имају права да оцењују законитост рада и аката локалних органа.

Сви ови елементи појачавају аутономију локалне самоуправе која је оригинални и организациони носилац власти у једној држави. Поред тога битно је истаћи и да што је виши степен развијености локалних самоуправа, то је више остварена демократизација

⁶ Члан 2 - Закона о локалној самоуправи, 2014. године.

⁷ Члан 7 - Закона о локалној самоуправи, 2014. године.

⁸ Димитријевић, П. Вучетић, Д. (2011). „Систем локалне самоуправе”. Ниш: Центар за публикације Правног факултета, стр 38-40.

и јача владавина права у самој држави. Европска повеља о локалним заједницама прописује извештан степен независности локалне самоуправе докле год она испуњава законе матичне државе.

Локалне власти, у оквиру законских ограничења, имају пуну слободу одлучивања о иницијативама у вези са било којим питањем које није искључиво из њихове надлежности или додељено некој другој инстанци.⁹

Обележје јединице локалне самоуправе јесте извештан степен независности. Међутим, управо ова одредница га удаљава од непосредне примене, јер се појмом независности јавноправних тела не могу „изразити” различити облици како невољне, тако и вољне зависности од окружења у којима ти ентитети битишу. Ово се односи и на државу која представља главног носиоца јавноправних овлашћења на одређеној територији. Данас се термин локална аутономија користи за квалитативно одређење могуће самосталности, реалне садржине и квалитета локалне самоуправе.¹⁰

Степен аутономије једне локалне самоуправе се огледа и у томе како и у којој мери сарађује са медијима, односно преко којих посредника и којим каналима комуницира са својим грађанима. Закони који су важали до 2014. године омогућавали су локалним самоуправама да оснивају своја јавна предузећа за радио и телевизијску делатност и на тај начин комуницирали са грађанима. Неки од недостатака који су примећени у овој врсти комуникације везани су за тенденцију тих медија да преносе једну врсту порука, односно коришћење тих медија више у пропагандне сврхе него у изворне сврхе медија, а то су информативна, едукативна и забавна.

⁹ Члан 4, став 2 – Европска повеља о локалној самоуправи, Савет Европе, Стразбур, 1985. године.

¹⁰ Кристић, С. (2006). „Изворни приходи у систему финансирања локалне самоуправе у Републици Србији”. Београд: ПАЛГО центар/Стална конференција градова и општина, стр 10-15.

4. Појам и врсте медија

„Под појмом „медиј” подразумева се свако средство или начин помоћу кога се преносе информације (нпр. телефон и цд ром, писмо, фотографија, е-маил, интернет). Сам појам „потиче” од латинске речи „medium” и означава оно што се налази у средини и као такво служи за пренос информација између онога ко емитује и онога ко прима информације (аудиторијума).¹¹”

У ери дигитализације и великог технолошког напретка долазимо до проблема дефинисања појма „медији”. Једна од подела медија која је свеобухватна и описана у Зборнику „*Информацијска технологија и медији*“ каже да медији могу бити¹²:

1. традиционални (масовни медији);
2. нови медији (променили су парадигму традиционалне комуникације један према многим у комуникацију један према једном: е-мајл, видео игре, блогови, веб комуницирају иједнако са сваким корисником);
3. нови нови медији (*Wikipedia, YouTube, Facebook, Twitter* и друге друштвене мреже настале су на платформи интернета, а одлика им је да су њихови корисници истовремено и произвођачи садржаја).

Медиј је средство јавног обавештавања које речима, сликом, односно звуком преноси уреднички обликоване информације, идеје и мишљења и друге садржаје, који су намењени јавној дистрибуцији и неодређеном броју корисника.¹³

По овој дефиницији медија из Закона о јавном информисању такозвани „нови” медији требало би да буду обухваћени законском регулативом. Али, медијски закони не препознају поделу медија на традиционалне, нове и нове нове, тако да је у Закону одређена следећа подела односно, дефиниција:

Под медијем се у смислу овог закона нарочито подразумевају дневне и периодичне новине, сервис новинске агенције, радио програм и телевизијски програм и електронска издања ових медија као и самостална електронска издања која се дистрибуирају

¹¹ Димитријевић, П. Вучковић, Ј. (2016). „Медијско право”, Свен, Ниш, стр 30.

¹² Нови медији дигиталног доба, Нада Зграбљић Ротар – Зборник информацијска технологија и медији 2016. стр 64.

¹³ Члан 29, став 1 - Закона о јавном информисању и медијима, 2014. година.

*путем интернета и других мрежа електронске комуникације, регистрованих у Регистру медија у складу са овим законом.*¹⁴

Не сматрају се медијима у смислу овог закона платформе попут интернет форума, друштвених мрежа и других платформи које омогућавају слободну размену информација, ставова и мишљења њених чланова, нити било које друго изношење информација, ставова или мишљења, путем самосталних електронских публикација попут блогова, web презентација и сличних електронских презентација осим уколико издавач не поднесе регистрациону пријаву Регистру медија у складу са овим законом.¹⁵

Дакле, законодавац је грађанским и онлајн медијима оставио опцију да се и они (ако то желе) региструју као медији и да на тај начин добију одговарајући статус са свим правима и обавезама. Нерегистровани грађански и онлајн медији остају ван опсега овог закона. Начин функционисања ових медија није регулисан и у том смислу често се дешава да ови медији не поштују законске регулативе Републике Србије, а често ни новинарски кодекс. Ту долазимо и до проблема опстанка оваквих видова информисања. Уколико нису регистровани, Република Србија их не препознаје као медије и у том смислу не могу конкурисати ни на једном конкурс који расписује држава, аутономна покрајина или локална самоуправа за суфинансирање пројеката у области јавног информисања.

Другим речима, једино и само ако се региструјете – сматрате се медијем у смислу Закона о јавном информисању и медијима и примењиваће се права и обавезе прописане законом, а ако се не региструјете – остајете ван његовог домашаја. Регистрација медија такође има за циљ да пружи слушаоцу, гледаоцу или читаоцу информације о самом медију који њима може помоћи у избору свог начина информисања.

4.1. Локални медији

Медији масовне комуникације у 21. веку се деле на традиционалне и нове медије. Иако ова подела није свеобухватна, она представља најлакши начин разумевања савремених система комуникације.

¹⁴ Члан 29, став 2 - Закона о јавном информисању и медијима, 2014. година.

¹⁵ Члан 30, став 2 - Закона о јавном информисању и медијима, 2014. година.

„Као прве медије масовног комуницирања људи су користили бубњеве и димне сигнале, а касније голубове писмоноше и поштанске кочије. Али оно што чини стварну прекретницу у комуникацији, и чиме отпочиње ера масовног комуницирања, догодило се тек 1455. године, када је немачки златар Јохан Гутенберг у посед људске комуникације увео штампарску пресу.“¹⁶

Данас се у традиционалне медије убрајају штампа, радио и телевизија који се такође дефинишу и као мас медији односно медији масовне комуникације. Нови медији су они који користе интернет за пласирање свог садржаја од којих се неки, сада већ могу сматрати медијима масовне комуникације. Том типу медија припадају веб портали, блогови, влогови, профили на друштвеним мрежама и слични онлајн формати. Дакле, та подела је настала развојем интернета, односно у оном тренутку када је интернет постао доступан великом броју људи. Важно је напоменути да закон још увек не препознаје друштвене мреже и сличне формате као медије. Неке видове интернет комуникације је могуће регистровати као медије, као на пример блогови, али већи број још увек не подлеже медијским законима Републике Србије.

Када је реч о традиционалним медијима (штампа, радио и телевизија), они су ти који свој садржај могу дистрибуирати на локалном, регионалном или националном нивоу.¹⁷ Ова подела проистекла је из географске потребе људи да буду информисани о темама и догађајима у њиховој најближој околини. Значи подела медија на локалне, регионалне и државне је чисто географска. Ако један медиј може да штампа и дистрибуира новине на територији једног града и његове околине он ће се сматрати локалним. Регионални су они који покривају одређену област, у територијалном смислу Републике Србије то би био један округ; и државни су они који имају капацитет да дистрибуирају свој садржај на територији целе државе. Из те поделе односно из те географске одреднице медија може се издвојити још једна карактеристика медија, а то би био њихов садржај. Медији који се виде, чују или читају локално неће имати у свом програму вести које нису релевантне за своју публику. Такви медији свој програм претежно заснивају на сервисним информација једног места и комуналним проблемима

¹⁶ Јовановић З. (2015). „Виртуелна планета”, Филозофски факултет Ниш, стр 13.

¹⁷ Ова подела је опште прихваћена у новинарским круговима и пре свега се односи на могућност, односно, капацитет медија да дистрибуира свој сдржај. Што се тиче електронских медија (радио и телевизија) у Републици Србији, *Регулаторно тело за електронске медије* је то које их дели на локалне, регионалне и националне издавањем дозволе за територијалну покривеност - <http://www.rem.rs/sr/odluke/odluke-o-izdavanju-dozvola#gsc.tab=0>

на својој територији. Националне или светске вести биће заступљене у оној мери у којој утичу на живот те локалне заједнице. МекМанус тај садржај медија смешта у контекст тржишта на коме он постоји:

„Тржишно усмерени медији имају другачију логику у селекцији и обради вести у односу на друштвено одговорне медије. Друштвено одговорни медији се у избору догађаја који представљају вест опредељују према последицама које ће тај догађај имати на разумевање стварности од стране публике и према величини публике за коју је то значајно. Могућност да један догађај постане вест у медијима који су тржишно оријентисани је другачије детерминисан. Ова могућност је обрнуто пропорционална штети коју рубрика може изазвати главним оглашивачима или власнику, обрнуто пропорционална трошковима за истраживање или извештавање о догађају и директно пропорционална величини публике која је заинтересована за одређено извештавање, а која се може испоручити оглашивачима.”¹⁸ (МекМанус, 2009:219)

Дакле, подела медија проистекла из географске одреднице имала је упориште и у тржишном моделу јер су се медији трудили да направе најбољи програм за своју публику, а то је неминовно доводило и до финансијских средстава путем оглашивача. Та подела медија била је опште прихваћена и сасвим логична све до појаве нових медија односно интернета. Интернет је чак прескочио и државну географску одредницу и постао глобални феномен који на исти начин пружа исте могућности свуда у свету, према томе губе се географске одреднице. Оно што остаје као начин категорисања медија јесте њихов садржај. Иако интернет нема географску одредницу, (односно можемо му приступити из било ког дела света који има интернет конекцију) један портал који је регистрован као медиј (у Републици Србији) може имати теме чисто везане за једну локалну заједницу, регион или једну државу, што га опет сврстава, али овога пута само декларативно, у локалне, регионалне или државне медије. При регистравању медија у Србији ова подела не важи, тако да се не може регистровати медији који је локални, регионални или државни. Ова подела је остављена за домен уређивачке политике медија.

