



# IZAZOVI ODRŽIVOSTI MEDIJA CIVILNOG DRUŠTVA

ISTRAŽIVANJE I ANALIZA

**„Ovaj projekat je sufinansiran iz Budžeta Republike Srbije - Ministarstva kulture i informisanja. Stavovi izneti u podržanom medijskom projektu nužno ne izražavaju stavove organa koji je dodelio sredstva.”**

Autori:

dr Smiljana Milinkov

Veljko Milić

# SADRŽAJ

## SADRŽAJ

1. Uvod.....	4
2. Analiza rezultata istraživanja.....	6
3. Pravni okvir.....	10
4. Analiza potencijalnih izvora finansiranja medija civilnog sektora.....	15
5. Preporuke za poboljšanje održivosti i veću prepoznatljivost medija civilnog društva .....	16
Literatura .....	17

## 1. UVOD

Civilno društvo institucionalno je definisano ali nije formalno organizovano jer, kako pojašnjava Habermas (1992), njegova funkcija je otkrivanje i rešavanje problema. Prema Popović (2016), uloga civilnog društva u savremenom kontekstu može se shvatiti kao područje u kojem se deluje u smeru razvoja tog društva, što uključuje poštovanje pravnog poretka, socijalne pravde, tolerancije prema različitostima i druga osnovna demokratska načela, te participativnu demokratiju jer podrazumeva slobodno organizovanje građana ali i radikalne demokratije „zbog pada socijalne države s jedne strane, ali i rasta neo-konzervativizma i atomizacije ljudi s druge (Khilnani, 2001 u Popović, 2016: 21).

Kako Popović (2016:32-33) dalje navodi, mediji civilnog sektora nastaju kao rezultat i odgovor na činjenicu da postojeći medijski sistem nije u potpunosti u skladu s očekivanjima koja se pred medije postavljaju u jednom demokratskom društvu, a to su delovanje u javnom interesu, podsticanje nezavisnog, kritičkog mišljenja i pružanje informacija građanima kako bi razumeli društvene procese i participirali u njima. Međutim, bez obzira na važnost uloge medija civilnog društva za javnu sferu, njihova pozicija je i dalje periferna u odnosu na dominantne medije kojima upravljaju politički i ekonomski centri moći.

Iako su u Srbiji mediji civilnog društva prepoznati u zakonima donetim još početkom dvehiljaditih, ovaj medijski model dugo je bio neiskorišćena alternativa državnim i komercijalnim medijima, i to sve do pojave pojedinih internet portala, pre svega istraživačkih centara, i sporadično – lokalnih medija. Premda je reč o inicijativi koja suštinski nudi mogućnost poboljšanja informisanja kako na lokalnom tako i na regionalnom nivou, u Srbiji je taj proces spor, pre svega zbog brojnih prepreka, kao što su kapaciteti tih medija ili dostupnost finansija, odnosno održivost. Kako pokazuju pojedina istraživanja (Radojković, 2008; Doliwa, Ranković, 2014; Drašković, Kleut 2016), nepoznavanje značenja samog pojma i modela funkcionisanja, nedostatak političke volje, negativna slika koju civilni sektor ima u Srbiji i manjak dobrovoljnog angažmana, doprinose činjenici da se pokretanje medija civilnog sektora nalazi „na margini interesa medijskih profesionalaca“ (Drašković, Kleut, 2016: 43).

Ipak, poslednjih godina, sve je veći broj javnih glasila koje u saradnji sa udruženjima građana pokreću novinari koji su napustili mejnstrim medije. Kako pojašnjavaju Drašković i Kleut (2016:43), njihovi motivi su odgovorno bavljenje novinarstvom bez autocenzure i cenzure, bazirano na kritičkoj a ne tabloidnoj matrici na kojoj funkcionišu mejnstrim mediji.

Mediji civilnog društva se najčešće finansiraju kroz podršku fondacija (nevladin sektor) i donacije pojedinaca, što ih stavlja u težak položaj, jer je takva podrška privremena i obično nedovoljna za podršku ozbiljnom i kontinuiranom radu. Skromni podaci koji postoje u Srbiji, prikupljeni pre svega od strane nekoliko inicijativa iz nevladinog sektora (mediahub.ndnv.org), pokazuju potencijal koji leži u tim medijima, ali trenutno nema studija koje bi sistemski i dubinski analizirale ovaj fenomen kroz in vivo primere tih medija. Prema podacima Agencije za privredne registre (APR) u avgustu 2019. godine, ukupan broj registrovanih neprofitnih medija u Srbiji iznosio je 498. Više od polovine od tog broja osnovano je od januara 2016. do avgusta 2019. godine. Strategija javnog informisanja u Srbiji za period 2020–2025. konstatuje da „Regionalni, lokalni i mediji civilnog društva, prema tome, ne ostvaruju uopšte ili ostvaruju vrlo male prihode od oglašavanja, pa su zbog toga prinuđeni da prihode ostvaruju skoro isključivo preko konkursnog sufinansiranja. Na taj način, konkursi za finansiranje medijskog sadržaja postaju skoro jedini izvor prihoda za održanje lokalnih i regionalnih medija. Na taj način projektno sufinansiranje se pretvorilo u socijalnu kategoriju umesto da konkursi

prevashodno služe za obezbeđivanje sredstava za ostvarivanje javnog interesa“.

Budući da su za sada zakonski jedino elektronski mediji prepoznati kao mediji civilnog sektora, Strategija, u okviru Mere 4.8. koja se odnosi na uspostavljanje povoljnog okruženja za razvoj medija civilnog sektora, predviđa redefinisane pojma tako da zakonski budu prepoznati kao svi neprofitni mediji bez obzira na tehnologiju koju koriste i bez obzira na zonu pokrivanja. Takođe su predloženi finansijski i drugi podsticaji, kao i izmene regulative koje bi doprinele razvoju medija civilnog sektora, a predložena je i izrada studije o mogućnostima formiranja posebnog fonda za finansiranje medijskih sadržaja i programa medija civilnog sektora.

