

Маст. Ружица Кијевчанин, истраживачица приправница
Правног факултета Универзитета у Крагујевцу

УДК: 316.774:336

DOI: 10.46793/XVIIIMajsko.573K

МЕДИЈИ И ЊИХОВО ФИНАНСИРАЊЕ*

Резиме

У раду ће бити обрађена два питања која су од изузетног значаја за остваривање сврхе медија у друштву, њихово независно и непристрасно деловање, и омогућавање грађанима да слободно уживају медијска права и слободе. Прво питање је споредно (пропратно) и реч је о својинској трансформацији медија, док је друго питање носећи стуб рада и насловљено је финансирање медија. Аутор је тежиште рада желео пребацивати на изворе финансирања медија, али се морао претходно осврнути на питање о власништву медија, да би их свестрано обрадио. У раду ће бити анализирана нормативна решења којима су регулисани начини финансирања медија, као и слабости које су испливале у њиховој практичној примени. Значај рада огледа се у анализи фактора који су детерминатори истинитих, објективних, благовремених информација, а само такве информације одговарају потребама грађана и остварују општи интерес друштва.

Кључне речи: медији, пројектно финансирање, власништво, приватизација, независност.

1. Увод

Информисано друштво је носећи стуб слободне, демократске и напредне државе. Информације су легитимно средство за рушење територијалних, културних, верских и свих осталих граница. Њиме су отклања погрешне представе и уочава виши циљ, заједнички за све људе на свету. Главни извор информисања концентрисан је у медијима. Медији представљају посреднике у изражавању између даваоца (комуникатора) и примаоца (рецепијената) информација.¹ Медиј је средство јавног обавештавања које речима, сликом,

* Рад је написан у оквиру Програма истраживања Правног факултета Универзитета у Крагујевцу за 2022. годину који се финансира из средстава Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

¹ Вучковић, Ј., *Медијско право*, Ниш, 2019, стр. 37.

односно звуком преноси уреднички обликоване информације, идеје и мишљења и друге садржаје намењене јавној дистрибуцији и неодређеном броју корисника.² Под медијем се нарочито подразумевају дневне и периодичне новине, сервис новинске агенције, радио-програм и телевизијски програм и електронска издања тих медија, као и самостална електронска издања (уређивачки обликоване интернет странице или интернет портали), а који су регистровани у Регистру медија.³ Изазови које савремен начин живота намеће су бројни, сложени и дестабилизујуће утичу на традиционалне вредности и оквире у којима су створане породице. Бројни медији, као и интернет мрежа подразумевају прелив информација различитог квалитета. У мору разноврсних информација нужно је препознати истините. Тачност информација, ипак, није једини параметар који служи сврси информисања, већ је важно да информације буду потпуне, као и благовремене. Предуслов за обезбеђивање оваквих информација јесте објективност у раду медијских субјеката, односно у извештавању аудиторјума. Објективност значи ослобађање од сваке врсте утицаја, било спољних, било унутрашњих (личних). Други назив за објективност јесте независност која се остварује, пре свега, финансијском самосталношћу. Функција медија са собом повлачи велику одговорност, што је употпуњено нормативним текстовима, разним директивама и препорукама донетим на европском нивоу и које се множе, са тенденцијом да што адекватније регулишу свакодневна питања и обухвате нове ситуације које се јављају. Технолошки развој и развој цивилизације уопште, отвара бројна питања, жељу за одговорима, као и широку могућност избора одговора. Које решење је релевантно? Коме поклонити поверење? Где наћи неисцрпни извор напајања људске радозналости и жеље за радом на себи? Пут ка идеалном извору је дуг, комплексан и нимало лак, али почетак нам је познат, па кренимо сигурним корацима напред ка коначном циљу!