Данашње медијско тржиште је претрпело тектонске поремећаје које су га из корена промениле. Ту се пре свега мисли на традиционални модел финансирања медија путем

¹⁸ McManus, J. (2009). „The Commercialization of News”, The Handbook of Journalism Studies New York and London: Routledge, page 219.

оглашивача. Развојем интернета изгубила се потреба медија да буду посредници између неког производа и његових потрошача. Компаније имају прилику да директно комуницирају са својим потрошачима па тако више новца улажу у директну комуникацију са њима, а не као некада на преношење поруке путем масовних медија. Највећи проблем имају локални медији јер су се оглашивачи прво повукли са таквих станица. Њихова публика је свакако мала и територијално ограничена тако да су оглашивачи проценили да им се не исплати да се ту оглашавају, него су тај новац усмерили на директну комуникацију са својом, већ постојећом, публиком. Масовни медији који имају националну покривеност и даље имају значајан прилив новца од оглашивача, али неминовно је да ће у блиској будућности бити потребно да се пронађе нови модел финансирања медија. Локални медији, пошто су први осетили проблеме урушавања овог модела, у сталној су потреби за иновативнијим начинима финансирања. Вал-Јоргенсон каже:

„Потребно је обезбедити новац за финансирање локалног информативног новинарства и у томе локални медији чине напоре испитујући нове економске моделе, од претплате преко групног финансирања до донација, док креатори јавних политика предлажу, а понегде и реализују нове форме за субвенционисање локалног информативног новинарства окренутог јавном интересу”.

Из овога следи да још увек није пронађен модел који ће бити опште прихваћен, али је тежња за њим свакодневна. Како су многи масовни медији морали да мењају свој формат дошло је до развоја неких нових формата који су у први мах били финансијски ефикаснији. Тако се у научној литератури често спомињу два термина који се често мешају са значењем „локални медији”. Ти термини су *медији заједница*¹⁹ и *медији цивилног сектора (друштва)*.

Медији цивилног друштва глобално се чешће називају медији заједнице (community media). Према Унеску, медији заједнице одликују се одговорношћу према заједницама којима служе и често настају као резултат рада важних и популарних друштвених покрета, који настоје да отворе простор за суделовање грађана, без

¹⁹ Community media - <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/community-media>

политичког или комерцијалног уплитања. Они су независни, у власништву су одређене заједнице, која и управља њима.²⁰

Ово је до сада најсвеобухватнија дефиниција медија заједнице која је опште прихваћена и од научне заједнице, али и од невладиних организација које се баве темом медија и информисања.

Локални медији су имали многе карактеристике које се, у међународним дебатама, приписују тој врсти јавних гласила: „медији заједнице... могу да имају било какву врсту садржаја. Карактеристике које их дефинишу као такве су њихово порекло, распрострањеност у оквирима специфичне заједнице и нека врста њене партиципације у стварању садржаја и начину управљања.”²¹

Појам медија цивилног друштва пак „...обухвата широк распон медијских актера, од базичних медијских пројеката до великих медијских организација, од фотокопираних њузлетера, до веб странице активиста, сателитске дистрибуције или филмских материјала.”²²

Ова два коментара мало детаљније описују медије цивилног сектора и упоређују их са до сада познатим терминима као што су локални медији. Тако да се може закључити да термини „медији заједнице” и „медији цивилног сектора” могу да се користе као синоними, али никако не означавају исто што и локални медији, као што је већ истакнуто, локални медији су пре свега географска одредница. Често се мешају и због тога што се својим садржајем обрађају мањем броју људи, али их то ипак не сврстава у локалне медије. У правном смислу, ови медији су за разлику од локалних медија дефинисани Законом о електронским медијима и то на следећи начин:

Медијске услуге цивилног сектора пружају се ради задовољавања специфичних интереса појединих друштвених група (националне мањине, омладина, стари, особе са инвалидитетом итд.) и организација грађана, а не ради стицања добити.

²⁰ “Mediji civilnog društva Upustvo za upotrebu” – OEBS i nezavisno udruženje novinara Vojvodine, strana broj 8 - <https://www.osce.org/files/f/documents/b/a/292301.pdf>

²¹Hadl, G. (2007), „Community Media’’Alternative Media’’? Unpacking Approaches to Media By, For and Of the People”, Papers u International and Global Communication, No.2, Institute of Communication Studies: University of Leeds, page 10.

²² Hintz, A. (2008), „Civil Society Media at the WSIS: a new actor in global communication governance?’’ Reclaiming the Media; Communication Rights and Democratic Media Roles, Bristol UK and Portland, Oregon. USA: Intellect Books.

Овим чланом Закона такође се прописује и да удружење, задужбина, фондација, црква и верска заједница могу бити пружалац медијске услуге, свако из своје области деловања мора садржајно ускладити свој програм. Финансирање оваквих медија може се обезбедити из јавних средстава намењених пројектном суфинансирању, али и из донација, спонзорстава или других извора прихода који су у складу са посебним законом.²³

Дакле, Закон о електронским медијима са посебном пажњом дефинише медије цивилног сектора како би се јасно направила разлика између њих и других комерцијалних медија било да су традиционални или нови медији. Законодавци су дефинисали медије цивилног сектора што им је у многоме олакшало функционисање и финансирање у Србији. Са друге стране, нови медији (било да су локални, регионални или национални) нису у потпуности обухваћени медијским законима, што само доказује да су интернет као комуникацијски канал и нови медији унели многобројне промене и развој свих тих медија иде брзином коју законодавци имају потешкоћа да испрате.

4.2. Поступак добијања дозволе за локалне медије

Да би медиј уопште постајао неопходно је да се региструје у Агенцији за привредне регистре са свом потребном документацијом.²⁴ На тај начин, његово постојање постаје правно препознато. При регистровању медија није неопходно навести која ће бити његова зона покривања (локална, регионална или национална) већ се само бира врста медија. Као врсте медија тамо су наведене следеће категорије²⁵:

1. штампани медији (дневне и периодичне новине)
2. сервис новинске агенције
3. радио програм (електронски медиј)
4. телевизијски програм (електронски медиј)
5. самостална електронска издања:

²³ Члан 72, став 1 и 2 – Закона о електронским медијима, 2014. година.

²⁴ На овом линку је списак све потребне документације неопходне за регистровање медија у Републици Србији - <https://www.apr.gov.rs/регистри/медији/упутства.1183.html>

²⁵ Онлајн пријава медија за упис у Регистар медија - https://www.apr.gov.rs/upload/Portals/0/glasila/Obrasci_2020/Registraciona_prijava_upisa_medija_u_Registar_medija_T2020.pdf

5.1 уређивачко обликоване интернет странице

5.2 интернет портал

Медији се, дакле, не региструју као локални, регионални или републички, већ је то питање уређивачке политике код штампаних медија, сервисних агенција и самосталних електронских издања, док телевизијски и радио програми (који спадају у електронске медије) добијају дозволу покривености на локалном, регионалном или републичком нивоу кроз Регулаторно тело за електронске медије.

Штампани медији и сервисне новинске агенције

Штампани медији (дневне и периодичне новине) и сервисне агенције почињу са радом када добију дозволу из Регистра. Након тога крећу са радом и сами бирају подручје деловања односно да ли ће обрађивати локалне, регионалне или републичке теме.

Електронски медији

У електронске медије закон убраја радио и телевизијски програм. Ови медији се поред штампе, која је и најстарији масовни медији, убрајају у традиционалне медије.

Држава је задужена за регулисање и дистрибуцију традиционалних електронских медија. У том смислу Закон о електронским медијима јасно дефинише овај појам. *„електронски медиј је програм, односно програмски садржај радија и телевизије, као и програмски садржај доступан на захтев путем мрежа електронских комуникација и садржај електронског издања;”*²⁶

Како су електронски медији најзаступљенији (бар је тако било у тренутку доношења закона) Законом је основано регулаторно тело које брине о квалитету

²⁶ Члан 4, став 2. - Закон о електронским медијима, 2014. године.

програма који се емитује. Ови медији, поред регистравања, морају да добију и дозволу за емитовање свог програма за шта је задужено Регулаторно тело за електронске медије.

Самостална електронска издања

Нови медији се при регистравању сврставају у *самостална електронска издања* и могу да крену са радом одмах након добијања дозволе. Остале врсте медија имају мало више компликација пред почетак рада медија. Због тога је и законски регулисано да ималац дозволе има рок од 90 дана за почетак пружања медијске услуге од дана достављања дозволе.²⁷

4.3. Регулаторно тело за електронске медије (РЕМ)

Да би електронски простор био адекватно попуњен и регулисан основана је самостална независна регулаторна организација које ће то регулисати. То је *Регулаторно тело за електронске медије (РЕМ)*.²⁸ Ово тело основано је 2014. године Законом о електронским медијима и у закону су јасно прописане права и обавезе:

„Регулаторно тело за електронске медије (у даљем тексту: Регулатор), основано овим законом, је самостална независна регулаторна организација са својством правног лица, која врши јавна овлашћења у циљу: делотворног спровођења утврђене политике у области пружања медијских услуга у Републици Србији; унапређивања квалитета и разноврсности услуга електронских медија; доприноса очувању, заштити и развоју слободе мишљења и изражавања; у циљу заштите интереса јавности у области електронских медија и заштите корисника услуга електронских медија, у складу са одредбама овог закона, на начин примерен демократском друштву.”²⁹

Иако је ово тело основано као самостално и независно регулаторно тело оно ипак одговара Народној скупштини што је и дефинисано чланом 5, ставом 8 Закона о

²⁷ Члан 87 - Закон о електронским медијима, 2014. године.

²⁸ Регулаторно тело за електронске медије (РЕМ)- <http://www.rem.rs/sr#gsc.tab=0>

²⁹ Члан 5, став 1 - Закон о електронским медијима, 2014. године.