Međutim, da bi se implementirale planirane mere potrebno je mapiranje oblasti i prikupljanje preciznijih i sveobuhvatnijih podataka, stoga je projekat Nezavisnog društva novinara Vojvodine (NDNV) „Izazovi održivosti medija civilnog društva“ posvećen upravo analizi održivosti medija civilnog sektora u Srbiji. Cilj projekta je da se kroz analizu rada i finansiranja pet medija civilnog društva iz AP Vojvodine identifikuju izazovi i potencijalne prepreke u procesu stvaranja održivosti na medijskom tržištu Srbije. Kao studije slučaja odabrani su mediji Storiteler (Storyteller), Pančevositi (Pančevo.city), Fabrika kreativnosti, Magločistač i Agrosmart, a podaci su prikupljeni putem dubinskih intervjua sa vlasnicima i novinarima navedenih medija i analize normativnih okvira rada medija civilnog društva.

Evropski parlament je 2008. godine doneo Rezoluciju o medijima zajednice u kojoj je naglašena uloga medija zajednica (medija civilnog društva) u jačanju kulturne i jezičke raznolikosti, društvene uključenosti i lokalnog identiteta, identiteta specifičnih društvenih grupa, interkulturalnog dijaloga i tolerancije. Na tragu tih potreba ovaj projekat nudi doprinos boljem razumevanju funkcionisanja i mogućnosti održivosti medija civilnog društva.

Realizovane studije slučaja doprinose izvođenje preporuka za unapređenje normativnih okvira za rad i finansiranje medija civilnog društva u Srbiji.

## 2. ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

U okviru studije slučaja sprovedeni su dubinski intervjui sa vlasnicima ili novinarima pet medija civilnog društva: *Storiteler (Storyteller)*, *Pančevositi (Pančevo.city)*, *Fabrika kreativnosti*, *Magločistač* i *Agrosmart*.

Mediji civilnog sektora obuhvaćeni istraživanjem osnovani su u periodu od 2015. do 2020. godine. Reč je o internet portalima, pojedini su multimedijalni i sadržaj emituju u formi podkasta.

NAZIV MEDIJA	<i>Agrosmart</i>	<i>Magločistač</i>	<i>Pančevo.city</i>	<i>Storyteller</i>	<i>Fabrika kreativnosti</i>
Godina osnivanja	2015.	2015.	2017. (APR 2020.)	2018.	2020.
Vrsta medija	internet portal (podcast)	internet portal	internet portal	internet portal/ podcast	internet portal/ podcast
Broj angažovanih osoba	6	1+4 (povremeno angažovani)	12 (povremeno angažovani)	4 (tokom 2021. godine)	5

U anketiranim medijima ukupno je angažovano 32 urednika, novinara, autora ili saradnika, u proseku oko pet osoba po mediju. Jedna osoba je navela da je zaposlena na neodređeno, a svi ostali su angažovani honorarno, volontiraju ili povremeno saraduju u okviru nekih projekata. Za pet osoba je navedeno da su angažovani u okviru programa stažiranja koje realizuje Nezavisno društvo novinara Vojvodine (NDNV).

Prostor za slobodno i kritičko mišljenje, analitičko izveštavanje, nezavisno novinarstvo i kvalitetno informisanje, pre svega na lokalnom nivou, motivi su sa kojima su osnovani navedeni mediji. Jedan od razloga zašto je pokrenut dvojezični internet portal je i potreba da se ukolne barijere koje vode ka getoizaciji manjinskim medija i uopšte manjinskih zajednica

„Da manjinska zajednica i lokalna zajednice, na teritoriji gde živim i radim, dobije kredibilan medij koji objavljuje proverene činjenice i analitički i kritički promatra svakodnevnicu lokalne sredine. Važno mi je bilo da pored ovakvih “težih” tema, dodam balans u smislu tema i pristupa, da objavljujem priče koje su inspirativne, jer kako u životu, tako i u medijima, smatram da je balans ključna stvar. Tu je bio i poriv ili pozitivni izazov, da neke teme pripremam kroz multimedijalni storytelling, jer na toliko različitih načina se jedna priča može na portalu ispričati, i da je šteta da bar neke od mogućnosti ne iskoristim, kao novinarka, da zajednica ne iskusi drugačiji narativ, formu, pristup, jer verujem da uz različite teme i formate raste ne samo medij, već pre svega zajednica“.

“Motiv za osnivanje je bila činjenica da u Subotici ne postoje slobodni nezavisni mediji. Ta situacija se nije promenila ni danas, što je potvrda da smo bili u pravu. Nedostajao je jedinstven prostor za slobodno i kritičko razmišljanje. S početka su to bile razne kolumne i tekstovi, kasnije je portal postao profesionalniji i ozbiljniji. Danas nastojimo da informišemo Subotičane ali i širu javnost o dešavanjima “iza vesti”, radimo razne analize, istraživačke priče, intervjue i drugo”.

„Pokretanje sopstvenog biznisa i procena da unatoč velikom broju medija sličnih specijalizovanih za iste teme nema dovoljno onih koji ta pitanja analitički promatraju“.

„Neovisnost u izražavanju i pristupima u novinarstvu“.

„Zato što je tokom nekoliko poslednjih godina smanjen, sužen, ugušen, zatvoren, ukinut... javni, fizički, medijski, mentalni, uopšte društveni prostor u kome se mogu slobodno komentarisati pojave, procesi, događaji od kojih zavisi kvalitet života građana grada Pančeva; prostor u kome mogu cirkulisati različite ideje, vizije, ponude, rešenja o tome kako građani vide budućnost sredine u kojoj žive. Zato što su ljudi okupljeni u PST-u rešeni da taj prostor otvore, oslobode, oplemene, učine dostupnim a njegovu slobodu i autonomnost očuvaju“.