2. Процес својинске трансформације медија

Финансирање медија је сложено питање које у себи садржи клице различитих питања важних за остваривање улоге медија у друштву. Од начина финансирања медија зависи њихов положај у систему, остваривање људских права и слобода, степен демократичности у држави. Финансирање медија уско је повезано са питањем власништва медија, па ћемо у наставку неколико речи о томе. Медији у Србији су некад били у друштвеном власништву, односно у државној или јавној својини. Овакво стање у медијима је било жестоко критиковано, па је тежња медијских стручњака за променама и својинском трансформацијом била врло примећена. Они су сматрали да постојећи начин

² Закон о јавном информисању и медијима, Сл. гласник РС, бр. 83/2014, 58/2015 и 12/2016, чл. 29 ст. 1.

³ Исто, чл. 29 ст. 2.

финансирања одузима независност медија и ускраћује слободу у раду, тј. преношењу објективних информација широком аудиторijuму. Истина је била на њиховој страни аргументације, јер су средства црпљена из претплате и државног буџета чији износ је одређивала власт, а самим тим утицала директно или посредно на уређивачку политику и садржај који ће медији пласирати грађанима. Решење се, чини се, назирало у приватизацији медија. Развој комерцијалних медија у Србији почиње деведесетих година. Пионир комерцијалних медија оличен је у Радију Студио В који представља први покушај креирања независне и недржавне радио-станице у Источној Европи.⁴ Студио Б се огласио 1. априла 1970. године у 13 часова и 3 минута, иако је процес оснивања започет 26. децембра 1969. године.⁵ За разлику од свих тадашњих локалних медија, у чијем финансирању је био удео средстава од претплате, Радио Студио Б је финансиран од скромне помоћи матичне новинске куће и емитовања реклама, због чега се може сматрати првим комерцијалним радиом у Србији и првом радио-станицом у бившој Југославији ван система државне Радио-телевизије Београд.⁶ Овакав начин финансирања одређивао је програмски садржај овог медија, као и слободу да се достигне циљ оснивања оличен у намери да се вредносни систем, укус и сензибилитет грађана дотакне, и то што објективнијим и непосреднијим анализирањем свакодневних догађаја и дешавања. Водитељи су били посебни, другачије реторике, смисла за хумор, оштроумни и врло интелигентни. Емисије су оставиле дубок траг у сећању народа, па се и данас од старијих генерација могу чути анегдоте Душка Радовића из његове чувене емисије „Београде, добро јутро“.⁷ Иако се Студио В није директно супротстављао актуелним идеологијама, већ је кроз програм преиспитивао стварност и пружао симболичан отпор, Радовићева емисија је уклоњена из програма, јер је оцењена као „ангажована“.⁸ Дефинитивно је да је Студио Б медијску сцену обезбедио диверзитетом и могућношћу грађана да чују нешто другачије од шаблонизованих вести које су свакодневно пловиле радиодифузним таласима. Ипак, први талас приватизације медија везује се за 1989. године, док је на снази био Закон о друштвеном капиталу.⁹ Овај акт је прописивао могућност запослених у предузећима да откупе акције својих предузећа и тако постану

⁴ Тирић, У., Николић, М., *Почеци грађанског новинарства и комерцијалних медија*, 50 година Радија Студио В, стр. 144, https://fdu.bg.ac.rs/uploads/files/Institut/zbornik/Zbornik%2038/Una%20%20C4%86iri%C4%87.%20Mirjana%20Nikolici%C4%87_PO%C4%8CECI%20GRA%C4%90ANSKOG%20NOVINARSTVA%20I%20KOMERCIJALNIH%20MEDIJA%20U%20SRBIJI%20-%202050%20GODINA%20RADIJA%20STUDIO%20B.pdf, приступљено: 12.04.2022.

⁵ *Исто*, стр. 141.

⁶ *Исто*, стр. 144.

⁷ *Исто*, стр. 147.

⁸ *Исто*, стр. 148.