електронским медијима који гласи: „За обављање послова из своје надлежности Регулатор је одговоран Народној скупштини.” Овим чланом су регулисана и права и обавезе запослених у стручној служби и то на следећи начин: „На права и дужности запослених у стручној служби Регулатора примењују се прописи којима се регулишу права и обавезе државних службеника.” Још једна ствар коју је битно нагласити како би се видела недоследност у независности овог тела јесте избор чланова Савета³⁰ РЕМ-а:

„Чланове Савета бира Народна Скупштина, на предлог овлашћених предлагача.

Члан Савета је изабран ако је за његов избор гласала већина укупног броја народних посланика.”³¹

Значи да су чланови бирани већином у Скупштини и могу бити подложни политичким утицајима. То директно може утицати на рад Савета чије су основне функције:

- издавање дозвола и одобрења за пружање аудио-визуелних медијских услуга;
- доношење подзаконских аката и препорука у вези са спровођењем закона и учешће у креирању политике везане за пружање медијских услуга;
- контролу пружалаца медијских услуга;
- вршење осталих регулаторних функција прописаних Законом о електронским медијима.

Целокупан делокруг овог тела је такође регулисан Законом о електронским медијима и оно што је битно у контексту формирања локалних медија је следеће:

- „1. издаје дозволе за пружање медијске услуге телевизије и линеарне медијске услуге радија (у даљем тексту: дозвола);
2. ближе уређује поступак, услове и критеријуме за издавање дозвола у складу са одредбама овог закона и прописује образац и садржину те дозволе;

³⁰ „Савет доноси одлуке о свим питањима из делокруга рада Регулатора.” – члан 6, став 2 - Закон о електронским медијима, 2014. године. „Савет Регулатора (у даљем тексту: Савет) има девет чланова који се бирају из реда угледних стручњака из области које су од значаја за обављање послова из надлежности Регулатора (медијски стручњаци, економисти, правници, инжењери телекомуникација и сл.)” - члан 7, став 1 - Закон о електронским медијима, 2014. године.

³¹ Члан 8 - Закон о електронским медијима, 2014. године.

3. издаје одобрења за пружање медијске услуге на захтев и ближе уређује поступак издавања одобрења;”³²

Дакле, законодавац је РЕМ-у оставио да издаје дозволе и брине о покривености електронских медија на подручју Републике Србије и то на локалном, регионалном и државном нивоу.

5. Финансирање медија

Од 2014. године у Србији се користи систем пројектног финансирања медија. Како локални, тако и национални медији морају сами обезбедити највећи део новца за свој опстанак, док им држава из буџетски предвиђених фондова може помоћи само у реализацији неких одређених пројеката и на тај начин допринети и у погледу квалитета програма, али и финансијском опстанку медија. Министарство културе и информисања је носилац овог вида суфинансирања медија и сваке године из буџета издвоји преко 200 милиона динара у ове сврхе. Носиоци пројеката су углавном национални медији или значајни регионални медији, зато што они имају највише капацитета у реализацији великих пројеката.

Теоретичари медија сматрали су да се ранијим системом финансирања може манипулисати, па чак и злоупотребљавати јер Закон о локалној самоуправи из 2007. године чланом 20, ставом 10 прописује да се локална самоуправа *„стара о остваривању, заштити и унапређењу људских и мањинских права, родној равноправности, као и о јавном информисању у општини.“* Многе локалне власти тумачиле су овај члан тако да су из свог буџета финансирани „услуге информисања о раду локалне самоуправе и јавних предузећа.” Поред тог начина додељивања новчаних средстава, *извештај о финансирању медија из буџета локалних самоуправа*³³ из 2012. године таксативно наводи остале канале расподеле јавних буџетских средстава, јавним гласилима који се старају о јавном информисању, а то су:

1. новац који путем конкурса расподељује ресорно Министарство културе и информисања;

³² Члан 22 – Став 4, Закон о електронским медијима, 2014. године.

³³ Овај извештај урадио је БИРН за потребе Медијске коалиције - https://www.uns.org.rs/sw4i/download/files/article/Medijska%20koalicija_Izvestaj_Final.pdf?id=312

2. новац који троше појединачна министарства, у највећем делу кроз специјализоване услуге и услуге по уговору;
3. новац који путем конкурса опредељује војвођански Секретаријат за културу и јавно информисање, посебно наглашавајући и подстичући информисање на језицима националних мањина;
4. новац који опредељују јединице локалне самоуправе;
5. новац који опредељују јавна предузећа;
6. новац чији су директни корисници новинска агенција ТАНЈУГ, Издавачко предузеће Панорама, Радио Југославија и Југословенски преглед.³⁴

Садашњим законом Министарство културе и информисања сваке године у складу са Правилником о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса области јавног информисања,³⁵ расписује конкурс за суфинансирање медијског садржаја. На конкурс може учествовати (у даљем тексту: учесник конкурса):

1. издавач медија чији медиј је уписан у Регистар медија, који се води у Агенцији за привредне регистре;
2. правно лице, односно предузетник, који се бави производњом медијских садржаја и који има доказ да ће суфинансирани медијски садржај бити реализован путем медија који је уписан у Регистар медија;
3. правно лице, односно предузетник, са пројектима организовања и учешћа на стручним, научним и пригодним скуповима, као и са пројектима унапређивања професионалних и етичких стандарда у области јавног информисања.³⁶

Ови услови за учествовање на конкурсима важе и за средства која се додељују на територији аутономне покрајине и локалне самоуправе. Такође се прописује да учесник конкурса може конкурисати само са једним пројектом на једном конкурсима³⁷.

Критеријуми које прописује Министарство културе и информисања на основу којих ће се оцењивати пројекти су:

³⁴Укупно 382 милиона динара у 2011. За сва 4 наведена медија (izvor: Strategija razvoja Sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine).

³⁵Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања, 2016. године.

³⁶Члан 12 - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања, 2016. године.

³⁷Члан 14, став 1 - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања, 2016. године.

1. мера у којој је предложена пројектна активност подобна да оствари јавни интерес у области јавног информисања;
2. мера пружања веће гаранције привржености професионалним и етичким медијским стандардима.³⁸

У овом правилнику ближе су појашњени ови критеријуми за оцењивање пројеката, али је остављено места и органу који расписује конкурс да сам утврди и ближе одреди критеријуме за свој конкурс.

Намера Министарства је била да кроз конкурсе, а у складу са Законом о јавном информисању и медијима, подржи производњу медијских садржаја у циљу остваривања јавног интереса у области јавног информисања који су побројани у члану 15. тог закона: „који доприносе истинитом, непристрасном, правовременом и потпуном информисању свих грађана Републике Србије; заштити и развоју људских права и демократије; унапређивању правне и социјалне државе; слободном развоју личности и заштити деце и младих; развоју културног и уметничког стваралаштва; развоју образовања, укључујући и медијску писменост као део образовног система; развоју науке, спорта и физичке културе; заштити животне средине и здравља људи; унапређивању медијског и новинарског професионализма и осталих медијских садржаја који доприносе задовољавању потреба грађана за информацијама и садржајима из свих области живота, без дискриминације.”³⁹

Већ након првих спроведених конкурса повела се јавна дебата међу новинарима о томе да ли је и у којој мери испоштован нов начин суфинансирања медија. Оно што су били први закључци јесте да су на националном нивоу у великој мери испуњени циљеви и процедуре прописане од стране Министарства за културу и информисање, док се на локалу много јасније виде пропусти.⁴⁰

„Уз то, користећи одређену аутономију, локалне самоуправе имају успостављене сопствене моделе финансирања јавног информисања и различит ниво диверзитета

³⁸ Члан 18, став 1 - Правилнико суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања, 2016. године.

³⁹ Члан 15 – Закона о јавном информисању и медијима

⁴⁰ Неке од тих пропусти, коментара и закључака могу се прочитати на следећим линковима:
<https://www.juznevesti.com/Drushtvo/Opet-sporan-medijski-konkurs-u-Nisu.sr.html>
<https://www.vreme.com/vreme/kako-gde-i-kako-kome/>
<http://www.birodi.rs/wp-content/uploads/2015/12/Prvi-izvestaj-o-sprovodjenju-konkursa-mediji-Nis.pdf?fbclid=IwAR32-JDpplu8vBQU4Up2Bl4TICwo8tXyyXHcYwM06QbH6UcT9Ifg6a1D9pk>

медијске сцене и медијског тржишта на локалу, те је тешко говорити о јединственим стандардима и успостављеним праксама.”⁴¹

Конкурсно финансирање представља средство бољег информисања грађана или подстицај производњи квалитетнијег медијског садржаја, стиче се утисак да је постало врста државне помоћи, које олакшава опстанак медија блиских власти на неразвијеном и осиромашеном медијском тржишту.

„Усвајање нове медијске регулативе, пре свега Закона о јавном информисању и медијима, треба да покрене нови талас реформи у медијском сектору. Основна новина, коју предвиђа нови Закон, је промена економских односа државе и медија, промена власништва, тачније излазак државе из власништва над медијима, и расподела буџетског новца искључиво на основу пројектног финансирања и јавних конкурса.”⁴²

Овај модел финансирања медија наилази на мноштво позитивних критика, ипак не можемо занемарити неке од његових мана које се временом могу испољити.

„Модел пројектног финансирања је краткотрајно у употреби и још није потврдио своје потенцијалне предности. Он је теоријски далеко пожељнији у односу на субвенције или уговоре за медијске услуге. У пракси, међутим, пројектно финансирање до сада није успело да се докаже као ефикасно ни у погледу обезбеђења једнакости конкурената нити економичности ефикасности употребе јавних средстава. Досадашња примена пројектног финансирања није повећала медијски плурализам, нити је видљиво унапредила квалитет медијске продукције. Распоређена средства сувише су мала да би имала значајнијег утицаја на побољшање деловања медија.”⁴³

Редовном евалуацијом овог закона могло би се превентивно утицати на неке од могућих негативних последица овог модела финансирања медија.

⁴¹ БИРН, Максић, Т. Вученовић, Л. Обрадовић Жарковић, Д. (2014) „Конкурсно финансирање медија”, стр 31.