Kada je reč o definisanoj ciljnoj grupi kojoj je medij namenjen, samo jedan portal je specijalizovan u smislu da se bavi agrarnim temama i samim tim se prevashodno obraća poljoprivrednicima, predstavnicima agrobiznisa i stanovnicima ruralnih sredina.

Dvojezični portal sa jedne strane usmeren je na zajednicu Slovaka i Slovakinja, pretežno srednjih godina (između 30 i 50) koji kritički promišljaju i zainteresovani su za dešavanja u slovačkoj zajednici u Vojvodini. Sadržaj portala koji se objavljuje na jeziku većinskog stanovništva usmeren je na širu ali ipak profilisanu zajednicu visoko obrazovanih, vrednosno i aktivistički slično orijentisanih građana i građanki koji se zalažu za građansko društvo i profesionalne medije.

I ostali analizirani portali navode da je njihov medijski sadržaj namenjen obrazovanoj, informisanoj, demokratski i građanski orijentisanoj publici koja kritički promišlja društvenu stvarnost i zainteresovana je za dešavanja u lokalnoj sredini. Dva portala su precizirala da je sadržaj delom usmeren i ka mladima, bilo da je reč o projektnim aktivnostima ili zato što podkaste u najvećoj meri prate osobe od 15 do 40 godina.

Analitički i kritički sadržaj, priče i teme koje u fokus stavljaju obične građane (tople ljudske priče), autorski sadržaj koji je od interesa zajednice a ne profita, otvaranje društveno-političkih tema o kojima se generalno čuti, neke su od karakteristika koje, po mišljenju sagovornika, ove portale čine alternativnim u odnosu na dominantne medije u Republici Srbiji.

„Ljudski pristup, ljudski dodir i ljudske priče i teme, to alternativne medije razlikuje od mejstrim - zajednica u fokusu novinarske pažnje“.

“Po nastojanju da ostvari što je moguće jaču vezu sa zajednicom, te po novim formama poput podkasta, prvim i jedinim podkastom o poljoprivredi u Srbiji”.

“Trudimo se da otvaramo teme o kojima drugi mediji čute i ne pišu i postavljamo nezgodna pitanja što nije odlika novinara i medija u Subotici”.

„Cilj nam je da prvo pravimo dobar sadržaj, interesantan a u skladu sa profesionalnim normama. Mejnstrim mediji to ne rade – njima je profit na prvom mestu“.

„Razlikujemo se po tome što je 98 sadržaja originalno (vrlo retko prenosimo tuđe sadržaje, i to samo ako se odnose na pančevačke teme ili su autori Pančevci/ke); što kritički promišljamo društvenu stvarnost; što smo zaista apsolutno nezavisni i što samo od ljudi okupljenih u PST zavise uređivačka politika i koncept“.

Istraživanje pokazuje da su **finansije** najveći problem u funkcionisanju medija civilnog sektora, a usled manjka sredstava javlja se i problem nedostatka kadra. Sagovornici smatraju da se radi o nekoj vrsti “začaranog kruga”, jer zbog finansijskih poteškoća ne mogu da zaposle novinare a opet da bi se obezbedili donatori potrebno je ponuditi određen sadržaj, obezbediti interakciju sa publikom, posećenost portalu, a za konstatnu produkciju kvalitetnog sadržaja potrebni su ljudi koji će u potpunosti biti posvećeni tom poslu. Pošto je za većinu saradnika reč o honorarnim angažovanjima, oni su primorani da potraže i druga angažovanja kako bi



se egzistencionalno obezbedili, te nisu u mogućnosti da se svakodnevno i aktivno posvete novinarstvu.

U slučaju dvojezičnog portala, problem predstavlja i manji broj novinara koji poznaju jezik.

„Kadrovski problemi se ogledaju u tome što i ako bismo imali dovoljno sredstava za angažovanje novinara na celo radno vreme, izbor novinara i novinarki koji znaju slovački ili koji rade ili žele da rade na lokalnu nije prevelik. To je neki začaran krug, koji eventualno može da bude rešen kroz institucionalnu podršku donatora, kada bi se dobijena sredstva usmerila na plate, a ne na proizvodnju sadržaja. Jer tada bismo mogli redovno da pripremamo novinarske priče, da gradimo svoju zajednicu planski sa strateškim i ljudskim pristupom“.

Takođe, kao poteškoća navodi se i to što je ciljna grupa kojoj se obraćaju “mala i slabo platežna”.

“Veće donacije od velikih kompanija ili pojedinaca nisu moguće, jer bi takvi izašli na „loš glas” u aktuelnom establišmentu, pa zaziru od takvih operacija, a i ne vide svoj interes u njima. Osim toga, mi ne bismo ni primili donacije koje bi bile uslovljene bilo čime ili stižu iz spornih i problematičnih izvora ili iz moralno upitnih donatora“.

Kao najveće razlike medija civilnog sektora u odnosu na komercijalne medije, sagovornici navode model organizacije, finansijsku nestabilnost i medijski sadržaj.

	Komercijalni mediji	Mediji civilnog društva
Model medijske organizacije	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stalna redakcija (organizaciono i prostorno)</li> <li>• Utvrđeno radno vreme</li> <li>• Zaposleni i honorarno angažovani medijski radnici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepostojanje stalne redakcije (nedostatak prostora)</li> <li>• Fleksibilnije radno vreme</li> <li>• Uglavnom honorarno angažovani saradnici</li> </ul>
Finansijska stabilnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komercijalni princip</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neprofitni model</li> <li>• Nestabilne finansije</li> <li>• Inferioran položaj u odnosu na druge medije</li> </ul>
Medijski sadržaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povećan rizik od političkih i ekonomskih pritisaka</li> <li>• Uslovljenost dnevno-političkim događajima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dosledno poštovanje novinarske etike i profesionalnih standarda</li> <li>• Teme od javnog značaja</li> <li>• Usmerenost ka zajednici</li> <li>• Multimedijalnost</li> </ul>

“Što se tiče medijskog sadržaja, razlika je ogromna, jer je nama na prvom mestu novinarska etika, novinarski standardi, profesionalnost i teme od javnog značaja”.