⁹ Томић, Б., *Приватизација VS. јавни интерес у локалним медијима у Србији*, Медији и комуникације, год. II, бр. 3/2015, стр. 182.

власници. Тај модел приватизације искористили су тада запослени у неким медијима („Вечерњим новостима”, „НИН”). Други талас приватизације донео је значајне промене у медијској структури. Он је последица неуморне борбе грађана, а нарочито медијских стручњака да уреде медијску сцену и регулативу и посвете довољно пажње области која у себи имплементира фундаментална, уставом загарантована људска права. Овај талас надлази као последица освешћивања о значају медијских права и слобода за развој и напредак цивилизације. Он започиње 2001. године, ступањем на снагу Закона о приватизацији на основу кога се почела спроводити приватизација друштвеног, државног и јавног капитала.¹⁰ Закон је прописао општи модел приватизације, без конкретизовања привредних грана и делатности, као и крајњи рок за њено спровођење, а то је 31.12.2007. године. Нешто касније, доношењем Закона о радиодифузији (2002.), као и доношењем Закона о јавном информисању (2003) уведени су прецизни рокови у којима се масмедијска предузећа морају приватизовати.¹¹ Чланом 96 Закона о радиодифузији¹² (2002) предвиђено је да све радио и телевизијске станице у јавном, друштвеном или државном власништву имају обавезу да се приватизују у року од четири године од дана ступања на снагу овог закона. Тај рок је истекао 26.6.2006. године. На другој страни, Закон о јавном информисању¹³ (2003) у чл. 101 изрекао је обавезу да се сви штампани масмедији морају приватизовати до 23.4.2005. године што, такође, није испоштовано. Већ након првих процеса приватизације медијских предузећа исказано је незадовољство, страх, несигурност у започети процес које се манифестовало у виду иницијатива за његовим прекидом, протестима, петицијама. Националне мањине су, такође, негодовале процес уз образложење да ће приватизацијом бити угрожени медији који емитују програм и на језицима мањинских националних заједница. Националне мањине су изазвале реакцију, па је Владе Србије, на иницијативу тадашњег Извршног већа Војводине, донела одлуку о обустави својинске трансформације за оне медије који су имали програм и на мањинским језицима, и то у свега четири дана пре истека крајњег рока (у децембру 2007. године).¹⁴ Међутим, одлука Владе је злоупотребљена од стране појединих локалних медија који су одједном почели уводити у свој програм емисије на мањинским језицима (највише на ромском) како би били изостављени из приватизације. Овај талас приватизације је уклонио са медијске сцене доста локалних медија, које нису успеле да се одрже на тржишту због економских, али и других разлога. Ипак, многи медији су остали ван процеса, па је са приватизацијом настављено и у наредном периоду.

¹⁰ Исто.

¹¹ Исто.

¹² Закон о радиодифузији, Сл. гласник РС, бр. 42/2002.

¹³ Закон о јавном информисању, Сл. гласник РС, бр. 43/2003.

¹⁴ Драшковић, Б., Грухоњић, Д., *Својинска трансформација медија у Србији- пример локалних медија*, Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду, књ. XL-2, 2015, стр. 108.

Влада Србије је 2011. године усвојила Стратегију развоја система јавног информисања у Републици Србији до 2016. године.¹⁵ Стратегијом су били дефинисани циљеви који су се морали у одређеном периоду остварити, а један од њих се свакако односио на започету приватизацију. Овим актом је остављен коначни рок од три године, тачније 1. јул 2015. године када се преостала средства јавног информисања чији су оснивачи држава и територијална аутономија, или установа, односно предузеће које је у претежном делу у државној својини или које се у целини или претежним делом финансира из јавних прихода морају трансформисати у приватну својину. Овакав циљ потврђен је и доношењем кривних медијских закона у августу 2014. године: Закона о јавном информисању и медијима, Закона о електронским медијима и Закона о јавним медијским сервисима. Због закашњења медија и локалних самоуправа приликом достављања документације Агенцији за приватизацију, рок за окончање својинске трансформације продужен је за четири месеца (до 31. октобра).¹⁶

