

# **JAVNI LOKALNI MEDIJI IZMEĐU JAVNOG INTERESA I FINANSIJSKE OVISNOSTI**

Uredile Sanela Hodžić i Anida Sokol



---

Sarajevo, 2018

*Izdavač:* Mediacentar  
*Godina izdanja:* 2018.  
*Adresa izdavača:* Koševo 26, 71000 Sarajevo  
*Za izdavača:* Maida Muminović  
*Urednice:* Sanela Hodžić i Anida Sokol  
*Autori:* Amir Purić, Jasna Kovo, Bojana Vukojević i Maida Salkanović  
*Lektura:* Kenan Efendić  
*Dizajn i DTP:* Samira Salihbegović  
*Tiraž:* 60  
*Štampa:* Kovertelux

CIP - Katalogizacija u publikaciji  
Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine, Sarajevo

316.744/.776:352.07(497.6)(082)

JAVNI lokalni mediji između javnog interesa i finansijske ovisnosti / [Amir Purić ... [et al.] ; uredile Sanela Hodžić, Anida Sokol. - Sarajevo : Mediacentar, 2018. - 212 str. ; 17 x 17 cm

O urednicama i autorima: str. 211-212. - Bibliografija uz svaki rad.

ISBN 978-9958-584-21-3

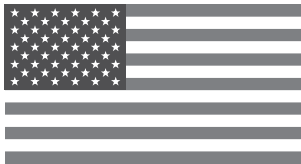
I. Purić, Amir

COBISS.BH-ID 26706182

# SADRŽAJ

<b>PREDGOVOR</b>	<b>5</b>
Amir Purić	
<b>NA RUBU EGZISTENCIJE: SLABO MARKETINŠKO TRŽIŠTE I POLITIČKI PRITISCI</b>	<b>11</b>
Jasna Kovo	
<b>POLITIČKA KONTROLA I SLABA REGULACIJA IMENOVANJA UPRAVLJAČKIH STRUKTURA I UREDNIKA</b>	<b>57</b>
Bojana Vukojević	
<b>SADRŽAJI OD ZNAČAJA ZA LOKALNE ZAJEDNICE: SLABI PROGRAMSKI ZAHTJEVI I UPITAN UDIO U PROGRAMIMA LOKALNIH EMITERA</b>	<b>115</b>
Maida Salkanović	
<b>KOMUNIKACIJA SA LOKALNOM ZAJEDNICOM: NEDOVOLJNO ISKORIŠTENI POTENCIJALI ZA INTERAKCIJU</b>	<b>159</b>
Aneks 1	
<b>UPITNIK ZA JAVNE LOKALNE MEDIJE</b>	<b>195</b>
Aneks 2	
<b>LISTA MEDIJA KOJI SU UČESTVOVALI U ISPUNJAVANJU UPITNIKA O UREDNICAMA I AUTORIMA</b>	<b>207</b>
	<b>211</b>

Gift of the United States Government



**UNITED STATES EMBASSY  
BOSNIA AND HERZEGOVINA**

Objavlјivanje ove publikacije je finansirano grantom Ministarstva vanjskih poslova Sjedinjenih Ameriĉkih Drţava (Department of State).

Mišljenja, nalazi i zakljuĉci koji su ovdje navedeni pripadaju autorima i ne odraţavaju nuţno mišljenja, nalaze i zakljuĉke

Ministarstva vanjskih poslova Sjedinjenih Ameriĉkih Drţava.



# **PREDGOVOR**

*Anida Sokol i Sanela Hodžić*

## Predgovor

Javni lokalni mediji čine značajan dio medijske scene u BiH. Pod javnim lokalnim medijima u ovoj publikaciji podrazumijevamo sve općinske, gradske i kantonalne radijske i televizijske emitere koji se najvećim dijelom finansiraju iz lokalnih javnih budžeta. Danas u BiH postoji ukupno 81 takav emiter, tj. 12 televizijskih emitera, 62 radijska emitera i 7 televizijskih emitera koji se emitiraju putem drugih elektronskih komunikacijskih mreža.<sup>1</sup>

Javni mediji lokalnog karaktera predstavljaju veliki potencijal za razvoj demokratskih procesa na lokalnom nivou. Oni mogu doprinijeti većoj transparentnosti rada lokalnih vlasti, informirati građane o političkim odlukama i problemima s kojima se susreću lokalne zajednice, te ih podstaknuti da učestvuju u političkom procesu odlučivanja na lokalnom nivou. Javni lokalni mediji također bi trebali da nude prostor građanima da iskažu svoje probleme i mišljenja te da dobiju informacije od lokalnog značaja koji nisu dostupne putem većih i/ili komercijalnih medija. Međutim, umjesto da pogoduju razvoju ovih potencijala, aktuelne politike i prakse javne medije stavljaju u položaj servilnosti prema lokalnim samoupravama, čime se narušava njihova autonomija i demokratski procesi na lokalnom nivou.

Ova publikacija je nastala iz potrebe da se ponude istraživačke analize i preporuke za poboljšanje politika i praksi koje se odnose na status, finansiranje, strateško programiranje i participativne komunikacije javnih lokalnih medija u BiH. Publikacija je dio programa „Lokalni mediji između javnog interesa i finansijske ovisnosti“, koji je podržan sredstvima granta Ambasade Sjedinjenih Američkih Država u Sarajevu. Program je dodatno omogućio razvoj kapaciteta za istraživanja u ovoj oblasti, kroz selekciju, radionicu i međusobnu saradnju četiri istraživača odabrana putem konkursne procedure. U novembru 2017.

1 Istraživanje nije uključivalo druge vrste medija finansiranih iz budžeta lokalnih i kantonalnih vlasti, poput biltena i općinskih/kantonalnih web-stranica.

godine održana je dvodnevna radionica za istraživače, koja je, s obzirom na različite stručne kompetencije i iskustva istraživača (biografije dostupne na kraju publikacije), uključivala upoznavanje sa medijskim okruženjem i funkcioniranjem medija u BiH, osvrt na istraživačke metode i tehnike te upoznavanje s konceptom istraživanja politika (*policy research*). Tokom osmomjesečnog istraživanja autori-istraživači su uradili sekundarno istraživanje i poslali jedinstveni upitnik svim javnim općinskim, gradskim i kantonalnim emiterima u BiH (njih 81), te dodatno obavili analizu dokumenata poput zakona i podzakonskih akata, budžeta, finansijskih i programskih izvještaja, statuta, oglasa, internih dokumenata, analizu malog uzorka informativnih emisija, te svih web-stranica javnih lokalnih medija kao i njihovih naloga na društvenim mrežama, te obavili intervjuje sa medijskim ekspertima, novinarima i urednicima. Činjenica da je od 81 javnog lokalnog emitera odgovore na upitnik dostavilo samo 14 medija govori da javni lokalni mediji nisu spremni da učestvuju u ovakvim i sličnim istraživanjima. Mediji su na naš upit dostavili svega četiri finansijska izvještaja i šest izvještaja o radu i poslovanju javnih lokalnih medija, što govori da javni lokalni mediji još uvijek ne prihvataju obavezu da kao javna preduzeća i ustanove budu otvoreni prema javnosti. Dio razloga je moguće tražiti i u hroničnom nedostatku kadra u javnim medijima.<sup>2</sup> Sve je ovo otežalo proces dolaska do sveobuhvatnih podataka i njihove analize.

Publikacija pred vama sastoji se od četiri izvještaja koja se bave pitanjima čije unapređenje je neophodno kako bi se poboljšali status i uloga javnih lokalnih medija u BiH: finansiranje javnih lokalnih medija, politički pritisci i imenovanja upravljačkih struktura i urednika, programi javnih lokalnih medija i njihova komunikacija sa zajednicom.

U prvom izvještaju, *Na rubu egzistencije: Slabo marketinško tržište i politički pritisci*, autor Amir Purić analizira strukturu prihoda javnih medija, odnos između prihoda i stvarnih potreba, zloupotrebe procedura finansiranja, praćenje legitimnosti tih procedura, te ukazuje

---

2 Upitnik je dostupan na kraju ove publikacije.

na moguće alternativne modele finansiranja. Njegovo istraživanje pokazalo je da i do 93 posto sredstava za rad javni lokalni mediji dobijaju kroz direktno finansiranje iz javnih budžeta i da ovakav način finansiranja, koji je uspostavljen bez jasnih i preciznih kriterija, ostavlja prostor za proizvoljnost i zloupotrebe. Iako značajna, ova sredstva su nedostatna za pokrivanje osnovnih troškova medija. Nezainteresiranost globalnih oglašivača i većih kompanija iz BiH da se oglašavaju na javnim lokalnim medijima i uspon internetskih platformi također su neki od faktora koji doprinose teškoj finansijskoj situaciji javnih lokalnih medija.

Drugi izvještaj, *Politička kontrola i slaba regulacija imenovanja upravljačkih struktura*, autorice Jasne Kovo se bavi transparentnošću postupaka imenovanja i smjenjivanja upravljačkih organa u javnim lokalnim medijima i direktnim i indirektnim utjecajima na imenovanja direktora i glavnih i odgovornih urednika. Istraživanje je pokazalo da mediji imaju različite prakse u postupcima imenovanja upravljačkih struktura, da koriste različite kriterije pri odabiru kadra i da se imenovanja na direktorska i urednička mjesta koriste u svrhu instrumentalizacije za političke ciljeve. Dodatni problemi koje autorica prepoznaje su hronični nedostatak kadra uslijed loših finansijskih prilika, manjak garancije autonomije novinara i njihovo slabo kolektivno organizovanje.

U trećem izvještaju, *Sadržaji od značaja za lokalne zajednice: Slabi programski zahtjevi i upitan udio u programima lokalnih emitera*, autorica Bojana Vukojević je na osnovu analize četiri programske šeme i manjeg uzorka informativnih sadržaja pokazala da ni na koji način nije osigurano da ovi mediji supstancijalno pokrivaju teme od značaja za lokalnu zajednicu. Autorica zaključuje da javni interes nije precizno definisan na nivou medijskih politika u BiH, da programske šeme ne odražavaju jasno tu funkciju, da je način utvrđivanja programskih šema proizvoljan i ne uključuje angažman uredničkih vijeća, tijela koja bi, prema propisima Regulatorne agencije za komunikacije, trebalo da predstavljaju lokalnu zajednicu.



Izvještaj *Komunikacija sa lokalnom zajednicom: Nedovoljno iskorišteni potencijali za interakciju* autorice Maide Salkanović fokusiran je na komunikaciju javnih lokalnih medija sa lokalnim zajednicama i na način na koji ovi mediji koriste internet i društvene mreže u te svrhe. Autorica zaključuje da većina javnih lokalnih medija ima određeno prisustvo na internetu, ali da je korištenje potencijala za komunikaciju na internetskim platformama ograničeno, te da, između ostalog, na web-stranicama i društvenim mrežama često nedostaju podaci o odgovornom osoblju, kontakt-informacije i informacije o žalbenim procedurama. Saradnja sa predstavnicima mjesne zajednice i, u perspektivi, sa medijima zajednice (za čije djelovanje treba razvijati poticajnije politike), navode se kao neke od postojećih ili mogućih praksi za unapređenje interakcije sa zajednicom i pluralizma medijskih sadržaja.

Istraživački radovi u ovoj publikaciji dokazuju da se lokalni javni mediji u BiH nalaze u veoma teškoj finansijskoj situaciji i da su njihova autonomija i javni interes u njihovom djelovanju ugroženi. Iako se očekivalo da će regulacija sektora emitiranja, kojom rukovodi Regulatorna agencija za komunikacije, i tržišna dinamika doprinijeti smanjenju broja javnih lokalnih emitera te da će se medijske politike razvijati u pravcu poboljšanja statusa i neovisnosti javnih lokalnih medija, broj i uloga javnih lokalnih medija u BiH se nisu znatno promijenili preko 25 godina. Javni lokalni mediji su i dalje u rukama lokalnih vlasti, koji kroz obrasce finansiranja i imenovanja rukovodećih struktura utiču na uređivačke politike i time sprečavaju lokalne javne medije da služe javnom interesu. Državni i lokalni organi vlasti do sada se nisu ozbiljno bavili razvojem politika za javne lokalne medije. Iako je prije deset godina Vijeće ministara BiH u *Politici sektora emitiranja* odlučilo da će potaknuti osnivače, entitetske vlade i direkcije za privatizaciju da sačine programe i utvrde modele privatizacije javnih RTV-stanica koje se finansiraju iz javnih fondova, do sada ništa nije urađeno na tom polju. U međuvremenu su se tržišne prilike znatno promijenile i zbog toga je neophodno napraviti novi plan kako bi se riješili status, finansijska održivost i neovisnost javnih lokalnih medija. Preporuke za moguća rješenja se nalaze na kraju svakog izvještaja u ovoj publikaciji.

Mediacentar Sarajevo se zahvaljuje svim lokalnim medijima, ekspertima, urednicima i novinarima koji su učestvovali u istraživanju, autorima-istraživačima, koji su istražili i napisali istraživačke izvještaje o javnim lokalnim medijima, predavačima, koji su učestvovali na radionici i Ambasadi Sjedinjenih Američkih Država u BiH, koja je podržala ovaj program i prepoznala značaj lokalnih javnih medija za lokalnu demokratiju. Nadamo se da će ovo istraživanje i preporuke u njemu doprinijeti da se lokalni javni mediji stave na državnu političku agendu i da se potaknu politike koje će dati adekvatna rješenja.

*Anida Sokol i Sanela Hodžić*

**NA RUBU EGZISTENCIJE:  
SLABO MARKETINŠKO TRŽIŠTE  
I POLITIČKI PRITISCI**

*Amir Purić*

11

## I. Sažetak

Javni lokalni mediji u Bosni i Hercegovini u potpunosti ovise o finansiranju iz javnih budžeta, pri čemu se postavlja pitanje na osnovu kojih kriterija se ta sredstva dodjeljuju i u kojoj mjeri takvo finansiranje garantira adekvatno ispunjavanje funkcije javnog interesa medija. U ovom izvještaju je analizirana struktura prihoda javnih medija, odnos između prihoda i stvarnih potreba, zloupotrebe procedura finansiranja, praćenje legitimnosti tih procedura, te je ukazano na moguće alternativne modele finansiranja, pri čemu se nastojalo odgovoriti na glavna istraživačka pitanja: u kojoj mjeri postojeći obrasci finansiranja javnih lokalnih medija omogućavaju njihovo kvalitetno djelovanje i neovisnost, te na koji način unaprijediti politike i prakse u tom pogledu.

Rezultati istraživanja pokazuju da javni mediji u BiH i do 93 posto sredstava za rad dobijaju kroz direktno finansiranje iz općinskih, gradskih i kantonalnih budžeta. Nepostojanje jasnih kriterija za određivanje visine i svrhe direktnog finansiranja medija ostavlja prostor za proizvoljnost i zloupotrebe prilikom donošenja odluka o dodjeli tih sredstava kao i za politička uslovljavanja. Najvažnije preporuke za unapređenje postojećih obrazaca finansiranja javnih lokalnih medija su: (1) uvođenje prakse proaktivnog objavljivanja godišnjih finansijskih izvještaja/planova kao i izvještaja/planova o radu i poslovanju na web-stranicama medija, čime će mediji ispuniti svoju zakonsku obavezu o javnosti rada ali i osnažiti svoj kredibilitet kod građana koji u konačnici i plaćaju njihov rad; (2) razmatranje statusa javnih lokalnih medija, uključujući i mogućnost njihove privatizacije i transformacije u medije zajednice; (3) uvođenje alternativnih izvora finansiranja medija kroz za to posebno uspostavljene fondove, pri čemu bi transparentnost poslovanja i vršenje funkcije javnog interesa medija bili nezaobilazni uvjeti za dobivanje sredstava; (4) uvođenje višegodišnjeg modela finansiranja ovih medija kako bi se spriječilo njihovo finansijsko uslovljavanje od strane političkih tijela; (5) osnivanje nezavisnih ekspertskih tijela koja bi donosila odluke i kriterije o direktnom finansiranju medija iz javnih budžeta; (6) razvijanje proaktivnog i zajedničkog pristupa marketinškom djelovanju ovih medija, s ciljem povećanja prihoda od oglašivača, prodaje usluga, donacija građana i drugih obrazaca finansiranja.

## 2. Uvod

Ovaj izvještaj se fokusira na obrasce finansiranja 81 javnog radio i televizijskog emitera čiji su osnivači i primarni izvori prihoda gradovi, općine i kantoni u Bosni i Hercegovini. Postoji više obrazaca finansiranja medija iz budžeta organa vlasti i oni se „prvenstveno dijele na državnu pomoć, u koju spadaju razne vrste transfera, subvencija i grantova, te na javne nabavke, kojima podliježu komercijalni ugovori za promociju i oglašavanje, te sredstva koja se izdvajaju za pretplatu i kupovinu medijskih sadržaja“ (Sokol 2017c: 4). Mada se u strukturi prihoda javnih lokalnih medija mogu naći i sredstva iz drugih obrazaca finansiranja, prevladavajući je model direktnog sufinansiranja iz budžeta lokalnih i kantonalnih vlasti na osnovu osnivačkih akata. Kroz ovaj obrazac direktnog finansiranja, kako pokazuje ova analiza, lokalni javni mediji dobijaju i do 93 posto svojih godišnjih sredstava.

Ovaj izvještaj sadrži osvrt na strukturu prihoda, odnos između prihoda i stvarnih potreba, moguće zloupotrebe procedura finansiranja, praćenje legitimnosti tih procedura, te na moguće alternativne modele finansiranja. Pritom se razmatra pitanje u kojoj mjeri postojeći obrasci finansiranja medija omogućavaju kvalitetno djelovanje i neovisnost, te na koji način unaprijediti politike i prakse u tom pogledu? Do rezultata koji su prezentirani u izvještaju došli smo analizom podataka prikupljenih iz: 14 dobivenih odgovora na upitnik koji je poslan svim lokalnim javnim medijima, 24 budžeta općina/gradova u BiH (po 12 općina/gradova iz oba entiteta) i 5 budžeta kantona u FBiH, četiri finansijska izvještaja i šest izvještaja o radu i poslovanju lokalnih medija, pet *in vivo* intervjua i pisane prepiske sa sedam eksperata u oblasti medija i finansija, novinara i direktora, te na osnovu pregleda sekundarnih izvora. Kroz ovaj izvještaj nastojimo identificirati konkretne nedostatke u trenutnim modelima finansiranja javnih lokalnih medija i ponuditi preporuke za njihovo unapređenje.

### 3. Poslovanje lokalnih medija daleko od transparentnosti

Javni lokalni mediji u Bosni i Hercegovini ne objavljuju proaktivno na vlastitim web-stranicama ili na neki drugi način dokumente o svom finansijskom poslovanju, kako im je to propisano entitetskim zakonima o javnim preduzećima.<sup>1</sup> Izvan obuhvata ovih zakona su oni mediji koji posluju u sklopu lokalnih javnih ustanova (ukupno 17 javnih lokalnih emitera), a koje podliježu državnom i kantonalnim/županijskim zakonima ili uredbama o ustanovama.<sup>2</sup> Za razliku od entitetskih zakona o javnim preduzećima, ovi zakoni sadrže opće odredbe o javnosti rada i nadzora nad poslovanjem javnih ustanova, ali ne i eksplicitne propise o proaktivnom objavljivanju finansijskih dokumenata. Ranija istraživanja su pokazala da javni lokalni mediji izvještaje o radu i poslovanju dostavljaju svojim osnivačima, kantonalnim/općinskim/gradskim skupštinama, te da smatraju da je to dovoljno kako bi bila osigurana njihova transparentnost (Medić i Sokol 2017). Ipak, ti dokumenti su najčešće nedostupni javnosti, te ih je teško dobiti i uz pomoć zahtjeva u skladu sa zakonom o slobodi pristupa informacijama.

Činjenica da je od 81 lokalnog emitera, na čije adrese smo poslali upitnik, tek njih 14 poslalo odgovore, a njih devet finansijske ili izvještaje o radu i poslovanju, pokazuje da javni lokalni mediji u Bosni i Hercegovini u svom poslovanju ne daju prioritet transparentnosti i odgovornosti prema javnosti. Međutim, potrebno je napomenuti kako je upitnik bio relativno složen i obiman, te smo iz nekoliko medija dobili odgovore kako na njega ne mogu odgovoriti zbog manjka ljudskih kapaciteta.

U budžetima općina/gradova/kantona novčana sredstva namijenjena medijima pod različitim su kontnim planovima, ovisno o statusu medija (javno preduzeće ili medij koji djeluje u

---

1 Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o javnim preduzećima u Federaciji Bosne i Hercegovine (član 2, t. 3) i Zakon o javnim preduzećima Republike Srpske (član 2, t. 3).

2 U kantonima u kojima nije donijet zakon ili uredba o ustanovama, primjenjuje se državni Zakon o ustanovama. Takav slučaj je, primjerice, sa Unsko-sanskim kantonom.

sklopu javne ustanove) i ovisno o tome u kojem entitetu djeluju (Republika Srpska i Federacija BiH imaju različite kontne planove). Najčešće se tretiraju kao grantovi ili transferi javnim preduzećima, te su ove budžetske stavke opisane kao: sufinansiranje rada javnih preduzeća ili subvencije javnim preduzećima, grantovi za javna preduzeća ili tekuća sredstva za informisanje, a ponekad i jednostavno kao pomoć<sup>3</sup> ili finansiranje dijela proizvodnje i emitiranja programa.<sup>4</sup> Neujednačeno označavanje sredstava namijenjenih medijima, kao i česte zbirne budžetske stavke iz kojih nije moguće odrediti krajnjeg korisnika, značajno usložnjavaju prikupljanje i analiziranje sredstava koja se iz javnih budžeta izdvajaju za lokalne medije.

Odgovornost za neobjavljivanje finansijskih izvještaja nije samo na medijima već i na Regulatornoj agenciji za komunikacije (RAK), kojoj mediji imaju obavezu dostavljati ove dokumente i to najkasnije do 31. marta tekuće godine za svaku prethodnu godinu (Pravilo 76/2015, član 30 i Pravilo 77/2015, član 31). Bez obzira na to, većina javnih medija finansijske izvještaje ne dostavljaju ni RAK-u niti na zahtjev za pristup informacijama.<sup>5</sup> RAK do sada nije insistirao na dostavljanju finansijskih izvještaja jer, kako kažu, Agencija nema ni nadležnosti ni kapacitete da ocjenjuje ili analizira ove izvještaje. Iako ima ovlasti za izricanje sankcija medijima za nedostavljanje izvještaja (Pravilo 76/2015, član 37 i Pravilo 77/2015, član 39), RAK do sada to nije činio jer u Agenciji smatraju da su podaci o radu medija javni i da svi mogu da ih traže.<sup>6</sup> Da RAK ipak može prikupiti podatke o finansiranju medija pokazuje i slučaj iz 2013. godine,

3 Npr. "Pomoć ODJP 'Radio Gradiška'" (Budžet Općine Gradiška za 2017. godinu).

4 Npr. Izdvajanja za RTV Zenica u budžetu Grada Zenice za 2017. godinu.

5 Ilustrativan je podatak da su u periodu od 2011. do 2017. godine samo dva od 74 javna medija dostavili sve finansijske izvještaje RAK-u, 24 medija su dostavili samo po jedan izvještaj, dok pet medija nije dostavilo niti jedan. Ostali javni mediji dostavljali su povremene, nepotpune i nepregledne finansijske izvještaje, a skoro nijedan mediji nije imao objavljene finansijske izvještaje o radu na svojoj web-stranici. Izvor: Azra Omerović, novinarka Žurnal.info i CRMA, pisana prepiska, 5. 3. 2018. Vidjeti i: Omerović 2017.

6 Izvor: Helena Mandić, pomoćnica direktora za emitiranje, Regulatorna agencija za komunikacije BiH, pisana prepiska, 6. 6. 2018.

kada je ova agencija izradila analizu tržišta emitiranja s podacima o poslovanju većine javnih i privatnih televizijskih stanica u BiH.<sup>7</sup> Mogućnosti i ovlasti koje ima državna Regulatorna agencija za komunikacije stoga ne treba zanemariti pri kreiranju mjera koje imaju za cilj poboljšanje transparentnosti finansijskog poslovanja javnih lokalnih medija. Također, ne treba zanemariti ni mogućnost da osnivači javnih medija, tj. općinska vijeća ili kantonalne i gradske skupštine, u svrhu transparentnijeg rada, mogu – iako to najčešće ne čine – objavljivati izvještaje o radu javnih preduzeća koja imaju zakonsku obavezu da im te izvještaje dostavljaju.<sup>8</sup> Osim što ih ne objavljuju proaktivno, jedinice lokalne samouprave često ne dostavljaju finansijske izvještaje javnih preduzeća ni na zahtjev za pristup informacijama. Istraživači Centra za razvoj medija i analize (CRMA) su tokom 2016. godine tražili od 62 institucije lokalne, gradske i kantonalne vlasti u BiH finansijske izvještaje medija čiji su osnivači. Odgovorilo ih je svega 26.<sup>9</sup>

Alternativni izvori podataka o izdvajanjima iz javnih budžeta za medije su baza javnih finansija Centra za zastupanje građanskih interesa (CPI)<sup>10</sup> te istraživački članci i publikacije CRMA-e i Mediacentra Sarajevo, na koje se u ovom izvještaju prvenstveno oslanjamo. Te publikacije ukazuju na nedostatak transparentnosti finansiranja medija i na proizvoljne procedure i kriterije dodjele tih sredstava. Evropska komisija posljednjih godina također stavlja naglasak na ove probleme (Evropska komisija 2016: 24; Evropska komisija 2017: 19). Pritom se ističe da javni mediji koji se finansiraju iz budžeta kantona/općina/gradova ostaju pod snažnim političkim pritiskom (Evropska komisija 2017: 19).

7 „Analiza tržišta emitiranja“ dostupna je na: <http://media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/argumenti-za-odluku-rak>.

8 Kao pozitivan primjer može poslužiti Općina Sanski Most, koja na svojoj web-stranici ima pregledno objavljene izvještaje o radu i poslovanju javnog medija čiji je osnivač (RTV Sana), ali samo za 2011., 2014. i 2015. godinu.

9 Izvor: Azra Omerović, pisana prepiska, 5. 3. 2018.

10 Dostupno na: <http://javnefinansije.cpi.ba>.



## 4. Budžeti općina, kantona i gradova kao ključni izvor finansija

Zakonom o lokalnoj samoupravi Federacije Bosne i Hercegovine propisano je da je jedna od obaveza općinskog/gradskog nivoa vlasti i „osiguravanje uvjeta rada lokalnih radio i TV-stanica u skladu sa zakonom“.<sup>11</sup> U Zakonu o lokalnoj samoupravi Republike Srpske nema ovakve odredbe, ali član 33. ovog zakona nalaže da jedinica lokalne samouprave treba da obezbijedi informisanje i javno obavještavanje o pitanjima od značaja za život i rad građana na svom području. U Ustavu Federacije BiH je, kao jedna od posebnih nadležnosti kantona, navedeno „utvrđivanje politike u vezi sa osiguranjem radija i televizije, uključujući donošenje propisa o osiguranju njihovog rada i izgradnji“.<sup>12</sup> Kantonalni i općinski/gradski nivoi vlasti kroz različite obrasce finansiranja izdvajaju značajna sredstva za rad lokalnih, najčešće javnih, medija. Pretpostavlja se da je ukupni iznos izdvajanja za medije na godišnjem nivou znatno veći od 30 miliona KM, što je iznos do kojeg se došlo u ranijim istraživanjima (CRMA 2016). Procjenjuje se da većina, tj. oko dvije trećine, sredstava iz javnog sektora otpada na finansiranje javnih medija, odnosno dvije novinske agencije (FENA i SRNA), tri emitera koji čine javni RTV-sistem (BHRT, RTVFBiH i RTRS), te 81 kantonalni, gradski i općinski javni RTV-emiter (Hodžić i Sokol 2018: 9).

Do slične cifre ćemo doći i funkcionalnom pretragom baze podataka Centra za zastupanje građanskih interesa, koja pokazuje da su institucije vlasti u BiH u 2014. godini izdvojile nešto više od 32 miliona KM za usluge emitiranja i izdavaštva. Podaci za 2016. godinu pokazuju da je ta cifra nešto manja i iznosi oko 27 miliona KM.<sup>13</sup>

11 Član 8. Zakona o principima lokalne samouprave u Federaciji BiH.

12 Ustav Federacije BiH sa amandmanima, član 4. stav i.

13 Ova baza se zasniva na budžetima i izvještajima o izvršenju budžeta koji su javno dostupni ili koje CPI dobije od institucija vlasti. Nerijetko ni sami izvještaji nisu dovoljno transparentni i jasni zbog čega ni baza nije potpuna. Vidjeti: <http://javnefinansije.cpi.ba/budžetski-korisnici/>

Pod ovom stavkom (usluge emitiranja i izdavaštva) obuhvaćena su i sredstva kojima institucije BiH finansiraju rad RAK, a riječ je o 5,5 miliona KM u 2016. godini, kao i izdvajanja Vlade Federacije BiH za rad novinske agencije FENA (gotovo 2,9 miliona KM), i izdvajanja Vlade Republike Srpske za agenciju SRNA (1,9 miliona KM). Postoje velike razlike između količine sredstava koju za lokalne/kantonalne emitere izdvajaju različiti nivoi vlasti. Kantoni u Federaciji BiH su na emitiranje i izdavaštvo u 2016. godini potrošili nešto više od 8 miliona KM, a distrikt Brčko blizu pola miliona. Općine u Bosni i Hercegovini su u istu svrhu u 2016. godini iz svojih budžeta izdvojile 8,1 milion KM, od čega općine u FBiH (ukupno 39 općina) 4,8 miliona, a općine u RS-u (21 općina) 3,3 miliona KM. U prosjeku je to 160 hiljada po općini u Republici Srpskoj i 122 hiljade po općini u Federaciji BiH.

**Tabela 1:** Izdvajanja općina i gradova za medije u 2017. godini

<b>Općina/Grad</b>	<b>2017 (iznos u KM)</b>	<b>Budžetska stavka</b>
Bihać	348.874	Tekući grant za informisanje: RTV sufinansiranje rada
Bileća	175.600	JU Informativni centar Radio Bileća
Brod	100.000	Subvencije javnim nefinansijskim subjektima – JP Radio Brod
Čapljina	151.260	Subvencije javnim preduzećima – Radio postaja Čapljina
Doboj	200.000	Subvencije – Sredstva za učešće u finansiranju Radio Doboja
Dubica	390.000	Centar za informisanje i kulturu
Foča	310.000	Centar za kulturu i informisanje
Gacko	183980	JU Informativno-kulturni centar Gacko
Gradiška	225.000	Pomoć ODJP „Radio Gradiška“
Jajce	80.000	Grant JP Radio Jajce

<b>Općina/Grad</b>	<b>2017 (iznos u KM)</b>	<b>Budžetska stavka</b>
Livno	120.000	Potpore javnim preduzećima – JP RTV Livno
	60.000	Radio Herceg-Bosne
Lukavac	294.000	JU RTL
Odžak	60.000	Transfer za institucije kulture – Radio Postaja
	15.000	Transfer za institucije kulture – Radio Preporod
Prača	78.000	JP Kulturno informativni centar Prača
Prijedor	360.000	Učešće u finansiranju javnih medija
	100.000	Učešće u projektima iz Strategije (Opremanje <i>Kozarskog vjesnika</i> )
Prnjavor	75.000	JP Radio Prnjavor
Prozor-Rama	120.000	Subvencije javnim preduzećima – JP Radio Rama
Srbac	75.000	Radio Srbac
Široki Brijeg	60.000	Subvencije JP Hrvatski radio Široki Brijeg
	43.600	Subvencije JP Hrvatski radio Herceg-Bosne
Trebinje	653.000	Centar za informisanje i obrazovanje
Tuzla	500.000	Transfer za rad – JP RTV 7 Tuzla
Višegrad	100.000	RTV Višegrad
Vogošća	210.000	Grantovi RTV Vogošća
	70.000	Grant RTV Vogošća za provođenje procedura digitalizacije i nabavku stalnih sredstava (kamere i sl.)
Zenica	336.000	Finansiranje dijela proizvodnje i emitovanje programa – JP RTV Zenica
	25.000	JP RTV Zenica (razvoj emisionog sistema)

Izvor: Javno objavljeni budžeti gradova/općina za 2017. godinu

Analiza budžeta 24 općine/grada (po 12 u oba entiteta) i 5 kantona u Federaciji BiH pokazala je da je i u 2017. godini iz budžeta ovih 29 administrativnih jedinica za finansiranje javnih medija bilo planirano ukupno 13,1 miliona KM. Kada se ovom dodaju i stavke koje bi također mogle imati veze sa finansiranjem (i javnih i privatnih) medija (u budžetima zavedene kao: izdaci za informisanje, usluge javnog informisanja i odnosa sa javnošću, rashodi za usluge informisanja i medija, potpora za medije, usluge medija – oglasi, itd.) – ukupna izdvajanja za medije iznose blizu 13,9 miliona KM.

Četiri kantona (Kanton Sarajevo, Unsko-sanski kanton, Tuzlanski kanton i Bosansko-podrinjski kanton) su za finansiranje pet javnih kantonalnih medija<sup>14</sup> izdvojili 7,59 miliona KM. Od pet analiziranih kantona, samo Zapadno-hercegovački u budžetskom planu za 2017. godinu nije predvidio sredstva za finansiranje javnih lokalnih medija, što je u skladu sa činjenicom da za razliku od ostala četiri analizirana kantona, ovaj kanton nema medija kojem je osnivač. Na njegovom području djeluju tri lokalna medija kojima su osnivači općine, odnosno općinska vijeća, ali se za njih ne izdvajaju sredstva iz kantonalnog budžeta.