„Mediji civilnog društva pogodniji su milje za profesionalno i odgovorno novinarstvo, sadržaj nije uslovljen i ograničen spoljašnjim uticajem“.

“Naš medij prati samo sadržaje gde postoji i neki javni interes, obične vesti ne prenosimo, ne pratimo političare na dnevnom nivou, sami određujemo koje političke događaje pratimo i na koji način, radimo intervjue, razgovore, analize, istraživanja, objavljujemo i video formate, autorske tekstove, komentare i drugo. Nemamo radno vreme, nekada radimo pre podne, nekada i posle podne, a nekada ceo dan, u zavisnosti od potreba”.



„Mediji civilnog društva više se fokusiraju na građenje zajednice i obraćanje zajednici od komercijalnih medija“.

„Nemamo klasičnu redakciju u kojoj su pojedini novinari/urednici zaduženi za pojedine oblasti, nema striktno podele zaduženja. Često se srećemo u sajber spejsu i po kafanama jer redakcija nema svoje prostorije. Što se sadržaja tiče, voleli bismo da osim kritičkih tekstova i komentara imamo daleko više istraživačkih tekstova, ali za to nemamo resursa, (vremena, novca, ne možemo da stvorimo situaciju da se novinar ili više njih mesecima bavi samo jednom temom i da za rezultat bude solidno plaćen“.

Istraživanje pokazuje da mediji civilnog sektora nisu finansijski održivi i stabilni, stoga se koriste različiti načini kako bi se situacija poboljšala i medij opstao: projektno finansiranje, crowdfunding (kraudfanding), vlasititi prihodi i ulaganja (oprema, infrastruktura), prodaja oglasnog prostora, usluge profesionalne produkcije, donacije i sponzorstva.

„Deo sredstava ulažemo iz vlastitih prihoda, deo iz crowdfunding kampanje koje se sproveo NDNV prošle godine za lokalne medije, a deo sa konkursa za sufinansiranje (ove godine toga nemamo, jer nam je projekat odbijen)“.

“Trudimo se da obezbedimo projektno finansiranje, malim delom iz donacija pojedinih privrednika, a radili smo i kraudfanding kampanju sa čitaocima”.

„Ideja je da se to radi uslugom profesionalne produkcije podkasta za druge medije, pojedince i biznise. Kao i reklame i sponzorstva, donacije na sadržajima Fabrike kreativnosti. Međutim, potrebno je još uvek izgraditi zajednicu da bi se realizovalo“.

„Za preko 97-98 odsto sadržaja autori nisu nagrađeni za rad. Kakve-takve honorare dobijaju autori priloga koji su objavljeni u okviru projekata u kojima PST učestvuje i oni su jasno označeni disklejmerima na kraju priloga...Jedini stalni prihod koji ostvarujemo u kontinuitetu, od Google adds, u iznosu od 70 evra godišnje prosečno, više je nego simboličan“.

### *Kampanje koje doprinose povećanoj vidljivosti i finansijskoj održivosti medija civilnog društva*

MEDIJI CIVILNOG DRUŠTVA	Kampanje i akcije
<b>Storyteller</b>	Program “Randevu” - uvod u niz akcija i kampanja sa ciljem povećanja vidljivosti i povezivanja sa zajednicom. Kampanja “Tačka okupljanja” koju je organizovalo Nezavisno društvo novinara Vojvodine (NDNV) 2020. godine pokazala je da je zajednica spremna da podrži, ako joj se obrazloži dobro i jasno razlog zašto se podrška traži. Efekat spomenutih akcija meri se percepcijom zajednice i inicijativom publike da se <i>Storyteller</i> predloži za nagradu.
<b>Agrosmart</b>	Nove forme koje se plasiraju preko društvenih mreža – podkast, mojo. Plasiranje plaćenog sadržaja kroz njuzleter - priprema njuzletera oduzima dosta vremena i resursa bez očekivanih rezultata.
<b>Magločistač</b>	Osmišljavaju se kratke video poruke prema publici – pozivi za donacije ili upoznavanje sa radom Na nedeljnom nivou promovišu se sadržaji na društvenim mrežama za podizanje vidljivosti određenih tema. U drugoj polovini januara 2022. godine- treća kraudfanding kampanja sa publikom, Dosadašnje dve rađene uz podršku NDNV-a se ocenjuju kao uspešne.
<b>Fabrika kreativnosti</b>	Kampanja „Tačka okupljanja” koju je organizovalo NDNV. Fabrika kreativnosti nije u mogućnosti da samostalno realizuje uspešnu kampanju.
<b>Pančevo.city</b>	Kampanja realizovana pre godinu dana sa drugim vojvođanskim medijima i u saradnji sa NDNV. Vidljivost se značajno povećava tekstovima koji su bustovani na društvenim mrežama, kada postoje sredstva u projektima za ovu namenu. Nisu samostalno organizovane kampanje za prikupljanje sredstava.

Kada je reč o participaciji građana i građanki i podršci medija civilnog sektora, sagovornici smatraju da je ona prisutnija u urbanim sredinama ali da se generalno radi o manjima grupama, te da nije dovoljno razvijena svest o potrebi podržavanja medija zajednice. U društvu su i dalje dominantni stavovi da su sadržaji na onlajn medijima besplatni i da rad novinara ne bi trebalo posebno da se vrednuje i plati. Takođe navode da mnogim građanima nije jasan koncept organizacija civilnog društva, samim tim ni uloga medija civilnog društva, stoga bi bilo nužno da se i mediji više angažuju kako bi se približili zajednici.

### 3. PRAVNI OKVIR

Mediji civilnog sektora u zakonskom smislu nisu bili prepoznati sve do 2014. godine. Usvajanjem Zakona o elektronskim medijima prepoznata je ova vrsta medija, iako se u ovom zakonu pojavljuju pod drugim nazivom – pružaoci medijske usluge civilnog sektora. U relevantnim međunarodnim dokumentima čiji su donosioci Evropski parlament i Komitet ministara Saveta Evrope za ovu vrstu medija koristi se drugi termin – mediji zajednice (community media).