Својинска трансформација медија од самог почетка је поделила јавност. Присталице комерцијализације медија истицали су да је излазак медија из државног власништва био дугоочекиван и неопходан, јер тиме медији стичу услове да професионално обављају своју функцију, без уплитања државе у њихов рад, уз ослобођење од притиска, па и цензуре. Противници приватизације медија су истицали да ће овај процес само додатно оснажити утицај државе на медије, и то кроз успостављање познанства и различитих односа између политичких странака и власника медија, али и кроз коришћење несигурности и страха запослених код приватника како би се на њих деловало непосредно или посредно. Страх запослених је био заснован, јер су промене власништва медија подразумевале прилагођавање новим условима рада, колективу, власнику, и најзад власти од које су се „чували“ аутоцензуришањем.

Савремено доба донело је експанзију технологије која почиње мењати све сфере живота људи. Почетком 21. века дигитални медији почињу полако преузимати медијску сцену. Они су донели и нов модел медијског организовања и функционисања. Реч је о медијима који се налазе у приватној својини и који се по структури, циљевима, финансирању разликују од комерцијалних медија и јавних сервиса. Они су настали као последица ослобођења од притисака, уређивачке политике, цензуре, али и власништва над медијима. Модел непрофитних медија или медија цивилног друштва („невладини“, „некомерцијални“ медији) има највећи значај за грађане, и то за поспешивање комуникације, размишљања, учешћа и заузимања ставова по различитим питањима и изношења истих. Медији цивилног друштва или

¹⁵ Стратегија развоја система јавног информисања у Републици Србији до 2016. године, Сл. гласник РС, бр. 75 од 7. октобра 2011, <http://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2011/75/1/reg>, приступљено: 13.04.2022.

¹⁶ Драшковић, Б., Грухоњић, Д., *нав. чланак*, стр. 110.

непрофитни медији присутни су у већини медијски развијених средина, посебно као локалне радио станице, а у новије време се све чешће појављују у облику интернет медија.¹⁷ Овај модел медија у Србији постоји као медиј цивилног друштва и уведен је Законом о радиодифузији од 2002. године. Медије цивилног друштва детаљније регулише Закон о електронским медијима из 2014. године. Њихово финансирање се врши путем јавних средстава намењених пројектном суфинансирању, као и из донација, прилога грађана, спонзорства и других извора прихода.¹⁸ Основни разлог постојања ових медија није профит, већ програм који је у јавном интересу и који посебним заједницама у друштву, без обзира на то да ли је реч о територијалним, локалним заједницама, етничким групама, концентрисаним на једној територији, или распршеним, пружа информације које су им неопходне, истовремено им омогућујући и шире друштвено представљање.¹⁹

3. Финансирање медија

Промена власничке структуре у медијима донела је и нове начине финансирања истих. Законом о медијима и јавном информисању донетом 2014. године као основни начин финансирања медија прописује се пројектно суфинансирање. Оно подразумева расписивање јавног конкурса од стране Републике Србије, аутономних покрајина, односно јединица локалне самоуправе које ће обезбедити из буџета део средстава за остваривање јавног интереса у области јавног информисања и распоредити их, на основу принципа о додели државне помоћи и заштити конкуренције, без дискриминације. Конкурс се расписује у облику јавног позива и објављује се на веб-сајту органа надлежног за послове јавног информисања, као и најмање у једним дневним, односно недељним новинама које се дистрибуирају на подручју надлежности органа који расписује конкурс.²⁰ Право учешћа на конкурсима има: 1) издавач медија који је уписан у регистар медија; 2) правно лице, односно предузетник који се бави производњом медијских садржаја и који приложи доказ да ће суфинансиран медијски садржај бити реализован путем медија.²¹ Издавачи који се финансирају из јавних прихода не могу учествовати на конкурсима. Учесници конкурса могу конкурисати само са једним пројектом, па издавачи више медија

¹⁷ Матић, Ј., *Развој непрофитних медија*, Зборник радова: Медији цивилног друштва, Нови Сад, 2018, стр. 11.