Od 24 analizirana budžeta općina/gradova, najviše sredstava za javni medij izdvaja Trebinje, međutim Radio Trebinje djeluje kao sastavni dio Centra za obrazovanje i informisanje (slično kao i u Dubici i Foči), te je nemoguće utvrditi tačan iznos sredstava koji opština izdvaja samo za tu radiostanicu. Značajne iznose za javne medije izdvajaju i gradovi Tuzla, koja sa pola miliona konvertibilnih maraka (KM) finansira rad JP RTV 7 Tuzla, i Prijedor, koji je u prošloj godini kroz dvije budžetske stavke finansirao rad javnih medija sa 460 hiljada KM. Od analiziranih općina i gradova, u 2017. godini najniže iznose sredstava za javne lokalne medije namijenili su Srbac, Prnjavor i Odžak (po 75 hiljada KM). Centralna vrijednost (medijana)

14 JP TV kantona Sarajevo, RTV Unsko-sanskog kantona i Unsko-sanske novine, RTV Tuzlanskog kantona, RTV BPK Goražde.

sredstava planiranih za finansiranje javnih lokalnih medija za analizirane 24 općine/grada u prošloj godini iznosi 181.990 KM.

**Tabela 2:** Izdvajanja kantonalnih vlasti za medije u 2017. godini

Kanton	2017	Budžetska stavka
Bosansko-podrinjski kanton Goražde	480.000	Ostali transferi – informisanje
Unsko-sanski kanton	1.640.000	Grant JP RTV
	220.000	Grant USN
Tuzlanski kanton	1.850.000	Radio televizija Tuzlanskog kantona
Kanton Sarajevo	3.350.000	Subvencije javnim preduzećima – JP Televizija Kantona Sarajevo
	50.000	Nabavka programa za JP Televizija Kantona Sarajevo
Zapadno-hercegovački kanton	-	-

Izvor podataka: Javno objavljeni budžeti kantona za 2017. godinu

Iz analize je vidljivo da postoje velike razlike u sredstvima koja dobijaju kantonalni i lokalni mediji koji proizvode (i) televizijski program u odnosu na one koji proizvode samo radijski. Daleko najviše javnih sredstava dobila je Televizija Kantona Sarajevo, koja je samo iz budžeta Kantona Sarajevo prihodovala oko 3,5 miliona KM. Značajni iznosi su izdvojeni za Radio-televiziju Tuzlanskog kantona (1,8 miliona) i Radio-televiziju Unsko-sanskog kantona (1,64 miliona).

Sama činjenica da se ova sredstva dodjeljuju medijima i da postoje razlike u visini sredstava koja se dodjeljuju različitim medijima nije problematična nego su, naprotiv,

izdvajanja iz javnog budžeta presudna za opstanak mnogih od ovih medija i u principu mogu doprinijeti kvaliteti komunikacija u lokalnim sredinama. Razlike u visini sredstava mogu biti uvjetovane i visinom ukupnog budžeta datog nivoa vlasti ili brojem uposlenih i operativnim troškovima medija. Problematično je, međutim, to što nisu utvrđena precizna mjerila za utvrđivanje tih izdvajanja i što, uz činjenicu da politička tijela (općinski načelnici/ gradonačelnici i općinska/gradska vijeća/skupštine, te vlade, ministarstva i skupštine kantona) donose odluke o dodjeli sredstava, čime se ostavlja prostor za proizvoljnosti i zloupotrebe prilikom donošenja odluka.<sup>15</sup>

## 5. Struktura prihoda: Tri četvrtine iz javnih budžeta

Analiza iskazanih prihoda 14 lokalnih javnih medija koji su nam dostavili odgovore na upitnik pokazuje da u prosjeku tri četvrtine prihoda ovih medija, neovisno o njihovoj veličini i formalnom statusu,<sup>16</sup> dolaze od institucija vlasti, odnosno iz javnih budžeta. Ovih 14 medija je u 2016. godini ostvarilo ukupne prihode od nešto više od 6,542 miliona KM, od čega 4,94 miliona ili 75,5 posto direktno iz budžeta kantona i općina/gradova (vidjeti Tabelu 3).

Preostalih oko 25 posto prihoda ovi lokalni mediji dobijaju od oglašavanja. Izuzetak su mediji koji posluju u sklopu javnih ustanova, poput Javne ustanove Kulturno-sportski centar i Radio Ilijaš, koji imaju značajan udio „ostalih prihoda“, odnosno prihoda koji ne dolaze iz budžeta organa vlasti niti od oglašavanja. Naprimjer, u slučaju JU KSC i Radio Ilijaš to su članarine, najamnine i ostalo. Postoje značajne razlike u veličini budžeta i broju zaposlenih u analiziranim medijima, što je često povezano s veličinom i ekonomskom snagom općine, grada ili kantona na čijem području djeluju. Ilustracije radi, u općini Pale-Prača, jednoj od površinom i brojem stanovnika najmanjih općina u BiH, posluje Javno preduzeće Kulturno-informativni centar Prača, čiji glavni segment je Radio Prača.<sup>17</sup> U 2016. godini ovo preduzeće je dobilo 88 hiljada KM iz budžeta Općine, što je činilo čak 93 posto ukupnih prihoda medija koji ima pet uposlenih: dva novinara, dva tonca i direktor, koji je ujedno i glavni i odgovorni urednik radija. S druge strane, Javno preduzeće Televizija kantona Sarajevo, sa 117 uposlenih, od čega osmero u odjelu za marketing, od oglašavanja je u 2016. godini prihodovalo više od 720 hiljada KM.<sup>18</sup> Međutim, ta cifra čini manje od 15 posto ukupnih

16 Kao javna preduzeća, javne ustanove ili dijelovi javnih preduzeća/ustanova.

17 Izvor: Izvještaj o radu i poslovanju JP Kulturno-informativni centar Prača za 2016. godinu, 3.

18 Od te cifre, oko 47 posto je došlo od oglašavanja javnih preduzeća.

prihoda Televizije Sarajevo, dok glavnina od 83 posto ili preko 3,5 miliona KM dolazi iz budžeta Kantona Sarajevo kroz različite stavke.<sup>19</sup>

**Tabela 3:** Prihodi javnih medija u BiH

<b>Medij</b>	<b>I Ukupni prihodi (u KM)</b>	<b>II Od institucija vlasti</b>	<b>Udio II u I (u procentima)</b>
JP Televizija kantona Sarajevo	4.228.598,82	3.510.000	83
JP Radiopostaja Orašje	170.358	78.500	46,1
JP Radio Gradiška	234.712	208.140	88,7
Radio Olovo	48.265	32.500	67,3
JP Radio Usora	55.871	36.000	64,4
JP Radio Brod	167.347	129.600	77,4
JP Radio Srbac	103.094	90.741	88
JP RTV Velika Kladuša	256.241	60.799	23,7
JP RTV Višegrad	127.926	106.751	83,5
JP Radio Novi Grad	228.123	169.400	74,3
JU Centar za informisanje i kulturu Nevesinje	130.000	100.000	76,9
JU KSC i Radio Ilijaš	408.000	248.500	60,9
JP Kulturno-informativni centar d.o.o. Prača	94.931,67	88.000	92,7
JU Radio Vitez	180.673	81.132	44,9

*Izvor podataka: Odgovori na upitnik koje su mediji dostavili Mediacentru*

19 Na ime subvencije javnim preduzećima 3,35 miliona, za sufinansiranje nabavke programa 50 hiljada i kroz grant za nabavku opreme za digitalizaciju programa od 110 hiljada KM. Također, ova televizija je u istoj godini dobila i 29 hiljada KM iz budžetske stavke „Tekući transfer javnim medijima“ Općine Novi Grad Sarajevo. (Podaci iz odgovora na upitnike, dio 1, pitanja broj 1, 2 i 3, te izvještaja o radu i poslovanju preduzeća)



Postoje izuzeci u omjeru različitih prihoda javnih medija, poput JP Radio-televizija Velika Kladuša, u čijoj su strukturi prihoda u 2016. najveći udio (104 hiljade KM ili 40 posto) činili prihodi od zakupa signalnog tornja koji ovom preduzeću plaćaju mobilni operateri, državne agencije, te televizijske i radiostanice koje emituju analogni signal. Iako je Općinsko vijeće, odnosno Općina Velika Kladuša, stvarni vlasnik repetitora i zemljišta na kojem se toranj nalazi, prihodi ostvareni na ovaj način tretiraju se kao prihodi Radija Velika Kladuša.<sup>20</sup>

Podaci dobijeni iz upitnika upućuju na finansijske poteškoće s kojima se suočavaju javni mediji kao i na to da često funkcionišu s minimumom sredstava. Direktor velikokladuškog javnog radija navodi da ni sredstva od zakupnine, kao ni ona iz općinskog budžeta, nisu u visini u kojoj bi trebala biti. Kada su u pitanju zakupnine, problem je nemogućnost naplate potraživanja. Radio Velika Kladuša bi, prema potpisanim ugovorima, na ime zakupa trebala dobijati 9.700 KM mjesečno ali u stvarnosti dobije oko polovine tih sredstava. S druge strane, kada je riječ o sredstvima iz budžeta vlasti, ona se najčešće ne isplate u onom iznosu u kojem je planirano budžetom. Naprimjer, od budžetom planiranih 100 hiljada KM, Radio Velika Kladuša je u 2017. godini dobio 80 hiljada KM. Iako ovaj lokalni radio ostvaruje više od 70 posto vlastitih prihoda, ostatak koji dobija iz općinskog budžeta neophodan je da se održi likvidnost preduzeća. Kada ta planirana sredstva izostanu ili kasne, medij upada u finansijske poteškoće.<sup>21</sup>

## 5.1 Politička uslovljavanja kroz obrasce finansiranja

Iako poslovanje svih 14 analiziranih medija djelomično ili u potpunosti ovisi o finansijskim sredstvima koja dobiju iz budžeta općina/gradova ili kantona, koja su katkad neredovna ili umanjena, iz samo jednog medija smo dobili odgovor da su imali iskustva sa finansijskim uslovljavanjem od strane vlasti (Radio Srbac) i to pri zapošljavanju radnika. Iz JP Radio

20 Izvor: Adis Purić, direktor Javnog preduzeća Radio-televizija Velika Kladuša, intervju, 3. 3. 2018.

21 Ibid.

Vitez odgovorili su da nisu imali „značajnijih uvjetovanja“, a iz Radio Srpc-a navode da je promjenom lokalne vlasti nakon izbora 2012. godine općinski grant za ovo preduzeće umanjen za 30 posto, dok je istovremeno broj radnika povećan, na zahtjev osnivača.<sup>22</sup>

JP Radio Gradiška bila je izložena finansijskom uslovljavanju prije pet godina „[...] kada je došlo do političkog pritiska na tadašnjeg direktora da podnese ostavku i preda dužnost novom direktoru, usljed čega dva mjeseca nije isplaćena redovna dotacija od strane opštine. To je dovelo do kašnjenja plata i svih doprinosa, što je rezultiralo time da zaposleni u toku dužeg perioda nisu ostvarivali pravo na zdravstveno osiguranje.“<sup>23</sup> Poznati su slični primjeri i u nekoliko posljednjih godina. Primjerice, gradonačelnik Zenice Fuad Kasumović je rekao, nedugo nakon što je preuzeo dužnost, tokom sjednice Gradskog vijeća na kojoj se raspravljalo o nacrtu budžeta za 2017. godinu, da ovaj medij neće dobiti sredstva iz budžeta ukoliko se ne poništi odluka Nadzornog odbora RTV Zenica o imenovanju direktorice (Sokol 2017a: 10). Tri mjeseca toj radioteleviziji nisu bila doznačena redovna izdvajanja iz gradskog budžeta (Sokol 2017d).

Navedeni primjeri finansijskog uslovljavanja medija nisu izuzeci. Mirza Sadiković, novinar i saradnik RTV Unsko-sanskog kantona, smatra da je ovakav način finansijskog uslovljavanja od strane vlasti postao model po kojem političke strukture u praksi drže javne lokalne medije pod kontrolom.<sup>24</sup>

Zbog finansijske ovisnosti o sredstvima iz javnih budžeta, stav nezamjeranja s vlašću, odnosno autocenzura, smatra se učestalijom pojavom u javnim lokalnim medijima nego otvoreni

22 Izvor: Odgovori na upitnik Radio Vitez (dio 1, pitanje broj 10) i Radio Srbc (dio 1, pitanja broj 10 i 11)

23 Izvor: Aleksandra Stojanović, direktorica JP Radio Gradiška, pisana prepiska, 24. 3. 2018. Treba napomenuti da u odgovoru na upitnik iz JP Radio Gradiška nismo dobili informacije o ovom slučaju, što govori o tome da dobijene informacije nisu bile uvijek potpune i da je broj problematičnih slučajeva u stvarnosti veći.

24 Izvor: Mirza Sadiković, novinar JP RTV USK, intervju, 4. 3. 2018.

finansijski i politički pritisci. Azra Bajrić, novinarka koja 35 godina radi na RTV Cazin, od čega je pet godina provela na mjestu direktorice a devet glavne urednice, kaže da se nikad nije susrela s otvorenim finansijskim uslovljavanjem, ali da „odgovorni ljudi u medijskim kućama jednostavno neće sebi dopustiti neke stvari da urade ako smatraju da će to naštetiti nekoj političkoj opciji.“<sup>25</sup>

---

25 Izvor: Azra Bajrić, novinarka RTV Cazin, intervju, 4. 1. 2018.

## 6. Suženo polje za marketinško djelovanje lokalnih medija

Marketinško tržište u Bosni i Hercegovini je izuzetno malo, čak i u poređenju sa zemljama regiona. Sekundarni izvori govore o drastičnom padu oglašivačkih prihoda, koji počinje još sa ekonomskom krizom 2008. godine. Prema dostupnim procjenama, prihodi od oglašavanja televizijskih i radio postaja su sa 49,2 miliona dolara u 2010. spali na oko 39 miliona dolara u 2016. godini. Usporedbe radi, procjenjuje se da je u Hrvatskoj taj iznos u 2016. bio 315, a u Srbiji oko 160 miliona dolara (IREX 2017). Procjene za prošlu godinu pokazuju da su prihodi elektronskih medija pali na svega 15,5 miliona dolara (IREX 2018, ii).

**Tabela 4:** Ukupni prihodi od oglašavanja na BH tržištu (u milionima američkih dolara)

Godina	Televizija	Radio
2010	37,4	11,8
2013	27,6	3
2014	36,3	2,6
2017	13,9	1,6

Izvor: IREX Media Sustainability Index, 2010-2018

Pod ovim okolnostima postavlja se pitanje održivosti velikog broja medija u BiH. Direktor marketinške agencije *Fabrika* Senad Zaimović procjenjuje da ne samo javni nego i komercijalni mediji neće moći opstati na duži rok. Posljednjih godina situacija se dodatno pogoršava jer domaći mediji ne mogu na kvalitetan način odgovoriti gubitku prihoda koji je nastao ulaskom kablovskih operatera na tržište BiH, nakon čega je došlo do ogromne ponude specijalizovanih međunarodnih programa koji za sebe vežu globalne marketinške

agencije preko kojih međunarodni klijenti odnosno oglašivači svojim porukama dopiru do stanovništva na prostoru Bosne i Hercegovine.<sup>26</sup>

Na marketinško tržište u BiH negativno se odrazio i uspon internetskih platformi i digitalnog marketinga. Oglašavanje sve više prelazi na ne-medijske platforme, poput oglasa kroz *Google* i *Facebook*, zbog čega lokalni mediji sve više gube ionako ograničene prilike za prodaju marketinškog prostora. Ovim trendovima su posebno pogođeni sektor štampanih medija i radijski sektor, koji su postali neatraktivni za oglašavanje, prije svega zbog gubitka publike i zbog vrlo ograničenog mjerenja dometa ovih medija. Zaimović navodi primjer komercijalnog emitera *Radio Sarajevo* i povezanog internetskog portala *Radiosarajevo.ba*. U prošloj godini je 92 posto prihoda ovog medija došlo od internetskog oglašavanja, a samo 8 posto od radija.

Usljed ovakvih trendova, udio oglašivačkih sredstava u ukupnim prihodima javnih medija značajno opada, a nasuprot tome uloga lokalnih vlasti u njihovom finansiranju postaje sve značajnija. Iz Informativno-poslovnog centra *Kozarski vjesnik*, jedinog lokalnog javnog medija koji ima novine, televizijski i radio program, navode da je od 2009. do 2016. godine vlastiti prihod ovog preduzeća smanjen za više od 40 posto. U 2007. godini komercijalni prihodi *Kozarskog vjesnika* činili su 77 procenata ukupnih prihoda preduzeća, dok je Grad Prijedor sufinansirao preostalih 23 posto, da bi u 2016. godini komercijalno finansiranje palo na 36,5 posto, a gradsko sufinansiranje činilo 63,5 posto ukupnih prihoda medija.<sup>27</sup> Direktor Radija Velika Kladuša također navodi da je ovo preduzeće do 2007. moglo iz prihoda od oglašavanja pokrivati sve troškove. I u njihovom slučaju je potom došlo do ogromnog pada zarade od marketinga i to, kako navodi, zbog pojave konkurencije u vidu privatnih emitera na istom području emitiranja.<sup>28</sup>

26 Izvor: Senad Zaimović, direktor marketinške agencije Fabrika, intervju, 17. 2. 2018.

27 Izvor: Izvještaj o radu IPC Kozarski vjesnik za 2016. godinu, 5.

28 Izvor: Adis Purić, intervju, 3. 3. 2018.

Lokalni javni mediji su, dodatno, osuđeni na malo i nepotentno lokalno oglašivačko tržište, za koje globalni oglašivači i veće kompanije iz BiH nisu zainteresovani. Najveći oglašivači u programu lokalnih i kantonalnih medija, vidljivo je iz odgovorâ na upitnik koji su nam dostavljeni, uglavnom su lokalne privatne kompanije (naprimjer *Maxi*, Orašje, *Omega*, Živinice, *Izbor* d.o.o., Bihac, *TI OIL* d.o.o., Vitez, *MAP AUTO*, Gorazde), veliki tržni centri i mikrokreditne organizacije koji svoje poslovnice imaju širom zemlje i pojavljuju se kao oglašivači kod više lokalnih medija (*FIS* d.o.o., Vitez, *Motorex* d.o.o., Gračanica, *MKF „EKT“*, Dobo, *MKR „Mikrofin“*, Srbac), te marketinška agencija *Media pool*, Sarajevo, koja se kod dva medija javlja kao jedan od pet najvećih oglašivača. Važnu ulogu u oglašivačkim praksama javnih medija u BiH imaju i javne kompanije. Primjerice, iz Televizije Sarajevo navode da su u 2016. godini prihodovali nešto više od 338 hiljada KM od oglašavanja javnih kompanija, što je više od 40 posto ukupnih marketinških prihoda ovog medija za tu godinu.<sup>29</sup>

Jedan od razloga zašto lokalni javni emiteri nisu dovoljno atraktivni ni marketinškim agencijama je činjenica da monitoring gledanosti/slušanosti ove TV-kuće uglavnom ne naručuju, a u radio sektoru u Bosni i Hercegovini to čini jednocifren broj emitera. Važno je podsjetiti i na kontroverze oko samoga sistema mjerenja gledanosti TV-programa u BiH, koje dodatno štete tržištu oglašavanja i ukazuju na moguće malverzacije. Konkurencijsko vijeće BiH je u martu 2017. godine kaznilo agenciju *Audience Measurment*, jedinu ovlaštenu za mjerenje gledanosti, zbog kršenja tržišnih pravila i zloupotrebe monopolskog položaja usljed primjene različitih uslova za istu ili sličnu vrstu poslova (Omerović 2017b). Također, cijena koja se mora platiti agenciji za rezultate mjerenja previsoka je za lokalne javne stanice, zbog čega javnost ostaje uskraćena za podatke o „gledanosti programa za čiju proizvodnju se koristi novac građana“ (Arnautović 2016). U Bosni i Hercegovini ne postoji praksa raspisivanja tendera od strane *Udružene medijske industrije* sa definisanim preciznim uslovima i izborom najboljeg ponuđača, te je pretpostavka da je to jedan od razloga zašto „međunarodne

kompanije u oglašavanje putem radija i televizije u BiH ulažu značajno manje nego što bi ulagale da je mjerenje normalizovano i pouzdano“ (Herić 2016).

Javne radiostanice u BiH uopće ne naručuju istraživanja slušanosti radio programa, navode iz Agencije *Ipsos*, jedine u BiH koja provodi ovaj tip istraživanja.<sup>30</sup> Niti jedan od 14 lokalnih javnih medija (od čega 13 radijskih i jedna TV-stanica) koji su odgovorili na upitnik Mediacentra ne naručuje mjerenja gledanosti/slušanosti programa. Upitno je, stoga, na koji način se formiraju cijene oglašavanja. Iz intervjua s četvero direktora lokalnih javnih medija može se zaključiti da se to najčešće radi na osnovu praćenja konkurencije, pri čemu mediji nastoje ponuditi iste ili slične cijene. Ono što u lokalnim javnim medijima vide kao otežavajući faktor jesu propisi RAK-a, koji privatnim medijima za oglašavanje dozvoljavaju duplo veću minutažu po satu programa. Iako iz privatnih medija dolaze tvrdnje da se javni mediji u povlaštenoj poziciji, jer mogu, oslanjajući se na prihode iz budžeta, snižavati cijene oglasnog prostora/vremena, Zaimović smatra da su oni na to, na neki način, primorani. I privatni i javni mediji ustvari snižavaju cijene nastojeći da preduprijeđu konkurenciju i prežive na tržištu, što za posljedicu ima izuzetno niske cijene oglašavanja koje ne donose profit dovoljan za ulaganje u daljnu proizvodnju i unapređenje programa.<sup>31</sup>

Broj oglašivača i cijena za usluge oglašavanja kod javnih lokalnih emitera variraju od medija do medija. Primjerice, iz Radija Srbac su naveli da su u 2016. godini imali oko 240, dok je Radio Brod imao svega pet oglašivača. Najnižu cijenu od samo 1 KM za 30 sekundi oglašivačkog prostora nudi Radio Nevesinje, dok kod nekih radio emitera (Radio Velika Kladuša i Radio Vitez) najviša cijena za isto vrijeme emitovanja raste do 12 odnosno 13 KM. Ipak, za radioemitere, najčešća je najniža ili jedinstvena cijena od 3 KM za 30 sekundi oglašivačkog prostora.

30 Izvor: Edin Čalkić, agencija Ipsos, pisana prepiska, 3. 4. 2018.

31 Izvor: Senad Zaimović, direktor marketinške agencije Fabrika, intervju, 17. 2. 2018.

Perspektiva za razvoj sektora marketinga u javnim lokalnim medijima i posljedično povećanje prihoda od oglašavanja nije dobra. Određeni pomaci se mogu napraviti ako mediji u svom pristupu ka potencijalnim oglašivačima budu transparentniji i ponude više podataka o slušanosti/gledanosti programa. Jedno od mogućih rješenja Senad Zaimović vidi i u zajedničkom nastupu lokalnih medija u svrhu plaćanja neovisnog monitoringa gledanosti/slušanosti programa i emitiranja oglasa.<sup>32</sup> U Sloveniji su prošle godine lokalni mediji otišli korak dalje kroz zajednički nastup na oglašivačkom tržištu dvadeset lokalnih i regionalnih radiostanica u svrhu lakšeg pristupa lokalnim i drugim oglašivačima, pri čemu svaka stanica zadržava vlastito oglašavanje, ali i dobija mogućnost oglašavanja u radio paketu kroz isti blok reklama u programima svih članica mreže (Poslovni dnevnik 2017). Ukoliko se takva praksa pokaže uspješnom, to bi mogao biti jedan od modela i za bosanskohercegovačke lokalne medije. Treba napomenuti da u Bosni i Hercegovini postoji nekoliko medijskih mreža, kao što su TV Mreža, koja okuplja lokalne televizijske stanice (dijelom ove mreže bile su i tri javne: RTV Zenica, Televizija Tuzlanskog kantona i RTV Unsko-sanskog kantona) i Radio 27, zajednički program Radija *Slobodna Evropa* i lokalnih radiostanica (među kojima su i javne radiosatanice). Međutim, interes lokalnih stanica da budu dijelom TV Mreže nije se ogledao u šansi za dodatne prihode kroz zajednički marketinški nastup, već u mogućnosti da emituju programski sadržaj kojeg sami ne bi mogli kupiti (Radio Sarajevo 2015). U slučaju Radija 27, novinari članica ove mreže imaju priliku i da dobijaju naknadu za priloge koje rade za potrebe zajedničkog informativnog programa, ali zajednički marketinški nastup i u ovom slučaju izostaje.

Razvoj web-stranica, društvenih mreža i multimedije (medijski sadržaj koji koristi kombinaciju teksta, slika, videa, animacije ili infografike, zvuka te interaktivnog sadržaja) još je jedno područje gdje lokalni mediji mogu tražiti svoj put prema većim приходima od marketinga. Inovativno korištenje mogućnosti interneta i društvenih mreža može prvenstveno olakšati



brendiranje medija te im pomoći da dopru do većeg broja oglašivača i potencijalnih slušatelja/gledatelja/čitatelja, posebno među mlađom publikom. Primjer RTV Velika Kladuša pokazuje da je na ovaj način moguće doći i do novčanih sredstava. Prihodi koje je ovaj medij ostvario prošle godine od *Google* oglasa na svojoj web-stranici i *YouTube* kanalu pokrili su godišnje troškove održavanja stranice, zakupa servera i domene.

## 7. Rashodi: Osamdeset posto za plate uposlenika

Iz analize finansijskih i izvještaja o radu i poslovanju devet lokalnih javnih medija, vidljivo je da najveći dio rashoda odlazi na plate, doprinose i ostale naknade uposlenika. Udio troškova zaposlenih u ukupnim rashodima devet analiziranih lokalnih medija kreće se od 71,25 posto (Televizija Sarajevo) do 92,24 posto (JU Centar za informisanje Bileća). Ovih devet medija, u prosjeku, oko 80 posto godišnjeg budžeta troše na plate i naknade uposlenika.

Odgovori iz upitnika sugerišu da je ostatak jedva dovoljan da se pokriju osnovni troškovi proizvodnje programa, električne energije, grijanja, održavanja opreme, dozvola za emitovanje i komunalnih usluga. Iz 11 od 14 medija smo dobili odgovor da im prihodi koje medij ostvaruje ili ne garantuju finansijsku održivost ili ne omogućuju ulaganje u programski razvoj. Osam ih je navelo kako je njihov medij u proteklih pet godina imao finansijskih poteškoća. Primjerice, uposlenima u RTV Višegrad u prosjeku kasne tri plate, uprkos činjenici da je ovo preduzeće u 2016. godini dobilo više od 106 hiljada KM od institucija vlasti.<sup>33</sup>

**Tabela 5:** Udio ličnih primanja zaposlenih u ukupnim rashodima javnih lokalnih medija

Medij	Ukupni rashodi (KM)	Bruto plate i ostali troškovi zaposlenih	Udio (%) troškova zaposlenih u ukupnim rashodima	Broj stalno zaposlenih	Bruto plate i naknade po zaposleniku mjesečno
RTV Zenica*	937.382	702.607	74,95	36	1.626,40
JP RT BPK Goražde	598.666	520.471	86,93	28	1.549,02
IPC Kozarski vjesnik	612.324,63	459.651,43	75,06	25	1.532,17

<b>Medij</b>	<b>Ukupni rashodi (KM)</b>	<b>Bruto plate i ostali troškovi zaposlenih</b>	<b>Udio (%) troškova zaposlenih u ukupnim rashodima</b>	<b>Broj stalno zaposlenih</b>	<b>Bruto plate i naknade po zaposleniku mjesečno</b>
TV Sarajevo	3.990.827,28	2.843.615,25	71,25	117	2.025,37
RTV Velika Kladuša	259.227	190.755	73,59	9	1.766,25
JP Radio Orašje	192.163	154.488	80,39	8	1.609,25
JU KIC Prača	96.640	80.630	83,43	5	1.343,83
JU Centar za informisanje Bileća	171.117	157.834	92,24	-	-
JP Radio Brčko	429.256	354.388	82,56	-	-
Prosjek	-	-	80,04	-	1.636,04

Izvor: *Finansijski izvještaji i izvještaji o radu i poslovanju medija za 2016. godinu*

(\*Podaci za RTV Zenica su za 2015., jer podaci za 2016. nisu dostupni)

Prosječni mjesečni troškovi po zaposleniku, računajući u to bruto plate i ostale naknade (poput naknada za topli obrok i prijevoz), iznose 1.636 KM (pa tako prosječna neto plata iznosi oko 950 KM), uz oscilacije od medija do medija ovisno o njihovom statusu (kantonalni ili općinski) ali i veličini odnosno ekonomskoj snazi lokalne zajednice. Primjerice, od devet analiziranih medija, uvjerljivo najniža prosječna izdvajanja za bruto plate i naknade radnika su na Radiju Prača, a najveće na Televiziji Sarajevo. Iako novinari u lokalnim javnim medijima imaju status uposlenika u javnom sektoru, plate i radni uvjeti često nisu pogodni za njihov profesionalni i lični razvoj. Azra Bajrić kaže da su plate novinara u njenom mediju nezadovoljavajuće: „Trideset pet godina ću staža imati u šestom mjesecu... visoku stručnu spremu... imam 802 marke platu, plus topli obrok koji je 8 maraka dnevno, a direktor u mojoj kući... mislim da ima oko 1.200 maraka“. Ona ističe da su plate novinara u RTV Cazin

najmanje u ovoj općini među uposlenicima u javnom sektoru.<sup>34</sup> Stoga su mnogi medijski djelatnici prisiljeni da rade ili za druge medije kao honorarni dopisnici ili dodatne povezane poslove (naprimjer, poslovi fotografisanja i snimanja). Azra Bajrić, uz stalni posao u lokalnom mediju, radi i kao dopisnica Radija *Slobodna Evropa*, a Mirza Sadiković osim za RTV Unsko-sanskog kantona radi i kao dopisnik portala *Al Jazeera Balkans*.

Indikativno je i da smo iz četiri od 14 analiziranih medija dobili odgovor da im je za programski razvoj neophodna bolja tehnička opremljenost, odnosno da im nedostaje kvalitetnija oprema, dok iz jednog medija (Radio Prača) navode kako su im neophodna još barem dva terenska novinara. Ni kod *većih* medija stvari sa brojem uposlenih ne stoje bolje. U godišnjem izvještaju o radu i poslovanju RTV BPK Goražde (koja je u 2016. brojala 28 zaposlenih) navode da ovom mediju za realizaciju postojeće programske šeme nedostaje minimalno deset uposlenika na novinarskim i tehničkim poslovima.<sup>35</sup>

Sredstva koja lokalni javni mediji dobijaju od institucija vlasti, ma kako se taj iznos značajnim činio, u najvećem broju slučajeva dovoljna su tek da se pokriju troškovi bruto plata uposlenih, ali u pravilu ona ne osiguravaju kvalitet rada medija i ne omogućavaju programska unapređenja. Činjenica da ne postoji precizan i pouzdan sistem utvrđivanja budžeta lokalnih vlasti, zbog čega javnom emiteru nikada nije unaprijed poznata visina transfera iz općinskog/ gradskog i kantonalnog budžeta, onemogućava dugoročnije strateško planiranje i kreira atmosferu nesigurnosti (Sokol 2017a: 5-10).

34 Izvor: Azra Bajrić, intervju, 4. 1. 2018.

35 Izvor: Izvještaj o radu JP RTV BPK Goražde za 2016. godinu, 12.

## 8. Mogući novi modeli finansiranja javnih lokalnih medija i pitanje javnog interesa

Nesporno je da je aktuelne obrasce finansiranja javnih lokalnih medija u Bosni i Hercegovini potrebno mijenjati kako bi se osiguralo racionalno i odgovorno korištenje javnih sredstava u svrhu ispunjavanja javnog interesa, ali još uvijek nema konsenzusa na koji način je to potrebno učiniti. Ono što je jasno jeste da sadašnji dominantni model direktnog budžetskog finansiranja medija direktno omogućava političkim tijelima da proizvoljno odlučuju o visini sredstava koja će alocirati medijima kao i o eventualnom uskraćivanju tih sredstava. Imajući u vidu da su u trenutnim ekonomskim uvjetima sredstva iz javnih budžeta lokalnim medijima neophodna, te da će javno finansiranje u nekom obliku biti potrebno i u budućnosti, važno je usvojiti nove propise koji bi osigurali pouzdan i legitiman način utvrđivanja budžeta ovih medija kako bi se unaprijedila neovisnost ovih medija od lokalnih vlasti. Pored toga, neovisnost u odlučivanju o finansiranju javnih medija bi se unaprijedila ukoliko bi se propisalo da distribuciju tih sredstava vrši neovisno ekspertsko tijelo umjesto samih lokalnih vlasti.<sup>36</sup>

### 8.1 Budući status javnih medija i implikacije njihovog finansiranja i javnog interesa

Potrebno je istražiti i mogućnost promjene pravnog statusa javnih lokalnih medija – kroz njihovu privatizaciju, transformaciju u medije zajednice ili neki drugi model. Privatizacija, međutim, nije rješenje problema, i u tome je saglasna većina predstavnika medija i konsultiranih eksperata. S obzirom da lokalni javni emiteri tek jednu četvrtinu svojih ukupnih prihoda ostvaruju marketinškom djelatnošću, ne čudi podatak da smo samo iz jednog medija (Radio Vitez) dobili odgovor kako bi privatizacija dovela lokalne javne medije u bolji položaj s aspekta finansijske i uredničke neovisnosti,

---

36 Vidjeti preporuke u sažetku politike [eng.: policy brief] Freedom of Expression and State Aid to Media (Article 19 2017, 6).

dok u 11 medija smatraju kako bi privatizacija za njih bila loše rješenje (preostala dva nisu ponudila odgovor). Komercijalni prihodi nisu dovoljni za opstanak mnogih od ovih medija, s obzirom da ukupni oglašivački prihodi drastično opadaju, a konkurencija ostaje oštra u medijskom sektoru prenapućenom radijskim i televizijskim emiterima. Primjerice, Bosna i Hercegovina je sa 145 radiostanica, koliko ih ima dozvole RAK-a za emitovanje putem zemaljske radiodifuzije (i to bez javnog servisa), ispred Hrvatske (144 radiostanice na 4,4 miliona stanovnika) i Austrije (65 radiostanica na 8,3 miliona stanovnika) (Herić 2016). Privatizacija javnih lokalnih medija mogla bi eventualno rezultirati smanjenjem broja emitera i povećanjem dijela oglašivačkog kolača za one koji opstanu, ali u tom slučaju bi neke sredine vjerovatno ostale bez lokalnih medija, pri čemu ne bi postojale nikakve garancije da će preostali komercijalni mediji ispunjavati funkciju javnog interesa a javni servisi na entitetskom i državnom nivou zadovoljiti potrebe lokalnih zajednica.