Iako su mediji civilnog sektora u Republici Srbiji prepoznati samo u Zakonu u elektronskim medijima koji se odnosi na oblast pružanja audio-vizuelnih medijskih usluga, danas postoje na svim tradicionalnim platformama, a naročito su prisutni na internetskoj medijskoj platformi. Zbog toga se javlja potreba da se rad medija civilnog sektora prepozna i drugim „medijskim“ zakonima, kako bi rad medija civilnog sektora na drugim platformama bio regulisan pozitivnim zakonodavstvom.

Regulatorni okvir za medije civilnog sektora sastoji iz domaćih pravnih akata i potvrđenih međunarodnih akata. Članom 16. stav 2. Ustava Republike Srbije, predviđeno je da su opšteprihvaćena pravila međunarodnog prava i potvrđeni međunarodni ugovori sastavni deo pravnog poretka Republike Srbije i da se neposredno primenjuju.

Jedan od najvažnijih međunarodnih dokumenata koji se odnose na medije civilnog sektora je Rezolucija evropskog parlamenta o medijima civilnog sektora u Evropi od 25.9.2008. godine. Ovaj dokument je od velike važnosti i za Republiku Srbiju, s obzirom da se nalazi u procesu pridruživanja Evropskoj uniji koji podrazumeva i usklađivanje domaćeg prava sa pravom Evropske unije.

Rezolucija prepoznaje medije civilnog sektora kao efikasno sredstvo za jačanje kulturne i jezičke raznolikosti, socijalne inkluzije i lokalnog identiteta. Prepoznata je važnost medija civilnog sektora u negovanju pluralizma, tolerancije i interkulturalnog dijaloga. Prema Rezoluciji mediji civilnog sektora treba da pomažu jačanju identiteta pojedinih interesnih grupa, ali i da omoguće članovima tih grupa da se povežu sa drugim društvenim grupama. Mediji civilnog sektora treba da doprinesu interkulturalnom dijalogu na taj način što će širu javnost edukovati o borbi protiv negativnih stereotipa i ideja koje dolaze putem masovnih medija o društvenim zajednicama kojima pretili isključenje kao što su migranti, Romi, etničke ili verske manjine. Mediji civilnog sektora treba da pomognu i članovima civilnog sektora koji su u nepovoljnom položaju da postanu aktivni učesnici u važnim javnim raspravama. Oni doprinose većoj medijskoj pismenosti građana kroz njihovo direktno uključivanje u stvaranje i distribuciju medijskog sadržaja. U slučajevima kada javni servisi i komercijalni mediji nisu zainteresovani za lokalne teme, mediji civilnog sektora postaju jedini izvor lokalnih vesti i jedini glas lokalnih zajednica. Rezolucija prepoznaje finansijsku održivost kao jednu od osnovnih preduslova za ovu vrstu medije i ističe da bez odgovarajućih finansijskih sredstava ne može biti

ni kvalitetnih medija civilnog sektora, kao i da su postojeći izvori finansiranja medija civilnog sektora prilično oskudni, te prepoznaje neophodnosti dodatnog finansiranja ovih medija. Mediji civilnog sektora moraju da budu nezavisni od uticaja politike.

Rezolucija daje određene preporuke za definisanje medija civilnog sektora kao:

- Nefitnih i nezavisnih, ne samo od nacionalnih nego i od lokalnih vlasti, koji se primarno bave temama od javnog interesa služeći jasno definisanim ciljevima koji uvek uključuju interkulturalni dijalog i društvene vrednosti;
- Mediji civilnog društva treba da budu odgovorni zajednici kojoj žele da služe, što znači da je moraju obavestiti o svojim odlukama, opravdati ih ili biti kažnjeni za eventualno učinjene prekršaje;
- Moraju biti otvoreni za učešće zajednice u stvaranju sadržaja. Članovi zajednice takođe mogu učestvovati u svim aspektima rada i upravljanja, dok oni koji su zaduženi za urednički oblikovan sadržaj moraju imati profesionalni status.

Rezolucijom se daje preporuka državama da u svojim pravnim sistemima prepoznaju medije civilnog sektora kao posebnu vrstu medija, pored javnih medijskih servisa i komercijalnih medija.

Iako Republika Srbija nije članica Evropske unije, kao kandidat za članstvo, dužna je da svoje zakonodavstvo harmonizuje sa zakonodavstvom Evropske unije, te se može reći da Rezolucija evropskog parlamenta o medijima civilnog sektora u Evropi treba da bude polazna osnova za definisanje medija civilnog sektora.

Savet Evrope je prepoznao značaj medija civilnog sektora još 2009. godine kada je Komitet ministara doneo Deklaraciju o ulozi medija zajednice u promociji društvene kohezije i interkulturalnog dijaloga. Savet Evrope prepoznao je medije civilnog sektora kao „društvene ili građanske medije“, „medije trećeg sektora“ ili „manjinske medije“. Oni predstavljaju dopunu javnim medijskim servisima i komercijalnim medijima. Zbog svoje bliskosti publici, mediji civilnog sektora odražavaju različite društvene potrebe i obavljaju funkcije koje komercijalni mediji i javni medijski servisi ne mogu u potpunosti ispuniti. Mediji civilnog sektora doprinose javnoj debati, političkom pluralizmu i svesti i postojanju različitih mišljenja. Oni omogućavaju različitim društvenim grupama kao što su kulturne, jezičke, etničke verske ili druge manjine da primaju i prenose informacije. Kada su u pitanju jezičke manjine, posebno se naglašava da manjinski mediji civilnog sektora, koristeći jezik svoje publike, efikasno mogu da dopru do manjinske publike. Prepoznaje se i važnost medija civilnog sektora u razvijanju medijske pismenosti kroz direktno učešće građana u procesu kreiranja i distribucije medijskog sadržaja.