⁴² БИРН, Максић, Т. Вученовић, Л. Обрадовић Жарковић, Д. (2014) „Конкурсно финансирање медија”, стр 6.

⁴³ WAN-IFRA, Soft censorship, dr Jovanka Matić, 2013

5.1. Систем пројектног суфинансирања

Изласком државе из власничких структура медија установио се нов начин финансирања, односно, нов начин помоћи медијима од стране државе. Сви медији (локални, регионални и национални) морају себи обезбедити највећи део новца, док им држава из буџетски предвиђених фондова може помоћи само у реализацији неких одређених пројеката и на тај начин допринети и у погледу квалитета програма, али и у финансијском опстанку медија. Министарство културе и информисања је носилац овог вида суфинансирања медија и сваке године из буџета се издвоји преко 200 милиона динара у ове сврхе.

Поред нових закона који регулишу јавни простор и јавна гласила у Србији донесен је и низ нових правилника и подзаконских аката који уређују начине регистровања, функционисања и финансирања медија. Од 2014. године медији више немају права на директно или индиректно коришћење локалног или републичког буџета, али су Република, аутономна покрајина, градови и општине добили обавезу да распишу конкурс за суфинансирање пројеката у области јавног информисања. У зависности од буџета локалне самоуправе за те сврхе се издваја одређена количина новчаних средстава која се путем јавног конкурса дели медијима који се јаве и испуне услове тог конкурса.

Тело које издаје конкурс има права да га прилагоди или одреди у зависности од тога шта је потребно тој заједници. Оно што је битно за све конкурсе јесте да не могу да одступе од два постављена правила:

Конкурс се расписује за пројекте:

1. Производња медијских садржаја;
2. Организовање и учешће на стручним, научним и пригодним скуповима, као и унапређивања професионалних и етичких стандарда у области јавног информисања⁴⁴.

Конкурсима се могу дати средства за реализацију неких конкретних медијских садржаја, али се могу и доделити за стручна усавршавања и професионална унапређења. Овај други део посебно је битан за мале редакције које кроз разне

⁴⁴ Члан 6. – Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања

семинаре могу подићи квалитет свог рада, а самим тим и бити конкурентније на тржишту.

Конкурс се расписује у облику јавног позива и објављује се на веб-сајту органа који расписује конкурс, као и најмање у једним дневним, односно недељним новинама које се дистрибуирају на подручју надлежности органа који расписује конкурс.⁴⁵

Јавни позив за учешће на конкурсима садржи:

1. намену средстава за остваривање јавног интереса, тј. јавни интерес који ће се конкурсом суфинансирати;
2. износ средстава која су опредељена за конкурс;
3. најмањи и највећи износ средстава која се одобравају по пројекту;
4. који субјекти имају право учешћа;
5. критеријуме за оцену пројекта на основу којих ће се додељивати средства;
6. прецизне рокове у којима се конкурс спроводи;
7. информацију о документацији коју прилаже подносилац пројекта;
8. позив новинарским и медијским удружењима као и медијским стручњацима заинтересованим за рад у комисији.⁴⁶

Законодавац је дао и јасна упутства ко све може бити учесник конкурса. У закону се јасно наводи да могу учествовати само они који су регистровани као медији. Како се у Регистру не прави разлика на локалне, регионалне или националне медије, то само ствара велику конкуренцију јер сви који су регистровани имају права да учествују на конкурсима. И на тај начин је буџет, који је раније у потпуности био намењен локалним, постао доступан и великим националним медијима што их доводи у све тежу финансијску ситуацију.

На конкурсима може учествовати (у даљем тексту: учесник конкурса):

1. издавач медија чији медиј је уписан у Регистар медија, који се води у Агенцији за привредне регистре;

⁴⁵ Члан 8, став 1 - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања

⁴⁶ Члан 9 - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања

2. правно лице, односно предузетник, који се бави производњом медијских садржаја и који има доказ да ће суфинансирани медијски садржај бити реализован путем медија који је уписан у Регистар медија;
3. правно лице, односно предузетник, са пројектима организовања и учешћа на стручним, научним и пригодним скуповима, као и са пројектима унапређивања професионалних и етичких стандарда у области јавног информисања.

Изузетно од става 1. тачка 3) овог члана, Република Србија, аутономна покрајина и јединица локалне самоуправе, не може суфинансирати пројекат издавача медија, који није уписан у Регистар медија.⁴⁷

Следећи корак у процесу суфинансирања пројеката је формирање комисије која ће расподелити средства. Правилником је прецизно одређен и начин формирања комисије као и то ко сме бити члан исте. Бирање комисије је процес који је доста критикован⁴⁸ јер се не може у потпуности избацити субјективни осећај како у процесу бирања чланова комисије тако и у њиховој оцени пројеката и медија који предлажу те пројекте.

Оцену пројеката поднетих на конкурс, као и предлог о расподели средстава са образложењем доноси стручна комисија (у даљем тексту: комисија) коју решењем именује руководилац органа који је расписао конкурс.

Комисија се именује за сваки конкурс посебно.⁴⁹

За члана комисије именује се лице које је независни стручњак за медије или је медијски радник.

Предложена лица не смеју бити у сукобу интереса нити обављати јавну функцију, у складу са правилима о борби против корупције.⁵⁰

⁴⁷ Члан 12 - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања

⁴⁸ Први извештај о сровођењу конкурса медији Ниш, у закључцима управо даје оцену дела формирања и рада комисије - „Интегритет поступка је нарушен због потенцијалног конфликта интереса једног члана Стручне комисије, или бар умањења његове непристрасности, јер је (хонорарно) запослен у два медија која су аплицирала за средства.”

⁴⁹ Члан 19. - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања

⁵⁰ Члан 20. - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања

Последњи корак у додели средстава је решење о расподели средстава које се писмено шаље свима који су поднели предлоге пројеката и објављује се јавно на веб-сајту онога ко је расписао конкурс.

Одлуку о расподели средстава са образложењем доноси руководилац органа који је расписао конкурс, у форми решења, а на основу предлога комисије о расподели средстава са образложењем.

Предлог комисије о расподели средстава из става 1. овог члана, потписује се од стране сваког члана комисије.⁵¹

Правилником је предвиђено и да се само десет процената средстава опредељује за одређена стручна усавршавања новинара, док осталих деведесет иде за реализацију конкретних медијских производа. Мали број медија заправо користи прилику да тако нешто уради, јер им је битније и далеко исплативије да новац који добију у процесу суфинансирања одмах уложе у готов производ, а не у људе.

Од укупно опредељених средстава за конкурс, најмање 90% износа средстава мора бити намењено пројектима производње медијских садржаја, а највише 10% износа средстава може бити намењен пројектима организовања и учешћа на стручним, научним и пригодним скуповима, као и пројектима унапређивања професионалних и етичких стандарда у области јавног информисања.

Процент опредељених средстава за намене из става 1. овог члана, утврђује орган који расписује конкурс, одлуком којом се расписује конкурс.⁵²

На жалост, највећи број локалних медија и има проблем са људством што се може довести у везу и са начином финансирања медија који важи од 2014. године. Константна борба за обезбеђивањем довољних финансијских средстава, али и генерално за опстанком медија на тржишту, оставила је многе новинаре без посла, редакције су сведене на минимум, док се рекламни простор знатно увећао. У свом раду *„Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу: економски положај локалних*

⁵¹ Члан 24. - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања

⁵² Члан 15 - Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања

медија”⁵³ аутори, после разговора са 20 локалних медија Нишавског округа, закључују да је један од проблема локалне медијске сцене и кадровска опремљеност редакција, што посебно забрињава јер је Ниш универзитетски град са Департаманом за журналистику.

6. Пример Града Ниша

На примеру Града Ниша видеће се колико је новца опредељено сваке године појединачно као и како је тај новац био распоређен. Период од 2011. до 2014. показује како је пре свега функционисало јавно предузеће „РТВ Нишка телевизија” које се бавило информисањем, а чији је оснивач био град Ниш, али и који су то други медији и у које сврхе добијали одређена средства из буџета града.

Други период од 2015. године показује нов начин суфинансирања медија и како се опредељују средства, који медији добијају највише новчаних средстава и како се они могу груписати. Охрабрује чињеница да највећи део новца одлази медијима који су регистровани или се баве локалним темама, што резултати конкурса из године у годину јасно доказују. Од самог почетка пројектног суфинансирања новинарска удружења су се прибојавала да ће власници медија и људи који уређују програме, имати утицај и на уређивачку политику другачијим темама у свом извештавању и тако у потпуности или делимично занемарити јавни интерес, односно, подредити га политичком.⁵⁴ Оваква тврдња није новина у новинарским круговима и од самог почетка једна је од најопаснијих „замки” пројектног суфинансирања

6.1. Расподела средстава од 2011. до 2014. године

До 2014. године и успостављања новог начина суфинансирања медија, Град Ниш је имао једно јавно предузеће које се бавило информисањем, то предузеће било је РТВ

⁵³ Вујовић, М. Павловић, Д. Обрадовић, Н. „Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу: економски положај локалних медија”, - Communication and Media XIV

⁵⁴ Пројектно суфинансирање медија – реалност са још много питања - У овом тексту се наводи „на новинарским и медијским удружењима је велика одговорност да на прави начин укажу свим локалним самоуправама на чињеницу да новцем из буџета више не може да се финансира промовисање рада локалних политичких актера.” - <https://www.uns.org.rs/sr/desk/vesti-iz-medija/33224/projektno-finansiranje-medija---realnost-sa-jos-mnogo-pitanja.html>

Нишка телевизија⁵⁵. Њена обавеза је била да пружи благовремено, тачно и истинито информисање грађана; видљивост јој је била локална и обухватала је следећа места: *Алотмент Јастребац: Алексинац, Блаце, Бојник, Ћићевац, Дољевац, Крушевац, Куриумлија, Лебане, Лесковац, Медвеђа, Меришина, Ниш, Прокупље, Ражањ, Сокобања, Трстеник Варварин, Врњачка Бања, Житорађа. Локално подручје-Л 23/Ниш.*

Други медиј који је добијао новац из буџета Града Ниша биле су „Народне новине”⁵⁶ као локални штампани медиј, док је трећи медиј који је редовно добијао новац био „Инфобиро”⁵⁷

За ова три медија новац је био сваке године одвајан и износ није много варирао.