U slučaju privatizacije bi izostale bilo kakve garancije da će ovi mediji proizvoditi sadržaje od javnog interesa. Medijski ekspert Amer Džihana navodi da privatni mediji u BiH predstavljaju „amalgam reklama i muzike“ bez ikakvih sadržaja od javnog interesa, za razliku od javnih koji u određenoj mjeri takav sadržaj ipak imaju, te poziva na iznalaženje modela koji će omogućiti „da dobijemo kvalitetnije sadržaje a da istovremeno rasteretimo javne budžete i netransparentnu potrošnju“.<sup>37</sup> Iz Radija Vitez pretpostavljaju da bi se kroz koncept javno-privatnog partnerstva ravnomjernije rasporedili mogući izravni uticaji političkih stranaka odnosno privatnog kapitala na uredničku politiku javnih medija.<sup>38</sup> Međutim, takav je model povezan, s jedne strane, s nedostatkom interesa privatnog sektora da investira u ekonomski marginalne lokalne medije, posebno jer bi u tim medijima javni sektor imao uticaj na uredničku politiku,<sup>39</sup> dok je, s druge strane, model javno-privatnog partnerstva generalno kritikovan i zbog manjka transparentnosti proistekle iz primjene prava čuvanja poslovnih tajni takvih subjekata (Bankwatch 2008) – što

37 Izvor: Amer Džihana, medijski ekspert i urednik portala Analiziraj.ba, intervju, 24. 2. 2018.

38 Izvor: Odgovori na upitnik, Radio Vitez (dio 6, pitanje broj 2).

39 Izvor: Veljko Trivun, profesor na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu, pisana prepiska, 3. 5. 2018.

bi u slučaju transformacije javnih lokalnih medija bilo neprihvatljivo. Rješenje dijelom može predstavljati razvoj neprofitnih medija, odnosno medija zajednice, i otvaranje javnih fondova prema takvim medijima, o čemu će biti više govora u narednim izvještajima.

## 8.2 Potreba za unapređenjem finansiranja medija iz javnog budžeta i razvojem alternativnih modela finansiranja

Kako bi mediji, bilo javni, privatni ili mediji zajednice, mogli obavljati funkciju javnog interesa, potrebno je osigurati izvore prihoda koji će takvu funkciju omogućiti i poticati. Alternativno finansiranje kroz priloge građana postoji u drugim državama, ali u bh. okolnostima još uvijek nije zaživjelo. Naprimjer, radio zajednice *Radio Active* se osim sredstvima osnivača (u ovom slučaju nevladine organizacije *Naša djeca* iz Zenice) pokušava finansirati i kroz *fundraising* kampanje (tj. kroz prikupljanje novca od strane građana na dobrovoljnoj osnovi ili kroz organiziranje raznih društvenih događaja), no bez značajnijeg uspjeha (Abadžija 2017). Portal *KRIK* u Srbiji je, međutim, u prvoj godini postojanja uspio oko 10 posto od ukupnog budžeta osigurati kroz ovaj vid finansiranja (Sejdinović 2016: 140), dok je hrvatski portal *Lupiga* tokom *crowdfunding* kampanje početkom ove godine, zahvaljujući donacijama 1.143 pojedinca, za samo mjesec dana prikupio nešto više od 42 hiljade dolara neophodnih za nastavak rada medija.<sup>40</sup> Takva sredstva mogu doprinijeti održivosti medija.

Iskustva iz razvijenih tržišta, prije svih iz Velike Britanije, u kojoj se dozvole za medije zajednice izdaju od 2005. godine, pokazuju da je za razvoj ovih medija neophodno finansiranje iz javnih fondova.<sup>41</sup> Na međunarodnom nivou podstiče se pomoć za neprofitne medije tj. medije

40 Više u: Fuka 2018.

41 Za samo tri godine otakako je regulatorno tijelo Ofcom počelo da izdaje dozvole za medije zajednice i istovremeno ustanovljen fond za ove medije, u Velikoj Britaniji je s radom počelo 120 community radio stanica. Više u: Sejdinović 2016: 9.

zajednice. Odbor ministara Vijeća Evrope usvojio je 2009. godine *Deklaraciju o ulozi medija zajednice u promociji društvene kohezije i interkulturalnog dijaloga*, prema kojoj se od država potpisnica očekuje da, između ostalog, medijima zajednice omoguće adekvatnu finansijsku podršku na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou (Lange 2009: 35). To je korak koji Bosni i Hercegovini tek predstoji.

Primjer iz Slovenije pokazuje da se i kroz finansiranje komercijalnih medija iz javnih fondova donekle može promovirati javni interes. Većina lokalnih radiostanica u ovoj zemlji je u privatnom vlasništvu, no javni sektor značajnim dijelom finansira rad ovih medija. Zakonom o medijima Slovenije definisano je da lokalne i regionalne radio i televizijske stanice koje u programu sadrže najmanje 30 posto lokalnog ili regionalnog sadržaja vlastite produkcije mogu dobiti status programa od posebne važnosti i kao takvi biti finansirani sredstvima Ministarstva kulture, lokalnih samouprava i drugih institucija vlasti.<sup>42</sup>

Različiti nivoi vlasti u BiH također izdvajaju sredstva za finansiranje privatnih medije. Precizan iznos sredstava teško je utvrditi usljed kompleksne administrativne organizacije države, sa 155 jedinica vlasti, ali činjenica da je, primjerice, samo iz budžeta Grada Doboja isplaćeno oko 200 hiljada KM dvjema privatnim televizijama<sup>43</sup> pokazuje da se radi o značajnim izdvajanjima za privatne medije. Problematično je što se izdvajanja za privatne medije, bilo da se radi o pojedinačnim izdvajanjima putem javnih poziva ili na osnovu pojedinačnih zahtjeva korisnika, vrše pod nedovoljno preciziranim kriterijima o tome ko i pod kojim uslovima može dobiti ta sredstva (Sokol i Hodžić 2018: 19-21). Državni organi ne prate i ne izvještavaju o rezultatima i utjecaju ovih izdvajanja na medijsko tržište i javni interes.

42 Više u: Analiza radijske ponudbe v Republiki Sloveniji in možnosti za njen razvoj, 2014. Vidjeti i: Pravilnik o programih posebnega pomena.

43 Više o finansiranju privatnih medija iz budžeta općina/gradova u BiH vidjeti u: Grbešić 2018.



Bez obzira na moguće promjene statusa javnih lokalnih emitera, neki vid javnog finansiranja ovih medija – vrijedi to ponoviti – biće neophodan. Takva je praksa i u brojnim evropskim državama, posebno onima koje se spominju kao primjeri novinarskih sloboda, koje koriste model direktnog finansiranja medija kako bi unaprijedili medijski pluralizam i podržali kvalitetno novinarstvo. Primjerice, Švedska je u ovu svrhu 2013. godine izdvojila 53 miliona eura, Norveška oko 44 miliona, a Francuska čak 615 miliona eura (Živković 2016: 6). Na malim i siromašnim tržištima, poput ovog u BiH, ovakva izdvajanja još su neophodnija kako bi se osigurala zaštita javnog interesa i promocija komunikacijskih potreba građana. Da bi se to postiglo, potrebno je pri finansiranju javnih lokalnih medija, ali i finansiranju privatnih medija i medija zajednice, utvrditi jasne kriterije dodjele sredstava, vođene dobro utemeljenom definicijom javnog interesa (Hodžić i Sokol 2018: 39). U aktuelnim praksama u BiH kriteriji su nedovoljno definisani. Ulogu javnog interesa, koju bi mediji koji primaju javna sredstva trebali vršiti, trebalo bi precizirati u budućim politikama te među kriterije uvrstiti i procjenu dugoročne uloge i prirode medija, te programske kriterije poput redovnog obima informativnih sadržaja koje ti mediji nude. Za razliku od privatnih medija, javni emiteri su kroz programske obaveze (više u nastavku publikacije) dugoročno obavezani na služenje javnosti. Slično tome, mediji zajednice su po svojoj prirodi orijentirani prema određenoj geografskoj zajednici ili društvenoj grupi, a njihov neprofitni karakter garancija je da sredstva neće biti iskorištena u krajnjoj liniji za profit vlasnika. Takve garancije kod privatnih medija ne postoje, pa se efekt javnog finansiranja privatnih medija, posebno u odsustvu izvještavanja i monitoringa, može smatrati upitnim.

### 8.3 Mjere za sprečavanje zloupotreba i nadzor nad dodjelom javnih sredstava

Koji god budući status i način finansiranja sadašnjih javnih lokalnih medija bio, potrebno je pored preciznih kriterija raspodjele sredstava osigurati i neovisnosti tijela koja odlučuju, transparentnost procedura i adekvatan nadzor nad primjenom pravila (Hodžić i Sokol 2018: 18) kao i analize efekata javnog finansiranja.

U regulaciji državne pomoći jedan od uslova pod kojima se državna pomoć javnim medijima, prema međunarodnoj regulativi, smatra opravdanom jeste da se državna sredstva koriste isključivo za obavljanje funkcije javnog interesa. Preporuka Evropske komisije je da državna pomoć javnim servisima treba biti dostatna da im omogući obavljanje spomenute funkcije, ali i da je neophodno usvajanje zaštitnih mjera koje bi onemogućile prekomjerno finansiranje i posljedično netržišno ponašanje javnog medija kroz kršenje pravila poštene konkurencije (Dias i Antoniadis 2007: 67). Slični principi trebali bi da važe i za lokalne javne medije. Pored definisanja javnog interesa i kriterija za dobijanje javnih sredstava, potrebno je donijeti regulative koje osiguravaju da su finansijski planovi javnih medija zasnovani na realno procijenjenim operativnim troškovima i pokušajima da se odgovori na potrebe građana, kako bi se postigla veća efikasnost utroška dodijeljenih sredstava.

Istovremeno, potrebne su i garancije da se medijima neće uskratiti sredstva u slučaju neslaganja lokalnih vlasti sa uredničkom politikom i izborom direktora/urednika, čime bi se nastojala osigurati neovisnost uredničkih politika tih medija (Sokol i Hodžić 2018: 44). Javne uprave i lokalni javni emiteri koji posluju kao lokalna javna preduzeća mogli bi inicirati/zagovarati uvođenje finansiranja medija iz lokalnih budžeta na višegodišnjoj osnovi, što bi predstavnicima vlasti onemogućilo da proizvoljno uskraćuju planirana budžetska sredstva javnim lokalnim medijima. Iskustva zemalja poput Ujedinjenog Kraljevstva, Danske i Njemačke, pokazuju da se kroz finansiranje javnih medija koje je osigurano na višegodišnjoj osnovi smanjuje mogućnost da „institucije vlasti dodjeljuju ili uskraćuju sredstva na osnovu tona aktuelnog izvještavanja o tim institucijama vlasti“ (Benson i Powers 2011: 12, prema: Sokol i Hodžić 2018: 32). Kako entitetski zakoni o javnim preduzećima u BiH predviđaju izradu trogodišnjih poslovnih planova,<sup>44</sup> trebalo bi osigurati da su ti planovi zasnovani na realnim potrebama i dobroj procjeni troškova, te da budu osnova za trogodišnje utvrđivanje visine osnovnih prihoda javnih lokalnih medija.

## 8.4 Izvori javnih sredstava koja se dodjeljuju medijima

U pogledu izvora prihoda, dobre prakse iz zemalja regiona upućuju na uspostavljanje fonda iz kojeg bi se finansirali medijski sadržaji na lokalnim medijima. Neki od primjera dobrih praksi finansiranja medija u regionu zasnivaju se upravo na preraspodjeli sredstava koja građani plaćaju za javni servis. U Sloveniji najveći dio tih sredstava, kojima raspolaže Ministarstvo kulture, dolazi iz RTV-pretplate (3 posto sredstava od pretplate prikupljenih tokom prethodne godine ide u fond za finansiranje posebnih medijskih sadržaja), te ih stručna komisija putem godišnjeg javnog poziva sa jasno definiranim kriterijima raspoređuje medijima koji imaju status lokalnih, regionalnih i studentskih radijskih i televizijskih programa.<sup>45</sup> Slično tome, i u Hrvatskoj postoji Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija, koji se puni od 3 posto pretplate za javni servis (HRT), a potom se ta sredstva raspoređuju za finansiranje audio-vizuelnog medijskog sadržaja na lokalnim i regionalnim radijskim i televizijskim stanicama, kao i neprofitnih elektronskih medijima (Sejdinović 2018).

U BiH se uspostavljanje jednog takvog fonda, iz kojeg bi se porezna sredstva kroz jasne kriterije i transparentnu proceduru distribuirala za finansiranje kvalitetnog novinarstva na lokalnom i regionalnom nivou, također spominje kao mogući alternativni model finansiranja lokalnih javnih medija u BiH (Hodžić i Sokol 2018: 41). I u sklopu ovog istraživanja nekoliko predstavnika medija iznijeli su prijedlog da lokalnim javnim medijima pripadne

---

45 Iznos ukupnih sredstava, kriteriji javnog poziva i profil članova stručne komisije koja bira medijske projekte definisani su članom 4a Zakona o medijima Republike Slovenije. Pored finansija iz ovog fonda, komercijalni mediji dobijaju i sredstva drugih javnih budžeta. Tako je, naprimjer, regionalni Radio Gorenc u 2017. godini dobio blizu 215 hiljada eura iz budžeta 89 različitih javnih institucija. Vidjeti: <https://erar.si/prejemnik/36862126/#transakcije>. Postoje, međutim, i zamjerke na proces državne regulacije resursa i podrške medijskom sektoru u Sloveniji, od kojih je najveća to što ne postoji redovno izvještavanje o oglašavanju javnih organa (Milosavljević 2016: 8).

dio prihoda od RTV-pretplata.<sup>46</sup> Međutim, uzevši u obzir nizak stepen naplate i probleme sa distribucijom RTV-pretplata u Bosni i Hercegovini,<sup>47</sup> neophodno je razmisliti o drugim izvorima sredstava iz kojih bi se lokalni i regionalni mediji mogli finansirati.

Jedan od mogućih izvora prihoda mogao bi biti višak sredstava RAK-a. Akumuliranim viškom prihoda Agencije upravljaju Vijeće ministara i resorno Ministarstvo komunikacija i prometa BiH. U julu 2016. godine Vijeće ministara je, na prijedlog resornoga ministarstva, donijelo odluku o korištenju akumuliranog viška prihoda nad rashodima RAK-a koja su utvrđena sa stanjem 31. 12. 2014. godine u iznosu od 14,25 miliona KM. Najveći dio tih sredstava (12 miliona KM) usmjeren je na projekat digitalizacije javnih radiotelevizijskih servisa u BiH (Službeni glasnik BiH, 58/16). RAK je i u protekle tri godine ostvarivao višak prihoda i to 4,7 miliona KM u prošloj, 5,7 miliona u 2016. i 6,1 milion KM u 2015. godini.<sup>48</sup> Korištenje barem dijela ovih sredstava za finansiranje lokalnih medija kroz jasno definisane kriterije, kojima bi se osiguralo da se sredstva koriste za ispunjavanje funkcije javnog interesa, doprinijelo bi jačanju kapaciteta i kvaliteta ovih medija. Iz Sektora emitiranja RAK-a kažu da podržavaju ideju da se višak prihoda Agencije koristi za finansiranje lokalnih medija, ali da za to trenutno ne postoje zakonske mogućnosti. U okviru rada na novom zakonskom rješenju unutar Radne grupe, koju je osnovalo Ministarstvo komunikacija i prometa, RAK će dati prijedlog u ovom smjeru, ali – ističu iz Agencije – ne postoje garancije da će isti biti usvojen.<sup>49</sup>

46 Izvor: Izvještaj o radu i poslovanju IPC Kozarski vjesnik za 2016. godinu, 9; popunjeni upitnici.

47 RAK-ova Analiza tržišta emitiranja pokazuje da je od 2009. do 2012. godine naplata RTV-takse u konstantnom padu (za četiri godine zabilježen je pad prihoda od RTV-takse od 8 miliona KM) zbog smanjenja broja pretplatnika (210 hiljada pretplatnika manje u 2012. u odnosu na 2009. godinu). Problemi sa naplatom RTV-takse nisu riješeni do danas (više na: Al Jazeera Balkans 2016; N1 2017; Oslobođenje 2017).

48 Izvor: Godišnji finansijski izvještaji Regulatorne agencija za komunikacije BiH (dostupno na: <https://rak.ba/bos/index.php?uid=1461069927>)

49 Izvor: Helena Mandić, pisana prepiska, 6. 6. 2018.

## 9. Preporuke<sup>50</sup>

- Prvi korak koji lokalni mediji trebaju poduzeti jeste uvođenje prakse proaktivnog objavljivanja godišnjih finansijskih izvještaja/planova kao i izvještaja/planova o radu i poslovanju na svojim web-stranicama, čime će ispuniti svoju zakonsku obavezu o javnosti rada, ali i osnažiti svoj kredibilitet kod građana koji u konačnici i plaćaju njihov rad. S druge strane, lokalne/kantonalne vlasti bi trebale obavezati lokalne javne medija na objavljivanje tih izvještaja na svojim web-stranicama. Isto tako, Regulatorna agencija za komunikacije ima mogućnost da obaveže lokalne javne medije na veći nivo transparentnosti kroz redovno dostavljanje finansijskih izvještaja javnih lokalnih medija RAK-u, i eventualne sankcije za javne medije koji ne dostave izvještaje. RAK također može objaviti na taj način prikupljene dokumente, vršiti odnosno naručivati povremene analize finansiranja javnih lokalnih medija čiji bi nalazi mogli biti osnova za razvoj medijskih politika.
- Vijeće ministara BiH, državno i entitetska ministarstva saobraćaja/prometa i komunikacije/veza, RAK, kao i resorna ministarstva kulture na kantonalnim nivoima, te općinska/gradska vijeća, trebaju razmotriti status javnih lokalnih medija, uključujući mogućnost djelomične privatizacije i transformacije u medije zajednice. U svim tim sektorima ključno je da će jedino javno finansiranje omogućiti i programske zahtjeve koji će te medije staviti u funkciju javnog interesa.
- Izvršna tijela na različitim nivoima vlasti, pod vodstvom državnog Ministarstva komunikacija i prometa, trebaju unaprijediti politike finansiranja javnih lokalnih medija kako bi se osigurali

---

50 Pri formulisanju preporuka oslanjamo se na primjere dobre prakse iz drugih zemalja prezentirane u ovom istraživanju, prijedloge i sugestije medijskih djelatnika i eksperata konsultovanih tokom primarnog prikupljanja podataka, te na preporuke iz ranijih istraživanja: Hodžić i Sokol 2018, Živković 2016, Hodžić 2016.

transparentnost, promocija javnog interesa te nadzor i efikasnost trošenja sredstava.<sup>51</sup> Takve promjene trebaju zagovarati sami lokalni mediji, nevladin sektor i relevantna državna tijela.

- Alternativna i plodonosnija opcija od direktnih grantova iz budžeta pojedinih lokalnih vlasti bilo bi finansiranje medija iz za to posebno uspostavljenih fondova. Mogući izvor finansiranja za takav fond bio bi višak prihoda RAK-a. Kako bi mediji mogli dobivati ova sredstva pod jednakim uslovima i na osnovu kriterija javnog interesa, potrebno je jasno definisati programske, organizacijske i druge kriterije. Neki od programskih kriterija bi mogli biti značajna produkcija vlastitog programa, fokus na informativne i edukativne sadržaje, te sadržaje fokusirane na specifične teme od javnog značaja, a organizacijski određeni broj uposlenih, dobro definisani i objavljeni izvještaji o radu i finansijski izvještaji (Hodžić i Sokol 2018: 39–40). Za utvrđivanje šire liste kriterija potrebno je konsultirati donosioce odluka, medijske eksperte i medijske profesionalce.
- Kako bi se spriječilo finansijsko uslovljavanje javnih medija u ovisnosti od njihove trenutne uredničke politike, potrebno je uvesti model višegodišnjeg finansiranja (Hodžić i Sokol 2018: 40), prema kojem se garantuje minimalan iznos sredstava za lokalne medije ne samo za predstojeću/tekuću godinu nego i minimalno dvije naredne. Utvrđivanje budžeta javnih lokalnih medija trebalo bi da se zasniva na procjeni realnih troškova potrebnih za obavljanje funkcije javnog interesa i omogućivanju nesmetanog funkcionisanja i programskog razvoja medija. Navedenu procjenu bi trebalo da vrši nezavisno tijelo na lokalnom/kantonalnom nivou sastavljeno od medijskih djelatnika i predstavnika civilnog društva, a na osnovu prijedloga trogodišnjeg poslovnog plana i analize godišnjih finansijskih izvještaja javnog medija/preduzeća.
- Odluke o finansiranju medija, bilo direktno iz budžeta kantonalnih, gradskih i općinskih vlasti ili kroz postojanje posebnih fondova trebala bi donositi ekspertska umjesto političkih tijela. Iako usvajanje pravila za izbor članova ovih tijela, kao i samu konkursnu proceduru, trebaju provesti nadležna predstavnička tijela (općinsko/gradsko vijeće, kantonalna skupština,

entitetski i državni parlamenti), odnosno pripadajuće im komisije za izbor i imenovanja, najvažniji elementi tih pravila bi trebali jasno precizirati uslove i sistem bodovanja za izbor članova sa naglaskom na njihovu ekspertizu iz domena medijskih politika, društvenih nauka i projektnog finansiranja. Podrazumijeva se i da su transparentno objavljivanje javnog poziva za izbor članova ekspertskih tijela, kao i rezultata konkursa, neophodni koraci u ovom procesu.

- Javni lokalni mediji trebaju da rade na razvoju proaktivnog pristupa marketingu i osiguravanju alternativnih izvora finansiranja. Prikupljanje i prezentiranje podataka o slušanosti/gledanosti programa, doseg emitovanja, prednostima u odnosu na konkurenciju, segmentaciji ciljne grupe publike po terminima slušanosti/gledanosti programa i formiranju cjenovnika na osnovu tih podataka, minimalni su i sprovodivi koraci u razvijanju marketinškog djelovanja ovih medija. Pozitivni primjeri u ovom izvještaju ukazuju na mogućnosti koje pružaju internet i društvene mreže ne samo za poboljšanje interakcije s publikom, osvajanje novih slušatelja/gledatelja (širenje doseg programa) i brendiranje medija/preduzeća već i kao potencijalni izvor dodatnih prihoda kroz internetsko oglašavanje. Također, primjeri iz regiona, prije svih portala *KRIK* (Srbija) i *Lupiga* (Hrvatska), pokazuju da je od priloga građana moguće prikupiti znatna sredstva za finansiranje rada medija ukoliko postoji čvrsto povjerenje publike (čitatelja, slušatelja, gledatelja) u rad tog medija.
- Zajednički nastup više javnih medija na marketinškom tržištu, kroz osnivanje mreže radijskih ili televizijskih stanica, mogao bi doprinijeti njihovoj održivosti. Zajednički nastup na tržištu oglašavanja mogao bi olakšati pristup dodatnim oglašivačima, koji bi kroz paketne usluge lakše i po pristupačnijim cijenama mogli da se promovišu kroz program većeg broja medija. Kreiranje zajedničkog programa povećalo bi potencijalni doseg ovih medija, doprinijelo kvaliteti sadržaja i učinilo ove medije atraktivnijim velikim oglašivačima i marketinškim agencijama. Predstavnici lokalnih medija trebaju ispitati mogućnost da se kroz zajedničko naručivanje i podjelu troškova za istraživanje o gledanosti/slušanosti osiguraju neovisni i pouzdani podaci o publici, koji će u perspektivi doprinijeti finansijskom i programskom razvoju ovih medija.

## Bibliografija

- Abadžija, Maja. 2017. "Community mediji: Borba koja ne prestaje". *Mc Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/community-mediji-borba-koja-ne-prestaje> (stranica posjećena 28. 5. 2018)
- AKOS. 2014. "Analiza radijske ponudbe v Republiki Sloveniji in možnosti za njen razvoj". Objavljeno na: [http://www.akos-rs.si/files/Za\\_medije/Novinarska\\_vprasanja/2016/9\\_6/AKOS-Analiza-radijske-ponudbe-v-RS-in-moznosti-za-njen-razvoj-Junij-2014.pdf](http://www.akos-rs.si/files/Za_medije/Novinarska_vprasanja/2016/9_6/AKOS-Analiza-radijske-ponudbe-v-RS-in-moznosti-za-njen-razvoj-Junij-2014.pdf) (stranica posjećena: 18. 4. 2018.)
- Al Jazeera Balkans. 2016. "Sistem naplate RTV takse u BiH ne postoji". Dostupno na: <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/sistem-naplate-rtv-takse-u-bih-ne-postoji> (stranica posjećena 6. 6. 2018.)
- Arnautović, Aldin. 2016. "Mjerenje TV gledanosti u BiH je jedan spor i netransparentan proces, pun nedostataka, koji upravo zbog skrivenosti i klijentelizma otvara prostor za malverzacije". *Fairpress*. Dostupno na: <http://www.fairpress.eu/ba/blog/2016/05/15/mjerenje-tv-gledanosti-u-bih-je-jedan-spor-i-netransparentan-proces-pun-nedostataka-koji-upravo-zbog-skrivenosti-i-klijentelizma-otvara-prostor-za-malverzacije/> (stranica posjećena: 5. 5. 2018.)
- Article 19. 2016. *Freedom of Expression and State Aid to Media (update)*. Dostupno na: <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2017/12/State-Aid-to-the-Media-2017-final-Oct-2017-1.pdf> (stranica posjećena 7. 5. 2018.)
- Benson, Rodney i Powers, Mathew. 2011. *Public Media and Political Independence: Lessons for the Future of Journalism from Around the World*. New York University: Free Press.
- CEE Bankwatch Network. 2018. *Zanemarimo računicu: Opasnosti javno-privatnih partnerstava u srednjoj i istočnoj Europi*. CEE Bankwatch Network. Dostupno na: [https://bankwatch.org/wp-content/uploads/2008/11/croat\\_web\\_final.pdf](https://bankwatch.org/wp-content/uploads/2008/11/croat_web_final.pdf) (stranica posjećena 7. 6. 2018.)
- CRMA, 2016. "Institucije u BiH finansiraju medije sa desetinama miliona maraka godišnje". *Mc Online*. <http://www.media.ba/bs/magazin-teme-i-resursi/institucije-u-bih-finansiraju-medije-sa-desetinama-miliona-maraka-godisnje> (stranica posjećena 29. 5. 2018.)



- Dias, Pedro, i Aleksandra Antoniadis. 2007. *Increased transparency and efficiency in public service broadcasting. Recent cases in Spain and Germany*. Dostupno na: [http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2007\\_2\\_67.pdf](http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2007_2_67.pdf) (stranica posjećena 5. 4. 2018.)
- Fuka, Ivor. 2018. "Čujte i počujte: Imamo konačnu cifru Lupigine crowdfunding kampanje". Lupiga. Dostupno na: <https://www.lupiga.com/vijesti/cujte-i-pocujte-imamo-konacnu-cifru-lupigine-crowdfunding-kampanje> (stranica posjećena 7. 6. 2018.)
- Grbešić, Arnes. 2018. "Lokalne vlasti i pored javnih medija finansiraju privatne, bez jasnih kriterija dodjele". *MC Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/lokalne-vlasti-i-pored-usluga-javnih-medija-finansiraju-privatne> (stranica posjećena 28. 5. 2018.)
- Herić, Reuf. 2016. "Finansijski opstanak radija i televizije u BiH: Oglašavanje pod ucjenom 'uzmi ili ostavi'". *MC Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/finansijski-opstanak-radija-i-televizije-u-bih-oglasavanje-pod> (stranica posjećena 6. 6.2 018.)
- Hodžić, Sanela, i Anida Sokol. 2018. *Transparentnije i legitimnije finansiranje medija iz javnih budžeta: smjernice za javne organe u BiH*. Sarajevo: Fondacija Mediacentar. Dostupno na: [http://www.media.ba/sites/default/files/transparentnije\\_i\\_legitimnije\\_finansiranje\\_medija\\_iz\\_javnih\\_budzeta\\_-\\_smjernice\\_za\\_javne\\_organe\\_u\\_bih\\_-\\_bhs.pdf](http://www.media.ba/sites/default/files/transparentnije_i_legitimnije_finansiranje_medija_iz_javnih_budzeta_-_smjernice_za_javne_organe_u_bih_-_bhs.pdf) (stranica posjećena 7. 6. 2018.)
- Hodžić, Sanela. 2016a. *Vraćanje javnog interesa u finansijske odnose između javnog sektora i medija*. Sarajevo: Fondacija Mediacentar. Dostupno na: [http://www.media.ba/sites/default/files/vracanje\\_javnog\\_interesa\\_rev02.pdf](http://www.media.ba/sites/default/files/vracanje_javnog_interesa_rev02.pdf) (stranica posjećena 7. 6. 2018.)
- Jusić, Tarik (ur.). 2010. *Komunikacija i zajednica: Građani, mediji i lokalna uprava u BiH*. Mediacentar Sarajevo. Dostupno na: [http://www.media.ba/mcsonline/files/shared/Participatorne\\_komunikacije\\_Final\\_za\\_web.pdf](http://www.media.ba/mcsonline/files/shared/Participatorne_komunikacije_Final_za_web.pdf) (stranica posjećena 3. 5. 2018.).
- Lange, Yasha (ur.). 2009. *Živjeti zajedno. "Priručnik o standardima Vijeća Evrope o doprinosi medija društvenoj koheziji, interkulturnom dijalogu, razumijevanju, toleranciji i demokratskoj participaciji"*. Strasbourg: Vijeće Evrope.

- Medić, Nevena, i Anida Sokol. 2017. "(Ne)transparentnost poslovanja javnih lokalnih medija". *MC Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/transparentnost-poslovanja-javnih-lokalnih-medija> (stranica posjećena 17. 4. 2018.)
- Milosavljević, Marko. 2016. *Media Pluralism Monitor 2016: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond. Country report: Slovenia*. Centre for Media Pluralism and Media Freedom. Dostupno na: <http://monitor.cmpf.eu.eu/mpm2015/results/croatia/> (stranica posjećena 7. 6. 2018.)
- N1. 2017. "Vapaj u Sarajevu za opstanak javnog servisa BiH". Dostupno na: <http://ba.n1info.com/a169250/Vijesti/Vijesti/Vapaj-u-Sarajevu-za-opstanak-javnog-servisa-BiH.html> (stranica posjećena 6. 6. 2018.)
- Omerović, Azra. 2017. "(Ne)transparentan rad: Od 74 javna medija samo dva su podnijeli svoje finansijske izvještaje". *Mc Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/nettransparentan-rad-od-74-javna-medija-samo-dva-su-podnijeli-svoje-finansijske> (stranica posjećena 6. 4. 2018.)
- Omerović, Azra. 2017b. „Kako se vlast reklamira: Općine troše stotine hiljada maraka na medije“. *MC Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/kako-se-vlast-reklamira-opcine-trose-stotine-hiljada-maraka-na-medije> (stranica posjećena 13.5.2018.)
- Oslobodjenje. 2017. "Od augusta naplata RTV takse putem računa za struju". Dostupno na: <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/od-augusta-naplata-rtv-takse-putem-racuna-za-struju> (stranica posjećena 6. 6. 2018.)
- Poslovni dnevnik. 2017. "Slovenske lokalne radio postaje osnovale novu mrežu". Dostupno na: <http://www.poslovni.hr/svijet-i-regija/slovenske-lokalne-radio-postaje-osnovale-novu-mrezu-331330> (stranica posjećena 18. 3. 2018.)
- Radiosarajevo. 2015. "Televizije: Mi se bavimo programom, pitajte Nielsen". Dostupno na: <https://www.radiosarajevo.ba/metromahala teme/televizije-mi-se-bavimo-programom-pitajte-nielsen/183832> (stranica posjećena 1. 4. 2018.)
- RAK. 2013. *Analiza tržišta emitovanja*. Dostupno na <http://media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/argumenti-za-odluku-rak>

- Sejdinović, Nedim, i Žužana Serenčes (ur.). 2016. *Mediji civilnog društva: Uputstvo za upotrebu*. Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine. Dostupno na: <http://www.ndnv.org/wp-content/uploads/2016/11/MedijiCivilnogDrustva.pdf>
- Sejdinović, Nedim. 2018. "Srbija, Hrvatska, CG: Transparentno državno finansiranje medija - mrtvo slovo na papiru". *Mc Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/srbija-hrvatska-cg-transparentno-drzavno-finansiranje-medija-mrtvo-slovo-na> (stranica posjećena 5. 6. 2018.)
- Sokol, Anida. 2017a. *Obrasci finansiranja medija iz javnih budžeta: Politički pritisci i finansijska nestabilnost*. Uredila Sanela Hodžić. Sarajevo: Fondacija Mediacentar. Dostupno na: [http://www.media.ba/sites/default/files/mc\\_obraaci\\_finansiranja\\_medija\\_-\\_final\\_0.pdf](http://www.media.ba/sites/default/files/mc_obraaci_finansiranja_medija_-_final_0.pdf)
- Sokol, Anida. 2017b. *Ko odlučuje o finansiranju medija i medijskoj politici? Politička tijela u ulozi medijskih eksperata*. Uredila Sanela Hodžić. Sarajevo: Fondacija Mediacentar. Dostupno na: [http://www.media.ba/sites/default/files/politicka\\_tijela\\_u\\_ulozi\\_medijskih\\_eksperata\\_-\\_drugi\\_istrazivacki\\_izvjestaj.pdf](http://www.media.ba/sites/default/files/politicka_tijela_u_ulozi_medijskih_eksperata_-_drugi_istrazivacki_izvjestaj.pdf)
- Sokol, Anida. 2017c. *Kriteriji finansiranja medija: slabo regulirani, neadekvatni ili nepostojeći*. Uredila Sanela Hodžić. Sarajevo: Fondacija Mediacentar. Dostupno na: [http://www.media.ba/sites/default/files/kriteriji\\_finansiranja\\_medija\\_-\\_cetvrti\\_izvjestaj\\_-\\_31.\\_august\\_2017.pdf](http://www.media.ba/sites/default/files/kriteriji_finansiranja_medija_-_cetvrti_izvjestaj_-_31._august_2017.pdf)
- Sokol, Anida. 2017d. "Budžet RTV Zenica u rukama vlasti". *MC Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/budzet-rtv-zenica-u-rukama-vlasti> (stranica posjećena 7. 5. 2018.)
- Živković, Milan. 2016. *Alternative Models for Independent Media Funding. Who will Pay for Journalism*. Ljubljana: Peace Institute. Dostupno na: <http://mediaobservatory.net/sites/default/files/Alternative%20Models%20for%20Media%20Funding%20-Who%20Will%20Pay%20for%20Journalism.pdf>

## Izvještaji

Evropska komisija. 2016. Radni dokument osoblja Komisije, Izvještaj o Bosni i Hercegovini za 2016, nezvanični prijevod.