¹⁸ Закон о електронским медијима, Сл. гласник РС, бр. 83/2014, 6/2016 - др. закон и 129/2021, чл. 72 ст. 7.

¹⁹ Драгићевић Шешкић, М., Мартиноли, А., *Управљање медијима цивилног друштва*, Зборник радова: Медији цивилног друштва, Нови Сад, 2018, стр. 59.

²⁰ Закон о јавном финансирању и медијима, Сл. гласник РС, бр. 83/2014, 58/2015 и 12/2016, чл. 19, ст. 4.

²¹ Исто, чл. 21, ст. 1.

могу конкурисати са једним пројектом за сваки медиј. Пројекат је заокружена програмска целина или део целине (жанровска и временска) којом се доприноси остваривању јавног интереса.²² Учесник конкурса који је у текућој календарској години већ користио средства намењена пројектном суфинансирању, може учествовати на конкурс за суфинансирање истог пројекта само још једном у тој години, и то у износу који, уз средства која је већ добио, не прелази 80% вредности пројекта.²³ Оцену пројеката поднетих на конкурс врши стручна комисија коју чини три или пет чланова. Чланове именује руководиоца органа који је расписао конкурс и то из реда независних стручњака за медије и медијских радника који нису у сукобу интереса и не обављају јавну функцију.²⁴ Критеријуми на основу којих се оцењују пројекти пријављених на конкурс су: 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.²⁵ Под првим критеријумом подразумева се оцена значаја пројекта (остваривање јавног интереса у области јавног информисања; остваривање намене конкурса; усклађеност пројекта са реалним проблемима, потребама и приоритетима циљних група; идентификоване и јасно дефинисане потребе циљних група; заступљеност иновативног елемента у пројекту и новинарско истраживачки приступ), утицај и изводљивост (усклађеност планираних активности са циљевима, очекиваним резултатима и потребама циљних група; степен утицаја пројекта на квалитет информисања циљне групе; мерљивост индикатора који омогућавају праћење реализације пројекта; разрађеност и изводљивост плана реализације пројекта; степен развојне и финансијске одрживост пројекта), капацитети (степен организационих и управљачких способности предлагача пројекта; неопходни ресурси за реализацију пројекта; стручне и професионалне референце предлагача пројекта, које одговарају предложеним циљевима и активностима пројекта), буџет и оправданост трошкова (прецизност и разрађеност буџета пројекта, који показује усклађеност предвиђеног трошка са пројектним активностима; економска оправданост предлога буџета у односу на циљ и пројектне активности). Други критеријум обухвата следећу оцену: 1) да ли су учеснику конкурса изречене мере од стране државних органа, регулаторних тела или тела саморегулације у последњих годину дана, због кршења професионалних и етичких стандарда (ове податке за електронске медије прибавља стручна служба од Регулаторног тела, док за штампане и онлајн медије стручна служба прибавља податке од Савета за штампу); 2) доказ о томе да су након изрицања казни или мера предузете

²² Исто, чл. 22 ст. 2.

²³ Исто, чл. 22 ст. 5

²⁴ Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања, Сл. гласник РС, бр. 16/2016 и 8/2017, чл. 19 и 20.

²⁵ Исто, чл. 18.

активности које гарантују да се сличан случај неће поновити. Одлука о расподели средстава доноси се у облику решења са образложењем које је основ за закључивање уговора са лицем које је добило средства за суфинансирање пројектних активности.