Grad	Medijske kuće	Vrsta medija	Vlasništvo	Tip ugovora	Predmet ugovora	Godina	Model finansiranja	Osnov	Pokrivenost	Iznos
Niš	RTV Niška televizija, JP za informisanje	RTV	državno	Indirektni budžetski korisnik	Subvencionisanje medija čiji je osnivač lokalna samouprava (član 20, tačka 34 Zakona o lokalnoj samoupravi)	2011	Subvencija javnim preduzećima		Regionalna	44,000,000.00
Niš	Narodne novine Niš, A.D. za izdavačku delatnost	Štampani	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, direktno ugovaranje na osnovu Odluke organa lokalne samouprave	Regulisanje međusobnih prava i obaveza ugovornih strana prilikom pružanja usluge izrade i objavljivanja dnevnog informatora o radu organa i službi Grada Niša, u listu „Narodne novine”.	2011	Direktno ugovaranje	Sufinansiranje sadržaja o aktivnostima lokalne samouprave	Lokalna	9,000,000.00
Niš	Infobiro, regionalni informativni video servis d.o.o., Beograd	Novinska agencija	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, na osnovu konkursa za javnu nabavku	Produkcija televizijskog programa, što podrazumeva proizvodnju video materijala i postavljanje na web sajt od strane Infobiroa, u skladu sa zahtevima Grada.	2011	Javna nabavka	Nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave	Nacionalna	3,146,314.00
Total po strani:										56,146,314.00
TOTAL										56,146,314.00

Слика 1. табела која приказује расподелу буџетских средстава Града Ниша медијима за 2011. годину.

⁵⁵ Ово предузеће основано је 1995. године одлуком Скупштине Града Ниша. Програм почиње да емитује 11. јануара 1996. године. Дозволу за емитовање програма на локалном нивоу добило је 2008. године. - <http://www.rem.rs/sr/registar-pruzalaca-medijских-usluga/680#gsc.tab=0>

⁵⁶ У Агенцији за привредне регистре овај медиј уписан је 12. новембра 2009 године. - <https://aplikacije3.apr.gov.rs/RemediaPublicWebSearch/MediaSearch/GetDetails/139>

⁵⁷ Инфобиро, регионални информативни д.о.о. Броград – до 2015. године регистровани као новинска агенција. 16. марта 2015. у Агенцији за привредне регистре уписани су као самостална електронска издања уређивачки обликоване интернет странице - <https://aplikacije3.apr.gov.rs/RemediaPublicWebSearch/MediaSearch/GetDetails/c5b97737-45d6-47d4-b621-0c3d945db8ac>

Grad	Medijske kuće	Vrsta medija	Vlasništvo	Tip ugovora	Predmet ugovora	Godina	Model finansiranja	Osnov	Pokrivenost	Iznos
Niš	RTV Niška televizija, JP za informisanje	RTV	državno	Indirektni budžetski korisnik	Subvencionisanje medija čiji je osnivač lokalna samouprava (član 20, tačka 34 Zakona o lokalnoj samoupravi)	2012	Subvencija javnim preduzećima		Regionalna	48,540,000.00
Niš	Narodne novine Niš, A.D. za izdavačku delatnost	Štampani	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, direktno ugovaranje na osnovu Odluke organa lokalne samouprave	Regulisanje međusobnih prava i obaveza ugovornih strana prilikom pružanja usluge izrade i objavljivanja dnevnog informatora o radu organa i službi Grada Niša, u listu „Narodne novine“.	2012	Direktno ugovaranje	Sufinansiranje sadržaja o aktivnostima lokalne samouprave	Lokalna	16,000,000.00
Niš	Infobiro, regionalni informativni video servis d.o.o., Beograd	Novinska agencija	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, na osnovu konkursa za javnu nabavku	Produkcija televizijskog programa, što podrazumeva proizvodnju video materijala i postavljanje na veb sajt od strane Infobiroa, u skladu sa zahtevima Grada.	2012	Javna nabavka	Nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave	Nacionalna	498,432.00
Total po strani:										65,038,432.00
TOTAL										65,038,432.00

Слика 2. Табела која приказује расподелу буџетских средстава Града Ниша медијима за 2012. годину.

Grad	Medijske kuće	Vrsta medija	Vlasništvo	Tip ugovora	Predmet ugovora	Godina	Model finansiranja	Osnov	Pokrivenost	Iznos
Niš	RTV Niška televizija, JP za informisanje	RTV	državno	Indirektni budžetski korisnik	Subvencionisanje medija čiji je osnivač lokalna samouprava (član 20, tačka 34 Zakona o lokalnoj samoupravi)	2013	Subvencija javnim preduzećima		Regionalna	42,317,000.00
Niš	Narodne novine Niš, A.D. za izdavačku delatnost	Štampani	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, direktno ugovaranje na osnovu Odluke organa lokalne samouprave	Regulisanje međusobnih prava i obaveza ugovornih strana prilikom pružanja usluge izrade i objavljivanja dnevnog informatora o radu organa i službi Grada Niša, u listu „Narodne novine“.	2013	Direktno ugovaranje	Sufinansiranje sadržaja o aktivnostima lokalne samouprave	Lokalna	5,400,000.00
Niš	Infobiro, regionalni informativni video servis d.o.o., Beograd	Novinska agencija	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, na osnovu konkursa za javnu nabavku	Produkcija televizijskog programa, što podrazumeva proizvodnju video materijala i postavljanje na veb sajt od strane Infobiroa, u skladu sa zahtevima Grada.	2013	Javna nabavka	Nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave	Nacionalna	1,600,000.00
Total po strani:										49,317,000.00
TOTAL										49,317,000.00

Слика 3. Табела која приказује расподелу буџетских средстава Града Ниша медијима за 2013. годину.

Grad	Medijske kuće	Vrsta medija	Vlasništvo	Tip ugovora	Predmet ugovora	Godina	Model finansiranja	Osnov	Pokrivenost	Iznos
NIŠ	RTV Niška televizija, JP za informisanje	RTV	državno	Indirektni budžetski korisnik	Subvencionisanje medija čiji je osnivač lokalna samouprava (član 20, tačka 34 Zakona o lokalnoj samoupravi)	2014	Subvencija javnim preduzećima		regionalna	48,540,000.00
NIŠ	Narodne novine NIŠ, A.D. za izdavačku delatnost	Štampani	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, direktno ugovaranje na osnovu Odluke organa lokalne samouprave	Ispлата dugovanja iz 2013.godine.	2014	Direktno ugovaranje	Sufinansiranje sadržaja o aktivnostima lokalne samouprave	lokalna	5,400,000.00
NIŠ	RTV Belle Amie, NIŠ	RTV	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, na osnovu konkursa za javnu nabavku	Istinито, blagovremeno, verodostojно i potpuno informisanje o radu uprava i službi Grada, Skupštine grada, Gradonačelnika, Gradskog veća, gradskih opština, radna tela organa Grada, radu preduzeća, gradskih fondova, ustanova i organizacija čiji je osnivač grad NIŠ, aktivnostima nosioca javnih funkcija i ovlašćenja, kao i javnih gradskih manifestacija i svih događaja od interesa za grad NIŠ i građane.	2014	Javna nabavka	Nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave	regionalna	1,440,000.00
NIŠ	Zona plus	TV	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, na osnovu konkursa za javnu nabavku	Istinито, blagovremeno, verodostojно i potpuno informisanje o radu uprava i službi Grada, Skupštine grada, Gradonačelnika, Gradskog veća, gradskih opština, radna tela organa Grada, radu preduzeća, gradskih fondova, ustanova i organizacija čiji je osnivač grad NIŠ, aktivnostima nosioca javnih funkcija i ovlašćenja, kao i javnih gradskih manifestacija i svih događaja od interesa za grad NIŠ i građane.	2014	Javna nabavka	Nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave	kablovska	1,440,000.00
NIŠ	Narodne novine NIŠ, A.D. za izdavačku delatnost	Štampani	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, na osnovu konkursa za javnu nabavku	Pružanje usluga javnog informisanja od značaja za grad NIŠ u dnevnim štampanim medijima	2014	Javna nabavka	Nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave	lokalna	1,028,571.44
NIŠ	TV K:CN 1, Kopernikus Cable Network	TV	privatno	Ugovor o poslovnoj saradnji, na osnovu konkursa za javnu nabavku	Praćenje rada organa lokalne samouprave, radnih tela, nosilaca javnih funkcija i ovlašćenja, gradskih preduzeća, ustanova, fondova i organizacija čiji je osnivač grad NIŠ, kao i javnih gradskih manifestacija i svih događaja od interesa za grad NIŠ, kroz pripremu tekstova, video materijala, tonskih izveštaja i fotografija.	2014	Javna nabavka	Nabavka usluge u oblasti javnog informisanja o aktivnostima lokalne samouprave	lokalna	178,838.70
Total po strani:										58,027,410.14

Слика 4 и 5. Табела која приказује расподелу буџетских средстава Града Ниша медијима за 2014. годину.⁵⁸

⁵⁸ Сликe 1, 2, 3, 4 и 5. приказују податке узете са сајта јавно.рс где се налази база база под називом „Јавни новац и медији”. - <https://javno.rs/baza-podataka/javni-novac-i-mediji/detaljna-pretraga>

РТВ „Нишка телевизија” је по моделу субвенција јавним предузећима добијала новац сваке године, а предмет уговора је био субвенционисање медија чији је оснивач локална самоуправа. Тако је Град Ниш за финансирање овог јавног предузећа издвајао:

- 2011. 44 милиона динара
- 2012. 48.540.000,00 динара
- 2013. 42.317.000,00 динара
- 2014. 48.540.000,00 динара

Поред ове телевизије која је функционисала као свако друго јавно предузеће у Нишу, из годишњег буџета града издвајала су се средства и за *„Народне новине”* које су добијале средства директним уговарањем, а основ је био *„суфинансирање садржаја о активностима локалне самоуправе”*. Износ је варирао из године у годину ово је статистика за последње четири године:

- 2011. 9 милиона динара
- 2012. 16 милиона динара
- 2013. 5.400.000,00 динара
- 2014. 5.400.000,00 динара по основу директног уговарања и још додатних 1.028.571,00 динара на основу јавне набавке чији је основ био *„набавка услуга у обласни јавног информисања о активностима локалне самоуправе”*.