Evropska komisija. 2017. Radni dokument osoblja Komisije, Izvještaj o Bosni i Hercegovini za 2016, nezvanični prijevod.

Godišnji finansijski izvještaj Regulatorne agencije za komunikacije BiH za 2016. godinu.

Godišnji finansijski izvještaj Regulatorne agencije za komunikacije BiH za 2017. godinu.

Informacija o radu i poslovanju JP RTV Zenica u 2015. godini.

IREX. 2008-2018. Media sustainability index: The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia. IREX. Dostupno na: <https://www.irex.org/resource/media-sustainability-index-msi#europe-eurasia>

Izvještaj o radu i poslovanju IPC "Kozarski vjesnik" za 2016. godinu.

Izvještaj o radu i poslovanju JP Televizija Kantona Sarajevo d.o.o. za 2016. godinu.

Izvještaj o radu JP RTV BPK Goražde za 2016. godinu

JP Kulturno-informativni centar d.o.o. Prača. Izvještaj o radu preduzeća za 2016. godinu.

JP Radiopostaja Orašje. Finansijski izvještaj za 2016. godinu.

JP RTV Velika Kladuša. Finansijski izvještaj za 2016. godinu.

KIC JP d.o.o. Prača. Finansijski izvještaj za 2016. godinu.

Radio Bileća. Finansijski izvještaj za 2016. godinu.

Radio Brčko. Finansijski izvještaj za 2016. godinu.

## Zakoni i pravila

Pravilnik o fondu za posticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija. Hrvatska. Narodne novine, 150/2013.

Pravilo 76/2015 o pružanju medijskih usluga radija. Regulatorna agencija za komunikacije BiH.

Pravilo 77/2015 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga. Regulatorna agencija za komunikacije BiH.

Pravilo 79/2016 o dozvolama za distribuciju audiovizualnih medijskih usluga i medijskih usluga radija. Regulatorna agencija za komunikacije BiH.

Ustav Federacije Bosne i Hercegovine sa amandmanima. Službene novine Federacije BiH. 72/05.

Zakon o izmjenama i dopunama zakona o javnim preduzećima u Federaciji Bosne i Hercegovine. Službene novine FBiH. 109/12.

Zakon o javnim preduzećima RS. Službeni glasnik Republike Srpske. 78/11.

Zakon o komunikacijama BiH. Službeni glasnik BiH, 31/03.

Zakon o lokalnoj samoupravi Federacije. Službene novine FBiH 49/06, 51/09.

Zakon o lokalnoj samoupravi Republike Srpske. Službeni glasnik Republike Srpske, 97/16.

Zakon o medijima Republike Slovenije. Uradni list Republike Slovenije. 35/01. (dostupno ovdje: <https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina?urlurid=200646666>)

Zakon o ustanovama BiH. Službeni list RBiH, 6/92, 8/93 i 13/94.

## Budžeti

Budžet Grada Bihać, 2017.

Budžet Općine Bileća, 2017.

Budžet Općine Brod, 2017.

Budžet Općine Čapljina, 2017.

Budžet Grada Doboje, 2017.

Budžet Općine Dubica, 2017.

Budžet Općine Foča, 2017.

Budžet Općine Gacko, 2017.

Budžet Općine Gradiška, 2017.

Budžet Općine Jajce, 2017.

Budžet Grada Livno, 2017.  
Budžet Općine Lukavac, 2017.  
Budžet Općine Odžak, 2017.  
Budžet Općine Prača, 2017.  
Budžet Grada Prijedor, 2017.  
Budžet Općine Prnjavor, 2017.  
Budžet Općine Prozor-Rama, 2017.  
Budžet Općine Srbac, 2017.  
Budžet Grada Široki Brijeg, 2017.  
Budžet Grada Trebinje, 2017.  
Budžet Grada Tuzla, 2017.  
Budžet Općine Višegrad, 2017.  
Budžet Općine Vogošća, 2017.  
Budžet Grada Zenica, 2017.  
Budžet Bosansko-podrinjskog kantona Goražde, 2017.  
Budžet Kantona Sarajevo, 2017.  
Budžet Tuzlanskog kanton, 2017.  
Budžet Unsko-sanskog kantona, 2017.  
Budžet Zapadno-hercegovačkog kantona, 2017.

## Intervjui i pisana prepiska

Adis Purić, direktor Javnog preduzeća Radio-televizija Velika Kladuša, intervju, 3. 3. 2018.  
Aleksandra Stojanović, direktorica JP Radio Gradiška, pisana prepiska. 24. 3. 2018.  
Amer Džihana, medijski ekspert i urednik Analiziraj.ba, intervju, 24. 2. 2018.  
Azra Bajrić, novinarka RTV Cazin, intervju, 4. 1. 2018.  
Azra Omerović, novinarka Žurnal.info i CRMA, pisana prepiska, 5. 3. 2018.  
Danijel Artmagić, direktor JP Radio Usora d.o.o., pisana prepiska. 27. 2. 2018.

Edin Čalkić, Agencija IPSOS, pisana prepiska, 3. 4. 2018.

Edin Špahić, direktor RTV Vogošća d.o.o., pisana prepiska. 21. 3. 2018.

Helena Mandić, Pomoćnik direktora za emitovanje Regulatorne agencija za komunikacije BiH, pisana prepiska, 6. 6. 2018.

Mirza Sadiković, novinar JP RTV USK, intervju, 4. 3. 2018.

Senad Zaimović, direktor marketinške agencije Fabrika, intervju, 17. 2. 2018.

Veljko Trivun, profesor na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu, pisana prepiska, 3. 5. 2018.





**POLITIČKA KONTROLA  
I SLABA REGULACIJA IMENOVANJA  
UPRAVLJAČKIH STRUKTURA I UREDNIKA**

## I. Sažetak

Izvještaj je nastao iz potrebe da se predstave pretpostavljene veze politike i javnih medija u lokalnim zajednicama. Neka od istraživačkih pitanja tiču se transparentnosti postupaka imenovanja i smjenjivanja upravljačkih organa u javnim lokalnim medijima, kao i direktnog i indirektnog utjecaja na imenovanja direktora i glavnih i odgovornih urednika. Istraživanje javnih lokalnih medija pokazalo je da mediji imaju različite prakse u postupcima imenovanja upravljačkih struktura, kao i da su često meta političke instrumentalizacije lokalnih vlasti kroz imenovanje podobnih kandidata na direktorska i urednička mjesta. Kao jedan od gorućih problema u lokalnim medijima prepoznat je i hronični nedostatak kadra usljed loših finansijskih prilika. S druge strane, novinari prolaze kroz različite oblike pritisaka, dok su garancije njihove autonomije i kolektivno organizovanje još uvijek slabi. Izvještaj daje pregled legislativnog okvira, kao i nekih od identificiranih praksi, te su na kraju date preporuke za unapređenje integriteta, transparentnosti i monitoringa procesa imenovanja.

Najvažnije preporuke su: 1) definisati precizne kriterije za imenovanja upravljačkih struktura skupštine, nadzornih i upravnih odbora, direktora i urednika u lokalnim javnim medijima i takve kriterije uvrstiti u statute i interne pravilnike; 2) povećati transparentnost sastava i djelovanja komisija koje provode javne konkurse, i te izmjene inkorporirati u interne pravilnike i statute javnih medija; 3) povećati transparentnost procedura imenovanja, biografija članova i djelovanja izabranih upravljačkih tijela i urednika i te izmjene propisati statutima javnih medija, 4) uvesti dodatne garancije uredničke neovisnosti: onemogućiti da funkciju skupštine javnog preduzeća preuzima skupština lokalne vlasti i onemogućiti da direktor istovremeno obavlja posao glavnog i odgovornog urednika.

## 2. Uvod

Lokalni javni mediji u BiH organizovani su kao javna preduzeća ili djeluju u okviru kulturno-sportskih javnih ustanova, a njihovi osnivači i glavni izvori prihoda su organi vlasti na jednom od administrativnih nivoa u BiH. Sumnja se da su jedan od glavnih mehanizama utjecaja na uredničke politike ovih medija imenovanja uprave i urednika bliskih vladajućim strukturama. U izvještaju nastojimo sistematično predstaviti legislativni okvir i prakse odlučivanja o ključnim imenovanjima, smjenjivanjima i uslovljavanjima medijskih redakcija.

Istraživanjem je, prije svega, obuhvaćena analiza legislativnog okvira, kao i praksi imenovanja, smjena i uslovljavanja medijskih redakcija na osnovu odgovora na upitnike dobijene iz 14 od ukupno 81 javnog lokalnog medija, koji djeluju na različitim teritorijalnim jedinicama u BiH i kojima je dostavljen upitnik. Dodatno, analizirani su interni dokumenti dobijeni iz kontaktiranih medija ili dostupni na oficijelnim web-stranicama medija i/ili osnivača (identificirani na osnovu pretrage svih stranica javnih lokalnih medija), kao i u službenim listovima.<sup>1</sup> Riječ je, u prvom redu, o statutima<sup>2</sup> i godišnjim izvještajima o radu.<sup>3</sup> Dodatno, kroz 16 polustrukturiranih intervjua, u istraživanje su uključeni ispitanici iz nekoliko lokalnih medija, kao i medijski istraživači i predstavnici udruženja novinara i sindikalnih organizacija, koji su komentirali moguće utjecaje na rad medija, postupke imenovanja i smjenjivanja direktora i glavnih urednika, te pitanja o radnim uslovima i socioekonomskim pritiscima na medije i novinare.

1 U prvom redu službene novine/glasnici osnivača medija, kao i službene novine/glasnici BiH, FBiH i RS.

2 Statut su na upit dostavili samo JP TVSA i JP RTV BPK, a dodatno su pribavljeni i statuti JP Radio Brčko, JP Radio Bihac i JP Radio Gradiška.

3 Izvještaje o radu i poslovanju su na upit dostavili JP TVSA, JP Radio Prača, JP RTV BPK (2016), a dodatno su pribavljeni i od JP RTV Zenica (2015) i JP Kozarski vjesnik (2016).

### 3. Aktuelni propisi i zakoni o imenovanjima u javnim preduzećima/ustanovama

Procedure imenovanja i pozicija *rukovodnih* odnosno *upravljačkih* (oba termina se u legislativi i drugim dokumentima koriste naporedno; u daljem tekstu: *upravljački*) struktura u javnim lokalnim medijima definisane su opštim legislativnim okvirom za preduzeća, javna preduzeća (JP) i javne ustanove (JU).

**Tabela 1:** *Legislativa kojom se definišu uloga, imenovanja i smjene u javnim preduzećima i ustanovama*

Zakon o javnim preduzećima FBiH, RS, BD
Zakon o preduzećima BD BiH, Zakon o privrednim društvima (FBiH i RS)
Uredba sa zakonskom snagom o ustanovama R BiH (za medije koje djeluju u okviru kulturno-sportskih javnih ustanova <sup>4</sup> u FBiH)
Zakon o sistemu javnih službi (RS)
Zakon o ministarskim imenovanjima, imenovanjima Vijeća ministara i drugim imenovanjima BiH, Zakon o ministarskim vladinim i drugim imenovanjima (FBiH i RS)
Zakon o sukobu interesa u organima vlasti FBiH, Zakon o sprečavanju sukoba interesa u organima vlasti u RS, Zakon o sukobu interesa u institucijama Brčko distrikta BiH

Pored toga, ova pitanja preciznije se definišu internim dokumentima poput statuta preduzeća/ustanove, akata o unutrašnjoj organizaciji preduzeća/ustanove, radnih sistematizacija, pravilnika o radu i dr.

Javni mediji, slično kao i drugi segmenti javne uprave, izloženi su direktnim i indirektnim utjecajima i pritiscima,<sup>5</sup> koji se ponajviše reflektiraju u procesu izbora i imenovanja upravljačkih tijela (skupštine preduzeća, upravnog i nadzornog odbora i direktora i glavnih i odgovornih urednika)<sup>6</sup> i nerijetkom smjenjivanju *neposlušnih* kadrova. Upravljačka mjesta u javnim preduzećima i ustanovama uglavnom su *prvi plijen* političkih stranaka koje osvoje većinu na lokalnim ili opštim izborima.<sup>7</sup> Relevantnim zakonima propisano je da je politička pozicija, odnosno funkcija u političkoj stranci, nespojiva s imenovanjem u upravljačka tijela javnih organa.<sup>8</sup> Pravilima Regulatorne agencije za komunikacije (u daljem tekstu: RAK) dodatno se za urednike i direktore javnih emitera propisuje odvojenost od funkcije unutar političke stranke, odnosno organizacije koja je povezana s političkom strankom (Pravilo 76/2015, član 31 i Pravilo 77/2015, član 32). Glavni i odgovorni urednik, odnosno direktor i članovi uredničkog vijeća, dužni su RAK-u dostaviti izjavu kojom se potvrđuje odvojenost od političkih funkcija (Pravilo 76/2015, član 31 i Pravilo 77/2015, član 32). RAK, međutim, nema kapacitete za monitoring nad imenovanjima u javnim medijima, te reaguju tek po prijavama i povremeno izriču opomene i kazne za javne emitere. RAK je, u proteklim godinama, kršenja spomenutih članova zabilježio tek u nekoliko slučajeva (Tabela 2).

5 Vidjeti: Hodžić i Sokol 2018. O pritiscima na javnu upravu vidjeti: Kovačević i Blagovčanin 2016.

6 Vidjeti više o imenovanjima urednika u: Hodžić 2016, 4.

7 Vidjeti analizu o upravljanju javnim preduzećima u Kantonu Sarajevu koju je proveo Centar za istraživačko novinarstvo (CIN 2018).

8 Vidjeti Zakon o ministarskim, vladinim i drugim imenovanjima (FBiH i RS), Zakon o sukobu interesa u institucijama vlasti (BiH, FBiH, RS), Zakon o javnim preduzećima (FBiH, RS, BD). Ova odredba dodatno je uključena u statute javnih medija (npr., Statut JP RTV BPK, JP TVSA, JP Radio Bihać, JP Radio Brčko, JP Radio Gradiška).

**Tabela 2:** *Odvojenost uprave medija od političkih funkcija: problematični slučajevi*

<b>Medij</b>	<b>Opis slučaja</b>
JP Radio stanica Drvar	Po prigovoru, RAK je ustanovio da je v. d. direktora i glavni i odgovorni urednik Milovan Bjeljac u martu 2016. izabran za člana predsjedništva SNSD-a. U prigovoru je ocijenjeno da je od tada program Radija Drvar u službi te stranke (Izvor: Rješenje UPI: 03-29-5-364/16, Sarajevo, 13. 7. 2016.).
JU Centar za kulturu i informisanje (u kojem djeluje i Radio Nevesinje)	Direktor i glavni i odgovorni urednik Milenko Avdalović je poslao upit o tome da li postoje prepreke za obavljanje spomenutih funkcija dok je na listi SNSD-a kao kandidat za opštinskog načelnika na izborima 2012. godine. Nakon toga je, suprotno propisima RAK-a, imenovao glavnog i odgovornog urednika Radija Nevesinje, a ostao na poziciji direktora javne ustanove (Izvor: Rješenje UPI:02-07-531/12, Sarajevo, 16. 8. 2012.).
RTV Istočno Sarajevo	Na osnovu anonimnog dopisa potvrđeno da je direktor Aleksandar Kostović bio kandidat na listi SDS-a za Skupštinu Opštine Istočno Novo Sarajevo na lokalnim izborima 2012., što je potvrđeno i iz Centralne izborne komisije BiH (CIK BiH) i odgovorom same stanice (Izvor: Rješenje UPI: 02-07-636/12, Sarajevo, 18. 9. 2012.).
JU Centar za informisanje i kulturu – Radio Foča	Tadašnji glavni i odgovorni urednik Radija Foča Radisav Mašić je poslao upit o kandidaturi za načelnika Opštine Foča na lokalnim izborima 2012., a zatim imenovao novog urednika Vladimira Pantovića te obrazložio da ga kao nestranačkog kandidata predlaže više političkih stranaka. RAK je zaključio da nije riječ o kršenju pravila, s obzirom da prethodnim Pravilom nije bilo zabranjeno da tu funkciju obavlja osoba koja se na izborima pojavljuje kao nestranačka ličnost. <sup>9</sup> (Izvor: Zaključak o obustavi postupka UPI: 02-07-530/12, Sarajevo, 19. 7. 2012.).

<sup>9</sup> Izmijenjenim Pravilima Regulatorne agencije za komunikacije (76/2015 i 77/2015) predviđa se da i pojavljivanje kandidata na nezavisnim listama predstavlja politički angažman, tj. nespojivost sa obnašanjem funkcije direktora i urednika u javnom mediju (članovi 31 i 32).

U mnogim javnim medijima se načelno poštuje princip odvojenosti od političke funkcije, ali je upitno koliko možemo govoriti o stvarnoj političkoj neovisnosti.

Iako bi, u skladu sa zakonima o javnim preduzećima, javni mediji trebalo da putem web-stranice (ili na drugi način) učine dostupnim informacije o organizacijskoj strukturi, finansijskom poslovanju i obavljanju poslova iz nadležnosti uprave,<sup>10</sup> detaljna pretraga stranica 30 javnih lokalnih medija pokazuje da većina njih ne objavljuje informacije o sastavu, odlukama i procedurama imenovanja i smjena upravljačkih struktura. Osim nekoliko izuzetaka,<sup>11</sup> javni lokalni mediji uglavnom ne objavljuju ključne dokumente koji bi javnost informisali o radu i poslovanju preduzeća/ustanove, uključujući finansijske i izvještaje o radu i poslovanju, ali i statute i sistematizaciju radnih mjesta, informacije o postupcima izbora i imenovanja upravljačkih organa i konkurse.<sup>12</sup> Ni odziv medija na upite o tim dokumentima i procedurama nije zadovoljavajući. Takva situacija otežava uvid u rad medija, ne samo regulatornim organima nego i onima zbog kojih ovi mediji obavljaju svoju ulogu – građanima lokalnih zajednica.

U narednim dijelovima predstaviti ćemo postupke imenovanja i razrješenja upravljačkih pozicija u javnim medijima.

### 3.1 Narušena neovisnost u imenovanjima upravljačke strukture

Kako je i propisano zakonima, upravljačku strukturu u javnom preduzeću/ustanovi u entitetima predstavlja skupština, nadzorni ili upravni odbor te generalni i izvršni direktori, a u Brčko distriktu

---

10 Propisano članom 2, stav 3 Zakona o javnim preduzećima FBiH; članom 2, stav 3 Zakona o javnim preduzećima RS, i članom 2, stav 3 Zakona o izmjenama i dopunama zakona o javnim preduzećima BD BiH (17/16).

11 Npr., Statut je dostupan na web-stranici Radija Brčko, Radija Bihać, RTV BPK.

12 U ranijim izvještajima Mediacentra ukazano je na to da niti jedan od 74 lokalna medija na svojoj stranici „nema objavljen budžet, finansijski izvještaj niti izvještaj o radu ili poslovanju“ (Voloder 2016).

upravni odbor i direktor, odnosno izvršni direktor. Imenovanja upravljačkih struktura vrše se u skladu sa zakonima o ministarskim, vladinim i drugim imenovanjima i zakonima o sukobu interesa.<sup>13</sup> Ovi zakoni predviđaju formiranje komisija za izbor i nezavisnu provjeru kandidata, obavezno provođenje javnog konkursa i objavljivanje oglasa u najmanje jednom dnevnom listu većeg tiraža i službenim glasilcima. Pored toga, prilikom imenovanja primjenjuju se opšti uslovi propisani ovim zakonima, kao što je da kandidat nije maloljetan ili otpušten iz državne službe kao rezultat disciplinske mjere 3 godine prije objavljivanja oglasa, dok se definisanje specifičnih uslova ostavlja u nadležnost „odgovornom javnom službeniku“<sup>14</sup> sukladno raspisanoj poziciji i profilu samog preduzeća ili ustanove. S druge strane, zakonima o sukobu interesa u organima vlasti dodatno se osigurava nespojivost obnašanja političke funkcije<sup>15</sup> sa članstvom u upravnom ili nadzornom odboru javnog preduzeća, skupštini ili s direktorskom i menadžerskom pozicijom.<sup>16</sup>

Nesumnjivo, zakonskim odredbama nastojala se otkloniti direktna ili indirektna politička manipulacija, međutim brojni su nedostaci u praksi. U izvještajima Ombudsmena kontinuirano se ukazuje na alarmirajuće stanje u javnom sektoru i praksu „postavljanja nekompetentnih ljudi po 'stranačkoj liniji“.<sup>17</sup> Pored toga, zabilježeni su brojni politički pritisci. Tako je, naprimjer, Ombudsmen za BiH u 2017. primio žalbu v. d. direktora Radija

13 U FBiH i RS se primjenjuju odredbe Zakona o ministarskim, vladinim i drugim imenovanjima, dok se u Brčko distriktu primjenjuje Zakon o ministarskim imenovanjima, imenovanjima Vijeća ministara i drugim imenovanjima BiH.

14 Odgovorni javni službenik je, naprimjer, ministar, gradonačelnik, načelnik i dr.

15 Naprimjer, funkcija gradonačelnika ili načelnika, funkcija u skupštini i općinskim vijećima ili savjetnička pozicija.

16 Članovi 4 i 5 Zakona o sukobu interesa u organima vlasti FBiH, član 5 Zakona o sprečavanju sukoba interesa u organima vlasti u RS i član 5 Zakona o sukobu interesa u institucijama BD BiH.

17 Ombudsmeni su uputili „Inicijativu za preispitivanje opravdanosti postojanja upravnih i nadzornih odbora u javnim ustanovama“ zakonodavnim tijelima u BiH, navodeći da su tokom 2013. zaprimili preko 100 žalbi na procedure imenovanja, od kojih se 58 odnosilo na upravljanje javnim ustanovama (Ombudsmen BiH 2014).



Kupres o učestalim prijetnjama zaposlenicima, kao i političkim pritiscima od strane načelnika Općine Kupres (2018: 25).

### 3.1.1. Skupština medija zastupa interese osnivača

U javnim preduzećima skupština je najviši organ upravljanja kojeg imenuje osnivač – što su u slučaju javnih lokalnih medija lokalne/kantonalne vlasti – kako bi zastupao njegove interese. Skupštine javnih medija obično broje između tri i sedam članova. Pored nadležnosti koje su propisane zakonima o privrednim društvima (FBiH, RS, BD), skupština je nadležna i odgovorna da usvaja izvještaje o osnivanju, usvaja statut, u ime osnivača provodi konkursnu proceduru, tj. imenuje i razrješava članove nadzornog odbora te podnosi osnivaču izvještaje o radu i poslovanju. Dodatno se način imenovanja i razrješavanja dužnosti članova skupštine, kao i dužina njihovog mandata, definiše statutima preduzeća i razlikuje se od medija do medija (Tabela 3).

**Tabela 3:** Procedura imenovanja i razrješenja skupštine javnog preduzeća

Mandat i naknada	Procedura imenovanja	Procedura razrješenja
<b>Federacija BiH</b>		
<p><b>TVSA:</b>  <b>Dužina mandata:</b> dvije godine.  <b>Naknada:</b> visina se određuje posebnom odlukom osnivača i iznosi do 50% prosječne neto plaće u FBiH u prethodna tri mjeseca za predsjednika, odnosno 40% za članove Skupštine (Zakon o plaćama u organima upravljanja KS, član 10).</p>	<p><b>TVSA:</b>            Proceduru imenovanja provodi Ministarstvo pravde i uprave KS, a konačno imenovanje potvrđuje Skupština KS (Statut, član 16).</p>	<p><b>TVSA:</b>            Na prijedlog Ministarstva pravde i uprave Kantona Sarajeva, uz saglasnost Vlade KS, razrješenje dužnosti potvrđuje Skupština KS, a proceduru mogu pokrenuti ministar pravde i uprave, Vlada KS i Skupština KS (Statut, član 16).</p>

Mandat i naknada	Procedura imenovanja	Procedura razrješenja
<p><b>RTV BPK</b>  <b>Dužina mandata:</b> četiri godine.<sup>18</sup> (Statut, član 37)  <b>Naknada:</b> nije utvrđena Statutom preduzeća.</p>	<p><b>RTV BPK:</b>  Predsjednika i članove Skupštine imenuje Vlada Kantona. Četiri člana Skupštine imenuju se iz reda osnivača, jedan član imenuje se iz reda uposlenika, a dva člana ispred lokalnih zajednica sa područja Bosansko-podrinjskog kantona Goražde (Statut član 37).</p>	<p><b>RTV BPK:</b>  Procedura razrješavanja predsjednika i članova Skupštine Preduzeća ista je kao i kod imenovanja (Statut, član 37).</p>
<b>Republika Srpska</b>		
<p><b>Radio Gradiška:</b>  <b>Mandat:</b> Skupštinu čini Skupština Opštine Gradiška, kao osnivač (Statut, član 11), što implicira da je mandat ograničen izbornim mandatom Skupštine Opštine.  <b>Naknada:</b> Statutom nije propisana naknada, budući da Skupštinu predstavlja Skupština Opštine Gradiška.</p>	<p><b>Radio Gradiška:</b>  Budući da Skupštinu predstavlja Skupština Opštine Gradiška, proces imenovanja nije propisan Statutom te se isti imenuje i razrješava svakim novim izbornim ciklusom.</p>	<p><b>Radio Gradiška:</b>  Postupak isti kao i kod imenovanja.</p>

18 Na sjednici Skupštine BPK, održanoj 31. 1. 2018, nije usvojen predloženi Nacrt Zakona o plaćama i naknadama članova organa upravljanja i drugih organa kantonalnih javnih ustanova i kantonalnih javnih preduzeća u ovom kantonu (2017).

Mandat i naknada	Procedura imenovanja	Procedura razrješenja
<b>Brčko distrikt BiH</b>		
<p><b>Radio Brčko</b>  <b>Mandat:</b> Prava osnivača ostvaruje Skupština Brčko distrikta, koja zajedno s Upravnim odborom provodi nadzor nad radom preduzeća (Statut, član 8, stav 4).  <b>Naknada:</b> Statutom nije propisana naknada, budući da Skupštinu predstavlja Skupština Brčko distrikta.</p>	<p><b>Radio Brčko</b>            Budući da Skupštinu predstavlja Skupština Brčko distrikta, proces imenovanja nije propisan Statutom te se isti imenuje i razrješava svakim novim izbornim ciklusom.</p>	<p><b>Radio Brčko</b>            Postupak isti kao kod imenovanja.</p>

*Izvor: Statuti TVSA, RTV BPK, Radija Gradiška i Radija Brčko; Zakon o plaćama i naknadama organa upravljanja u KS<sup>19</sup>*

Načelno, obnašanje političke funkcije<sup>20</sup> nespojivo je sa članstvom u skupštini javnog preduzeća. Međutim, informacije o sastavu tijela, kao i kriterijima za imenovanje, uglavnom nisu sadržane u statutima, što ostavlja prostor za proizvoljne odluke. Tek u određenim slučajevima, poput RTV BPK, definisano je da pored predstavnika Vlade BPK, u sastav skupštine ulaze i jedan zaposlenik medija i predstavnici lokalnih zajednica ovog kantona. Do većeg broja medijskih statuta u RS-u teško je doći, pa su tako informacije o postupcima imenovanja u ovom entitetu naročito slabo dostupne. U dva medija – Radio Gradiška i Radio Brod – funkciju skupštine zapravo vrši skupština opštine, iako takva praksa nije jasno naznačena odredbama entitetskih zakona. Iako je u prikazanim primjerima medija u FBiH (Tabela 3) naizgled veća neovisnost skupštine preduzeća, činjenica da i ovdje politička tijela vrše konačna imenovanja njihovih članova, te neprecizno formuliranje

19 Izvor za Zakon: Službene novine KS, 10/2016, 2.

20 Vidjeti Zakone o ministarskim, vladinim i drugim imenovanjima (FBiH, RS)

kriterija i sastava skupštine otvara prostor za sumnju u kredibilitet konačnih imenovanja. Tako je, naprimjer, u Kantonu Sarajevo za članstvo u skupštinama javnih preduzeća potrebna tek diploma bilo kojeg fakulteta i najmanje tri godine staža u struci.<sup>21</sup> Upravo je u Televiziji Kantona Sarajevo zabilježeno smjenjivanje skupštine prije isteka mandata – naprimjer, u 2016. godini Skupština KS smijenila je skupštinu ovog medija nakon pet mjeseci od imenovanja te imenovala novi saziv.<sup>22</sup> Do preciznih podataka i razloga smjenjivanja nismo uspjeli doći kroz radne izvještaje i stenogramе sjednica Skupštine Kantona Sarajevo.<sup>23</sup> Zastupnik u Skupštini KS Mario Vukasović objašnjava da je izglasavanje nepovjerenja često motivisano „političkom trgovinom“.<sup>24</sup> Mediji uglavnom ne informiraju javnost o sastavu skupštinskih organa, dok su odluke o imenovanjima i smjenjivanjima najčešće dostupne samo u službenim glasnicima lokalnih zajednica (TI 2018). Dodatno je problematično što se naknada članova skupštine i vijeća uređuje posebnim odlukama općinskih/gradskih/kantonalnih skupština i vijeća, te je zbog slabe dostupnosti odluka teško zaključiti kolike naknade se propisuju u različitim javnim medijima.

### **3.1.2. Nadzorni i upravni odbori: neujednačena praksa imenovanja**

Nadzorni/upravni odbor je drugi obavezni organ upravljanja javnim preduzećima, koji imenuje i smjenjuje skupština preduzeća. Nadzorni odbor nadzire rad menadžmenta, odnosno direktora preduzeća, priprema etički kodeks i daje ga skupštini na razmatranje te imenuje i razrješava članove uprave u skladu sa postupcima utvrđenim u poslovnicima i propisima preduzeća. Kao i kod imenovanja skupštinskih organa, postupci su neujednačeni (Tabela 4), a odluke o kriterijima u nadležnosti su lokalnih organa vlasti.

21 U Kantonu Sarajevo u 2011. godini postojali su precizniji kriteriji prema kojima je struka članova skupštine trebala odgovarati djelatnostima preduzeća, ali su bili na snazi tek tri mjeseca (CIN 2018).

22 Izvor: Službene novine KS, br. 1/ 16, 23/16.

23 Stenogrami sjednica održanih 29. 12. 2015. i 1. 6. 2016. nisu dostupni na službenoj stranici Skupštine Kantona Sarajevo (skupština.ks.gov.ba).

24 Izvor: Mario Vukasović, aktuelni zastupnik Skupštine KS, telefonski razgovor, 24. 9. 2018.

**Tabela 4:** Postupak imenovanja i razrješenja dužnosti nadzornog odbora

<b>Mandat i naknada</b>	<b>Broj članova i sastav</b>	<b>Procedura imenovanja</b>	<b>Procedura razrješenja</b>
<b>Federacija BiH</b>			
<p><b>TVSA</b>  <b>Mandat:</b> 4 godine (Statut, član 35).  <b>Naknada:</b> za predsjednika NO najviše do 50% prosječne neto plaće u FBiH u prethodna tri mjeseca, a članovima NO do 40% prosječne neto plaće (Zakon o plaćama i naknadama organa upravljanja u KS, član 10, stav 1 i 2).</p>	<p><b>TVSA</b>  Nadzorni odbor broji tri člana. Statutom nije utvrđen sastav članova.</p>	<p><b>TVSA</b>  Skupština Preduzeća je nadležna za izbor i imenovanja (Statut, član 25, stav 11).</p>	<p><b>TVSA</b>  Skupština Preduzeća nadležna za razrješenje (Statut, član 25, stav 11).</p>
<p><b>RTV BPK</b>  <b>Mandat:</b> četiri godine (Statut, član 26).  <b>Naknada:</b> nije utvrđena Statutom.</p>	<p><b>RTV BPK</b>  Nadzorni odbor broji pet članova, tri iz reda osnivača, jedan iz reda uposlenika, te jedan ispred lokalnih zajednica sa područja kantona (Statut, član 26).</p>	<p><b>RTV BPK</b>  Skupština preduzeća je nadležna za imenovanja uz saglasnost Vlade kantona (Statut, član 26).</p>	<p><b>RTV BPK</b>  Skupština preduzeća je nadležna za razrješenja uz saglasnost Vlade kantona (Statut, član 26).</p>

Mandat i naknada	Broj članova i sastav	Procedura imenovanja	Procedura razrješenja
<p><b>Radio Bihać</b>  <b>Mandat:</b> četiri godine (Statut, član 45).  <b>Naknada:</b> nije utvrđena Statutom.</p>	<p><b>Radio Bihać</b>  Nadzorni odbor broji tri člana (Statut, član 35). Statutom nije utvrđen sastav članova.</p>	<p><b>Radio Bihać</b>  Postupak, zasnovan na javnom konkursu, provodi Komisija za izbor koju imenuje općinski načelnik. Kandidati koji uđu u uži izbor, pozivaju se na intervju. Komisija za izbor, uz pismenu preporuku, listu najboljih kandidata dostavlja općinskom načelniku. Odluku o konačnom imenovanju donosi osnivač. (Statut, članovi 34, 35, 36, 38, 42, 43).</p>	<p><b>Radio Bihać</b>  Dvije godine od dana imenovanja, Općinsko vijeće glasa o povjerenju članovima Nadzornog odbora. Smjena prije isteka mandata je moguća:  - razrješenjem po skraćenom postupku (član 44 Zakona o javnim preduzećima),  - opozivom zbog kršenja pravila Etičkog kodeksa,  - kad Skupština odbije usvojiti godišnji izvještaj o radu i poslovanju  - na lični zahtjev (ostavkom) – (Statut, član 45).</p>

Mandat i naknada	Broj članova i sastav	Procedura imenovanja	Procedura razrješenja
<b>Republika Srpska</b>			
<b>Radio Gradiška</b> <b>Mandat:</b> četiri godine (Statut, član 34). <b>Naknada:</b> Visinu naknade i način isplate utvrđuje Skupština (Statut, član 41).	<b>Radio Gradiška</b> Nadzorni odbor broji tri člana. Statutom nije utvrđen sastav članova.	<b>Radio Gradiška</b> Članove Nadzornog odbora imenuje Skupština preduzeća nakon provedenog javnog konkursa i na prijedlog Komisije za izbor (Odluka o usklađivanju osnivačkog akta Radija Gradiška, član 12, stav 2). <sup>25</sup>	<b>Radio Gradiška</b> Članove Nadzornog odbora razrješava Skupština preduzeća (Statut, član 40, stav 1).