Закон је предвидео још један облик финансијске помоћи медијима-појединачно давање. Средства опредељена за појединачна давања расподељују се одлуком руководиоца органа надлежног за послове јавног информисања, која се доноси без спровођења јавног конкурса.²⁶ Критеријуми на основу којих ће се оцењивати пројекат подносиоца пријаве за појединачно давање су идентични критеријумима који су постављени за оцену пројекта пријављених на конкурс за суфинансирање. Против решења о расподели средстава које доноси руководилац органа који је расписао конкурс може се покренути управни спор.

Учесници конкурса који су добили средства, као и лица којима су одобрена средства на основу појединачног давања, достављају органу који је доделио средства извештај о реализацији пројекта у форми наративног и финансијског извештаја.²⁷ Орган који расписује конкурс може да изради извештај о спроведеном конкурс и анализу квалитета подржаних пројеката на основу извештаја корисника, по завршетку пројектног суфинансирања у текућој години, и да добијене податке објави на свом веб-сајту.²⁸

Овако прописана законска и подзаконска правила која регулишу финансирање медија захтевају осврт и њихову анализу. Иако на први поглед делује да су нормативним актима претежно покривена сва питања, пракса нас демантује постављајући бројне изазове пред субјектима примене. Тако, критеријуми за оцену пријава на јавни конкурс, као носећи елемент процеса финансирања медија, садржани су у закону, али и у правилнику, као нижем акту са конкретнијим нормама. Ипак, многа решења су остала отворена, нејасна и подобна за злоупотребу приликом њихове примене.²⁹ Формулације попут „јавни интерес у области јавног информисања“, „приврженост професионалним и етичким медијским стандардима“, итд. изазивају правну несигурност и стварају простор за маневрисање приликом оцене конкурсних пријава. Извештаји о различитим елементима пројектног суфинансирања указују на проблеме у: 1) начину расписивања конкурса и одбијању локалних самоуправа да распишу конкурсе, 2) начину избора и саставу комисија, 3) недовољна транспарентност у одлучивању о додели средстава;, 4) прописивању дискриминаторних услова, 5) недостатак адекватних санкција за неизвршење и повреду законских одредаба које се односе на пројектно

²⁶ Исто, чл. 30.

²⁷ Исто, чл. 41 ст. 1.

²⁸ Исто, чл. 41а ст. 1.

²⁹ Вучковић, Ј., *Финансирање медија и објективност медијских садржаја - услуга*, XXI век – век услуга и Услужног права, књ. 11, Крагујевац, 2020, стр. 149.

суфинансирање, те недостатак надзорних механизма. б) недостатку евалуације квалитета суфинансираних садржаја.³⁰ Средства предвиђена за суфинансирање садржаја од јавног интереса често добијају недефинисане и непознате медијске фирме, регистроване на кратко време, пре расписивања конкурса или чак после тога.³¹ Транспарентност предложених пројеката и објашњење примене критеријума за вредновање пројеката нису остварени у довољној мери, тако да јавност нема увид у то шта се тачно финансира у подржаним пројектима.³² Министарство културе и информисања на свом сајту углавном објављује формалне и техничке податке о подржаним пројектима, које не пружају суштинске информације потребне грађанима. Још један недостатак који је често предмет расправе јесу конкурсне комисије, тачније компетентност њихових чланова, јер се под велом „медијски стручњак“ могу сакрити особе различитих квалификација. Дешава се да у комисије улазе чланови који немају никаквог искуства у раду са медијима, већ су то неретко општински службеници.³³ Са друге стране, јавља се могућност сукоба интереса, јер се медијски професионалци могу наћи у комисијама и у исто време бити запослени у медијима који аплицирају на конкурс пројектног суфинансирања. Комисије су именоване од стране Министарства, а на предлог струковних удружења и стручне јавности, и при томе је примењено начело да у саставу сваке поједине комисије не може бити појединац запослен или повезан са правним лицем учесника на конкурс. Ипак, ако узмемо у обзир укупан број медија који су конкурисали, као и волумен професионалне и стручне јавности у Србији, закључујемо да могућност утицаја или привилеговања појединих пројеката ипак постоји.³⁴ У примени конкурсног суфинансирања медијских садржаја јавља се и проблем утврђивања износа буџетских средстава за ту намену. Посебном одлуком Скупштине општине мора се утврдити тачан износ тих средстава. Ниједним државним актом нису прецизирана, нити прописана мерила којим општине треба да се руководе када одређују износе за расподелу путем конкурса.³⁵ Наведени проблеми нису коначни. Неправилности и пропусти постоје и мимо написаног у раду, а највернији аларм за то су различити извештаји који указују на незадовољство стручних удружења и грађана стањем медија у Србији. Према проценама „Репортера без граница“, Србија је 2014. године била 54. држава на свету по слободи штампе, док је на