Као трећи медиј који је добијао новац из градског буџета на годишњем нивоу била је новинска агенција *„Инфобиро – регионални информативни видео сервис д.о.о., Београд”*. Основ по коме је овај медиј добијао новац био је јавна набавка - уговор о пословној сарадњи.

- 2011. 3.146.314,00 динара
- 2012. 498.432,00 динара
- 2013. 1.600.000,00 динара
- 2014. нису опредељена средства.

6.2. Расподела средстава од 2015. године

Од 2015. године, редовно се расписују конкурси за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша.

Процедура се састоји у томе да се прво распише конкурс, затим се одаберу чланови комисије и након евалуације поднетих пројеката, објављује се решење о расподели средстава. Заједничко за све конкурсе је то што се на њега могу јавити сви медији регистровани у Агенцији за привредне регистре Републике Србије, што већ у старту дозвољава већу конкуренцију од очекиване, локалне медијске заједнице. Услов који медиј треба да испуни, јесте да се може читати, слушати или гледати, у овом случају, на територији Града Ниша.

Већ у свом старту овај систем је евалуиран од стране неколико независних, невладиних организација и међу првим лошим странама истакла се субјективна подела средстава. Другим речима, медији чији је власник близак са владајућим структурама увек добијају већи део новца.⁵⁹

Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша у 2015. години расписан је 16. 04. 2015. године.

Висина средстава предвиђених за пројекте производње медијских садржаја утврђена је у укупном износу од 57.235.000 динара, од чега је 700.000 динара предвиђено за суфинансирање специјализованог медијског садржаја едукативног типа из области пољопривреде и руралног развоја на територији сеоског подручја Града Ниша.⁶⁰

Те године комисија која одлучује о расподели средстава, суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области информисања на територији града Ниша,

⁵⁹ Овакав закључак изведен је од стране БИРОДИ-а у свом првом извештају о спровођењу конкурса за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша у 2015. години. У њему се наводи: „Медији чији су оснивачи чланови породице Радомировић: Белле амије телевизија, Белле амије радио, Белле амије интернет портал и Народне новине, на Конкурсу су добили скоро 61,5% одсто укупних средстава (31.486.000,00 динара). Телевизији Зона плус, чији је власник Владан Гашић, син министра одбране Братислава Гашића, одобрено је 8.152.200,00 динара (15,9 одсто), а Телевизији Коперникус, која је у власништву два члана нишке породице Миловановић, а којој се у извештају Савета за борбу против корупције приписује уређивачка и финансијска блискост са Српском напредном странком - 4.500.000,00 динара (8,8 одсто). Сви остали медији добили су око 14 одсто укупних средстава.”

⁶⁰ Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша у 2015. години.

донела је одлуку да од тридесет једног (31) пристиглог пројекта, суфинансира њих шеснаест (16), а за то је потрошено укупно 51.128.200,00 динара.⁶¹

Прве године пројектног суфинансирања медија највише средстава 14.850.000,00 добиле су „Народне новине” д.о.о Ниш. Са 13.500.000,00 динара суфинансиран је пројекат телевизије „RTV Belle Amie “. „Kopernikus cable network” д.о.о Ниш добило је 4.500.000,00 динара.

	Odobren iznos
Belle amie televizija ¹⁴	13.500.000
Belle amie radio	2.352.000
Belle amie internet portal	784.000
Narodne novine ¹⁵	14.850.000
Televizija Zona plus	8.150.900
Televizija Kopernikus	4.500.000
Južne vesti	2.000.000
City radio	1.300.000
Informativni portal grada Niša „Niške vesti“	800.000
Internet portal Roma World	500.000
Agencija „Petar Pan 018“	500.000
Internet portal City online	470.000
Akademski list Pressing	450.000
Novinska agencija Beta	420.000
Agencija South side (televizijska produkcija „Naša sela“)	350.000
Internet portal Gradjanin	200.000
	51.128.200

Слика 6. Табела извучена са сајта бироди.рс – Први извештај о спровођењу конкурса за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног

⁶¹ Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области информисања на територији града Ниша у 2015. години.

информисања на територији Града Ниша у 2015. години - <http://www.birodi.rs/wp-content/uploads/2015/12/Prvi-izvestaj-o-sprovodjenju-konkursa-mediji-Nis.pdf>

„Медијски плурализам као један од приоритета у суфинансирању медијских пројеката није обезбеђен већ је убедљиво највећи износ средстава дат медијима који су власнички или програмски блиски властима или, пак, њихови власници и са њима повезана лица имају неколико медија, који при том аплицирају на истом конкурс. Медији који су критични према органима/функционерима/актерима у Нишу или су специјализовани за одређене друштвене групе (студенте, пољопривреднике, националне мањине) добили су несразмерно мање новца, а у процесу ревидирања пројектних буџета умањен им је несразмерно већи део.”⁶²

Расподела средстава за 2016. годину

Друга година пројектног суфинансирања била је специфична и по томе што је конкурс поништен, па је убрзо расписан поновљени конкурс који је спроведен до краја. Први конкурс, те године, расписан је 08.02.2016. године. Висина средстава предвиђених за пројекте производње медијских садржаја утврђена је у укупном износу од 68.205.000,00 динара. Највећи износ средстава који се одобрава по пројекту је 20.000.000 динара, а најмањи износ који се одобрава је 200.000 динара.⁶³ Тај конкурс није успео и поништен је решењем број: 480-90/2016-18, дана 13.05.2016. године.⁶⁴

Поновљени конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша у 2016. години расписан је 16. маја 2016. године. Висина средстава предвиђених за пројекте производње медијских садржаја утврђена је, као и у првом конкурс, у укупном износу од 68.205.000 динара.

⁶² Ово је један од закључака из првог извештаја о спровођењу конкурса за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша у 2015. години

⁶³ Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша у 2016. години. – први конкурс

⁶⁴ Решење о поништењу конкурса за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања.

Највећи износ средстава који се одобрава по пројекту је 20.000.000 динара, а најмањи износ који се одобрава је 200.000 динара.⁶⁵

Решење је издато 10.08.2016. године, а расподела средстава је изгледала овако:

- Суфинансирано је 34 пројеката
- Укупан износ који је додељен је 60.192.450,00 динара.
- Највиши износ добила је *Нишка телевизија* са пројектом *Рушимо баријере*, 8 милиона динара.
- Телевизија *Зона плус* добила је 6,5 милиона динара за свој пројекат „*У рукама грађана*”.
- Са 5,5 милиона динара на трећем месту по висини додељених средстава била је *Коперникус телевизија* са пројектом „*Инфо Ниш*”

Расподела средстава за 2017. годину

За 2017. годину та средства су била предвиђена *Програмом*⁶⁶ *за развој културе и информисања* у оквиру кога је планирана и пројектна активност *остваривања и унапређивање јавног интереса у области јавног информисања*. Укупан износ средстава одвојених у ове сврхе био је 648.419.000,00 динара.

Град Ниш је 19. јула 2017. године расписао Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2017 години. Висина средстава предвиђених за пројекте медијских садржаја утврђена је у укупном износу од 20.500.000,00 динара. Највећи износ средстава који се одобрава по пројекту је 4.000.000,00 динара, а најмањи износ који се одобрава је 100.000,00 динара. Учесник Конкурса може поднети захтев за суфинансирање пројекта у износу до највише 80% вредности предложеног пројекта, односно највише до износа утврђеног конкурсом. Учесник Конкурса коме су додељена средства за пројекат може у току исте

⁶⁵ Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша у 2016. години.

⁶⁶ Буџет Града Ниша за 2017. годину, члан 18, страна 41. Програм 13: Развој културе и информисања, страна 43 - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Odluka-o-zavr%C5%A1nom-ra%C4%8Dunu-Grada-Ni%C5%A1a-za-2017.-godinu.pdf?pismo=lat>

календарске године да учествује и на другом конкурс за суфинансирање, са истим пројектом, с тим да укупно додељена средства не прелазе 80% вредности пројекта.⁶⁷

Решењем о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области информисања на територији града Ниша у 2017. години⁶⁸, 22 пројекта добила су потребна средства за реализацију, док је чак 62 одбијено. Ова година била је рекордна по броју пристиглих пројеката и подељен је комплетан предвиђени износ од 20.500.000,00 динара.

Највише средстава - 3.700.000,00 динара одобрено је „Нишкој телевизији Д.О.О Ниш.” На другом месту са 3.400.000,00 динара била је „Зона плус Д.О.О Ниш, назив медија: ТВ Зона ПЛУС.” „Корперникus systems d.o.o Београд (ogranak Корперникus продукција)” добила је за свој пројекат 2.500.000,00 динара.

Расподела средстава за 2018. годину

Конкурсом расписаним 06.03.2018. године за суфинансирање пројеката у остваривању јавног интереса у области јавног информисања предвиђена су средства у висини од 54.000.000,00 динара. Максимални износ који један пројекат може добити је 4.000.000,00 динара док је најмањи 100.000,00 динара.⁶⁹

Решење је издато 23.05.2018. године, а расподела средстава је изгледала овако:

- Суфинансирана су 33 пројекта
- Укупан износ који је подељен је 54.000.000,00 динара.
- Највиши износ добиле су *Народне Новине* и *РТВ „Belle amie”* са 8,5 милиона.
- *Нишка телевизија* добила је 8,4 милиона динара
- Са 7,5 милиона динара на трећем месту по висини додељених средстава била је *Зона плус*.

⁶⁷ Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2017. години.

⁶⁸ Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области информисања на територији града Ниша у 2017. години.

⁶⁹ Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2018. години.

Исправка конкурса⁷⁰ издата је само један дан након објаве конкурса, а односи се на износ средстава који се опредељује конкурсом и гласи: „*Највећи износ средстава који се одобрава по пројекту је 9.000.000,00 динара, а најмањи износ који се одобрава је 300.000,00 динара.*”

Расподела средстава за 2019. годину

Конкурс за суфинансирање пројеката у остваривању јавног интереса у области јавног информисања је расписан дана 08.03.2019. године. Предвиђена су средства у висини од 79.000.000,00 динара. Максимални износ који један пројекат може добити је 15.000.000,00 динара, док је најмањи 150.000,00 динара.⁷¹

Решење је издато 22.05.2019. године, а расподела средстава је изгледала овако:

- Суфинансирано је 34 пројеката
- Укупан износ који је подељен је 78.500.000,00 динара.
- Највиши износ добила је *Нишка телевизија* са 14,4 милиона.
- На другом месту по висини добијених средстава била је телевизија *Зона Плус* са 13,9 милиона динара
- Са 13,5 милиона динара на трећем месту по висини додељених средстава била је *РТВ „Belle amie”*.
- Велики износ, 12,5 милиона, добиле су *Народне новине*.