**Izvor:** Statuti TVSA, RTV BPK, Radija Bihać i Radija Gradiška; Zakon o plaćama i naknadama u organima upravljanja u KS; Odluka o usklađivanju osnivačkog akta Radija Gradiška<sup>26</sup>

Statutima uglavnom nisu propisani kriteriji i sastav upravnih/nadzornih odbora. RTV BPK ponovo predstavlja izuzetak, propisujući da NO pored predstavnika Vlade BPK, uključuje i jednog zaposlenika medija i predstavnike lokalnih zajednica, ali pritom nije navedeno kako se biraju osobe koje će predstavljati zajednicu. S druge strane, u medijima u RS-u u kojima je skupština preduzeća zapravo skupština lokalne opštine (Radio Gradiška i Radio Brod), proces provođenja javnog konkursa, imenovanja komisije za izbor i konačnog izbora sastava NO-a diskreciona je odluka opštinskih odbornika. Neujednačeni zakoni o javnim ustanovama u oba entiteta, kao i činjenica da je u FBiH još uvijek na snazi Uredba sa zakonskom snagom

25 Izvor: Službeni glasnik Opštine Gradiška, 8/2009.

26 Izvori: za Zakon – Službene novine KS, 10/2016, 2, za Odluku – Službeni glasnik Opštine Gradiška, 8/2009.

o ustanovama R BiH, dodatno otežavaju interpretaciju načina upravljanja javnim lokalnim medijima. Osim Brčko distrikta, u kojem prema Zakonu o javnim preduzećima organ upravljanja predstavlja upravni odbor, u oba entitetska zakona o JP najviši organ upravljanja poslije skupštine je nadzorni odbor. Međutim, u praksi u RS-u postoji mogućnost da u javnom preduzeću jedan od organa upravljanja bude i upravni odbor (prema Zakonu o sistemu javnih službi RS), dok je u FBiH praksa da se upravni odbori postavljaju uglavnom u javnim ustanovama.

S obzirom na neujednačene propise, kao i sektor u kojem se primjenjuju (javna ustanova ili javno preduzeće), različito su definisani kriteriji za imenovanje u upravne odbore. Zakonima i uredbama na entitetskim nivoima definisan je okvirni broj članova upravnog odbora – tri do devet u FBiH, odnosno tri do pet u Republici Srpskoj. Za javne ustanove u FBiH definisano je da se jedna trećina članova imenuje iz reda stručnih radnika u ustanovi, dok je u RS-u definisano da članovi ne mogu biti uposlenici ustanove/javnog preduzeća.<sup>27</sup>

Također, neujednačeni su i primjeri iz prakse – od 14 javnih lokalnih medija koji su dostavili odgovore na upitnik, 7 ima nadzorni odbor, a 7 upravni odbor, dok jedan medij navodi da ima i upravni i nadzorni odbor. Mediji koji imaju nadzorni odbor su naveli da je mandatno razdoblje četiri godine, te da članove NO-a imenuje skupština preduzeća na osnovu raspisanog javnog konkursa. Skoro svi navode da nadzorni odbor broji tri člana, dok mediji koji imaju upravni navode da je broj članova tri do pet.

---

<sup>27</sup> Na temelju odredbe Uredbe sa zakonskom snagom o ustanovama (član 25) i Zakona o sistemu javnih službi u Republici Srpskoj (član 16).



**Tabela 5:** Postupak imenovanja i razrješenja dužnosti upravnog odbora

<b>Mandat i naknada</b>	<b>Broj članova i sastav</b>	<b>Postupak imenovanja</b>	<b>Postupak razrješenja</b>
<b>Federacija BiH</b>			
<b>Radio Olovo</b> <b>Mandat:</b> četiri godine. <b>Naknada:</b> informacije nisu dostupne.	<b>Radio Olovo</b> Upravni odbor JU Centar za kulturu, sport i informisanje broji tri člana, od kojih je jedan predstavnik zaposlenika.	<b>Radio Olovo</b> UO imenuje Općinsko vijeće nakon provedene konkursne procedure	<b>Radio Olovo</b> Iste odredbe kao i kod imenovanja.
<b>Republika Srpska</b>			
<b>Radio Trebinje</b> <b>Mandat:</b> informacije nisu dostupne. <b>Naknada:</b> informacije nisu dostupne.	<b>Radio Trebinje</b> UO JU Centar za informisanje i obrazovanje Trebinje broji tri člana.	<b>Radio Trebinje</b> UO na prijedlog gradonačelnika imenuje Skupština Grada nakon provedene konkursne procedure (Odluka Grada Trebinje 2017, tačka XII, alineja 1).	<b>Radio Trebinje</b> UO razrješava Skupština Grada na prijedlog gradonačelnika u slučajevima propisanim odlukom (Odluka Grada Trebinje 2017, tačka XII, alineja 2).

<b>Mandat i naknada</b>	<b>Broj članova i sastav</b>	<b>Postupak imenovanja</b>	<b>Postupak razrješenja</b>
<b>Brčko distrikt BiH</b>			
<p><b>Radio Brčko</b>  <b>Mandat:</b> četiri godine (Statut, član 28, stav 1).  <b>Naknada:</b> do 70% prosječne neto plate zaposlenih u istom preduzeću, predsjedniku se naknada uvećava za 20% (Zakon o JP BD, član 3, tačke 1, 2, 4 i 5).</p>	<p><b>Radio Brčko</b>            UO broji pet članova, bira se na osnovu profesionalnih sposobnosti i odražava sastav stanovništva Brčko distrikta BiH (Zakon o JP BD, članovi 11, stav 1; 11a, stav 3).</p>	<p><b>Radio Brčko</b>            UO imenuje gradonačelnik na prijedlog Komisije za izbor nakon provedenog javnog konkursa (Statut, član 26, stav 1 i 5).</p>	<p><b>Radio Brčko</b>            Mandat prestaje po isteku perioda na koji je UO imenovan; isti članovi ne mogu biti imenovani više od dva puta uzastopno (Statut, član 28, stavovi 1 i 2). Osnivač može razriješiti članove UO-a prije isteka mandata: a) na lični zahtjev, b) ukoliko član ne ispunjava uslove za članstvo i c) ukoliko član ne izvršava svoje obaveze u skladu sa zakonom, statutom javnog preduzeća i drugim važećim propisima (Zakon o JP BD, član 17).</p>

**Izvor:** Statut Radija Brčko i Zakon o JP BD BiH; Odluke o utvrđivanju kriterija za imenovanje u reguliranim tijelima Općine Olovo i Grada Trebinja; odgovori Radija Olovo na upitnik.<sup>28</sup>

28 Vidjeti javni konkurs za izbor i imenovanje članova UO-a u javnim ustanovama i preduzećima kojima je osnivač Grad Trebinje iz jula 2017. i Odluke o utvrđivanju kriterija za imenovanje u reguliranim tijelima Općine Olovo, Nadzorni/upravni odbori u javnim preduzećima i javnim ustanovama iz 2013.

U medijima u kojima postoje upravni odbori (Tabela 5) imenovanja članova UO su u potpunosti u nadležnosti općinskih i gradskih skupština odnosno načelnika.

Javni konkursi za izbor nadzornih i upravnih organa moraju se objaviti u službenim glasnicima FBiH, Republike Srpske ili Brčko distrikta,<sup>29</sup> te u jednom štampanom mediju velikog tiraža. Međutim, javni mediji koji su uzeli učešće u istraživanju ponudili su neujednačene odgovore o medijima i platformama na kojima objavljuju oglase (Tabela 6).

**Tabela 6:** Ilustrativni primjeri medija i platformi za objavljivanje konkursa za izbor članova nadzornih i upravnih odbora

<b>Medij</b>	<b>Službene novine/ glasnik</b>	<b>Dnevne novine ili drugi mediji</b>	<b>Internetska stranica osnivača i/ili medija</b>
<b>JP Radio Gradiška</b>	Službeni glasnik RS	jedne dnevne novine	-
<b>JP Radio Usora</b>	-	objavljuje se u medijima	-
<b>JP Radio Brod</b>	Službeni glasnik RS	dnevne novine <i>Glas Srpske</i>	-
<b>JP Radio Srbac</b>		dnevne novine <i>Glas Srpske</i>	-
<b>JP RTV Velika Kladuša</b>	Službene novine FBiH	-	stranica RTV Velika Kladuša
<b>JU Kulturno-sportski centar i Radio Ilijaš</b>	-	-	stranica osnivača

29 Na osnovu Zakona o ministarskim, vladinim i drugim imenovanjima.

Medij	Službene novine/ glasnik	Dnevne novine ili drugi mediji	Internetska stranica osnivača i/ili medija
<b>JP RTV Bihac</b>	Službene novine FBiH	Najmanje u jednom dnevnom listu većeg tiraža u BiH	-
<b>JP Radio Brčko</b>	Službeni glasnik Brčko distrikta BiH	-	-

**Izvor:** Statuti Radija Brčko, Radija Gradiška, Radija Bihac i odgovori na upitnike od Radija Usora, Radija Brod, Radija Srbac, RTV Velike Kladuše i Radija Ilijaš

Dostupnost ovih informacija široj javnosti je upitna; dok je na državnom nivou pristup službenom glasniku moguć bez pretplate, na entitetskim nivoima nije. Također, glasnici lokalnih samouprava nisu transparentno dostupni u svakoj zajednici, a štampani mediji, koji se najčešće koriste za objavljivanje konkursa, generalno bilježe slabu čitanost. Najproblematičnije je slabo korištenje web-stranica samih medija za objavljivanje oglasa, gdje je tek nekoliko lokalnih medija odgovorilo da koriste vlastite platforme u tu svrhu (Tabela 6).

U procedurama imenovanja nije osigurano da će odluke koje donose politička tijela i komisije za izbor koje one imenuju biti zasnovane na profesionalnim kriterijima i time osigurati kvalitetan rad upravnih/nadzornih odbora. Tek sporadično je propisano da se u sastav ovih tijela biraju i zaposlenici, naprimjer, u Radiju Olovo, dok se u Radiju Brčko prilikom definisanja sastava ovog tijela mora poštovati načelo nacionalne raznolikosti u lokalnoj zajednici. Na primjerima javnih oglasa za izbor sastava NO-a u RTV Zenica i RTV Konjic (Tabela 7) uočavamo neujednačenu praksu u definiranju uslova. Osim eliminatorskih propisa, kao što su funkcije u vlasti i u stranci, u RTV Zenica je obavezno i pet godina radnog iskustva u struci, kao i stručno znanje iz oblasti medija i privrede, te prepoznate menadžerske sposobnosti, dok u RTV Konjic nisu definisani ekvivalentni uslovi. Neusklađenost specifičnih kriterija sa djelatnošću medija jedan je od zabrinjavajućih pokazatelja moguće zloupotrebe.

**Tabela 7:** *Uslovi za imenovanje članova NO-a u javnim lokalnim medijima: primjeri RTV Zenica i RTV Konjic*

<b>Medij</b>	<b>Opšti uslovi propisani zakonima o imenovanjima</b>	<b>Posebni uslovi</b>
<b>JP RTV Zenica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- stariji od 18 godina,</li> <li>- da nisu otpušteni iz državne službe u institucijama BiH, odnosno entiteta, kao rezultat disciplinske mjere u periodu od tri godine.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- visoka stručna sprema (VII stepen) i pet godina radnog iskustva u struci i spremi,</li> <li>- stručno znanje iz oblasti društvenih ili tehničkih nauka, vezanih za oblast privrede i medija,</li> <li>- znanje iz oblasti rada i organizacije javnih preduzeća,</li> <li>- uspješan privrednik-menadžer ili javni djelatnik.</li> </ul>
<b>JP RTV Konjic</b>	Isto kao i prethodnom oglasu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- da se ne vodi krivični postupak protiv kandidata,</li> <li>- da nema privatni finansijski interes u tijelu u koje se kandidira,</li> <li>- da nije na dužnosti u političkoj stranci,</li> <li>- da nije član tijela zakonodavne, izvršne vlasti ili savjetnik,</li> <li>- da se ne bavi, samostalno ili u zajednici sa drugim osobama, djelatnošću konkurentnom djelatnosti RTV Konjic.</li> </ul>

**Izvor:** *Javni konkursi*<sup>30</sup>

30 Izvori: za RTV Zenica – Službene novine FBiH, 23/2017, 10; za RTV Konjic – Službena stranica Općine Konjic (konjic.ba), 25. 9. 2017.

Mogućnost zloupotrebe nije ograničena ni u intervjuima koje provodi Komisija za izbor sa užim krugom kandidata, „jer se ocjena kandidata svodi na subjektivno mišljenje članova komisije, bez bilježenja samih odgovora i provjerljivih podataka o kvalitetu odgovora kandidata“ (Kovačević i Blagovčanin 2016, 9).

### **3.2 Lojalnost političkim interesima: imenovanje direktora i urednika**

Legislativni okvir ne osigurava izbor kompetentnih i neovisnih direktora i urednika u javnim medijima u BiH. Kroz pretjeranu diskrecionu moć u imenovanjima, omogućava se da se na pozicije direktora i urednika u javnim medijima imenuju osobe koje pokazuju „lojalnost političkim interesima“ (Hodžić i Sokol 2018: 11). Tokom ovih postupaka traži se pisana izjava kojom kandidat potvrđuje da ne vrši aktivnu funkciju u političkoj stranci, ali je ostavljena mogućnost da je kandidat samo član političke stranke ili je s njom na drugi način povezan, što posljedično može kompromitirati neovisnost medija.

Prema zakonima o javnim preduzećima i ustanovama, direktora imenuje i razrješava nadzorni, odnosno upravni odbor. Ova tijela provode konkursnu proceduru, a pravila su dodatno sadržana u statutima preduzeća/ustanova, pravilnicima o radu i odlukama o načinu izbora i imenovanja direktora preduzeća/ustanove. Svi ovi dokumenti su uglavnom nedostupni na internetskim platformama medija i osnivača, posebno statuti i pravilnici o radu, a prema iskustvima iz ovog istraživanja najčešće se u pravilu ne dobiju ni na osnovu upita. Međutim, u nekoliko analiziranih statuta primjećujemo neujednačenost minimalnih uslova za imenovanja.

**Tabela 8:** Postupak imenovanja i razrješenja direktora u javnim medijima

<b>Mandat</b>	<b>Postupak imenovanja</b>	<b>Postupak razrješenja</b>
<b>Federacija BiH</b>		
<b>TVSA</b> Mandat: četiri godine (Statut, član 50).	<b>TVSA</b> Direktor se bira javnim konkursom, a odluku o raspisivanju konkursa donosi Nadzorni odbor i imenuje komisiju od tri člana koji posjeduju stručno znanje u odgovarajućim oblastima (Statut, članovi 42, 43 i 49).	<b>TVSA</b> Pored ostavke, direktora može razriješiti Nadzorni odbor, kao i Skupština, ukoliko iz opravdanih razloga ne prihvati izvještaj o poslovanju preduzeća (Statut, član 46a).
<b>RTV BPK</b> Mandat: četiri godine (Statut, član 29).	<b>RTV BPK</b> Nadzorni odbor imenuje direktora na osnovu javnog konkursa iz reda kandidata koji po menadžerskim znanjima i iskustvu nabolje odgovaraju operativnim poslovnim potrebama javnog preduzeća, a ne mogu imati funkciju u političkim strankama; NO imenuje direktora uz prethodnu saglasnost Vlade BPK (Statut, članovi 28 i 29).	<b>RTV BPK</b> O razrješenju direktora, na prijedlog Nadzornog odbora, odlučuje Skupština, a prema prethodnom provedenom postupku utvrđivanja odgovornosti (Statut, član 30).

<b>Mandat</b>	<b>Postupak imenovanja</b>	<b>Postupak razrješenja</b>
<p><b>RTV Bihać</b> Mandat: četiri godine (Statut, član 67).</p>	<p><b>RTV Bihać</b> Direktora i izvršnog direktora bira i imenuje Nadzorni odbor iz reda kandidata koji po menadžmentskim znanjima i iskustvu najbolje odgovaraju potrebama Društva, nakon provedenog javnog konkursa. Postupak provodi Komisija za izbor koju imenuje Općinski načelnik (Statut, članovi 55 i 56).</p>	<p><b>RTV Bihać</b> Direktor se razrješava dužnosti ukoliko se utvrdi odgovornost u smislu člana 44 Zakona o javnim preduzećima Federacije BiH, zbog kršenja pravila Etičkog kodeksa, ili ako Skupština iz opravdanih razloga ne prihvati izvještaj o poslovanju Društva (Statut, član 67).</p>
<b>Republika Srpska</b>		
<p><b>Radio Gradiška</b> Mandat: četiri godine (Statut, član 43, stav 1).</p>	<p><b>Radio Gradiška</b> Direktora imenuje Nadzorni odbor nakon provedenog javnog konkursa. Postupak provodi Komisija za izbor, koja se sastoji od pet članova koji poznaju oblasti od interesa za poslovanje preduzeća i procedure izbora (Statut, članovi 43 i 44).</p>	<p><b>Radio Gradiška</b> Direktor može biti smijenjen zbog kršenja Etičkog kodeksa<sup>31</sup> ili ga dužnosti može razriješiti Nadzorni odbor (Statut, član 52, stavovi 1 i 2).</p>



<b>Mandat</b>	<b>Postupak imenovanja</b>	<b>Postupak razrješenja</b>
<p><b>Radio Srbac</b> Mandat: četiri godine.</p>	<p><b>Radio Srbac</b> Direktor se imenuje nakon provedenog javnog konkursa koji objavljuje Opština Srbac, u dnevnim novinama, a prijave razmatra Opštinska komisija (7 članova) i Skupština Opštine (25 odbornika). Akti prema kojima se vrši imenovanje su:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Odluka SO-e Srbac o osnivanju JP Radio Srbac,</li> <li>2. Statut preduzeća,</li> <li>3. Pravilnik o sistematizaciji radnih mjesta (odgovor na upitnik).</li> </ol>	<p><b>Radio Srbac</b> Nisu naveli proceduru za smjenjivanje niti priložili Statut preduzeća.</p>
<b>Brčko distrikt BiH</b>		
<p><b>Radio Brčko</b> Mandat: četiri godine (Statut, član 32, stav 2).</p>	<p><b>Radio Brčko</b> Direktora Preduzeća imenuje Upravni odbor putem javnog konkursa. Vršilac dužnosti direktora preduzeća se može imenovati na period do okončanja postupka imenovanja direktora, a najduže na šest mjeseci (Statut, član 32, stavovi 1 i 5).</p>	<p><b>Radio Brčko</b> Upravni odbor može razriješiti direktora dužnosti, između ostalog, na zahtjev direktora; ukoliko direktor više ne ispunjava uslove za imenovanje; ukoliko direktor ne izvršava obaveze, dužnosti i odluke UO-a koje su propisane zakonom i drugim aktima Preduzeća (Statut, član 35).</p>

**Izvor:** Statuti TVSA, RTV BPK, Radija Bihać, Radija Gradiška; dobijeni odgovori na upitnik Radija Gradiška i Radija Srbac.

Javni konkursi za izbor i imenovanja direktora uglavnom su transparentni, ali je primjetno nepostojanje prakse objavljivanja ocjene svih kandidata i obrazloženja konačnih imenovanja.<sup>32</sup>

Praksa je neujednačena kod propisivanja specifičnih uslova imenovanja, pa iz nekoliko dostupnih statuta<sup>33</sup> i oglasa za posao, vidimo da su uslovi često neprecizni te da ostavljaju prostor za izbor kandidata sa neodgovarajućim sposobnostima i stručnim kompetencijama.

U ilustrativnim primjerima (Tabela 9) vidimo da se nominalno nastoji osigurati neovisnost od političkih uticaja, ali su profesionalni kriteriji slabo definisani. Neki lokalni mediji kao uslov za imenovanje naveli su samo posjedovanje visoke stručne spreme (naprimjer, Radio Brod). Također, tražene godine iskustva u struci i na upravljačkim pozicijama su minimalne, od tri do pet godina, dok je tek u nekoliko medija uslov i radno iskustvo u medijima ili srodnim oblastima. Za pojedine kriterije, poput „dobrog poznavanja aktuelnih društveno-političkih tokova“,<sup>34</sup> dodatno, nije jasno kako će se oni vrednovati.

---

32 Pretražene su web-stranice 24 medija i njihovih osnivača, po svim teritorijalnim jedinicama, neki od oglasa za izbor direktora su pronađeni, npr., u: RTV Jablanica, TVSA, RTV BPK, Radio Bihać, Centar za kulturu Mostar, RTV Rudo.

33 Npr., TVSA, Radio Bihać, Radio Gradiška, Radio Brčko, RTV BPK.

34 Izvor: Odgovor na upitnik RTV Velike Kladaše.

**Tabela 9:** *Uslovi za imenovanje direktora u javnim medijima*

<b>Medij</b>	<b>Specifični uslovi</b>	<b>Dodatni kriteriji</b>
<b>TVSA</b>	<p><b>Za direktora:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- VSS društvenog ili tehničkog smjera,</li> <li>- najmanje pet godina rada u struci i tri godine rada na rukovodnim radnim mjestima,</li> <li>- da ponudi plan i program razvoja preduzeća (Statut, član 49).</li> </ul> <p><b>Za izvršnog direktora:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- VSS,</li> <li>- najmanje tri godine radnog staža u struci (Statut, član. 48).</li> </ul>	<p><b>Za izvršnog direktora:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- da nije član u upravljačkim strukturama u javnim i/ili privatnim emiterima koji se bave djelatnošću kao TVSA,</li> <li>- ovjerena izjava o podnošenju ostavke na mjesto u Skupštini i/ili Nadzornom odboru, ukoliko je, eventualno, član tih organa (Konkurs 2017).</li> </ul>
<b>RTV Velika Kladuša</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- završen ekonomski, pravni ili drugi fakultet društvenog smjera,</li> <li>- najmanje četiri godine radnog iskustva kao i provjerene organizacijske sposobnosti,</li> <li>- sposobnost upravljanja finansijama i ljudskim resursima,</li> <li>- poznavanje jednog stranog jezika,</li> <li>- aktivno znanje rada na računaru.</li> </ul>	
<b>Radio Gradiška</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- VSS društvenog smjera</li> <li>- najmanje pet godina iskustva na poslovima informisanja.</li> </ul>	
<b>Radio Brod</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- VSS</li> </ul>	
<b>Radio Srbac</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- VSS ili VŠS</li> <li>- najmanje tri godine radnog iskustva u struci</li> </ul>	
<b>Radio Nevesinje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- VSS</li> <li>- pet godina iskustva u mediju</li> <li>- organizacione sposobnosti</li> </ul>	

Medij	Specifični uslovi	Dodatni kriteriji
<b>Radio Brčko</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- najmanje visoku stručnu spremu iz oblasti društvenog ili tehničkog smjera;</li> <li>- najmanje pet godina radnog iskustva [Statut, član 33, stav 1, tačke b) i c)].</li> </ul>	

**Izvor:** Statuti TVSA i Radija Brčko, dobijeni odgovori na upitnike RTV Velika Kladuša, Radio Gradiška, Radio Brdo, Radio Srbac i Radio Nevesinje i Odluke o imenovanju za TVSA

Regulative ne osiguravaju ni transparentnost imenovanja urednika. Oglasi za posao<sup>35</sup> i specifični uslovi za izbor često nisu javno dostupni.<sup>36</sup> U dostupnim statutima medija uočljiv je nedostatak propisa za imenovanja i smjenjivanja glavnih i odgovornih urednika. U TVSA se, naprimjer, jedino kroz opis nadležnosti direktora može zaključiti da je nadležan za sva zapošljavanja i smjenjivanja. Dodatno, neposredni politički utjecaj ogleda se i kroz propisivanje nadležnosti za imenovanja i smjenjivanja nadzornim i upravnim odborima (naprimjer, u Radiju Gradiška, RTV BPK, RTV Jablanica), ili skupštini lokalne vlasti (naprimjer, u Radiju Nevesinje).<sup>37</sup>

35 Pretragom dvadesetak stranica javnih lokalnih medija nismo pronašli nijedan oglas za izbor glavnog i odgovornog urednika.

36 Hodžić u istraživanju o poziciji urednika u medijima u BiH zaključuje da se i imenovanja i smjenjivanja urednika u medijima uglavnom obavljaju interno, kao i da se javnost samo informiše o finalnoj odluci (2016, 6).

37 Izvor: Odgovor na upitnik.

**Tabela 10:** Imenovanje i razrješenje glavnih i odgovornih urednika

<b>Medij</b>	<b>Mandat</b>	<b>Procedura imenovanja</b>	<b>Procedura razrješenja</b>
<b>TVSA</b>	Gl. i odg. urednik je zaposlenik Preduzeća, u radnom odnosu na neodređeno.	U skladu sa odredbama Zakona o radu i Pravilnika o radu preduzeća. Statutom nisu definisani postupci imenovanja.	Statutom nisu definisani postupci razrješenja.
<b>Radio Olovo</b>	4 godine	Nisu dostavljene procedure imenovanja.	Nisu dostavljene procedure razrješenja.
<b>Radio Usora</b>	4 godine	Imenovanje se provodi internim izborom unutar preduzeća.	Nisu dostavljene procedure razrješenja.
<b>Radiopostaja Orašje</b>	Direktor je ujedno i gl. i odgovorni urednik; 4 godine.	Općinsko vijeće Orašja, kao Skupština preduzeća, potvrđuje imenovanje direktora i glavnog i odgovornog urednika. NO dostavlja prijedlog nakon provedenog javnog konkursa.	O smjeni odlučuje NO.
<b>Radio Prača</b>	Direktor je ujedno gl. i odgovorni urednik; četiri godine.	Imenovanje vrši UO preduzeća.	Postupak isti kao kod imenovanja
<b>RTV BPK</b>	- Gl. i odgovorni urednik: četiri godine (Statut, član 34), - Urednik televizije: neodređeno vrijeme, - Urednik radija: neodređeno vrijeme (Statut, član 35).	NO imenuje glavnog i odgovornog urednika na osnovu javnog konkursa (Statut, član 34). Urednika radija i televizije imenuje direktor na osnovu javnog konkursa (Statut, član 35).	NO razrješava dužnosti glavnog i odgovornog urednika (Statut, član 25), a direktor urednika televizije i radija (Statut, član 27).

<b>Medij</b>	<b>Mandat</b>	<b>Procedura imenovanja</b>	<b>Procedura razrješenja</b>
<b>Radio Gradiška</b>	Trenutno je direktor istovremeno i gl. i odg. urednik; četiri godine.	NO imenuje glavnog i odgovornog urednika (Statut, član 36, tačka 20).	Statutom nije propisan način smjenjivanja gl. i odgovornog urednika.
<b>Radio Brod</b>	Direktor je ujedno i gl. i odg. urednik; četiri godine.	Direktora imenuje NO preduzeća.	Postupak se primjenjuje kao i kod imenovanja.
<b>Radio Brčko</b>	- Gl. i odgovorni urednik: četiri godine, - Urednik informativno-političkog programa: četiri godine, - Urednik kulturno-zabavnog programa: 4 godine.	Direktor je ujedno glavni i odgovorni urednik (Statut, član 31, stav 3) te je imenovanje isto kao i za direktora preduzeća. Na prijedlog direktora, odgovorne urednike imenuje UO nakon provedenog javnog konkursa (Statut, čl. 40 i 43) .	UO razrješava dužnosti gl. i odgovornog urednika (direktora) i odgovorne urednike na prijedlog direktora.

**Izvor:** Statuti TVSA, RTV BPK, Radija Gradiška, Radija Brčko i dostavljeni odgovor na upitnik TVSA, Radija Olovo, Radija Usora, Radiopostaje Orašje, Radija Prača, Radija Gradiška i Radija Brod

Iz analiziranih dokumenata nemamo ni uvid u to da li se za glavne i odgovorne urednike mogu kandidovati osobe koje nisu u radnom odnosu u mediju. Tako iz TVSA, koji su naveli da je glavni i odgovorni urednik zaposlenik preduzeća u radnom odnosu na neodređeno, nisu dali dodatna objašnjenja na pitanje o mandantnom ograničenju ove pozicije.<sup>38</sup>

38 Alma Avdić, šefica pravne službe, obrazložila je da nije učestvovala u ispunjavanju upitnika, kao i da nije ovlaštena iznositi informacije ispred preduzeća (telefonski razgovor, 19. 7. 2018).

Iz većine medija nam nisu dostavljene informacije o obrazovanju urednika (Tabela 11), i tek je za nekoliko urednika navedeno da posjeduju diplomu novinara. U nekim medijima urednici imaju samo srednju stručnu spremu. U Radiju Olovo navode da je problematični nedostatak visoke stručne spreme u imenovanju urednika nadomješten dvadesetogodišnjim novinarskim iskustvom.

**Tabela 11:** Profil gl. i odgovornih urednika u javnim medijima

Medij	SSS	VŠ	VSS	Magistar	Oblast obrazovanja
TVSA			I		-
Radio Gradiška			I		<b>Ekonomija, smjer marketing</b>
Radio Brod			I		<b>Novinarstvo</b>
Radio Srbac		I			<b>Prvi stepen Pravnog fakulteta</b>
RTV Velika Kladuša			I		-
RTV Višegrad			I		-
Novi Grad			I		-
Radio Ilijaš			I		-
Radio Prača			I		-
Radio Nevesinje			I		-
Radio Olovo	I				-
Radio Usora	I				-
Radio Vitez		I			-
Radiopostaja Orašje				I	<b>Novinarstvo</b>

**Izvor:** Odgovori na upitnik

Urednička neovisnost se dodatno dovodi u pitanje u slučajevima gdje direktor obavlja funkciju urednika medija. Takvu praksu (Tabela 10) uočavamo u više lokalnih medija (Radio Brod, Brčko i Prača), a kao jedan od razloga navodi se nedostatak kadrova.<sup>39</sup> Na ovaj način moguća je zloupotreba pozicije i ne štiti se urednička neovisnost, a lokalni javni emiteri stavljeni su u poziciju potpune ovisnosti o odlukama lokalnih vlasti.

### **3.2.1. (In)direktno političko uslovljavanje uređivačkih politika**

Tokom imenovanja čelnih ljudi javnih lokalnih medija deklarativno se manje ili više poštuje princip odvojenosti od političke funkcije, ali postoje brojni pokazatelji političkih utjecaja na imenovanja i uredničke politike. „[Urednici] su najčešće ili bivši funkcioneri stranaka ili su bili neki savjetnici, šefovi kabineta, ili su postavljeni od strane neke partije, to je taj pritisak koji je ovdje najprisutniji.“<sup>40</sup> Direktni i indirektni pritisci dovode do autocenzure, cenzure, lošeg izvještavanja i „iščezavanja istraživačkog novinarstva s ovih prostora“ (Turčilo i Buljubašić 2017: 29). Neki od naših sagovornika ukazuju na praksu ograničavanja medijskog prostora opozicionim političarima. Govoreći o RTV Visoko, novinarka Irma Jusufbegović, naprimjer, navodi: „U suštini svi politički subjekti osim vladajuće strukture su bili uskraćeni za barem minutu medijskog prostora. Ja sam prošle godine bila na ‘ribanju’ jer se desilo da sam pustila prilog sa sjednice gdje je dvoje ili troje sugovornika bilo sporno.“<sup>41</sup>

39 Direktor Mile Škriga i Svjetlana Petković Lukić iz marketinške službe Radija Brod navode da je za imenovanje gl. i odgovornog urednika neophodna VSS, ali da je neslužbena praksa da direktor ujedno preuzima i poziciju gl. urednika, kao i da za ovu poziciju ne dobija dodatnu naknadu (Izvor: telefonski razgovor, 19. 7. 2018.). I u Radiju Prača, koja djeluje u sastavu preduzeća Kulturno-informativni centar, ukupno je pet zaposlenih, zajedno sa direktorom, i nemaju posebno imenovanih urednika te sve poslove vezane za realizaciju programa obavljaju zajedno (Izvor: Odgovor na upitnik).

40 Izvor: Borislav Vukojević, Katedra za novinarstvo, FPN Banja Luka, intervju, 19. 2. 2018.

41 Prema Blagovčanin 2018.



U drugim slučajevima, smjenjivanje direktora i urednika se koristi kao mehanizam utjecaja i pritisaka, a na takvu praksu u prošlosti ukazuju u Radiju Gradiška<sup>42</sup> kao i primjeri iz kantonalne Televizije Sarajevo. U TVSA zabilježeni su slučajevi instrumentaliziranih smjenjivanja direktora i imenovanja, naprimjer, kod imenovanja direktora Zlatka Topčića, koji se dovodi u vezu sa Socijaldemokratskom unijom (SDU), a smjenom dotadašnjeg direktora Konstantina Jovanovića.<sup>43</sup>

Prethodni direktor ovog medija Elvir Resić, koji je ranije bio na poziciji savjetnika SDA-ovog načelnika Opštine Novi Grad te višegodišnji član ove stranke, u vrijeme političkih previranja u kantonalnim vlastima, podnio je ostavku u aprilu 2018. godine,<sup>44</sup> nakon što Skupština KS krajem januara nije usvojila Izvještaj o poslovanju TVSA.<sup>45</sup> Zabilježeno je i nekoliko slučajeva koji su označeni kao cenzura i problematične promjene pozicije, naprimjer, u slučaju za lokalne vlasti nepovoljnog izvještavanja o redukciji vode u Sarajevu.<sup>46</sup> U drugom primjeru je, nakon saopćenja o cenzurisanju priloga,<sup>47</sup> uposleniku TVSA bilo onemogućeno

42 U Radiju Gradiška su naveli da je dolazilo do smjenjivanja direktora u prethodnim mandatima zbog političkih pritisaka (Izvor: Odgovor na upitnik).