Iako ne daje definiciju medija civilnog sektora, Savet Evrope navodi zajedničke karakteristike ovih medija kao što su: nezavisnost od vlade, komercijalnih ili verskih institucija i političkih partija, neprofitan karakter, dobrovoljno učešće članova civilnog sektora u osmišljavanju i upravljanju programima, aktivnosti medija su usmerene na korist zajednice, posvećenost inkluzivnim i interkulturalnim praksama.

Zbog značaja koji mediji civilnog sektora imaju u društvu, Deklaracija daje preporuku državama članicama da ispitaju mogućnosti za opredeljivanje sredstava na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou za direktnu ili indirektnu podršku sektoru, uzimajući u obzir aspekte konkurencije.

Preporuka CM/Rec (2018)1 Komiteta ministara državama članicama o medijskom pluralizmu i transparentnosti medijskog vlasništva naglašava da nezavisni i održivi javni servisi i neprofitni mediji civilnog sektora mogu poslužiti kao protivteža povećanoj medijskoj koncentraciji. Javni medijski servisi posebno su pogodni da zadovolje potrebu za informacijama i interese svih delova sektora, kao što je to slučaj i sa medijima civilnog sektora u odnosu na svoje korisnike. Države treba da podstiču i podrže uspostavljanje i funkcionisanje manjinskih, regionalnih, lokalnih i neprofitnih medija, i da obezbede finansijske mehanizme za podsticanje njihovog razvoja. Takvi nezavisni mediji daju reč zajednicama i pojedincima na teme koje su relevantne za njihove potrebe i interese i stoga su ključni za javnu raspravu o pitanjima koja možda nisu zastupljena u *mainstream* medijima kao i za olakšavanje inkluzivnih i participativnih procesa unutar šire zajednice kao i na regionalnom i lokalnom nivou.

Kada je u pitanju unutrašnje zakonodavstvo, Zakon o javnom informisanju i medijima, kao krovni medijski zakon, ne prepoznaje medije civilnog sektora kao posebnu vrstu medija, čak ih i ne pominje.

Sa druge strane, mediji civilnog sektora definisani su u Zakonu o elektronskim medijima. Ovaj zakon, u članu 44. pored javnih medijskih servisa i komercijalnih medija, prepoznaje medije civilnog sektora kao treću vrstu pružalaca medijskih usluga i na taj način ih svrstava u zasebnu kategoriju koja je po svojoj prirodi negde između javnog medijskog servisa i komercijalnih medija. Takođe, zakon predviđa da pružaoci medijske usluge među kojima su i mediji civilnog sektora, mogu pružati medijsku uslugu na teritoriji cele Republike Srbije ili na jednom njenom delu.

Medijima civilnog sektora posvećeno je IV poglavlje Zakona o elektronskim medijima pod nazivom Audio-vizuelne medijske usluge civilnog sektora. Članom 72. propisana je svrha pružanja medijskih usluga civilnog sektora. Tako se medijske usluge civilnog sektora pružaju radi zadovoljavanja specifičnih interesa pojedinih društvenih grupa (nacionalne manjine, omladina, stari, osobe sa invaliditetom itd.) i organizacija građana, a ne radi sticanja dobiti. Ovako određena svrha pružanja medijskih usluga civilnog sektora je u skladu sa najvažnijim međunarodnim dokumentima, međutim nije potpuna. U skladu sa Deklaracijom Saveta Evrope o ulozi medija zajednice u promociji društvene kohezije i interkulturalnog dijaloga, upravo doprinos društvenoj koheziji i interkulturalnom dijalogu jeste svrha ove vrste medija, pa bi se i svrha pružanja medijskih usluga civilnog sektora proširila na taj način što bi se dodalo da se medijske usluge civilnog sektora pružaju i radi promocije društvene kohezije i inerkulturalnog dijaloga.

Kada je u pitanju svrha pružanja medijskih usluga civilnog sektora, važan segment predstavlja neprofitni karakter ovih medija. Dakle, izdavači medija civilnog sektora ne mogu biti orijentisani na sticanje dobiti što je od direktnog uticaja na krug pravnih subjekata koji mogu biti pružaoci medijskih usluga civilnog sektora.

S obzirom da su privredna društva i preduzetnici orijentisani na sticanje dobiti, oni ne mogu biti osnivači medija civilnog sektora. Zakon dalje određuje koji je to krug pružalaca medijske usluge civilnog sektora i to su: udruženja, zadužbine, fondacije, crkve i verske zajednice.

Dalje, Zakon o elektronskim medijima propisuje da medijski sadržaj koji pružaju mediji civilnog sektora mora biti u skladu sa oblašću delovanja pružaoca medijske usluge. Naime, statutom udruženja, zadužbina ili fondacija, obavezno mora biti definisana oblast ostvarivanja ciljeva i ciljevi radi kojih se osnivaju. S obzirom da mediji civilnog sektora treba da održavaju interese društvenih grupa koje su okupljene u ove organizacije radi zajedničkog ostvarivanja

ciljeva, i mediji civilnog sektora osnovani od strane ovih organizacija treba da svoj medijski sadržaj prilagode postavljenim ciljevima organizacije.

Zakon o elektronskim medijima propisuje da se medijska usluga civilnog sektora može pružati u okviru lokalne odnosno regionalne zone pokrivanja.