³⁰ Стратегија развоја система јавног информисања у Републици Србији за период 2020-2025 године, Сл. гласник РС, бр. 75/11.

³¹ Вучковић, Ј., *Финансирање медија ...*, стр. 150.

³² Томић, Б., *Пројектно суфинансирање медија у дерегулационом кључу*, Српска политичка мисао, год. 23, вол. 53, бр. 3/2016, стр. 52.

³³ Вучковић, Ј., *Медијско ...*, стр. 71.

³⁴ Томић, Б., *нав. чланак*, стр. 52.

³⁵ *Исто*, стр. 54.

листи за 2015. годину била рангирана 13 места ниже.³⁶ О погоршању медијских слобода сведочи и Извештај о власничкој структури и контроли медија у Србији Савета за борбу против корупције (2015), у коме се наводи да се политички утицај на уређивачку политику РТС-а рефлектује не само кроз буџетско финансирање, већ је видљив и на нивоу комерцијалног финансирања.³⁷ У Редовном годишњем извештају Заштитника грађана за 2014. годину, такође, има речи о све већим притисцима на медије. Напоследку, забринутост због стања у којима се налазе медијске слободе и права исказала је и Европска комисија у Извештају о напретку Србије за 2014. годину.³⁸

Медији, њихова организација и функционисање, као и остваривање права и слободе грађана из ове области представљају комплексан задатак сваке државе у садашњем времену. Србија је препознала улогу и значај медија, и тиме учинила први корак напред. Дефинитивно је да је остало пуно простора за рад, допуњавање, промену постојећих решења, али на дугом путу ка бољој будућности најважније је опремити се знањем, искуством, трудом и жељом за проналаском најбољег, а наша држава то поседује.

4. Закључак

Систем пројектног суфинансирања који је почео да се примењује 2015. године није остварио сврху. Разлог томе налази се у недовољно јасним и прецизним нормама које су круцијалне за функционисање овог начина финансирања медија. Такву регулативу и њену неадекватну имплементацију свакако користе политички чиниоци који медије употребљавају као главно средство за остваривање својих интереса и преузимање власти. Са друге стране, пракса нас суочава са реалношћу и чињеницом да постоје локалне самоуправе које не издвајају новац за медије, а самим тим и не расписују конкурсе. Санкције за такве поступке не постоје. Друге локалне самоуправе, пак, добијају непримерено више новца у односу на остале. Новински чланци подгрејавају машту о нелегалностима и фаворизовању појединих медија, на основу различитих доказа који се опет сведе на добијање несразмерно велике количине средстава кроз пројекат суфинансирања, и то често у периодима који нису уобичајени за расписивање конкурса и расподелу новца (уместо на почетку, новац добијају средином или крајем године). Тренутно стање није на задовољавајућем нивоу, али путем различитих и бројних смерница и планова, са једне стране, и тежње, рада и истрајности, са друге стране, верујемо да ћемо ускоро имати податке о бољим резултатима Србије у сфери финансирања и

³⁶ Јањић, С., *Јавни интерес и јавни сервиси Србије у периоду буџетског финансирања*, Медији и комуникације, Год. II, бр. 3/2015, стр. 283.