43 Konstantin Jovanović objašnjava da je njegovo „stradanje“ počelo na manje od pola mandata na koji je imenovan, kada je SDU ušla u novu koaliciju i počela vršiti direktni pritisak na smjenjivanje uprave TVSA. Vidjeti više u istraživanju Stanković-Luković 2016.

44 Resić je podnio ostavku 3. 4. 2018. (Index.ba), ističući da je ostavka bila uslov SBB-a da bi bio izabran novi premijer u Kantonu Sarajevu (Klix.ba 2018).

45 Kao razlozi neusvajanja Izvještaja ističu se, između ostalog, cenzura, pristrasnost aktuelnog rukovodstva TVSA prema jednoj političkoj stranci (SDA), kao i sumnjive javne nabavke (A. B. 2018).

46 Mediji navode da je urednik zahtijevao da novinarka TVSA Sunčica Šehić sa portala izbriše servisnu informaciju o nestašici vode u Sarajevu a, nakon što je to odbila izvršiti, kažnjena je isključenjem internetske veze te premještanjem s pozicije urednika na novinarsku funkciju (Radio Slobodna Evropa 2017).

47 Prilog koji je cenzurisao odnosio se na ulogu Srbije u genocidu u Srebrenici, gdje je Mršić zahtijevao da se navede da je Srbija kriva za nesprečavanje genocida a ne za genocid (Izvor: Aid Mršić, urednik Dnevnika TVSA, intervju, 24. 2. 2018.).

obavljanje funkcije urednika Dnevnika tokom 14 mjeseci.<sup>48</sup> U oba slučaja, uprava kuće, na čijem čelu je bio Elvir Resić, demantovala je navode o cenzuri.<sup>49</sup> Problematična je praksa u kojoj je, prema saopćenju novoizabrane uprave TVSA (*Tvsa.ba*, 20. 7. 2017.), direktor Resić, Odlukom donesenom 13. novembra 2017., uskratio mogućnost Programskom kolegiju da ima uvid i utječe na programski sadržaj *BH Dnevnika*, te ovlastio novinara Suada Karamustafića da u potpunosti odlučuje i odgovara za sadržaj ovog programskog segmenta. Odluka je poništena nakon brojnih reakcija javnosti na kvalitet sadržaja TVSA.

Politički pritisak prošla je i RTV Zenica nakon što je na lokalnim izborima poražena dotadašnja SDA-ovska uprava u Zenici te je za gradonačelnika izabran nezavisni kandidat Fuad Kasumović, bivši član SDA. Zbog neslaganja s odlukom Nadzornog odbora o ponovnom imenovanju aktuelne direktorice, na ovaj medij je vršen višemjesečni finansijski pritisak (Sokol 2017). Nadzorni odbor RTV Zenica, koji je izabrala prethodna vlast, kao i dva puta imenovana direktorica, dovodili su se u vezu sa SDA. Direktorica je nakon toga smijenjena, a na funkciju direktora RTV Zenica imenovan je Nandin Škrbić, za kojeg su neki mediji pisali da je blizak Kasumoviću. Novoimenovani urednik TV Zenica, Sinan Gluhić, navodi: „Direktoricu je postavila politika i naravno da će i ovog direktora postaviti politika.“<sup>50</sup> Jedan od uposlenika javnog gradskog servisa također ukazuje na alarmirajuće stanje u pogledu očuvanja novinarskih standarda: „Struktura Uprave (Nadzorni odbor i direktor) postavljena je prošle, 2017., godine od gradonačelnika s ciljem provođenja određene politike u izbornoj godini. Direktor je ovih dana, rušeći sve kriterije, procedure i principe, doveo za novog urednika osobu koja je donedavno ovjeravala zdravstvene knjižice! Takođe da bude u službi jedne stranačke politike.“<sup>51</sup> Isti novinar ukazuje da se na medij u kojem radi vrše pritisci kako se ne bi izvještavalo o aktuelnim i važnim temama koje su od interesa lokalne zajednice.

48 Vidjeti više u Mršićevom pismu upućenom rukovodstvu TVSA (Mušinović 2017).

49 Demanti Uprave TVSA o Mršićevim optužbama objavljen 2. 11. 2017. na Klix.ba.

50 Izvor: Sinan Gluhić, urednik programa TV Zenica, intervju, 27. 2. 2018.

51 Izvor: jedan od uposlenika javnog gradskog servisa, pisana prepiska, 6. 3. 2018.

S političkim pritiscima suočavalo se i rukovodstvo i uredništvo RTV BPK. Jasmina Čohodar, direktorica ove medijske kuće<sup>52</sup> i dugogodišnja novinarka u redakciji RTV BPK, ističe da su sve aktuelne političke vlasti u BPK-u imale direktnog utjecaja na imenovanja, kao i smjenjivanja direktora i glavnih i odgovornih urednika, kao i da je u periodu od 2013. do 2016. godine promijenjeno sedam direktora zbog političke podobnosti. „Imali smo prije četiri godine direktne udare i na uređivačku politiku, na biranje ljudi koji će raditi pojedine emisije, programe, voditi određene programe, cenzurisanje informacija. (...) Zabranjivale su se emisije, bio je jedan intervju sa osobom koja je bila nepoželjna tadašnjoj vlasti i on je snimljen, ali nikada nije emitovan. Ili, recimo, ako radite neku televizijsku emisiju, neki kontakt-program (...) onda se bira (...) novinar koji će odraditi tu emisiju, ne može svako“, ističe Čohodar.

Zaposlenici rijetko progovaraju o pritiscima, ali se ocjenjuje da je utjecaj na javne medije raširen, tako da „tu uglavnom stradaju novinari koji između egzistencije i etike biraju egzistenciju. Neki urednici svjesno prilaze političkim strukturama znajući da će im to utjecati na moć i karijeru.“<sup>53</sup>

Kada se i odvažje progovoriti o pritiscima, slabe su garancije novinarima i urednicima protiv neopravdanih otpuštanja, smjena i nepoštivanja njihovih prava. Naprimjer, u ugovorima o radu u pravilu ne postoji klauzula o savjesti, koja bi zaštitila novinare i novinarku od obavljanja poslova koji se kose sa profesionalnim standardima novinarstva, što su nam potvrdili i mediji kroz odgovore na upitnike, kao i svi intervjuirani sagovornici.

---

52 Izvor: Jasmina Čohodar, direktorica RTV BPK, telefonski intervju, 7. 3. 2018.

53 Izvor: Belma Buljubašić, doc. dr. na Odsjeku za komunikologiju, FPN UNSA, pisana prepiska, 16. 3. 2018.

## 4. Hronični nedostatak kadra – alarmirajući problem u lokalnim medijima

U zapošljavanju i otpuštanju radnika u javnim medijima direktori u praksi imaju potpunu diskreciju.<sup>54</sup> Uobičajeni način zapošljavanja je putem javnog konkursa, što je, naprimjer, u Radiju Brčko propisano Statutom (član 34, tačka d).

U nekim medijima se pri upošljavanju ne konsultiraju članovi redakcije ili urednički kolegij, naprimjer, u TVSA, Radiju Gradiška i Radiju Brod, dok u drugim medijima postoje neformalne konsultacije. U Radiju Usora navode da traže mišljenje redakcije ukoliko je to potrebno, ali nije jasno kako i koliko mišljenje redakcije utiče na odluke.

Nisu neuobičajena ni zapošljavanja bez konkursa. Naprimjer, u Radiju Olovo se s kandidatima (uglavnom angažovanim po ugovoru o djelu ili volonterski) u redakciji obavlja razgovor o programskoj oblasti u kojoj je potreban angažman, a preporuke i mišljenja dostavljaju direktoru, odnosno UO, koji donose konačnu odluku o zaposlenju.<sup>55</sup>

Iako je u javnim medijima ustaljena praksa sklapanja ugovora o radu (na neodređeno i određeno), rezultati ovog istraživanja pokazuju da nisu rijetki autorski ugovori i ugovori o djelu (Tabela 12), što se vidi kao jedan od načina da se ostvare uštede.

---

54 Uređeno zakonima o javnim preduzećima (član 11 Zakona za FBiH, član 10, tačka d Zakona u RS), a dodatno statutima medija (npr., član 34, tačka c i d Statuta Radija Brčko) i internim pravilnicima.

55 U Radiju Srbac, RTV Velika Kladuša, Radiju Novi Grad, Radiju Ilijaš, Radiopostaji Orašje i Radiju Nevesinje također navode da se konsultiraju članovi redakcije, ili glavni i odgovorni urednik, dok su u nekim od ovih medija u komisiji za provođenje konkursne procedure urednik i članovi redakcije (Radio Ilijaš, RTV Velika Kladuša, Radiopostaja Orašje).

**Tabela 12:** Broj angažovanih prema tipovima ugovora

<b>Medij</b>	<b>Ugovor na određeno</b>	<b>Ugovor na neodređeno</b>	<b>Ugovor o djelu/ autorskom djelu</b>	<b>Ukupno</b>
<b>TVSA</b>	17	98	Povremeno angažiranje	115
<b>Radio Gradiška</b>		9	2 – ugovor o djelu	11
<b>Radio Olovo</b>		2		2
<b>Radio Usora</b>	1	2		3
<b>Radio Brod</b>	1	7	-	8
<b>Radio Srbac</b>	2	4	2	8
<b>RTV Velika Kladuša</b>	-	9	2	11
<b>RTV Višegrad</b>	1	6	1 – mandatni period, 1 – autorsko djelo	9
<b>Radio Novi Grad</b>	3	12		15
<b>Radio Prača</b>	-	5	-	5
<b>Radio Ilijaš</b>	Nema podataka	Nema podataka	Nema podataka	JU KSC - 13 Radio - 4
<b>Radio Vitez</b>	-	4	1	5
<b>Radiopostaja Orašje</b>	3	8	3	14
<b>Radio Nevesinje</b>	1	6	-	7

**Izvor:** Dostavljeni odgovori na upitnik

Javni lokalni mediji koji djeluju na opštinskim nivoima uglavnom imaju male redakcije, s 2 do 15 angažovanih osoba, dok kantonalni i gradski mediji imaju veći broj zaposlenih, naročito TVSA sa 115 uposlenika.

Primjetan je pad broja zaposlenih u mnogim kantonalnim, gradskim i općinskim medijima: od 46 zaposlenih u 2002. godini, broj zaposlenih u RTV Zenica je smanjen na 35 u 2015.,<sup>56</sup> a u RTV BPK do kraja 2016. godine broj zaposlenih sa 28 smanjen na 27, što je najmanji broj od osnivanja preduzeća, kako se ističe u Izvještaju ove medijske kuće. Pad broja zaposlenih ukazuje na problem hroničnog nedostatka kadra, odnosno potrebe za angažovanjem „minimalno deset uposlenika na novinarskim i tehničkim poslovima.“<sup>57</sup> I u prijedorskom IPC *Kozarski vjesnik* upozoravaju da se od finansijske krize iz 2008. broj zaposlenih smanjio sa 32 radnika na 25 u 2016. godini.<sup>58</sup> Takvi podaci pokazuju na nedostatak opredjeljenja osnivača čak i da održe postojeće ljudske kapacitete, a još manje da djeluju na razvoju ovih medija.

Drugi problem predstavlja i neadekvatna stručna sprema, na šta posebno apeliraju u RTV Zenica,<sup>59</sup> u kojoj na ključnim pozicijama, kao što su uredničke, posao obavljaju osobe koje nemaju traženu stručnu i profesionalnu kvalifikaciju. U *Kozarskom vjesniku* ukazuju na nedostatak mlađeg novinarskog kadra. Niska primanja, prekovremeni rad i česta kršenja radnih prava otežavaju radne uslove, kolegijalne odnose i utiču na kvalitet programa, dok teška finansijska situacija u zemlji, kao i velika nezaposlenost, stvaraju uslove za poslušnost i autocenzuru.

56 Izvor: Informacije o radu i poslovanju JP RTV Zenica u 2015. godini.

57 Izvor: Izvještaj o radu JP "Radio-televizija Bosansko-podrinjskog kantona Goražde" d.o.o. za period 01. 01. – 31. 12. 2016.

58 Izvor: Izvještaj o radu IPC "Kozarski vjesnik" Prijedor za 2016. godinu.

59 Izvor: Ibid.

## 4.1 Ograničeno kolektivno organizovanje novinara: zabilježene i dobre prakse

U odolijevanju političko-finansijskim pritiscima, kolektivno organizovanje, kako kroz sindikalne organizacije<sup>60</sup> tako i kroz profesionalna medijska udruženja, ima ključnu ulogu. Međutim, generalni stav da su sindikalna tijela pod političkim utjecajem slabi radničko organizovanje. Dodatno, pretpostavljenu snagu sindikata umanjuju njihova etnonacionalna i teritorijalna podijeljenost.<sup>61</sup> Za razliku od privatnog sektora, uposlenici javnog sektora se ipak u izvjesnoj mjeri uključuju u sindikalna tijela. Prema dobijenim odgovorima, samo je 5 od 14 javnih medija navelo da ima neki oblik sindikalnog organizovanja, dok u Radiju Gradiška, naprimjer, navode da je sindikalna organizacija pred gašenjem.

U prethodnim godinama zabilježeno je više slučajeva kršenja radno-pravnih odnosa u javnim lokalnim medijima u RS-u, te su uz pomoć Sindikata medija i grafičara RS-a organizovani štrajkovi upozorenja i izborena prava za isplatu plaća i radnih doprinosa.<sup>62</sup> Primjer su sindikalne borbe JP Istočno Sarajevo, kojima je osigurana redovna isplata plata i zadržavanje određenog broja radnih mjesta u procesu preregistracije tog medija. Slučajevi kršenja radno-pravnih odnosa također su zabilježeni i u Radiju Srbac, Radiju Prnjavor i Radiju Gradiška.

Radio Prnjavor je također u 2016. godini kasnio sa isplatom plata za šestero radnika više od pola godine, ali je nakon štrajka u organizaciji Sindikata RS uslijedila isplata dugovanja prema radnicima i krenulo se prema redovnijim uplatama doprinosa.<sup>63</sup> Slična situacija je

60 Pravo na sindikalno organizovanje u Bosni i Hercegovini je zagarantovano entitetskim zakonima i ustavima.

61 Na entitetskim nivoima mediji djeluju kroz Sindikat medija i grafičara RS te Sindikat medija, grafičara i izdavača FBiH.

62 Izvor: Mariana Šarčević, predsjednica Sindikata medija i grafičara RS u periodu od 2013. do 2017., intervju, 24. 2. 2018.

63 Ibid.

zabilježena i u Radiju Srbac, gdje je na inicijativu sindikalne organizacije Radija organizovan štrajk upozorenja, pregovori s lokalnim vlastima, te su izborne isplate plata, uplata toplih obroka, doprinosa i uopšte bolji uslovi rada. Nakon toga je promijenjena i upravljačka struktura Radija Srbac.<sup>64</sup>

Direktorica RTV BPK<sup>65</sup> potvrđuje da je i ovaj medij godinama unazad vodio sindikalne borbe za isplatu plata i doprinosa te da je tek početkom 2018. postignut dogovor o punoj isplati plata. Uposlenici ovog medija su se angažovali kroz različite sindikalne organizacije te, prema njenim riječima, pola uposlenika RTV BPK ima članstvo u granskom sindikatu FBiH.

Pored sindikata, novinari suočeni s kršenjem radnih prava mogu da se obrate i novinarskim udruženjima, prije svega Udruženju *BH Novinari*, koja istupaju sa saopštenjima i pružaju pravnu pomoć.

Često i sami novinari ne vide ni sindikate ni medijska udruženja kao prava mjesta za adresiranje problema. Aid Mršić iz TVSA smatra da se sindikalna organizacija ovog medija ne bavi ključnim problemima, između ostalog i pritiscima s kojima se suočavaju novinari, dok jedan zaposlenik jednog gradskog servisa navodi da novinarska udruženja reaguju samo u ekstremnim slučajevima.

---

64 Ibid.

65 Izvor: Jasmina Čohodar, direktorica RTV BPK, intervju obavljen telefonskim putem, 7. 3. 2018.



## 5. Međunarodne smjernice i iskustva drugih država

U evropskom kontekstu još uvijek se prepoznaje ogroman značaj koji javni mediji imaju u očuvanju interesa lokalnih zajednica. Kroz međunarodne preporuke Evropske unije, Vijeća Evrope, UNESCO-a i drugih tijela, nastoje se, između ostalog, unaprijediti procedure imenovanja upravljačkih tijela i spriječiti uplitanje upravnih tijela u uređivačke politike. U Preporuci broj R(96)10<sup>66</sup> o garantiranju neovisnosti javnog emitiranja Komiteta ministara Vijeća Evrope, zaključuje se da „ovlasti nadzornih ili upravnih tijela trebaju biti jasno naznačene u zakonu i da ta tijela ne trebaju imati pravo uplitanja u programska pitanja. Upravna tijela trebaju biti uspostavljena na način kojim se na minimum svodi rizik od uplitanja u njihovo djelovanje – naprimjer, putem otvorenog procesa imenovanja, osmišljenog tako da promovira pluralizam, koji obuhvata i garancije da neće doći do otpuštanja, kao i pravila o sukobu interesa“. (Boev 2012: 12).

U Preporuci CM/RecR (2012)1<sup>67</sup> Komiteta ministara Vijeća Evrope ukazuje se da čak i zemlje sa naprednim medijskim politikama *pate* od političkog uplitanja u uređivačke politike i imenovanja i izdaju se smjernice za osiguranje uredničke i upravljačke neovisnosti utemeljene na najboljim praksama upravljanja javnim servisom, kakve su: odgovornost, upravljačka neovisnost od vlasti, efikasan menadžment, novinarska i urednička neovisnost, transparentnost i otvorenost.

Javni servisi u načelu trebaju odgovoriti na potrebe lokalnih sredina, što je u pojedinim državama osigurano kroz uspostavu lokalnih medija, poput 58 lokalnih radijskih stanica koji djeluju u sklopu BBC-a i 38 lokalnih radiostanica u okviru mreže Francuskog radija (Veljanovski 2014: 65).

66 Preporuka Komiteta ministara broj: R(96)10 o garantiranju neovisnosti javnog emitiranja, usvojena 11. 9. 1996.

67 Preporuka Komiteta ministara CM/ReC(2012)1 o upravljanju javnim medijskim servisom, usvojena 15. 2. 2012.

Kako bi ovi mediji zaista djelovali u interesu javnosti, neophodno je, između ostalog, osigurati da je takvo djelovanje promovirano i kroz neovisno imenovanje kompetentnih kadrova na menadžerske i uredničke pozicije u ovim medijima.

Izvjestaji za zemlje Jugoistočne Evrope ukazuju na nedostatak mehanizama osiguravanja uređivačke neovisnosti, te bliske veze političkih struktura i s javnim i privatnim medijima.<sup>68</sup> U Hrvatskoj su, naprimjer, zabilježeni slučajevi sistemskog političkog uplitanja u imenovanja i smjenjivanja glavnih urednika, posebno u javnim medijima, naročito neposredno nakon parlamentarnih izbora.<sup>69</sup> Slično tome ocijenjeno je da glavni i odgovorni urednici medija u Srbiji djeluju više u interesu vlasnika i političkih partija, nego javnosti.<sup>70</sup> I države sa dugom tradicijom demokratskog uređenja nisu razvile čvrste garancije neovisnog imenovanja upravljačkih struktura i uredničke neovisnosti. S obzirom na javnu djelatnost i finansiranje iz javnih budžeta, i u evropskom kontekstu govorimo o imenovanjima upravnih tijela koja se vrše preko nacionalnih ili lokalnih parlamenata. U mnogim primjerima evropskih država se ističe da postoji određeni politički utjecaji na uredničke politike.<sup>71</sup> Pored toga, u državama poput Švicarske, pored medijskih organizacija, i političke partije imaju značajnu ulogu u kreiranju nacionalne medijske strategije (Meier, Gmür i Leonarz 2011: 290).

U različitim evropskim zemljama najčešće parlamentarna tijela imenuju upravne odbore javnih medija, a upravni odbori zatim imenuju glavne menadžere, a menadžeri urednike (Meier, Gmür i Leonarz 2011). Ulogu imenovanja članova upravnih odbora mogu vršiti i druga tijela, poput medijskih regulatora, vlada ili tijela koje čini predstavnici civilnog društva, sindikata, strukovnih udruženja i vlasti (Živković 2018: 272).

---

68 Vidjeti više u Londo, Hrvatinić, Petković 2016.

69 Vidjeti više u Bilić, Petričušić, Balabanić, Vučković 2016.

70 Vidjeti više u Matić, 2016.

71 Vidjeti Trappel, Nieminen i W. Nord (ur.), 2011.

Koje god tijelo vršilo imenovanja, prepoznata je potreba za unapređenjem transparentnosti procesa imenovanja, uvođenjem obaveze da kandidati mogu biti nominirani samo od strane profesionalnih organizacija i civilnog društva, obaveznih konsultacija sa javnosti o užoj listi kandidata, te obaveza da se osigura dvije trećine glasova kako bi kandidat bio imenovan za člana odbora, te da se osigura da sastav upravnog odbora treba uključivati predstavnike različitih segmenata društva (Article 19 2005: 8).

I kod imenovanja glavnih i odgovornih urednika postoje različite prakse. U zemljama poput Švedske, diskrecionu moć za imenovanje urednika, imaju vlasnici, odnosno osnivači i odbori. Međutim kreirano je okruženje u kojem nema jasnih pokazatelja i naznaka indirektnog političkog utjecaja na imenovanje i razrješenje glavnih urednika (Fardigh 2016: 6). Urednička neovisnost prvenstveno je regulisana Zakonom o slobodi štampe (Fardigh 2016). Nerijetka je praksa da redakcije nemaju razvijene interne procedure za imenovanje glavnih i odgovornih urednika, ali da članovi redakcije učestvuju u razvoju uređivačkih politika medija (Von Krogh i Nord 2011: 272). Veliki broj medijskih i novinskih organizacija, zajednički su razvili niz samoregulacijskih kodeksa ponašanja kojih se pridržava većina švedskih medija (Fardigh 2016). Dodatno, aktivnosti javnog servisa u Švedskoj nadgledaju se kroz nekoliko različitih godišnjih izvještaja (Public Service Broadcasting Commission 2016). Godišnji izvještaj se dostavlja Upravnom odboru, obrazlažući kako su utrošena dodijeljena sredstva, a Ministarstvo kulture Švedske i regulator za medije dobivaju izvještaj o tome kako su javni servisi ispunili funkciju javnog interesa.

Legitimitet imenovanja glavnih urednika može se povećati i kroz konsultiranje članova redakcija. Međutim, najčešće mišljenje novinarskih redakcija o imenovanjima nije obavezujuće. Internim statutima medija može se regulisati ne samo obaveza konsultacija sa zaposlenima kod imenovanja i propisati kakvu težinu mišljenje redakcije ima na konačno imenovanje, već se može urediti i pitanje klauzule savjesti, odnosno mogućnosti da novinar/urednik odbije nalog koji je u suprotnosti sa njihovom profesionalnom etikom. Takva mogućnost

predviđena je Statutom javnog servisa u Hrvatskoj, naprimjer, ali ne postoji nadzor niti su propisane sankcije za kršenje klauzule savjesti (Živković 2018). Sve ove garancije uredničke neovisnosti mogu se dodatno zagovarati kroz djelovanje novinarskih sindikata i organizacija.

Etički kodeksi u novinarskim redakcijama i općenito model funkcionisanja javnih medija, poput onih u skandinavskim zemljama, dobar su pokazatelj u kojem smjeru se mogu razvijati javni mediji u zemljama Jugoistočne Evrope suočeni s nizom problema koji su adresirani ovim izvještajem. Također, u vremenu kada se postavlja pitanje održivosti i budućnosti javnih servisa posebno je važno demonstrirati njihov doprinos demokratskim procesima, medijskim slobodama i važnost neovisnosti od političkih ili drugih utjecaja.

## 6. Preporuke

Preporuke za unapređenje odgovornosti, transparentnosti i legitimnosti procedura prilikom imenovanja članova konkursnih komisija, upravljačkih organa, glavnih i odgovornih urednika

### ***Imenovanja upravljačkih struktura (skupština, nadzorni i upravni odbor, direktor)***

- Lokalne vlasti i lokalni javni mediji trebaju uspostaviti precizne stručne kriterije za imenovanja i takve kriterije definisati statutima javnih medija, internim pravilnicima o izboru i imenovanju i odlukama osnivača. Takvi kriteriji za imenovanje direktora mogu biti: a) minimalno pet godina iskustva na menadžerskim pozicijama, uz dostavljanje relevantnih dokaza o profesionalnim kompetencijama i postignućima, b) diploma iz oblasti srodnih djelatnosti preduzeća/ustanove u koju se imenuje: ekonomija ili menadžment, pravo, novinarstvo i dr. Slično i za kandidate za članove skupštine i upravnog odbora treba postaviti uslove poput: a) minimalno pet godina radnog iskustva u oblastima srodnim javnom mediju, b) posjedovanje diplome iz oblasti srodnih medijskoj djelatnosti i upravljačkim nadležnostima. Dodatno, obnašanje funkcije u tijelu političkih subjekta (politička stranka, neovisni kandidat, koalicija ili lista neovisnih kandidata ovjerena za sudjelovanje na izborima i organizacija koju je osnovala politička stranka), uz aktuelne odredbe (Pravilo 76/2015 i 77/2015, članovi 31 i 32), treba tretirati kao nespojive s funkcijom direktora ne samo u vrijeme provedbe konkursa nego i ukoliko je članstvo postojalo nekoliko godina prije. Ovo ograničenje bi trebalo proširiti i na imenovanja članova skupštine i upravnih odbora kroz izmjene ili dopune članova zakona koji se primjenjuju prilikom imenovanja na nivou entiteta i Brčko distrikta.
- Lokalne vlasti i lokalni mediji trebaju povećati transparentnost sastava i djelovanja komisija koje provode javne konkurse, i te izmjene donijeti kroz odluke lokalnih vlasti te ih ugraditi u interne pravilnike i statute javnih medija. Preciznije, potrebno je: a) učiniti

javno dostupnim stručne kriterije za izbor članstva u komisijama za provođenje javnih konkursa koji bi unaprijedili njihovu neovisnost i osigurali učešće predstavnika različitih segmenata društva, b) ugraditi obavezu formiranja komisije za izbor upravljačkih struktura u statute javnih medija u kojima nedostaje, c) formi intervjua dati manju bodovnu važnost u odnosu na druge kriterije prilikom izbora najboljeg kandidata za direktora; dodatno, uspostaviti mjerljive indikatore uspješnosti intervjuiranih kandidata i učiniti dostupnim rezultate evaluacije na osnovu intervjua. Kako bi se dodatno osiguralo sprečavanje zloupotrebe ovog mehanizma, bilo bi neophodno uvesti i mjerljive indikatore profesionalnih sposobnosti stručne komisije za provedbu ovog dijela konkursne procedure.

- Lokalne vlasti i lokalni mediji trebaju povećati transparentnost procedura imenovanja, biografija članova i djelovanja izabраниh upravljačkih tijela, i te izmjene propisati statutima javnih medija. Preciznije, potrebno: je a) objavljivanje javnih poziva i obrazloženja o kriterijima izbora kandidata za upravna tijela na web-stranicama medija i osnivača, b) omogućiti širu, javnu raspravu o izboru članova upravljačkih tijela, c) biografije osoba koje su imenovane u upravljačka tijela učiniti dostupnim na stranici javnog medija, d) obezbijediti poštivanje odredbe zakona o javnim preduzećima o javnosti informacija o organizacionoj strukturi i poslovanju javnog preduzeća kroz redovnu objavu: izvještaja o radu upravljačkih tijela, finansijskih izvještaja, izvještaja sa sjednica upravljačkih organa.

### ***Imenovanje glavnih i odgovornih urednika***

- Lokalni javni mediji trebaju kroz statute i interne dokumente (pravilnici o izboru i imenovanju urednika, naprimjer) precizirati stručne kriterije za imenovanja urednika, poput: a) minimalno pet godina radnog iskustva u novinarskoj redakciji, b) diplome novinarstva/komunikologije ili drugih relevantnih oblasti, c) dodatnih edukacija i usavršavanja u medijskoj djelatnosti (uz dostavljanje dokaza), d) poznavanja najmanje

jednog stranog jezika, e) demonstriranog profesionalnog rada i priznanja (uz dostavljanje dokaza), f) dostavljanja pisane izjave kojom se otklanja sumnja o političkoj povezanosti preko stranke (osim neobnašanja političke funkcije u vrijeme konkursa, kao i najmanje pet godina prije konkursa, obavezno bi bilo i otklanjanje sumnje o članstvu u stranci).

- Unaprijediti transparentnost procedure imenovanja urednika kroz redovno objavljivanje javnog konkursa, evaluaciju kandidata i obrazloženja konačnog imenovanja. Biografije urednika trebaju također biti dostupne na web-stranicama javnih medija.
- Legitimnost imenovanja unaprijediti kroz obavezne konsultacije sa zaposlenicima, tj. uvesti odobrenje uposlenika kao obavezan uslov imenovanja. Dodatno, razmotriti konsultacije sa regulatornim tijelom (RAK), ali i predstavnicima zajednice (novinarskih udruženja, nevladinih organizacija itd.) u postupcima imenovanja.

Sve navedene odredbe o imenovanju i smjenjivanju glavnih i odgovornih urednika obavezno treba definisati kroz statute javnih medija, interne pravilnike o imenovanju i razrješenju te interne etičke kodekse uredničkih kolegija i novinarskih redakcija samih medija. Samoregulacijska tijela i novinarska udruženja također bi trebala propisati i integrisati set pravila koja bi osigurala legitimitet nadzora u procesima imenovanja urednika u javnim medijima te kroz izvještaje ukazivati na problematične slučajeve povezanosti s političkim stranama.

### ***Dodatne garancije uredničke neovisnosti:***

- U relevantnim zakonima o javnim preduzećima (FBiH, RS, BD) i pravilnicima o postupcima izbora i imenovanja u regulirana tijela općine/grada/kantona/entiteta onemogućiti da funkciju skupštine javnog preduzeća preuzima skupština lokalne vlasti – ovo se posebno odnosi na lokalne medije u Republici Srpskoj, gdje su zabilježeni problematični slučajevi.

- Regulator i lokalni javni mediji, kroz reviziju RAK-ovih pravila 76/2015 i 77/2015 i statuta javnih medija, trebaju onemogućiti da direktor bude istovremeno i glavni i odgovorni urednik te osigurati dosljednu primjenu ovih odredbi.
- Regulator i lokalni javni mediji također trebaju osigurati neovisnost izbora i imenovanja glavnih i odgovornih urednika i razvoja uređivačkih politika od utjecaja NO-a/UO-a. Regulator bi u tom pogledu mogao razviti poseban set pravila koja bi važila samo za izbor i imenovanja urednika i uredničkih kolegija u javnim medijima relevantnim zakonima, statutima i drugim aktima onemogućiti da NO/UO vrši utjecaj na izbor i imenovanje glavnog i odgovornog urednik te utiče na razvoj uređivačkih politika.

Novinarski sindikati i udruženja predstavljaju ključne aktere za zagovaranje ovih izmjena, koje bi u krajnjoj liniji doprinijele kredibilitetu novinarstva i autonomiji novinara. Zbog toga postojeća udruženja, sindikati i pojedinci u medijskim redakcijama trebaju aktivno raditi na podizanju svijesti i jačanju kolektivnog organiziranja. Entitetske sindikalne organizacije i novinarska udruženja bi u skladu sa svojim kapacitetima mogla vršiti povremeni monitoring imenovanja direktora i glavnih i odgovornih urednika u javnim lokalnim medijima, kako bi se identificirali ključni problemi i omogućilo snažnije zagovaranje za smanjenje političkih utjecaja na imenovanja, a time i na medije u cjelini. Slično tome, treba ovlastiti RAK za monitoring legitimnosti imenovanja u javnim medijima, te osigurati adekvatne kapacitete za obavljanje te funkcije.



## Bibliografija

- A. B. 2018. “Nije usvojen Izvještaj o radu TVSA: Pristrasno izvještavanje i cenzura glavni problem“. Dostupno na: <https://www.klix.ba/vijesti/bih/nije-usvojen-izvjestaj-o-radu-tvsa-pristrasno-izvjestavanje-i-cenzura-glavni-problem/180131070> (stranica posjećena 18. 2. 2018).
- Article 19. 2005. *A Model Public Service Broadcasting Law*. London: Article 19. Dostupno na: <https://www.article19.org/data/files/pdfs/standards/modelpsblaw.pdf> (stranica posjećena 20. 8. 2018).
- Bašić-Hrvatini Sandra, Mark Thompson i Tarik Jusić (ur.). 2008. *Razjedinjeni propadaju – Javni radio-televizijski servisi u multietničkim državama*. Sarajevo: Fondacija Mediacentar.
- Bilić, Paško, Antonija Petričušić, Ivan Balabanić i Valentina Vučković. 2017. *Praćenje medijskog pluralizma u 2016. Praćenje rizika za medijski pluralizam u EU i drugim zemljama*. Center for Media Pluralism and Media Freedom.
- Blagovčanin, Predrag. 2018. “RTV Visoko i šest radnika gurnuto u stečaj“. *MCOonline*. Dostupno na: <http://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/rtv-visoko-i-sest-radnika-gurnuti-u-stecaj> (stranica posjećena 21. 6. 2018).
- Boev, Boyko. 2012. „Analiza zakona koji se odnose na radiotelevizijski sistem Bosne i Hercegovine“. OSCE.
- Centar za istraživačko novinarstvo. 2018. “Upravljanje javnim preduzećima: stranke prije stranke“. *CIN*. Dostupno na: <https://www.cin.ba/upravljanje-javnim-preduzecima-stranka-prije-struke/> (stranica posjećena 12. 2. 2018).
- Färdigh, Mathias A. 2016. *Media Pluralism Monitor 2016: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond. Country report: Sweden*. Centre for Media Pluralism and Media Freedom. Dostupno na: [http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46813/Sweden\\_EN.pdf;sequence=1&isAllowed=y](http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46813/Sweden_EN.pdf;sequence=1&isAllowed=y) (stranica posjećena 20. 7. 2018).
- Hodžić, Sanela, i Anida Sokol. 2018. *Transparentnije i legitimnije finansiranje medija iz javnih budžeta: smjernice za javne organe*. Sarajevo: Fondacija Mediacentar. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/transparentnije-i-legitimnije-finansiranje-medija-iz-javnih-budzeta-smjernice-za> (stranica posjećena 15. 4. 2018).