Расподела средстава за 2020. годину

Конкурс за суфинансирање пројеката у остваривању јавног интереса у области јавног информисања је расписан дана 27.01.2020. године. Предвиђена су средства у

⁷⁰ Исправка конкурса од дана 09.03.2018. године

⁷¹ Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2019. години.

висини од 89.000.000,00 динара. Максимални износ који један пројекат може добити је 15.000.000,00 динара док је најмањи 150.000,00 динара.⁷²

Решење је издато 09.09.2020. године, а расподела средстава је изгледала овако:

- Суфинансирано је 39 пројеката
- Укупан износ који је подељен је 83.970.000,00 динара.
- Највиши износ добила је *PTB „Belle amie”* са 15 милиона.
- На другом месту по висини добијених средстава била је *Нишка телевизија* са 14,8 милиона динара
- Са 13,9 милиона динара на трећем месту по висини додељених средстава била је телевизија *„Зона плус”*.
- Четврти пројекат по висини одобрених средстава био је пројекат под називом *„Грађани Ниша кројећи буџет развијају град”* који је поднела Агенција за издавачку делатност *„Народне новине плус”* Видосав Радомировић ПР – 9.500.000,00 динара

У тексту конкурса наведено је да је максимални износ за доделу средстава по пројектима 84 милиона док се 5 милиона одваја за дотације невладиним организацијама. Решење којим се додељују ова средства објављено је 9.9.2020. године, а средства у висини од 4.950.000,00 добило је *„Друштво за радио и телевизијске активности Корепникus cable network, друштво са ограниченом одговорношћу, Ниш”* са пројектом *„Царски град – путевима културног блага”*.

Расподела средстава за 2021. годину

Конкурс за суфинансирање пројеката у остваривању јавног интереса у области јавног информисања је расписан дана 11.02.2021. године. Предвиђена су средства у

⁷² Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2020. години.

висини од 69.000.000,00 динара. Максимални износ који један пројекат може добити је 13.000.000,00 динара док је најмањи 150.000,00 динара.⁷³

Решење је издато 29.04.2021. године, а расподела средстава је изгледала овако:

- Суфинансиран је 31 пројекат
- Укупан износ који је подељен је 69.000.000,00 динара.
- Највиши износ добила је *РТВ „Belle amie”* - 13 милиона динара.
- На другом месту по висини добијених средстава била је *Нишка телевизија* са 12,5 милиона динара
- Са 11.950.000,00 милиона динара на трећем месту по висини додељених средстава била је телевизија *Зона плус*.
- Четврти пројекат по висини одобрених средстава био је пројекат под називом „Грађани Ниша одлучују о развоју Града” који је поднела Агенција за издавачку делатност „Народне новине плус” Видосав Радомировић ПР – 10 милиона динара.

⁷³ Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2020. години.

7. Закључак

Правни оквир локалних медија у Републици Србије пре свега се односи на три кривна медијска закона и то: Закон о јавном информисању и медијима, Закон о електронским медијима и Закон о јавним медијским сервисима. У њима се налазе све одреднице за оснивање једног медија: тај процес почиње његовим регистравањем у Агенцији за привредне регистре, ту се подноси сва потребна документација и добија дозвола за креирање и дистрибуирање медијског садржаја. У самој регистрацији медиј се не опредељује територијално, односно, не региструје се као строго локални или не. Тај део, односно, издавање дозволе за локално, регионално или национално емитовање програма, обавља институција под називом Регулаторно тело за електронске медије. Важно је напоменути да се то односи само на електронске медије, односно, на телевизијске и радио станице. Расписивањем конкурса за доделу слободних фреквенција на свим нивоима, РЕМ одређује који медији ће имати коју покривеност. Када се званично добије дозвола за локално емитовање програма, комплетан процес је завршен и може се почети са емитовањем садржаја.

Поред територијалне одреднице медија, други начин да неки медиј постане локални јесте садржај који он производи за своје гледаоце, слушаоце или читаоце. Тако се многи интернет портали (који у подели медија спадају у нове медије) наративно декларишу као локални, намерно пласирајући информације локалног карактера. Дакле, на основу уређивачке политике, ти медији бирају да буду локални, али закон Републике Србије их не препознаје као локалне, већ само као медије и подлежу истим законима као и сви други медији.

Медијски закони који су важали до 2014. године, дозвољавали су локалним самоуправама да оснују јавно предузеће за радио и телевизијску делатност и на тај начин постану „власници” најчешће локалних, али и регионалних медија. Та предузећа су била у потпуности финансирана из буџета локалне самоуправе и зависила су од владајуће структуре у датом моменту. Недостатак овог начина оснивања и функционисања медија огледао се у томе што је био страшно подложен политичкој манипулацији и ширењу пропаганде. Друга замерка се односила на квалитет програма, јер су запослени у тим јавним предузећима третирани као и сви други чиновници локалне самоуправе.

Због тога је започета темељна медијска реформа медијских закона, која је пре свега изменила тај завистан однос неких медија према држави, односно буџетима локалних самоуправа. Тако је донесен сет медијских закона у 2014. години, који је и формално означио „излазак државе из медија”. Према овим законима држава не сме да буде власник или да оснива јавна предузећа која би имала медијске карактеристике. Пројектно суфинансирање на територији Републике Србије уведено је са намером да помогне малим, локалним медијима да буду конкурентнији на тржишту. Због тога је Министарство културе и информисања прописало да сваки регистровани медиј на територији одређене локалне самоуправе може конкурисати за унапред одређена средства из буџета те локалне самоуправе. Услови који се морају испоштовати јесте да је тај пројекат у складу са јавним интересом, а у вези са јавним информисањем.

Чињеница да локалне власти више не могу оснивати електронске медије који би се карактерисали као локални, довела је до тога да се медијски радници више окрећу формирању интернет портала или комерцијалних медија који нису локалног или нису само локалног карактера. Ово значи да, уз сарадњу са неким већим редакцијама, било домаћим или страним, креирају свој садржај, али локалне вести су само један део те уређивачке политике.

Они медији који су били основани и финансирани од стране државе сада су приватизовани и заједно са осталим медијима највећи део прихода добијају комерцијалним каналима. Брига о новцу и опстанку медија свакако је у други план бацила квалитет извештавања, као и квалитет самог програма, а као резултат изласка државе из медија многи медији су се угасили или су купљени од стране већих медијских кућа.

Пример града Ниша показао је, како позитивне промене, тако и неке недостатке овог начина суфинансирања медија. Према уредбама Министарства за културу и информисање, град Ниш сваке године издваја средства која иду у ову сврху.

Новчани износ се разликује сваке године и не поклапа се са износом који се раније издвајао за редовно финансирање три локална медија.

Недостаци који се могу издвојити свакако су везани за расподелу средстава. Сваке године се саставља комисија која оцењује пројекте и на основу тога следи расподела новчаних средстава, али се увиђа да и даље највише средстава добијају медији који су

или део веће медијске куће, или су на било који начин повезани са локалном (не ретко и/или републичком) влашћу. Ово представља један од битних недостатака на коме се мора радити у наредним годинама. Због тога је потребно стручно усавршавање, како радника локалних самоуправа, чланова комисија, тако и медијских радника. Непрестано учење, још већа транспарентност и контрола читавог процеса може смањити или у потпуности избећи овај проблем.

Независни и стручни људи морају одлучивати о јавном интересу грађана једне локалне самоуправе, града, па на крају и целе државе. Позитивно је то што је, ипак, број медија који добијају средства из буџета града видно увећан па је тако 2017. године чак 22 пројекта, односно медија, добило помоћ из буџета. Та чињеница нам показује да се број медија повећава, што доведи и до већег плурализма медија, на жалост то се не може рећи и за квалитет програма.

Систем суфинансирања је учинио корениту реформу медијског система у Србији, и ако има неких својих недостатака, могуће је констатним мониторингом и променама које би се дешавале у ходу побољшати положај локалних медија.

8. Литература:

1. База: јавни новци и медији – са сајта „javno.rs” - <https://javno.rs/baza-podataka/javni-novac-i-mediji/detaljna-pretraga>
2. БИРН, Максић, Т. Вученовић, Л. Обрадовић Жарковић, Д. (2014) „Конкурсно финансирање медија” - <http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2015/04/KONKURSNO-FINANSIRANJE-MEDIJA1.pdf>
3. Буџет Града Ниша - <https://www.gu.ni.rs/gradska-uprava/budzet/>
4. Вељановски, Р. (2008) „Приватизација локалних медија у Србији – заблуде и шансе”, СМ: Часопис за комуникацију и медије, 6/2008, стр 49-61. - <https://www.cceol.com/search/viewpdf?id=558478>
5. Вујовић, М. Павловић, Д. Обрадовић, Н. „Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу: економски положај локалних медија”, - Communication and Media XIV - https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2466-541X/2019/2466-541X1946033V.pdf?fbclid=IwAR34PdaGRpSLdRsulKW6Rf-i0uFIIViIV_tMbob0IGYEAtsZ8MAM9Df3GBs
6. Димитријевић, П. Вучетић, Д. (2011). „Систем локалне самоуправе”. Ниш: Центар за публикације Правног факултета
7. Димитријевић, П. Вучковић, Ј. (2016). „Медијско право”, Свен, Ниш.
8. Драшковић, Б. Грухоњић, Д. (2015). – „Својинска трансформација медија у Србији” – пример локалних медија, Филозофски факултет у Новом Саду - <https://godisnjak.ff.uns.ac.rs/index.php/gff/article/view/1510/1538>
9. Европска повеља о локалној самоуправи, Савет Европе, Стразбур, 1985. године - <https://rm.coe.int/the-congress-booklet-european-charter-of-local-self-government-serbian/168098bc1b>
10. Згранљић Ротар Н. (2016). „Нови медији дигиталног доба”, Свеучилиште у Загребу, Зборник „Информацијска технологија и медији” - http://www.mediaresearch.cro.net/files/file/Zbornik_INFORMACIJSKA_TEHNOLOGIJA_I_MEDIJI_2016final_web.pdf?fbclid=IwAR1grqetoKWfKNU-0jY0JxUIVrpKr9gvkTOb2U3EGMB2WHo32DNlyfOunX0#page=59
11. Јовановић З. (2015). „Виртуелна планета”, Филозофски факултет Ниш.
12. Јовановић, З. (2013). „У вртовима додира”, Чигоја штампа.
13. Кристић, С. (2006). „Изворни приходи у систему финансирања локалне самоуправе у Републици Србији”. Београд: ПАЛГО центар/Стална конференција градова и општина
14. “Mediji civilnog društva Upustvo za upotrebu” – OEBS i nezavisno udruženje novinara Vojvodine, strana broj 8 - <https://www.osce.org/files/f/documents/b/a/292301.pdf>
15. Миливојевић, С. (2011), „Професија на раскришћу – новинарство на прагу информационог друштва”, Центар за медије и медијска истраживања Факултета политичких наука - <https://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2017/01/Profesija-na-Raskr%C3%85%C2%A1%C3%84%E2%80%A1u.pdf>
16. Миливојевић, С. (2012) „Увод: новинарство за информационо друштво”, СМ: часопис за управљање комуницирањем, вол. 7, бр. 24, - <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1452-7405/2012/1452-74051224029M.pdf>
17. „Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања”, Сл. гласник РС, 16/2016 и 8/2017 - <https://www.paragraf.rs/propisi/pravilnik-sufinansiranju-projekata-oblasti-javnog-informisanja.html>