³⁷ *Исто*, стр. 284.

³⁸ *Исто*.

независности медија, а самим тим и ефективнијем и потпуном остваривању медијских права и слобода.

*Ružica Kijevčanin, LL.M., Junior Researcher
Faculty of Law, University of Kragujevac*

MEDIA AND THEIR FINANCING

Summary

The paper will address two issues that are extremely important for achieving the purpose of the media in society, their independent and impartial action, and enabling citizens to freely enjoy media rights and freedoms. The first question is secondary (accompanying) and it is about the ownership transformation of the media, while the second question is the mainstay of the work and is entitled media financing. The author wanted to shift the focus of his work to the sources of media financing, but he had to address the issue of media ownership beforehand, in order to process them in a comprehensive way. The paper will analyze the normative solutions that regulate the ways of financing the media, as well as the weaknesses that have emerged in their practical application. The importance of the work is reflected in the analysis of factors that are determinants of true, objective, timely information, and only such information meets the needs of citizens and achieves the general interest of society.

Key words: *media, project financing, ownership, privatization, independence.*

Литература

- Вучковић, Ј., *Медијско право*, Ниш, 2019.
Вучковић, Ј., *Финансирање медија и објективност медијских садржаја- услуга*, XXI век – век услуга и услужног права, књ. 11, Крагујевац, 2020.
Драшковић, Б., Грухоњић, Д., *Својинска трансформација медија у Србији - пример локалних медија*, Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду, књ. XL-2, 2015.
Драгићевић Шешић, М., Мартиноли А., *Управљање медијима цивилног друштва*, Зборник радова: Медији цивилног друштва, Нови Сад, 2018.
Јањић, С., *Јавни интерес и јавни сервиси Србије у периоду буџетског финансирања*, Медији и комуникације, год. II, бр. 3/2015.

- Матић, Ј., *Развој непрофитних медија*, Зборник радова: Медији цивилног друштва, Нови Сад, 2018.
- Томић, Б., *Приватизација VS. јавни интерес у локалним медијима у Србији*, Медији и комуникације, год. II, бр. 3/2015.
- Томић, Б., *Пројектно суфинансирање медија у дерегулационом кључу*, Српска политичка мисао, год. 23, вол. 53, бр. 3/2016.
- Ђирић, У., Николић, М., *Почеци грађанског новинарства и комерцијалних медија*, 50 година Радија Студио Б.
- https://fdi.bg.ac.rs/uploads/files/Institut/ezbornik/Zbornik%2038/Una%20%20C4%86iri%C4%87.%20Mirjana%20Nikoli%C4%87_PO%C4%8CECI%20GRA%C4%90ANSKOG%20OVINARSTVA%20I%20KOMERCIJALNIH%20MEDIIJA%20U%20SRBIJI%20-%2050%20GODINA%20RADIJA%20STUDIO%20B.pdf

Правни извори

- Закон о јавном информисању и медијима, Сл. гласник РС, бр. 83/2014, 58/2015 и 12/2016
- Закон о електронским медијима, Сл. гласник РС, бр. 83/2014, 6/2016 - др. закон и 129/2021
- Закон о радиодифузији, Сл. гласник РС, бр. 42/2002
- Закон о јавном информисању, Сл. гласник РС, бр. 43/2003
- Правилник о суфинансирању пројеката за остваривање јавног интереса у области јавног информисања, Сл. гласник РС, бр. 16/2016 и 8/2017
- Стратегија развоја система јавног информисања у Републици Србији до 2016. године, Сл. гласник РС, бр. 75 од 7. октобра 2011, <http://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SIGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2011/75/1/reg>
- Стратегија развоја система јавног информисања у Републици Србији за период 2020-2025 године, Сл. гласник РС, бр. 75/11