- Hodžić, Sanela. "Bosna i Hercegovina". 2014. U: *Značaj medijskog integriteta: Vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti, Regionalni pregled i istraživački izvještaj o medijskom integritetu u Bosni i Hercegovini*, uredile Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatini i Sanela Hodžić, 80–76. Sarajevo: Fondacija Mediacentar.
- Hodžić, Sanela. 2016. *Editors in BiH between strong interference and weak support*. South East European: Media Observatory. Dostupno na: <http://mediaobservatory.net/radar/editors-bih-between-strong-interference-and-weak-support> (stranica posjećena 18. 5. 2018).
- Hodžić, Sanela. "Bosnia and Herzegovina". 2008. U: *Labor Relations and Media: Analyzing patterns of labor relations in the media of SEENPM member countries*, 92–131. Moldova: Independent Journalism Center – International media support. Dostupno na: [http://ijc.md/Publicatii/resurse/Labor\\_Relations\\_and\\_Media.pdf](http://ijc.md/Publicatii/resurse/Labor_Relations_and_Media.pdf) (stranica posjećena 15. 5. 2018).
- Index.ba. 2018. "Elvir Resić podnio ostavku na mjesto direktora TVSA". Dostupno na: <https://www.index.ba/elvir-resic-podnio-ostavku-na-mjesto-direktora-tv-sa/> (stranica posjećena 15. 4. 2018).
- Institucija Ombudsmena BiH. 2018. *Godišnji izvještaj o rezultatima aktivnosti Ombudsmena za ljudska prava BiH za 2017. godinu*. Banja Luka: Institucija Ombudsmena/ombudsmana za ljudska prava Bosne i Hercegovine.
- Institucija Ombudsmena BiH. 2014. "Inicijativa za preispitivanje opravdanosti postojanja upravnih i nadzornih odbora u javnim ustanovama." Institucija Ombudsmena/ombudsmana za ljudska prava Bosne i Hercegovine. Dostupno na: <http://www.ombudsmen.gov.ba/Novost.aspx?newsid=232&lang=HR>. (stranica posjećena 22. 6. 2018).
- Klix.ba. 2017. "TVSA o istupu urednika Mršića: neistinite tvrdnje i neargumentovane optužbe". Dostupno na: <https://www.klix.ba/vijesti/bih/tvsa-o-istupu-urednika-mrsica-neistinite-tvrdnje-i-neargumentovane-optuzbe/171102132> (stranica posjećena 11. 2. 2018).
- Klix.ba. 2018. "Direktor TVSA: SBB je zahtijevao moju ostavku da bi bio izabran novi premijer KS". Dostupno na: <https://www.klix.ba/vijesti/bih/direktor-tvsa-sbb-je-zahtijevao-moju-ostavku-da-bi-bio-izabran-novi-premijer-ks/180405026> (stranica posjećena 7. 4. 2018).

- Kovačević, Bojan i Srđan Blagovčanin. 2016. *Analiza: Politike i prakse izbora i imenovanja u javnom sektoru BiH*. Banja Luka: CCI.
- Londo, Ilda, Sandra Bašić-Hrvatini i Brankica Petković. 2016. *The editor's role in media integrity protection in the countries of South East Europe*. South East European: Media Observatory.
- Matić, Jovanka. 2016. *Editor in Serbia: Closer to owners than to journalists*. South East European: Media Observatory. Dostupno na: <http://mediaobservatory.net/radar/editors-serbia-closer-owners-journalists> (stranica posjećena 15. 5. 2018).
- Meier, Werner. A., Alexandra Gmür i Martina Leonarz. 2011. "Switzerland: Swiss Quality Media. A Reduced Protection Forest for Democracy". U: *The media for democracy monitor. A Cross National Study of Leading News Media*, uredili Josef Trappel, Hannu Nieminen, Lars W. Nord, 289–319. Göteborg: Nordicom University of Gothenburg.
- Mušinović, Ervin. 2017. "Novinar Mršić pisao rukovodstvu TVSA – Molim vas da budete korektni i ne cenzurišete moje priloge". *Klix.ba*. Dostupno na: <https://www.klix.ba/vijesti/bih/novinar-mrsic-pisao-rukovodstvu-tvsa-molim-vas-da-budete-korektni-i-ne-cenzurisetete-moje-priloge/171102070> (stranica posjećena 11. 2. 2018).
- Pilipović, Milan. 2016. "Finansijski kolaps: Dugovi doveli Radio Prnjavor pred gašenje". *Blic.rs*. Dostupno na: <https://www.blic.rs/vesti/republika-srpska/finansijiski-kolaps-dugovi-doveli-frekvencije-radio-prnjavora-pred-gasenje/jz3150s> (stranica posjećena 25. 2. 2018).
- Public Service Broadcasting Commission. 2016. *The Future of Public Service Broadcasting – From Analogue Institution to a Digital Function*. Dostupno na: <http://www.publicservicekommissionen.se/wp-content/uploads/2015/11/PSK-160421-The-Future-of-Public-Service-Broadcasting-%E2%80%93-From-Analogue-Institution-to-a-Digital-Function.pdf> (stranica posjećena 27. 7. 2018).
- Saopćenje TVSA. 2018. "TVSA: Izvinjavamo se bh. javnosti, prilog o odijevanju je bio neprofesionalan". Dostupno na: <http://tvsa.ba/tvsa-izvinjavamo-se-bh-javnosti-prilog-o-odijevanju-je-bio-neprofesional-p13694-173.htm> (stranica posjećena 22. 7. 2018).

- Slobodna Evropa. 2017. "BH novinari' pisali direktoru TVSA". *N1*. Dostupno na: <http://ba.n1info.com/a177015/Vijesti/Vijesti/Pritisak-direktora-TVSA-na-novinaruku.html> (stranica posjećena 11. 2. 2018).
- Sokol, Anida. 2017. "Budžet RTV Zenica u rukama vlasti". *MCOonline*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/budzet-rtv-zenica-u-rukama-vlasti> (stranica posjećena 20. 2. 2018).
- Stanković-Luković, Mirna. 2016. "Vlast i mediji 2: Pritisaci, odmazde, strah i autocenzura." *Žurnal/Media.ba*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/vlast-i-mediji-2-pritisci-odmazde-strah-i-autocenzura> (stranica posjećena 21. 2. 2018).
- Transparency International BiH (TI). 2018. *Dobro upravljanje u javnim preduzećima u Bosni i Hercegovini: Analiza transparentnosti, odgovornosti i integriteta javnih preduzeća*. Dostupno na: [https://ti-bih.org/wp-content/uploads/2018/04/Izvrсни-sazetak-mart\\_2018.pdf](https://ti-bih.org/wp-content/uploads/2018/04/Izvrсни-sazetak-mart_2018.pdf) (stranica posjećena 10. 5. 2018).
- Trappel, Josef i Hannu Nieminen, Lars W. Nord (ur.). 2011. *The media for democracy monitor. A Cross National Study of Leading News Media*. Göteborg: Nordicom University of Gothenburg.
- Turčilo, Lejla, i Belma Buljubašić. 2017. *Mediji i shrinking space u Bosni i Hercegovini: Utišani alternativni glasovi*. Sarajevo: Fondacija Heinrich Böll.
- Veljanovski, Rade, i Aleksandra Ugrinić. 2014. *Savremeni radio sa praktikumom radio novinarstva*. Beograd: Čigoja.
- Veljanovski, Rade. 2005. *Javni RTV servis u službi građana*. Beograd: Clio.
- Von Krogh, Torbjörn i Lars W. Nord. 2011. "Sweden: A Mixed Media Model Under Market Pressures". U: *The media for democracy monitor. A Cross National Study of Leading News Media*, uredili Josef Trappel, Hannu Nieminen, Lars W. Nord, 265–289. Göteborg: Nordicom University of Gothenburg.

Voloder, Nermina. 2016. "Informacije o radu javnih medija u BiH nisu tajne, ali nisu ni javne." *MC Online*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/investigative-journalism/informacije-o-radu-javnih-medija-u-bih-nisu-tajne-ali-nisu-ni-javne> (stranica posjećena 25. 3. 2018).

Živković, Milan. 2018. *Još neobjavljen izvještaj nastao u sklopu projekta Mediji i javni ugled*, uredila Sanela Hodžić.

## Izvještaji o radu i poslovanju

IPC Kozarski vjesnik. *Izvještaj o radu IPC "Kozarski vjesnik" Prijedor za 2016. godinu*  
JP RTV BPK. *Izvještaj o radu JP "Radio-televizija Bosansko-podrinjskog kantona Goražde" d.o.o. za period 01.01. – 31.12.2016.*

JP Radio Prača. *Izvještaj o radu preduzeća Prača za 2016. godinu.*

JP RTV Zenica. *Informacije o radu i poslovanju JP RTV Zenica u 2015. godini*

JP TVSA. *Izvještaj o radu i poslovanju JP "Televizija Kantona Sarajevo" d. o. o. Sarajevo za period 01.01. – 31.12.2016. godine.*

## Odluke i javni oglasi u Službenim glasnicima i na službenim stranicama osnivača

Javni konkurs za izbor i imenovanje članova upravnih odbora u javnim ustanovama i članova nadzornog odbora u javnom preduzeće u javnom preduzeću čiji je osnivač Grad Trebinje. 2017. *Agencija Spektar(agencijaspektar.ba)* (stranica posjećena 22. 3. 2018).

Javni konkurs za izbor i imenovanje člana Uprave – izvršnog direktora za finansijske, marketinške i opće poslove JP "Televizija Kantona Sarajevo", d. o. o. Sarajevo. 2017. *TVSA (tvs.ba)* (stranica posjećena 22. 3. 2018).

Javni oglas za izbor i imenovanje članova Nadzornog odbora Radio-televizije d.o.o. Konjic. 2017. *Općina Konjic (konjic.ba)* (stranica posjećena 22. 3. 2018).

Odluka o potvrđivanju imenovanja predsjednika i članova Skupštine JP “Televizija Kantona Sarajevo“ Sarajevo d. o. o. *Službene novine Kantona Sarajevo* br. 23/16.

Odluka o potvrđivanju imenovanja vršilaca dužnosti predsjednika i članova Skupštine JP “Televizija Kantona Sarajevo“ Sarajevo d. o. o. *Službene novine Kantona Sarajevo* br. 1/16.

Odluka o potvrđivanju razrješenja vršilaca dužnosti predsjednika i članova Skupštine JP “Televizija Kantona Sarajevo“ Sarajevo d. o. o. *Službene novine Kantona Sarajevo* br. 1/16.

Odluka o potvrđivanju razrješenja vršilaca dužnosti predsjednika i članova Skupštine JP “Televizija Kantona Sarajevo“ Sarajevo d. o. o. *Službene novine Kantona Sarajevo* br. 23/16.

Odluka o usklađivanju osnivačkog akta ODJP ‘Radio Gradiška’ Gradiška“. *Službeni glasnik Opštine Gradiška* br. 8/2009.

Odluka o utvrđivanju kriterija za imenovanje u reguliranim tijelima Općine Olovo Nadzorni/ upravni odbori u javnim preduzećima i javnim ustanovama. *Službeni glasnik Općine Olovo* br. 6/13.

Odluka o utvrđivanju kriterijuma za izbor, imenovanja i razrješenja organa u javnim ustanovama i javnim preduzećima čiji je osnivač Grad Trebinje“. *Službeni glasnik grada Trebinje* br. 4/17.

Oglas za izbor kandidata za članove Nadzornog odbora “JP RTV Zenica“ d. o. o. Zenica. *Službene novine FBiH* br. 23/2017.

Rješenje Regulatorne agencije za komunikacije o kršenju Pravila 76/2015 za JP „Radiostanica Drvar“ d.o.o. Drvar – Radio Drvar. UP1: 03-29-5-364/16.

Rješenje Regulatorne agencije za komunikacije o kršenju Pravila 57/2011 za „JU Centar za informisanje i kulturu“ sa p.o. Nevesinje. UP1:02-07-531/12.

Rješenje Regulatorne agencije za komunikacije o kršenju Pravila 57/2011 za RTV Istočno Sarajevo. UP1: 02-07-636/12.

Zaključak Regulatorne agencije za komunikacije o obustavi postupka protiv Centra za kulturu i informisanje – Radio Foča u vezi s mogućim kršenjem Pravila 57/2011. UP1: 02-07-530/12.

## Preporuke i smjernice

Vijeće Evrope. 1996. *Preporuka Komiteta ministara broj: R(96)10 o garantiranju neovisnosti javnog emitiranja.*

Vijeće Evrope. 2012. *Recommendation CM/Rec(2012)1 of the Committee of Ministers to member States on public service media governance, Committee of Ministers.*

Vijeće Evropske unije. 2014. *Smjernice EU-a o ljudskim pravima koje se odnose na slobodu izražavanja na internetu i izvan njega.*

## Statuti

Statut Javnog preduzeća “Televizija Kantona Sarajevo“ d. o. o. Sarajevo. 2013.

Statut Javnog preduzeća “Radio Brčko“ d. o. o., Brčko distrikta BiH. 2016.

Statut Javnog preduzeća Radio-televizija Bosansko-podrinjskog kantona Goražde, d. o. o. 2010.

Statut Javnog preduzeća “Radio Gradiška“ Gradiška. *Službeni glasnik Opštine Gradiška br. 8/2009.*

Statut Javnog preduzeća “Radio-televizija Bihać“ d. o. o. Bihać. 2010.

## Zakoni, uredbe i pravila

Nacrt Zakona o platama i naknadama članova organa upravljanja i drugih organa u BPK: Dostupno na: <http://www.bpkg.gov.ba/media/images/2017/06/Zakon-o-platama-i-naknadama-%C4%8Dlanova-organa-upravljanja-i-drugih-organa-III2c-kon.-ver..pdf> (stranica posjećena 11. 5. 2018).

Pravilo 76/2015 o pružanju medijskih usluga radija.

Pravilo 77/2015 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga. *Službeni glasnik BiH br. 37/16.*

Uredba sa zakonskom snagom o ustanovama. *Službeni list RBiH br. 6/92, 8/93, 13/94.*

Usvojen Zakon o državnoj službi BPK. 2018. Dostupno na: <http://www.bpkg.gov.ba/sjednice-skupstine/66878/31-sjednica-7> (stranica posjećena 11. 5. 2018).

Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o javnim preduzećima Brčko distrikta BiH. *Službeni glasnik Brčko distrikta BiH* br. 17/16.

Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o sukobu interesa u institucijama Brčko distrikta BiH. *Službeni glasnik Brčko distrikta BiH* br. 03/15.

Zakona o javnim preduzećima Brčko distrikta BiH. *Službeni glasnik Brčko distrikta BiH* br. 15/06, 05/07, 19/07, 01/08, 24/08, 17/16 i 07/18.

Zakon o javnim preduzećima FBiH. *Službene novine FBiH* br. 8/05, 81/08, 22/09, 109/12.

Zakon o javnim preduzećima RS. *Službeni glasnik Republike Srpske* br. 75/2004, 78/11.

Zakon o lokalnoj samoupravi Federacije. *Službene novine FBiH* br. 49/06, 51/09.

Zakon o lokalnoj samoupravi Republike Srpske. *Službeni glasnik Republike Srpske* br. 97/16.

Zakon o ministarskim imenovanjima, imenovanjima Vijeća ministara i drugim imenovanjima BiH. *Službeni glasnik BiH* br. 07/03.

Zakon o ministarskim, vladinim i drugim imenovanjima Federacije BiH. *Službene novine FBiH* br. 12/03, 34/03 i 65/13.

Zakona o ministarskim, vladinim i drugim imenovanjima Republike Srpske. *Službeni glasnik Republike Srpske* br. 41/03.

Zakon o plaćama i naknadama članova organa upravljanja i drugih organa institucija Kantona Sarajevo, kantonalnih javnih preduzeća i javnih ustanova čiji je osnivač Kanton Sarajevo, *Službene novine Kantona Sarajevo* br. 10/2016.

Zakon o preduzećima Brčko distrikta BiH. *Službeni glasnik Brčko distrikta BiH* br. 11/01, 10/02, 14/02, 01/03, 08/03, 04/04, 19/07, 34/07, 49/11.

Zakon o privrednim društvima FBiH, *Službene novine FBiH* br. 81/15.

Zakon o privrednim društvima RS, *Službeni glasnik Republike Srpske* br. 127/08, 58/09, 100/11 i 67/13.

Zakon o sistemu javnih službi u Republici Srpskoj. *Službeni glasnik RS* br. 68/07, 109/12, 44/16.

Zakon o sukobu interesa u institucijama Brčko distrikta BiH. *Službeni glasnik Brčko distrikta BiH* br. 43/08 i 47/08.

Zakon o sukobu interesa u organima vlasti FBiH“. *Službene novine Federacije BiH* br. 70/08.



Zakon o sprečavanju sukoba interesa u organima vlasti u RS. *Službeni glasnik Republike Srpske* br. 73/08 i 52/14.

## Lista intervjuja

- Aid Mršić, urednik i novinar u redakciji TVSA, intervju, 24. 2. 2018.
- Asja Roksa Zubčević, rukovodilac sektora, Regulatorna agencija za komunikacije, intervju, 17. 4. 2018.
- Belma Buljubašić, doc. dr. na Odsjeku za komunikologiju, FPN Sarajevo, pisana prepiska, 16. 3. 2018.
- Borislav Vukojević, Katedra za novinarstvo, FPN Banja Luka, intervju, 19. 2. 2018.
- Faruk Kajtaz, glavni i odgovorni urednik, Gradska mreža Mostar, intervju, 19. 2. 2018.
- Helena Mandić, pomoćnica direktora za emitiranje, Regulatorna agencija za komunikacije, intervju, 17. 4. 2018.
- Jasmina Čohodar, direktora RTV BPK, telefonski intervju, 7. 3. 2018.
- Lejla Turčilo, prof. dr. na Odsjek za komunikologiju, FPN Sarajevo, intervju, 12. 4. 2018.
- Maida Bahto Kestendžić, projektna koordinatorica za žalbe, Vijeće za štampu BiH, intervju, 9. 4. 2018.
- Mehmed Halilović, stručnjak u oblasti medijskog prava i zakona, telefonski intervju, 6. 4. 2018.
- Mario Ivkić, urednik informativno-političkog programa Radija Brčko, intervju, 15. 2. 2018.
- Milkica Milojević, bivša predsjednica Udruženja BH novinari, intervju, 15. 2. 2018.
- Mariana Šarčević, bivša predsjednica Sindikata medija i grafičara RS, intervju, 24. 2. 2018.
- Sinan Gluhić, urednik programa TV Zenica, intervju, 27. 2. 2018.
- Uposlenik javnog gradskog servisa, ime poznato MC redakciji, pisana prepiska, 6. 3. 2018.
- Vladimir Pantović, direktor i glavni i odgovorni urednik JU Centar za kulturu i informisanje i Radio Foča, intervju, 23. 2. 2018.



**SADRŽAJI OD ZNAČAJA  
ZA LOKALNE ZAJEDNICE:  
SLABI PROGRAMSKI ZAHTJEVI I UPITAN UDIO  
U PROGRAMIMA LOKALNIH EMITERA**

## I. Sažetak

Svrha postojanja lokalnih javnih medija je djelovanje u javnom interesu lokalnih zajednica. U tom smjeru su definisana glavna istraživačka pitanja: kako i u kojoj mjeri javni lokalni mediji u Bosni i Hercegovini ispunjavaju javni interes, te kako se ta njihova funkcija može poboljšati? Glavni rezultati ovog istraživanja upućuju da javni interes u Bosni i Hercegovini nije precizno definisan na nivou medijskih politika, da programske šeme javnih medija ne odražavaju adekvatno funkciju javnog interesa i da je način njihovog utvrđivanja proizvoljan i često ne uključuje angažman uredničkog vijeća (iako propisan pravilima Regulatorne agencije za komunikacije BiH), te su u konačnici način i stepen ispunjenja funkcije javnog interesa u radu ovih medija upitni. Analiza programskih šema četiri medija pokazuje, između ostalog, da javni lokalni mediji zanemaruju lokalne teme u korist državnih/entitetskih te da u medijskim sadržajima često nisu navedeni izvori informacija.

Najvažnije preporuke ovog istraživanja su: 1) da se na regulatornom nivou preciznije definišu osnovni, zajednički elementi misije javnog interesa javnih lokalnih medija, s naglaskom na zahtjev da javni lokalni mediji služe interesima lokalnih zajednica; 2) da se ti osnovni elementi dopune preciziranjem specifičnih interesa unutar svake lokalne uprave; 3) da svaki javni medij usvoji i objavi dokument kojim se definiše njegova dugoročna misija i dugoročna urednička politika (čime bi se donekle spriječile programske promjene zasnovane na političkim i ekonomskim uticajima); i 4) da se unaprijedi monitoring primjene programskih obaveza i dugoročne uredničke politike, identificiraju uzroci mogućih nedostataka i djeluje na njihovom uklanjanju.

## 2. Uvod

Informisanje građana o pitanjima od javnog značaja u lokalnim zajednicama prvenstveno zavisi od djelovanja lokalnih medija, koji često predstavljaju jedini kanal komunikacije između građana i uprave lokalne zajednice. Lokalne informacije se rjeđe mogu pronaći kod medija sa većom geografskom pokrivenošću i ti mediji „nikada neće moći da se približe problemu u nekoj opštini, kao što to može lokalni medij“ (Kovač 2017: 5). Sekundarni izvori pokazuju da i građani i novinari prepoznaju važnost medijskih sadržaja o lokalnim temama (Anderson, Coleman i Thumim 2015: 103-105).

Ovaj izvještaj fokusiran je na programe javnih lokalnih medija u BiH, koji imaju posebnu ulogu i status, jer su najvećim dijelom finansirani novcem građana lokalnih zajednica (opština, gradova ili kantona) i zbog toga se očekuje da zadovoljavaju potrebe građana u lokalnoj sredini.

U izvještaju se analizira, prije svega, kako je definisana funkcija javnog interesa ovih medija i kako oni tu funkciju obavljaju, imajući u vidu i faktore koji utiču na proizvodnju programa, poput nedovoljnih sredstava, finansijske ovisnosti o lokalnim vlastima i različitih pritisaka na medije i novinare - na koje su fokusirani drugi izvještaji u ovoj publikaciji – (Voloder 2016). Analiza je usmjerena na definiciju uloge javnih lokalnih medija, na njihove programske obaveze, sadržaj programskih šema i način njihovog usvajanja, na karakteristike sadržaja javnih lokalnih medija, eventualne žalbe građana, te monitoring programa ovih medija. U izvještaju se također daju smjernice za poboljšanje uloge ovih medija i za osiguranje javnog interesa u njihovim programima.

Istraživanje se zasniva na analizi sekundarnih izvora, zakona i regulativa, na analizi programskih šema četiri javna lokalna medija<sup>1</sup> i analizi manjeg uzorka informativnih sadržaja četiri javna lokalna medija,<sup>2</sup> na pregledu registrovanih slučajeva kršenja programskih normi u oblasti emitovanja za 2016. i 2017. godinu (prema odgovoru RAK-a i analizi pregleda tih slučajeva), na odgovorima na upitnik dobijenim od 14 javnih lokalnih medija,<sup>3</sup> te šest intervjuja (dva s novinarima, dva s urednicima javnih lokalnih medija i dva s medijskim ekspertima).

- 1 Izabrana su dva radijska i dva TV-emitera iz oba BH entiteta, prema kriteriju dostupnosti, te uzorak obuhvata TV Vogošća i TV Prijedor, kao i Radio Velika Kladuša i Radio Prača.
- 2 Slučajnim odabirom su u uzorak uključena dva radio emitera (Radio Trebinje i Radio Velika Kladuša) i dva televizijska emitera (TV Sarajevo i TV Zenica). Uzorak je stratificiran tako da uključuje medije iz oba entiteta i iz različitih geografskih područja u BiH. Analizirani su centralni/najduži informativni programi ovih medija, emitovani u periodu od tri dana (05., 06. i 07. 02. 2018. godine).
- 3 Upitnici su dostavljeni svim javnim lokalnim medijima, ali, kako je spomenuto u drugim izvještajima u ovoj publikaciji, samo njih 14 je poslalo odgovore.

### 3. Nejasno definisan javni interes javnih lokalnih medija

Ne postoji univerzalno prihvaćena definicija javnog interesa, s obzirom da on ne može da bude isti za sva društva i u svim kontekstima. Mnogi autori, kao što su McQuail (1992), Freedman (2014) i Radojković (2016), diskutuju o normativnom karakteru zahtjeva za javni interes, pod čime se podrazumijeva da se o javnom interesu govori najčešće kao o pojmu koji služi vlastima da legitimišu svoje odluke. Arbitrarni pristup u definisanju javnog interesa je neizbježan, kako s pravne tako i s teorijske strane. Pluralizam pogleda na svijet proizvodi „legitiman i naizgled paradoksalan sukob zbog traženja da se zadovolje sasvim različiti ciljevi i zahtevi uz pozivanje na isto načelo“ (Radojković 2016: 9). Ipak, uloga koja je javnim lokalnim medijima dodijeljena nezavisno od konteksta je da, „kao ‘čuvari demokratije’, posreduju između vlasti i građana, brzim, istinitim i pravovremenim izveštavanjem o pitanjima koje su važna za zajednicu“ (Matović i Jović 2016: 123).

U Bosni i Hercegovini javni interes je donekle definisan u nekoliko akata Regulatorne agencije za komunikacije (RAK). Prije svega, u *Kodeksu o audiovizuelnim uslugama i medijskim uslugama radija stoji*: „Javni interes označava interes javnosti da raspolaže informacijama o pitanjima i događajima od opšteg društvenog značaja, uključujući, ali ne ograničavajući se na zaštitu javnog zdravlja i bezbjednosti, otkrivanje ili objelodanjivanje krivičnih djela, sprečavanje obmanjivanja javnosti, razotkrivanje nekompetentnosti ili korupcije u javnoj službi i sl.“ (Član 2)

Javni interes se ne precizira detaljnije od ovoga, niti se posebno definišu odrednice javnog interesa u radu javnih lokalnih medija. *Smjernice za primjenu kodeksa o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija* također ne preciziraju definiciju javnog interesa, ali naglašavaju važnost prava javnosti na pravovremenu i tačnu informaciju. Osnovni principi, sadržani u članu 3 *Smjernica*, naglašavaju da je pružalac medijskih usluga u obavezi da izvještava uz puno poštovanje etničkih, kulturnih i vjerskih razlika u BiH i da se sadržaji ne smiju diskriminisati nikoga po bilo kojem osnovu. Pored toga, mediji su dužni

posvetiti posebnu pažnju tretmanu ranjivih lica. *Smjernicama* se preciznije definišu opšti principi audiovizuelnih usluga i uspostavlja granica između javnog interesa i neopravdanog narušavanja ljudskih prava. Naprimjer, u pogledu narušavanje prava na privatnost, smjernice ukazuju da: „Postojanje javnog interesa utvrđuje se u svakom pojedinačnom slučaju na osnovu konteksta i svih činjenica koje su relevantne za taj slučaj, te uzimajući u obzir sljedeće elemente: “prevashodni javni interes, istinitost ili opravdani razlog da se povjeruje u istinitost, te dokaz da je pružalac medijskih usluga postupao u dobroj vjeri“. (Smjernice 2014: 74).

Smjernice također eksplicitno spominju „pravo medija na prenošenje negativnih informacija i kritičkih mišljenja o javnim službenicima, kao i pravo javnosti da ih sazna“ (RAK 2014: 74). U skladu sa *Kodeksom o komercijalnim komunikacijama* (RAK 2016: 9 i 11) ograničava se plaćeno reklamiranje, pa je trajanje oglašavanja i teletrgovine za javne televizijske stanice ograničeno na 4 minute po satu (član 9), a za javne radiostanice na 6 minuta po satu (član 13). Na ovaj način se pokušava u što većoj mjeri zaštititi javni interes od upliva komercijalnih interesa. Pored toga, propisan je i obavezni udio sadržaja informativnog i obrazovnog karaktera u javnim medijima, koji odražava shvatanje da ovi mediji imaju posebnu dužnost i veću odgovornost prema građanima u odnosu na privatne medije. Pravila 76/2015 i 77/2015 jasno navode programske obaveze javnih radio i TV-stanica i pritom propisuju obavezu emitovanja najmanje 40% sedmičnog programa posvećenog informativnom i obrazovnom programu. Od tog sedmičnog programa, 10% treba da bude posvećeno pitanjima izbjeglica i raseljenih lica u Bosni i Hercegovini, pripadnika nacionalnih manjina, te drugih marginalizovanih grupa. Najmanje 6% sedmičnog programa javne televizijske stanice će se sastojati od dječjeg programa sa obrazovnom ili instruktivnom namjenom (Pravilo 77, član 29). Za radiostanice, razlika u odnosu na televiziju je jedino u tome što je obavezni omjer dječjeg programa niži – 4% (Pravilo 76, član 28 i Pravilo 77, član 29).

Pored programskih obaveza koje su posebno propisane za javne medije, postoje i programski uslovi i kriteriji koje moraju ispuniti sve audiovizuelne i radiostanice. Prilikom dodjele



dozvole za emitovanje, radijske i televizijske stanice moraju zadovoljiti programske kriterije RAK-a (Pravilo 77, član 5 i Pravilo 76, član 6) i to da je sedmična programska šema usklađena sa pravilima RAK-a (6 i 7a), da je angažovano programsko osoblje ima dovoljno iskustva i vještina (6 i 7b) i da je program specifičan za konkretno geografsko područje pri čemu se procjenjuje u kojoj su mjeri planirana programska šema, struktura programa i programski segmenti već zastupljeni na konkretnom geografskom području (6 i 7b).

Pravilnik propisuje minimalno 20% vlastite produkcije od ukupnog sedmičnog programa i ograničenje reemitovanje na najviše 20% ukupnog dnevnog programa (Pravilo 77, čl. 13, st. 4 i 7). Lokalne TV-stanice su oslobođene obaveze da programskim sadržajima obuhvate evropska djela (Pravilo 77, čl. 14, st. 7). Korisnik dozvole ima pravo da odstupa manjim dijelom od ukupne sedmične strukture programa za koji je izdata dozvola, ali za odstupanje od 20% ili više potrebno je pismeno odobrenje RAK-a (Pravilo 77, čl. 13, st. 9). Propisi za radiostanice su nešto drugačiji, pa su one obavezne emitovati minimum 70% vlastitog programa od ukupnog dnevnog programa, od čega 50% iz vlastite produkcije (Pravilo 76, čl. 15, st. 6).

Ovako definisanim pravilima uspostavljaju se osnovne programske norme koje u slučaju javnih lokalnih medija uključuju programe koji se odnose na informativne i obrazovne potrebe zajednice, te donekle podstiču pluralizam. Iako bi po prirodi određenoj kroz javno finansiranje iz budžeta lokalnih vlasti, lokalni javni mediji morali imati posebnu odgovornost prema građanima lokalne zajednice u kojoj je medij osnovan i od čijih sredstava ovisi, takva obveza nije definisana spomenutim regulativama. Ne postoji nijedna regulatorna odredba koja eksplicitno govori da je fokus izvještavanja lokalnih medija prije svega lokalna zajednica, niti se precizira šta bi to izvještavanje trebalo da uključuje, bilo tematski, u pogledu forme i vrste priloga, aktera i izvora, odnosa prema izjavama i saopštenjima organa vlasti, vrste produkcije i slično.

Uzimajući u obzir uslove koji se postavljaju od strane regulatora (RAK-a) javnim lokalnim medijima za dodjelu dozvola za emitovanje, uočljivo je da propisi ne regulišu način na koji se

provjerava ispunjenost ovih uslova. Postupak dodjele dozvola zasnovan je isključivo na podacima koje dostave aplikanti i informacijama kojima RAK raspolaže o emitovanju na datom području, i ne postoji sistematski monitoring sadržaja ovih medija kako bi se utvrdilo poštivanje šeme za koju je dodijeljena dozvola. U procesu dodjele dozvola, RAK međutim donekle razmatra pluralizam sadržaja na datom geografskom području: „(...) s obzirom da Agencija posjeduje odgovarajuće podatke o RTV-stanicama koje već djeluju i udjelima određenih programskih segmenata za svako područje koje je predmet javnog poziva, vrši se analiza i utvrđivanje različitosti ponuđenih programskih sadržaja u odnosu na postojeće stanje.“<sup>4</sup>

Trenutno se o ulozi javnih lokalnih medija i o potrebi da se ona detaljnije definiše ne raspravlja na nivou medijske zajednice i među institucijama nadležnim za komunikacije. Mediji koji su odgovorili na naš upitnik, svoju misiju i javni interes u sopstvenim aktima ne definišu ništa detaljnije od krovnih regulativa (pitanje 4.1.). Određujući svoj rad kao izvještavanje o relevantnim, nezavisnim i najaktuelnijim vijestima, usmjereno na opšti interes, tek u ponekom slučaju napominju da su okrenuti prema lokalnoj zajednici. Neki od sagovornika u intervjuima vide primarnu ulogu javnih lokalnih medija upravo u izvještavanju o lokalnoj zajednici i servisu „koji treba da pruži informacije, servise i komunalne informacije koje ne mogu naći na drugim medijima, isprati događaje, ukaže na pozitivne vrijednosti zajednice, pruži priče o uspješnim pojedincima iz te zajednice – sportistima, umjetnicima i slično, da detektuje probleme u opštini i reaguje na njih“.<sup>5</sup> Takva ili slična uloga javnih medija ostaje predmet subjektivnih interpretacija.