18. Радојковић, М. (2008), „Медији цивилног друштва у Србији”, СМ: Часопис за комуникацију и медије, 9/2008, стр 5-23. - <https://www.cceol.com/search/viewpdf?id=557205>
19. Тодоровић, М. (2010), „Локални медији у Војводини као медији цивилног друштва?”, СМ: Часопис за комуникацију и медије, 17/2010, стр 137-156. - <https://www.cceol.com/search/viewpdf?id=553941>
20. Barland, J. (2013). „Innovation of new revenue streams in digital media”, 99–111. - <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/bitstream/handle/11250/2624754/Barland.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
21. Community media - <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/community-media>
22. Hadl, G. (2007), „Community Media'? Alternative Media'? Unpacking Approaches to Media By, For and Of the People”, Papers u International and Global Communication, No.2, Institute of Communication Studies: University of Leeds.
23. Hintz, A. (2008), „Civil Society Media at the WSIS: a new actor in global communication governance?” Reclaiming the Media; Communication Rights and Democratic Media Roles, Bristol UK and Portland, Oregon. USA: Intellect Books.
24. McManus, J. (2009). „The Commercialization of News”, The Handbook of Journalism Studies (pp.218). New York and London: Routledge - <http://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/Handbook-of-Journalism-Studies.pdf>
25. Radcliffe, D. Ali, C. (2017) „Local news in a digital world: Small-market newspapers in the digital age”, Columbia Journalism School - <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8S18F38/download>
26. Wahl-Jorgensen, K. (2019) „The challenge of local news provision” - <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884918809281>
27. WAN-IFRA, Soft censorship, dr Jovanka Matic, 2013

Остала истраживачка грађа:

1. Закон о финансирању локалне самоуправе, Сл. гласник РС, 62/06; 99/13.
2. Закон о локалној самоуправи, Сл. гласник РС, 129/07; 83/14.
3. Закон о јавном информисању и медијима, Сл. гласник РС, бр. 83/14.
4. Закон о јавном информисању, Сл. гласник РС, 43/03.
5. Закон о електронским медијима, Сл. Гласник РС, бр. 83/2014 и 6/2016.
6. Закон о јавним медијским сервисима, Сл. Гласник РС, бр. 83/2014, 103/2015, 108/2016 и 161/2020.
7. Конкурси и решења о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша:
8. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2015. години. <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/150417-uzk.pdf>
9. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2016. години. – Први конкурс <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/KONKURS-20161.pdf?pismo=lat>
10. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2016. години. – Други конкурс <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/DRUGI-KONKURS-2016.pdf>

11. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2017. години. <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/KONKURS-20171.pdf>
12. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2018. години. <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/коначни-конкурс-информисање-2018.pdf>
13. Исправка конкурса од дана 09.03.2018. - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/ISPRAVKA-KONKURSA.pdf?pismo=lat>
14. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2019. години. <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Konkurs-2019-mediji.pdf>
15. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2020. години. <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Конкурс-Јавно-информисање-2020.-20.pdf>
16. Конкурс за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2021. години. - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Konkurs-2021.pdf>
17. Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2015. години. - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/re%C5%A1enje.pdf>
18. Решење о поништењу конкурса за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/РЕШЕЊЕ-О-ПОНИШТЕЊУ-КОНКУРСА.pdf>
19. Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката унапређивање професионалних и етичких стандарда у области јавног информисања на територији града Ниша у 2016. години. - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/skeniranje0004.pdf>
20. Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2017. години. - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/RE%C5%A0ENJE-O-RASPODELI-SREDSTAVA-INFORMISANJE-2017.pdf>
21. Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2018. години. - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Re%C5%A1enje-pojedina%C4%8Dnodavanje-Synopsis.pdf>
22. Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2019. години. <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Re%C5%A1enje-2019.pdf>
23. Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2020. години. <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Resenje-2020.pdf>
24. Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији Града Ниша у 2020. године <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Re%C5%A1enje-2020..pdf>
25. Решење о расподели средстава за суфинансирање пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања на територији града Ниша у 2021. години - <https://www.gu.ni.rs/wp-content/uploads/Resenje-2021-2.pdf>
26. Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања - <https://www.paragraf.rs/propisi/pravilnik-sufinansiranju-projekata-oblasti-javnog-informisanja.html>

9. Сажетак и кључне речи

Постојање регионалних и локалних медија веома је важно за истинито, правовремено и објективно информисање грађана, али и за транспарентно функционисање сваке локалне самоуправе на територији Републике Србије. Због тога је слобода медија, посебно локалних, основ сваког демократског друштва.

Кроз овај рад биће представљен утицај медијске реформе из 2014. године на процес оснивања и финансирања локалних медија, као и утицај те реформе на повећање плурализма медија и медијског садржаја. Највећа зависност медија огледа се у начину његовог финансирања. Због тога су закони из 2014. године имали за циљ да ослободе медије финансијске, а онда и сваке друге зависности у односу да државни апарат. Такође, биће објашњено и како је могуће основати локални медији на територији Републике Србије. Који су то закони и прописи који уређују медијски систем и како, али и ко издаје дозволу за рад медијима. Сам значај локалних медија је у томе што за разлику од великих националних медија може да предочи стварност на мало другачији, непосреднији начин. Теме које се бирају су везане за једну одређену територију па се самим тим могу обрадити на много дубљи и објективнији начин.

Циљ рада је представљање правног оквира за покретања, финансирања и функционисања локалних медија. Поред тога, као други циљ рад је имао приказивање утицаја реформе медијског система на функционисање и финансирање локалних медија и на повећање плурализма медијског садржаја.

Анализа података показала је да је нов систем суфинансирања учинио корениту реформу медијског система у Србији, и ако има неких својих недостатака, могуће је констатним мониторингом и променама које би се дешавале у ходу побољшати положај локалних медија.

Кеучне речи: локални медији, локална самоуправа, медији, финансирање локалне самоуправе, суфинансирање медија

10. Summary and keywords

LEGAL FRAMEWORK FOR THE FUNCTIONING OF LOCAL MEDIA IN THE REPUBLIC OF SERBIA

The existence of regional and local media is very important for true, timely and objective information of citizens, but also for the transparent functioning of every local self-government in the territory of the Republic of Serbia. That is why the freedom of the media, especially local ones, is the basis of any democratic society.

This thesis will present the impact of the 2014 media reform on the process of establishing and financing local media, as well as the impact of this reform on increasing media pluralism and media content. The greatest dependence of the media is reflected in the way it is financed. Therefore, the laws from 2014 were aimed at freeing the media from financial, and then any other dependence in relation to the state apparatus. Also, it will be explained how it is possible to establish local media on the territory of the Republic of Serbia. Which are the laws and regulations that regulate the media system and how, but also who issues the work permit to the media. The very importance of local media is that, unlike the big national media, it can present reality in a slightly different, more direct way. The topics to be chosen are related to one specific territory, so they can be treated in a much deeper and more objective way.

The aim of this paper is to present the legal framework for the launch, financing and functioning of local media. In addition, the second goal of the paper was to show the impact of media system reform on the functioning and financing of local media and to increase the pluralism of media content.

The analysis of data showed that the new system of co-financing has made a radical reform of the media system in Serbia, and if it has some shortcomings, it is possible to improve the position of local media through constant monitoring and changes that would occur.

Key words: local media, local self-government, media, local self-government financing, media co-financing.

**ИЗЈАВА О ИСТОВЕТНОСТИ
ШТАМПАНОГ И ЕЛЕКТРОНСКОГ ОБЛИКА МАСТЕР РАДА**

Име и презиме аутора мастер рада: Марија Миленовић

Наслов мастер рада: Правни оквир функционисања локалних медија у Републици Србији

Ментор: проф. Др Дејан Вучетић

Изјављујем да је електронски облик мастер рада у pdf формату истоветан штампаном облику, који сам предао/ла Правном факултету Универзитета у Нишу.

У Нишу, 4.5.2022.

Потпис аутора

Марија Миленовић

ИЗЈАВА О АУТОРСТВУ И ОДОБРАВАЊУ ОБЈАВЉИВАЊА МАСТЕР РАДА

Изјављујем да је мастер рад, под насловом Правни оквир функционисања локалних медија у Републици Србији

пријављен и одбрањен на Правном факултету Универзитета у Нишу:

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да овај мастер рад у целини, нити у деловима, нисам пријављивао/ла на другим факултетима, нити универзитетима;
- да нисам повредио/ла ауторска права, нити злоупотребио/ла интелектуалну својину других лица.

Дозвољавам да се овај мастер рад чува у библиотеци и објави на сајту Правног факултета Универзитета у Нишу, са подацима о датуму одбране и комисији пред којом је рад брањен.

Аутор мастер рада: Марија Миленовић

У Нишу, 4.5.2022.

Потпис аутора

Марија Миленовић