Na medijske usluge civilnog sektora se primenjuju i odredbe Zakona o javnim medijskim servisima koje se odnose na obaveze pružaoca medijske usluge javnog servisa u ostvarivanju opšteg interesa. U skladu sa Zakonom o javnim medijskim servisima javni interes, koji javni medijski servis ostvaruje kroz svoje programske sadržaje, je:

1. istinito, blagovremeno, potpuno, nepristrasno i profesionalno informisanje građana i omogućavanje slobodnog formiranja i izražavanja mišljenja slušalaca i gledalaca na teritoriji Republike Srbije, autonomne pokrajine i lokalne samouprave;
2. poštovanje i predstavljanje osnovnih ljudskih prava i sloboda, demokratskih vrednosti i institucija i unapređivanje kulture javnog dijaloga;
3. poštovanje privatnosti, dostojanstva, ugleda, časti i drugih osnovnih prava i sloboda čoveka;
4. poštovanje i podsticanje pluralizma političkih, verskih i drugih ideja i omogućavanje javnosti da bude upoznata sa tim idejama, ne služeći interesima pojedinih političkih stranaka i verskih zajednica, kao ni bilo kom drugom pojedinačnom političkom, ekonomskom, verskom i sličnom stanovištu ili interesu;
5. zadovoljavanje potreba u informisanju svih delova sektora bez diskriminacije, vodeći računa naročito o društveno osetljivim grupama kao što su deca, omladina i stari, manjinske grupe, osobe sa invaliditetom, socijalno i zdravstveno ugroženi i dr.;
6. zadovoljavanje potreba građana za programskim sadržajima koji obezbeđuju očuvanje i izražavanje kulturnog identiteta kako srpskog naroda tako i nacionalnih manjina, vodeći računa da nacionalne manjine prate određene programske celine i na svom maternjem jeziku i pismu;
7. nepristrasno obrađivanje političkih, istorijskih, privrednih, socijalnih, zdravstvenih, kulturnih, obrazovnih, naučnih, ekoloških i drugih pitanja, omogućavajući ravnopravno sučeljavanje različiih stanovišta;
8. besplatno i jednako predstavljanje političkih stranaka, koalicija i kandidata koji imaju potvrđene izborne liste za republičke, pokrajinske ili lokalne izbore, u vreme predizborne kampanje;
9. afirmisanje nacionalnih kulturnih vrednosti srpskog naroda i nacionalnih manjina koji žive u Republici Srbiji, kao i zbližavanja i prožimanja njihovih kultura;
10. razvoj medijske pismenosti stanovništva;
11. proizvodnja domaćeg dokumentarnog i igranog programa;
12. blagovremeno obaveštavanje o aktuelnim zbivanjima u svetu i o naučnim, kulturnim i ostalim civilizacijskim dostignućima;
13. unapređivanje opšteg obrazovanja, zdravstvenog obrazovanja i obrazovanja u vezi sa zaštitom životne sredine;
14. razvijanje kulture i umetničkog stvaralaštva;

15. negovanje humanih, moralnih, umetničkih i kreativnih vrednosti;
16. zadovoljavanje zabavnih, rekreativnih, sportskih i drugih potreba građana;
17. informisanje naših građana u inostranstvu, kao i pripadnika srpskog narod koji živi van teritorije Republike Srbije;
18. predstavljanje kulturnog nasleđa i umetničkog stvaralaštva u zemlji i inostranstvu;
19. informisanje inostrane javnosti o događajima i pojavama u Republici Srbiji.

Prema tome, mediji civilnog sektora dužni su da, kao i javni medijski servisi, svoj medijski sadržaj prilagode gore navedenom javnom interesu.

Pružaoци medijske usluge civilnog sektora oslobođeni su plaćanja naknade za izdavanje dozvole za pružanje usluge i naknade za pružanje medijske usluge u skladu sa propisima o dodeli državne pomoći.

Na kraju, Zakon o elektronskim medijima propisuje izvore finansiranja medija civilnog sektora, a to su: javna sredstva namenjena projektnom sufinansiranju, donacije, prilozima građana, sponzorstva i drugi izvori prihoda, u skladu sa posebnim zakonom.

Zakon o oglašavanju takođe pominje medije civilnog sektora, i to u delu kojim se propisuje trajanje TV oglašavanja i TV prodaje. Tako je članom 35. stav 2. ovog zakona propisano da u okviru jednog punog sata emitovanog programa ustanove javnog medijskog servisa i pružaoца medijske usluge civilnog sektora, TV oglašavanje i TV prodaja ne mogu zauzimati više od 10% vremena.

U skladu sa tarifama SOKOJ-a i OFPS-a, elektronski mediji civilnog sektora plaćaju minimalnu naknadu koja se utvrđuje u iznosu od 50% od minimalne naknade.

Dakle, može se zaključiti da su pozitivnim zakonodavstvom u Republici Srbiji prepoznati jedino elektronski mediji civilnog sektora, dok štampani i online mediji civilnog sektora i dalje nisu prepoznati. To međutim ne znači da online i štampani mediji civilnog sektora ne postoje, odnosno da njihovo osnivanje nije moguće. Štampani i online mediji civilnog sektora postoje, a na njih se primenjuju opšte odredbe koje se primenjuju i na sve druge vrste medija, a propisane su Zakonom o javnom informisanju i medijima.

Mediji civilnog sektora mogu da se pojavljuju na svim tradicionalnim medijskim platformama. Ekspanzija interneta dovela je do toga da su mediji civilnog sektora najviše zastupljeni upravo na toj medijskoj platformi. Zbog toga postoji naročita potreba da se mediji civilnog sektora prepoznaju u Zakonu o javnom informisanju i medijima kao krovnom medijskom zakonu. Pored toga, zakonsko prepoznavanje medija civilnog sektora bez obzira na platformu koju koriste, predstavlja preduslov za uvođenje bilo kakvih olakšica i podsticaja za ove medije.



## 4. ANALIZA POTENCIJALNIH IZVORA FINANSIRANJA MEDIJA CIVILNOG SEKTORA

Na ovom mestu, sa pravnog aspekta, biće analizirani potencijalni izvori finansiranja medija civilnog sektora.

### Posebni programi za finansiranje medija civilnog sektora:

Zakon o javnom informisanju i medijima predviđa raspisivanje konkursa za projekte za proizvodnju medijskog sadržaja podjednako za sve medije. Izmenama Zakona o javnom informisanju i medijima, mogli bi se propisati posebni konkursi za proizvodnju medijskog sadržaja koji bi bili namenjeni isključivo medijima civilnog sektora.

### Donacije:

U skladu sa Zakonom o porezu na dobit pravnih lica, poreskom obvezniku koji je donator sredstava, ovi rashodi se priznaju u poreskom bilansu ukoliko učinjeni za određene svrhe, kao što su naučne ili obrazovane. Davanja medijima civilnog sektora trenutno nisu prepoznata kao svrha za koju se rashodi računaju u poreskom bilansu. Zbog toga bi izmenama Zakona o porezu na dobit pravnih lica trebalo predvideti i davanja medijima civilnog sektora kao osnov da se iznos donacije uračuna u poreski bilans.

Takođe, Zakonom o porezima na imovinu propisano je da se porez na poklon plaća na novac koji je primljen na poklon. Međutim, ovaj porez na poklon se ne plaća ukoliko je u jednoj kalendarskoj godini od istog lica dobijen iznos od 100.000,00 dinara. Na iznos koji prelazi 100.000,00 dinara plaća se porez u visini 2,5%. Izmenama ovog zakona bilo bi moguće smanjiti poresku stopu na 1,5% koja se plaća na poklon novca preko 100.000,00 dinara, ukoliko je poklon novca učinjen izdavaču medija civilnog sektora.

Istim zakonom propisano je da udruženje, fondacija i zadužbina ne plaćaju porez na poklon ukoliko su osnovani radi ostvarivanja opštekorisnog cilja, a poklonjena imovina služi isključivo za namene za koje je ta fondacija, zadužbina, odnosno udruženje osnovano. Kako bi se proizvodnja medijskog sadržaja od strane medija civilnog sektora mogla svrstati u opštekorisne ciljeve, neophodno je razvoj medija civilnog sektora prepoznati kao javni interes u oblasti javnog informisanja.

### Indirketne subvencije

Mediji civilnog sektora imaju problem sa zapošljavanjem mladih novinara. Zbog toga bi se mogla predvideti **subvencije za zapošljavanje mladih novinara**. Na ovaj način bi izdavači medija civilnog sektora, u određenom vremenskom period, bili oslobođeni plaćanja poreza i doprinosa za novozaposlene mlade novinare kojima je to prvo zaposlenje.

Takođe, moguće je razmotriti i mogućnost **oslobođenja od plaćanja pdv-a na promet dobara namenjenim za rad medija civilnog sektora**. Na ovaj način bi se izdavačima medija civilnog sektora omogućila lakša nabavka opreme za rad ovih medija, čime bi se doprinelo povećanju kvaliteta medijskog sadržaja ovih medija.

Olakšice koje trenutno postoje za iskorišćavanje predmeta autorskog i srodnih prava, a koje postoje za elektronske medije civilnog sektora, moguće je proširiti na sve medije civilnog sektora, bez obzira na platformu koju koriste.



## **5. PREPORUKE ZA POBOLJŠANJE ODRŽIVOSTI I VEĆU PREPOZNATLJIVOST MEDIJA CIVILNOG DRUŠTVA**

- Nediskriminatoran postupak u procesu projektnog finansiranja
- Nepriistrasan rad stručnih komisija koje odlučuju o raspodeli sredstava u okviru projektnog finansiranja
- Veći angažman medija, povezivanje i interakcija sa građanima radi zajedničkog delovanja u cilju rešavanja problema zajednice, unapredio društveni milje i zadovoljio javni interes.
- Bolja informisanost medija civilnog društva sa zakonskim okvirom, mogućim izvorima finansiranja i mogućnostima za unapređenje poslovanja.
- Partnerstvo sa drugim većim nezavisnim medijima zbog razmene sadržaja i drugih oblika saradnje.
- Uspostavljanje krovne organizacija za lokalne medije koji poštuju kodeks i novinarsku etiku koja bi aplicirala za velike grantove
- Učinkovitije angažovanje medija civilnog sektora na povećanju prepoznatljivosti
- Senzibilizacija publike i afirmacija vrednosti građanskog društva
- Povezivanje aktivista organizacija civilnog društva, izdavača medija i samih novinara
- Povećanje svesti o važnosti suštinskog doprinosa društvenim promenama
- Decentralizacija novinarske profesije i posvećivanje veće pažnje redakcijama u manjim sredinama
- Pojačana pažnja, pomoć, osnaživanje, podrška, materijalna i moralna, saradnja, saveti, realizacija zajedničkih projekata, osvajanje tržišta, obuke, jačanje bezbednosti novinara, suzbijanje lažnih vesti i neprofesionalnih sadržaja, širenje medijske pismenosti

## LITERATURA

Drašković, Brankica, Kleut, Jelena (2016). Mediji civilnog društva kao neiskorišćena šansa za transformaciju lokalnih medija u Srbiji; perspektiva medijskih poslenika. *Mediji i javni interes* (ur. Car, Viktorija, Matović, Marijana, Turčilo, Lejla). Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 37-53

Habermas, Jurgen (1992). Further Reflections on the Public Sphere. *Habermas and the Public Sphere* (ed Calhoun, Craig. Cambridge: MIT Press, 421-461.

Popović, Helena (2016). Mediji trećeg sektora: konceptualizacija I društveni kontekst njihovog djelovanja. *Mediji i javni interes* (ur. Car, Viktorija, Matović, Marijana, Turčilo, Lejla). Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 19-37.

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. Službeni glasnik RS, broj 11/20.

CIP - Каталогизација у публикацији  
Библиотеке Магице српске, Нови Сад

316.774:502.131.1(0.034.2)

659.3:502.131.1(0.034.2)

МИЛИНКОВ, Смиљана, 1976-

Izazovi održivosti medija civilnog društva [Elektronski izvor] : istraživanje i analiza /  
[Smiljana Milinkov, Veljko Milić]. - Novi Sad : Nezavisno društvo novinara Vojvodine, 2022

Опис заснован на стању на дан 19.1.2022. - Насл. с насловног екрана.

ISBN 978-86-88303-32-3

1. Милић, Вељко [autor]

а) Медији -- Одрживи развој б) Средства јавног информисања -- Одрживи развој

COBISS.SR-ID 56221193