4 Jasmin Imamović, šef Odsjeka za izdavanje dozvola RAK, pisana prepiska, 9. 7. 2018.

5 Elvir Halilović, urednik TV Vogošća, telefonski intervju, 19. 2. 2018.

## 4. Proizvoljan način definiranja programskih šema i politički pritisci

Programska šema označava raspored satnice emitovanja programa (Pravilo 76/2015 i Pravilo 77/2015). „Sastavljanje programske šeme može se definisati kao pozicioniranje delova programa prema utvrđenim prioritetima i realno procenjenih potencijala stanice i medijskog okruženja“ (Durman n.d.: 1). U raspoređivanju programskih žanrova i programskih segmenata javni lokalni mediji se u principu rukovode prethodno navedenim pravilima koja uslovljavaju zastupljenost pojedinih programskih segmenata, dok je marketinška logika sekundarna. Kako smo utvrdili da su pravila nedovoljno konkretno definisana, važno je da same tv i radiostanice uspostave precizniju programsku orijentaciju, iz koje će proizaći programska šema, a potom i programski sadržaji. Osnovni elementi programske šeme utvrđeni kroz proces izdavanja dozvole za emitovanje se ne mogu značajno mijenjati, ali se može preciznije definisati fokus tih osnovnih programskih segmenata. Različite su prakse preciznijeg utvrđivanja programske šeme kao i sastav tijela koja učestvuju u njihovoj izradi. Prema odgovorima na upitnik, tijela koja utvrđuju programsku šemu javnih lokalnih medija (Tabela 1) su programski kolegiji ili kolegiji novinara, koji se formiraju unutar medija, koje čine uglavnom urednici i novinari, ali je uloga direktora u utvrđivanju šeme nekada također značajna. Naši sagovornici potvrđuju ovakvu praksu utvrđivanja programske šeme, pa tako jedan od njih navodi: „[...] to je Kolegij novinara, urednika, zajedno sa mnom [...] sve je u rukama glavnog i odgovornog urednika i direktora koji tu treba i da se bavi ovim birokratskim poslovima i da obezbijedi platu za deset radnika, a da pritom se bavi programom“.<sup>6</sup>

Jedan od sagovornika navodi da su interesovanja novinara također važna za utvrđivanje tematskog fokusa.<sup>7</sup>

6 Pejka Medić, bivša direktorka i glavna urednica Radija Gradiška, telefonski intervju, 17. 3. 2018.

7 Dajana Balaban, novinarka TV Kozarska Dubica, intervju, 20. 2. 2018.

Ono što je indikativno jeste da naši sagovornici ne dovode u pitanje činjenicu da u nekim slučajevima direktor neposredno učestvuje u utvrđivanju programske šeme (vidjeti Tabelu 1). U slučaju Radija Gradiška, funkcije direktora i glavnog urednika se prepliću u jednoj osobi. Kroz takve prakse otvara se prostor za direktan uticaj osnivača, tj. lokalnih vlasti, na program ovih medija, budući da su imenovanja direktora, a posredno i urednika, često pod utjecajem lokalnih vlasti (više u dijelu o imenovanjima u ovoj publikaciji).

U tri slučaja u utvrđivanju programske šeme učestvuju i urednička vijeća, a dva medija navode da prate i glas javnosti, pri čemu iz jednog od njih navode da to čine na osnovu komentara na društvenim mrežama i anketama (vidjeti u Tabeli 1).

Urednička vijeća, koja formiraju osnivači,<sup>8</sup> trebala bi imati ulogu u kreiranju programskih šema (Pravilo 76/2015, član 29 i Pravilo 77/2015, član 30). Uloga i nadležnost uredničkog vijeća su savjetovanje javne radio i televizijske stanice, odnosno glavnog urednika, po pitanjima programskih sadržaja i programske šeme, vodeći računa o poštovanju kodeksa i drugih propisa za emitovanje. Ranije važeće Pravilo 57/2011 o javnim radio i televizijskim stanicama je upućivalo da će RAK sankcionisati medij ukoliko njegovo rukovodstvo zanemari probleme sa sadržajem i programskom šemom na koje ukaže uredničko vijeće (član 6, stav 4). Budući da nova pravila koja su zamijenila prethodno to ne preciziraju, korektivna funkcija i snaga uredničkog vijeća ostaje vrlo ograničena.

Sa četiri do sedam članova, kako je propisano pravilima RAK-a, urednička vijeća trebaju da predstavljaju zajednicu kojoj medij služi, te uključe predstavnike društvenih, kulturnih, obrazovnih i vjerskih organizacije i barem jednog lokalnog prosvjetnog radnika, pri čemu

---

8 Kako je ranije navedeno, osnivači javnih lokalnih medija mogu biti kanton, grad i/ili opština, Brčko distrikt Bosne i Hercegovine ili druge organizacije i organi koji se finansiraju iz budžeta na ovim nivoima vlasti (Pravilo 76/2015, član 27, stav 1 i Pravilo 77/2015, član 28, stav 1).

izabrani vršioци javne dužnosti ne smiju biti članovi (Pravilo 77/2015, član 30 i Pravilo 76/2015, član 29). Rezultati ovog istraživanja, međutim, ukazuju na velike probleme u uspostavljanju i djelovanju ovih tijela. Prije svega, samo tri od 14 javnih lokalnih medija koji su odgovorili na upitnik imaju formirana urednička vijeća (pitanje 5.1.). Jedan od razloga nepostojanja tih tijela treba tražiti u nedostatku volje osnivača. Kako navodi jedan od sagovornika: „Programski savjet nemamo. Prije nekoliko godina je bio pokušaj da se formira, ali su bile sporne neke osobe, reagovao je, ja mislim, RAK; uglavnom radilo se tu o sukobu interesa i stopirano je imenovanje. [...] Osnivač uglavnom kasnije nije pokretao ponovo tu priču [...]“.<sup>9</sup>

Čak i kada su ova tijela formirana, prema ocjenama nekih od sagovornika, ona nisu aktivna i ne doprinose suštinski unapređenju djelovanja medija. Kako navodi jedna od sagovornica: „[...] ja bih voljela da Programski savjet [Uredničko vijeće, prim. aut.] malo više djeluje, da reagira u svakom momentu, da bude spona između općine i radiostanice, da ima svijest o tome šta je to potrebno građanima i da na taj način utiče na dopunu programa jednog medija. Međutim, vrlo je neaktivan i to je izgleda pravilo da vi imate, tako, jednom u tri mjeseca se ljudi sastanu i kažu da je sve ok, baš je super, super vam je program i popije se kafa“.<sup>10</sup>

Budući da su rezultati upitnika i intervjua pokazali da je primjetno kršenje pravila koja nalažu osnivanje i rad uredničkih vijeća, postavlja se pitanje zašto izostaje reakcija regulatora. Upitom RAK-u dolazimo do saznanja da se RAK nije aktivnije bavio ovim pitanjima: „Pravilima Agencije nisu propisane obaveze izvještavanja o imenovanjima uredničkih vijeća za javne RTV-stanice, a u posljednje 3 godine Agencija nije dobila prigovore, niti je po službenoj dužnosti vodila postupke provjere i utvrđivanja eventualnog kršenja navedenih odredbi“.<sup>11</sup>

9 Elvir Halilović, urednik RTV Vogošća, telefonski intervju, 19. 2. 2018.

10 Vesna Begtašević, novinarka Radija Konjic, intervju preko Skypea, 14. 2. 2018.

11 Jasmin Imamović, šef Odsjeka za izdavanje dozvola RAK-a, elektronska prepiska, 9. 7. 2018.

**Tabela 1:** *Tijela i sastav tijela koja utvrđuju programsku šemu medija*

<b>Naziv medija</b>	<b>Tvorci programske šeme</b>
<b>TV Kantona Sarajevo</b>	Programski kolegij (stručni kolegij na kojem se utvrđuju pitanja vezana za analizu, realizaciju i provođenje programa i programske šeme TVSA, kao i provođenje zadataka utvrđenih na Kolegiju TVSA i užem programskom kolegiju). U radu Programskog kolegija učestvuju obavezno: šefovi odjela i odsjeka Sektora programa i produkcije, urednici redakcija i urednici programskih cjelina.
<b>Centar za kulturu i informisanje Nevesinje</b>	Urednički savjet, kako je to propisano regulativom Agencije, sačinjen od novinara i uglednih građana <sup>12</sup>
<b>Radio Srbac</b>	U kreiranju programske šeme učestvuje redakcija, članovi UO-a, predstavnici Odjeljenja za društvene djelatnosti i mladi koji učestvuju u Omladinskoj emisiji <i>Mladi za mlade</i> Radija Srbac
<b>Radio Velika Kladuša</b>	Direktor, glavni i odgovorni urednik, Uredničko vijeće i novinari. Sugestije i primjedbe prihvatamo naravno i od strane rukovodećih tijela. <sup>13</sup>
<b>Radio Ilijaš</b>	Urednik, Uredničko vijeće, novinari svojim idejama i autorskim emisijama, slušatelji i čitatelji.
<b>Radio Gradiška</b>	Učestvuju svi zaposleni novinari i glavni i odgovorni urednik.
<b>Radio Olovo</b>	Novinari su ti koji, osluškujući glas javnosti, (kroz program ili van njega, kroz upite i komentare slušalaca na društvenim mrežama, kroz ankete sa građanima) programsku šemu prilagođavaju potrebama, prije svega građana, odnosno slušalaca Radija Olovo. Urednik zaključke, prijedloge i sugestije u formi obrasca prezentuje direktoru i uglavnom se vrlo brzo predložene izmjene ili sadržaji uvrste u program.

12 S druge strane, ne obrazlažu šta se podrazumijeva pod uglednim građanima, te koji je to udio ovih građana i kakva je njihova profesionalna struktura.

13 Iako ne preciziraju na kakvo rukovodstvo se ovo odnosi, takve konsultacije otvaraju prostor za moguće uplitanje institucija vlasti i ograničavanje uredničkih sloboda.

Naziv medija	Tvorcii programske šeme
<b>Radio Orašje</b>	Ravnatelj i glavni i odgovorni urednik predlažu Programsku šemu, koja se raspravlja na dva sastanka redakcije, prvom na kojem se Kolektiv upoznaje s izmjenama, potom slijedi sedam dana za iščitavanje šeme od strane djelatnika i na drugom sastanku djelatnici daju svoje prijedloge. Ravnatelj i glavni i odgovorni urednik donosi Programsku šemu.
<b>Radio Brod</b>	Direktor, urednik, novinar – na osnovu pravilnika propisanog od strane Regulatorne agencije za komunikacije. <sup>14</sup>
<b>Radio Višegrad</b>	Zaposleni u redakciji daju prijedlog glavnom i odgovornom uredniku i direktoru.
<b>Radio Novi Grad</b>	Glavni urednik i novinari.
<b>Radio Prača</b>	Uglavnom učestvuju svi [zaposleni, prim. aut.] vodeći računa o pravilu RAK-a propisanom za javne medije. Prihvataju sugestije slušalaca koji uglavnom sugerišu na emisijama zabavnog karaktera.
<b>Radio Vitez</b>	Glavni urednik i Kolegij novinara.
<b>Radio Usora</b>	Glavni i odgovorni urednik, uz asistenciju ostalih uposlenika.

*Izvor: Upitnici koje su popunjene dostavili predstavnici 14 lokalnih medija*

Mjerenje gledanosti/slušanosti određenih programa jedan je od načina da se sazna interes lokalne publike i njemu se prilagodi kreiranje programskih sadržaja (ali i provedu uspješne reklamne kampanje). Od 14 medija koji su odgovorili na naš upitnik, ipak, nijedan ne praktikuje ovakva mjerenja, prvenstveno jer su finansijski izdaci preveliki za male lokalne medije (pitanje 2.2.).<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Iako iz radija u Brodu ne navode na koji/e pravilnik(e) se pozivaju, analiziranjem regulativa iz oblasti radio i audiovizuelnog emitovanja u javnim medijima, utvrđeno je da ne postoji regulativa koja propisuje ovakvu praksu.

<sup>15</sup> Pored toga, reputacija jedine ovlaštene agencije za mjerenje gledanosti je u posljednje vrijeme prilično poljuljana (Tešanović 2018).

Istraživanje je pokazalo da samo 25 medija ima postavljene programske šeme na svojim web-stranicama.<sup>16</sup> Pored toga, iz 14 pristiglih odgovora medijskih kuća saznajemo da samo dva medija<sup>17</sup> objavljuju izvještaje o radu na svojim stranicama (pitanje 4.2.). Izvještaji o radu ne sadrže redovno dovoljno informacija o programu, što je pokazala analiza izvještaja o radu četiri javna lokalna medija.<sup>18</sup> Analizirani izvještaji sadrže najviše podataka o finansijskim, kadrovskim i pravnim detaljima poslovanja, a ponajmanje o programu. Izvještaji također sadrže informacije o vrsti programa, proizvodnji programa, realizovanim i planiranim projektima ali su te informacije uglavnom štire. Izuzetak je izvještaj Radija Prača, koji je većim dijelom posvećen opisu realizovanog programa, ali je taj opis uglavnom ograničen na opšte informacije o programskim segmentima i ne pruža više informacija, naprimjer, o programskom fokusu, programskim nedostacima i, u cjelini, o misiji javnog interesa. Sekundarni izvori također ukazuju da mediji i njihovi osnivači rijetko objavljuju izvještaje o radu, a još rjeđe plan rada i poslovanja.

Nadalje, najčešće nisu uspostavljene procedure i kanali primanja i postupanja sa žalbama građana u lokalnim medijima, već se eventualne žalbe primaju, protokolišu i upućuju na direktora medija ili redakciju (ovakvu praksu su nam u upitniku naveli iz Radija Olovo, Radija Gradiška i Radija Orašje).<sup>19</sup> Ovim se ograničava mogućnost kritika i sugestija javnosti i mediji se zatvaraju prema zajednici čijem interesu bi trebalo da služe.

---

16 Analizom je utvrđeno da 33 javna lokalna medija u BiH nemaju svoje stranice.

17 Radio Olovo i Radio Ilijaš.

18 IPC Kozarski vjesnik, JP RTV Zenica, JP Radio-televizija Bosansko-podrinjskog kantona Goražde, JP Radio Prača i JP TV Sarajevo.

19 Knjigu žalbi imaju Radio Prača i Radio Srbac, Radio Olovo navodi kontakt emisije kao prostor za žalbe, a prostor koji nude novi mediji (stranice na Facebooku) za prijem kritika, sugestija i žalbi na rad iskorištavaju Radio Olovo i TV Sarajevo. Od 14 medija koji su odgovorili na upitnik, njih osam je navelo da nemaju nikakve mehanizme žalbe (Centar za kulturu i informisanje Nevesinje, Radio Usora, Radio Brod, Radio Velika Kladuša, Radio Višegrad, Radio Novi Grad, Radio Ilijaš, Radio Vitez).



Na kraju, politički akteri u lokalnim zajednicama mogu kroz imenovanja menadžerskog osoblja i finansijske pritiske da utiču na sadržaj programa. Javni lokalni mediji su u posebno osjetljivoj poziciji zbog činjenice da su njihovi osnivači i osnovni finansijeri lokalne vlasti – oni su ti koji mogu da utiču na zapošljavanja i smjene rukovodstva u medijima i koji mogu uskratiti finansiranje javnim medijima. Dajana Balaban, urednica, novinarka i voditeljka na TV Kozarska Dubica, ističe da dominacija političkih tema u javnom diskursu oblikuje sadržaj programa te da „uvijek postoji granica o čemu možemo da pričamo, a o čemu ne možemo da pričamo, nažalost“.<sup>20</sup>

Neki od primjera pritisaka kojima su izloženi javni lokalni mediji su zahtjevi uprave medija da se objave saopštenja političkih stranaka (Stanković-Luković 2016) ili da se ne objave informacije koje idu na štetu nosiocima vlasti (MCOonline redakcija 2017), ograničavanje pristupa događajima koje organizuju vlasti (Mijanović 2013), kao i uskraćivanje finansiranja za javne lokalne medije, ali se politički utjecaj također ostvaruje kroz imenovanje vlastima lojalnih urednika i autocenzuru (MSI 2017 i MCOonline redakcija 2016). Na taj način lokalni javni mediji mogu postati glasila lokalnih vlasti, prenoseći jednostrane informacije ili izostavljajući one koje bi osnivače prikazale u negativnom svjetlu. U Izvještaju MSI Irexa za 2018. godinu, ističe se da je problem u izvještavanju lokalnih medija u tome što nude pokrivenost događaja, ali uz manjak konteksta, dubinskih informacija i analiza i istraživačkog novinarstva. Primjeri su izvještavanja u toku nestaišice vode u Sarajevu, ili nedostatak izvještavanja o osuđenim kriminalcima koji obavljaju funkciju vlasti u lokalnim zajednicama (str. 7-8). Tako se funkcija „psa čuvara“ (engl.: *watchdog*) gubi i umjesto da mediji čine „savez sa javnošću“, češće se dešava da su u „savezu sa politikom“ (Turčilo i Buljubašić 2017: 10). Činjenica da u svojim programima ili web-stranicama većina javnih lokalnih medija ne označava da se radi o programu finansiranim javnim novcem i da dio njih podrazumijeva da dovoljno to što u nazivu stoji „javna ustanova“ (pitanje 4.5.), upućuje na izostanak odgovornosti prema građanima. Prema tome, nisu stvorene osnove pretpostavke pod kojim bi ovi mediji mogli obavljati funkciju javnog interesa.

## 5. Slab monitoring

Kako bi se osiguralo da javni lokalni mediji služe javnom interesu i da se pridržavaju regulatornih odredbi i pravila, potreban je redovan monitoring programskog sadržaja. Za kršenje odredbi RAK-a, postoje sankcije koje su zasnovane na Zakonu o komunikacijama, kodeksima, pravilima, odlukama i drugim aktima Regulatorne agencije za komunikacije (RAK), te su propisane i u Pregledu povreda i odgovarajućih kazni koje izriče Regulatorna agencija za komunikacije. Naprimjer, za javnu TV-stanicu koja prekrši odredbe koje se odnose na programske obaveze, predviđena je novčana kazna između 2.500 i 75.000 KM (član 71), a za kršenje odredbi koje se odnose na uredničko vijeće novčana kazna od 1.000 i 10.000 KM (član 72).

Problem kod utvrđivanja realnog stanja u kršenju navedenih propisa je da ne postoji sistematski, konstantan monitoring djelovanja javnih lokalnih medija. RAK razmatra pojedine slučajeve i vrši monitoring sadržaja na osnovu prijava, i povremeno po službenoj dužnosti, ali ne na redovan i sistematski način. Od ukupno 126 utvrđenih slučajeva kršenja pravila i kodeksa iz oblasti emitovanja te izbornih pravila i propisa u 2016. i 2017. godini, svega osam slučajeva (odnosno 6 procenata od ukupnog broja slučajeva) se odnosilo na kršenje pravila i kodeksa od strane javnih lokalnih RTV-stanica. U 2017. godini, od 7 slučajeva koji se odnose na javne medije, samo jedan se odnosi na kršenje programskih normi od strane javnih lokalnih medija (TV Sarajevo), dok se dva slučaja odnose na javne lokalne medije koji nisu izmirili druge obaveze prema RAK-u (Radio Tuzlanskog kantona i Radio Srebrenik) – (Izvještaj 2017, 56).<sup>21</sup> Sama činjenica da je osam zaposlenih u Agenciji zaduženo za nadzor programa 241<sup>22</sup> emitera govori o nemogućnosti ukazivanja na sve propuste medija (Mišeljić 2017). Kada se

21 Kako stoji u tom izvještaju, TV Sarajevo je sankcionisana zbog lažnog ili zavaravajućeg programa i kršenja odredbi o pokroviteljstvu novčanim kaznama od 7.000, odnosno 5.000 KM. Radiju TK upućeno je pismeno upozorenje za nedostavljanje informacija u registar Agencije, dok je Radio Srebrenik dobio suspenziju za neizmirene obaveze prema RAK-u.

22 Prema posljednjim spiskovima korisnika dozvola, 19. 10. 2018.

radi o kažnjavanju i odmjeravanja sankcije, najviše pažnje izazovu slučajevi kršenja pravila od strane javnih servisa.<sup>23</sup>

Kršenja programskih pravila su zabilježena i u predizbornom periodu. Javni lokalni mediji su od posebne važnosti u periodu lokalnih izbora, jer bi trebalo da pružaju najviše informacija o kandidatima u lokalnoj zajednici. Obaveze u vezi izvještavanja o političkim subjektima proističu iz Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u izbornom periodu i Izbornog zakona Bosne i Hercegovine (poglavlje 16). Izborni Zakon i Pravilnik svojim odredbama ne propisuju nikakve posebne zahtjeve za lokalne javne medije, već ih propisuju za javne elektronske medije uopšte. Kao odredbu koja se posredno tiče lokalnih medija, možemo izdvojiti onu koja kaže da „svaki javni elektronski medij mora osigurati neposredno obraćanje za sve političke subjekte registrovane u izornoj jedinici koja je pokrivena signalom tog medija“ (član 4).

Prema Izvještaju o procesuiranim slučajevima kršenja pravila vezanih za oblast emitovanja, od osam zabilježenih slučajeva izrečenih izvršnih mjera javnim lokalnim medijima u toku 2016. godine, u dva slučaja su kazne izrečene za kršenje Izbornog zakona i to člana 16.14, koji propisuje ravnopravno i fer predstavljanje političkih subjekata u medijima, zabranu plaćene kampanje prije izbornog perioda, termine za besplatno obraćanje za političke subjekte tokom izbornog perioda (30 dana pred izbore) i jednake uslove plaćenog oglašavanja za do 30 minuta sedmično po političkom subjektu. U pitanju su bili Radio Livno i Radio *Preporod* iz Odžaka, koji su kažnjeni novčanom kaznom od po 1.000 KM (RAK 2016, 78).<sup>24</sup>

---

23 Primjer iz 2017. godine jeste novčano sankcionisanje RTRS-a, pri čemu je utvrđeno kršenje postulata pravičnosti i nepristranosti, zbog jednostranog izvještavanja i favorizovanja jedne političke strukture, i izrečena novčana kazna od 25.000 KM.

24 „Izvještaj o slučajevima kršenja pravila u 2016. godini“ RAK-a ne nudi više informacija o ovim slučajevima, niti su detalji pronađeni pretragom u medijima.

Sistematski monitoring programa javnih medija, koji trenutno ne postoji, omogućio bi redovnije i blagovremeno sankcionisanje javnih medija za kršenja programskih normi, ali kako navodi jedan od sagovornika „[...] oni ukoliko plate kaznu zato što su nešto pogriješili u programu, oni plaćaju iz budžeta, iz džepa građana“.<sup>25</sup> Isti sagovornik predlaže mogućnost uvođenja kazni za odgovorna lica u datom mediju, čime bi se podstakla veća odgovornost rukovodstva za sadržaje koje mediji objavljuju.

U izostanku sistemskog monitoringa, i više su nego dobrodošli monitorinzi koji dolaze od stručnih organizacija civilnog sektora, a koji mogu ukazati ne samo na kažnjiva kršenja programskih pravila već i na druge upitne prakse. Na osnovu takvih istraživanja, kao što je Monitoring izvještavanja medija u predizbornoj kampanji za Lokalne izbore 2016<sup>26</sup>, može se sagledati koliko javni mediji ispunjavaju funkciju javnog interesa. Istraživanje je pokazalo da se, i pored lokalnog karaktera izbora 2016. godine, u značajnoj mjeri kao akteri medijskih priča pojavljuju nosioci državnih i entitetskih funkcija (BHN i Koalicija 2016: 31-32). Također, zaključuje se da su „mediji ispunili informativnu ulogu, no edukativna funkcija (obrazovanje političke javnosti, naročito o lokalnim temama), te orijentacijska funkcija su bile nešto manje iskorištene“ (Ibid.: 33). Udio izbornih u odnosu na ukupne informativne<sup>27</sup> sadržaje javnih radiostanica bio je 13,53%, a javnih TV-stanica – 17,55%. Iako je to relativno mali udio (ispod četvrtine izbornih među ukupnim informativnim sadržajima ovih stanica), pozitivnom okolnošću možemo smatrati to što su javne stanice u prvi plan stavljale lokalne vijesti, prepoznajući ih kao posebno značajne u periodu koji prethodi lokalnim izborima.

---

25 Siniša Vukelić, medijski ekspert, 17. 3. 2018.

26 Istraživanje su sproveli Udruženje BH Novinari i Koalicija Pod lupom.

27 Dnevne novine su praćene u cijelosti, dok su u radijskim i TV programima praćene centralne informativne emisije (Dnevnik u 19:00 ili u 19:30, ovisno o stanicu), te izborne emisije (dijaloške).

## 6. Analiza programskih šema i programa javnih lokalnih medija

U ovom dijelu analizirane su programske šeme po dvije javne radio i televizijske stanice: Radio Prača, Radio Velika Kladuša, TV Prijedor i TV Vogošća. Rezultate analize treba shvatiti kao ilustraciju mogućih tendencija, a ne odraz stanja u svim javnim lokalnim medijima u BiH. Rezultati analize predstavljaju podatke dobijene samo na osnovu programskih šema i nije obavljeno poređenje sa realizovanom minutažom sadržaja.

Analiza je operacionalizovana kroz sljedeće varijable: vrste programa, trajanje i kratak opis sadržaja emisija, omjer između različitih vrsta sadržaja.<sup>28</sup> Preciznije, analiza programskih šema je uključivala utvrđivanje odnosa između različitih vrsta programa (broj i trajanje informativnih programa, edukativnih programa, zabavnog programa, programa koji uključuje ili se sasvim odnosi ili je namijenjen manjinama i ranjivim grupama, drugi programi od javnog interesa), kao i registrovanje u kojoj mjeri programska šema jasno daje uvid u to o kojim tipovima sadržaja se radi.<sup>29</sup> Analizirane programske šeme nisu uvijek kompletne, pa tako uz naziv emisija u velikom broju slučajeva ne stoje informacije o programskom segmentu kojem pripadaju. Također, iz programskih šema TV Prijedor i TV Vogošća je primjetno da nisu naznačeni marketinški sadržaji, niti ukupno trajanje emisija (navedeno je samo vrijeme početka emisija). U druga dva analizirana medija (Radio Prača i Radio Velika Kladuša), programske šeme su potpunije u pogledu naznačavanja marketinškog sadržaja i ukupnog trajanja emisija.

28 Odnos sopstvene produkcije, kupljenog i reemitovanog programa je također bila jedna od varijabli, ali s obzirom da dostavljene šeme nisu uključivale ove informacije, nije bilo moguće utvrditi omjer između ovih različitih oblika produkcije i karakteristika programa.

29 Prema kategorijama: 1 - kompletna šema (sa naznačenim tipom programa, dužini trajanja i nazivom sadržaja); 2 - djelimično kompletna šema (sa djelimično navedenim podacima o tipu programa, nazivu sadržaja i dužini trajanja); 3 - nekompletna šema (bez ključnih podataka o tipu sadržaja);

**Tabela 2:** Udio pojedinačnih segmenata programa u programskoj šemi

	<b>Radio Prača</b>	<b>Radio Velika Kladuša</b>	<b>TV Prijedor</b>	<b>TV Vogošća</b>
<b>Program vijesti</b>	28%	9%	20%	15%
<b>Sportsko-zabavni</b>	56%	46%	54%	27%
<b>Reprizni program</b>	-	33%	6%	48%
<b>Edukativni</b>	9%	2%	20%	8%
<b>Marketing</b>	5%	3%	-	-
<b>Ostalo</b>	2%	7%	-	2%
<b>Ukupno programa (sedmično)</b>	84 časa	168 časova	42 časa	154 časa

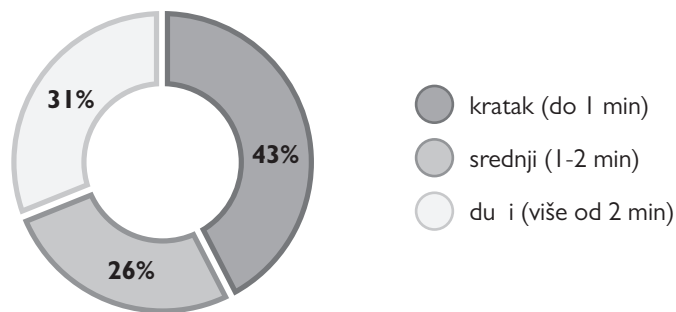
**Izvor:** Programske šeme, dostavljene na upit

Prvenstveno, analiza je potvrdila da program vijesti čini značajan udio programa analiziranih medija, ali ovaj programski segment ipak nije dominirajući. Rezultati upućuju da sportsko-zabavni programi imaju najveći procenat u sve četiri javne lokalne stanice, dok su programi vijesti i edukativni programi različito zastupljeni u pojedinim medijima. RTV Velika Kladuša ima svega 9%, dok Radio Prača sadrži 28% informativnog programa. TV Prijedor se znatno izdvaja prema procentu edukativnog programa jer u prosjeku više od sat vremena dnevno posvećuje ovom tipu sadržaja. Iako ova TV-stanica emituje znatno manje programa (6 sati dnevno) u odnosu na preostale tri, uslovi koje postavljaju Pravila RAK-a se odnose na sve podjednako. Na osnovu ove analize možemo zaključiti da se zbog nekompletnosti programskih šema i nekonzistentnog označavanja programskih segmenata (ali i kolažnih emisija koje uključuju različite vrste programa), iz programskih šema ne može utvrditi da se propisani programski zahtjevi poštuju. Zbog toga ostaje nejasno kako RAK na osnovu ovakvih programskih šema uopšte može izdati dozvolu za emitovanje i zaključiti da određeni medij, naprimjer, poštuje obavezu emitiranja 40 posto informativnog i edukativnog sadržaja sedmično.

Pored programskih šema, analiziran je mali, ilustrativni uzorak centralnih informativnih emisija<sup>30</sup> emitovanih tokom tri dana (5., 6. i 7. februar 2018. godine) putem dvije televizijske i dvije radiostanice (Radio Trebinje, Radio Velika Kladuša, TV Sarajevo i TV Zenica),<sup>31</sup> s ciljem da se utvrdi struktura programa, posebno u pogledu zastupljenosti informacija o lokalnim temama, te da se procijeni koliko vremena javni lokalni mediji posvećuju tim sadržajima, na koje teme su ti sadržaji fokusirani, koliko je kompleksna forma izvještavanja, te da li su naznačeni autori priloga. Analizirane su centralne informativne emisije, kao ključni dio programa za pružanje informacija od javnog značaja.

Rezultati pokazuju da u programima monitorisanih stanica dominiraju kratki prilozima, koji čine skoro polovinu sadržaja (43%).

**Grafikon 1:** Struktura programa po dužini priloga



30 Pod centralnim informativnim emisijama u TV medijima podrazumijevamo vijesti emitovane naveče, obično između 19 i 20 časova, i najduže informativne emisije u radio programima, emitovane obično ujutro, u 8 ili u 12 časova. U slučaju Radija Velika Kladuša, analizirana centralna informativna emisija emituje se u 15 časova.

31 Uzorak je stratifikovan na način da uključuje medije iz oba entiteta BiH (2 plus 2) i iz različitih dijelova BiH.

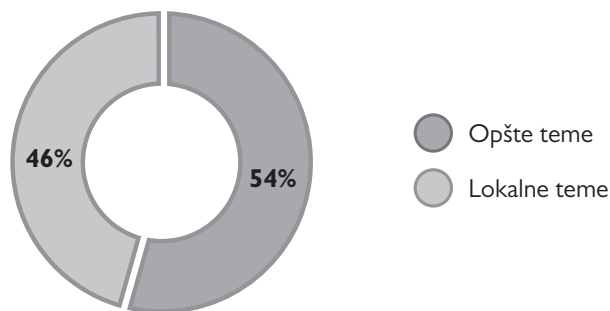
Očekivano, radiostanice imaju mnogo više kratkih priloga koji su karakteristična forma za radio emisije (41 od 79 ukupnih priloga), dok na TV-stanicama ima skoro duplo više dužih sadržaja u odnosu na radio (31 prilog od 62 ukupno). Vijesti, sa kratkim osnovnim informacijama, najčešći su žanr u oba tipa medija, a povremeno se pojavljuju i izvještaji<sup>32</sup> (u TV-sadržajima 15 od 62 priloga, a u radio sadržajima u 12 od 79 priloga), dok se žanrovi kao što su intervjui, komentari i javljanja sa terena pojavljuju vrlo rijetko. Upravo ovakvi, kompleksniji žanrovi mogu biti indikator kvaliteta tretmana određenih tema, jer se kroz njih teme problematizuju sa više aspekata, uključuju više strana, donose određenu analizu i slično. Za javljanje uživo je potrebna i nešto kvalitetnija infrastruktura, tako da pretpostavljamo da je, pored ranije navođenih problema manjka zaposlenih, to također jedan od razloga zbog čega se u lokalnim medijima ne susreću primjeri takvog izvještavanja (Abadžija 2017).

Rezultati analize geografske sredine na koju se prilog odnosi, ukazuje da su vijesti o lokalnim temama zastupljene u izvjesnoj mjeri,<sup>33</sup> ali su mediji nešto više fokusirani na vijesti koje se odnose na više administrativne nivoe u državi, vijesti iz regiona i svijeta (označene kao „opšte teme“).

32 Pod viješću podrazumijevamo novinarski žanr koji treba da ima odgovore na pet pitanja: ko, šta, kada, gdje, kako i zašto (tzv. pravilo 5W+H). Izvještaj podrazumijeva sadržaj koji proširuje vijest, odnosno daje dodatna pojašnjenja, uključuje više sagovornika, odgovara na pitanja: šta je uzrok i kakve su posljedice i donosi više informacija u odnosu na vijest (Valić Nedeljković, n.d.).

33 U BiH, lokalnim medijskim sadržajima možemo odrediti one „sadržaje koji se odnose i koji su usmjereni na djelovanje općinskih i kantonalnih organa vlasti, civilnog društva na nivou općina i kantona/regija [...], a koja imaju ograničenu važnost za javnost izvan date administrativno-teritorijalne jedinice“ (Jusić i Hodžić 2010).



**Grafikon 2:** Sredina na koju se programski sadržaj odnosi

U ukupnom izvještavanju lokalnih medija, prema tome, zastupljeni su sadržaji o događajima koji su bliski u geografskom ili sadržajnom smislu lokalnoj publici, odnosno, užim interesnim grupama u lokalnoj sredini i time ispunjavaju postulat važnosti (Grafikon 2).<sup>34</sup> Međutim, ako pogledamo rezultate analize sadržaja za pojedine medije, primjetno je da su u nekim od analiziranih medija lokalni sadržaji daleko manje zastupljeni. Naprimjer, na Radiju Velika Kladuša je u posmatranom periodu bilo svega 7 sadržaja sa lokalnim temama u centralnim informativnim emisijama (vidjeti: Tabela 3). Teme vezane za druge administrativne nivoe u Bosni i Hercegovini, kao i vijesti iz svijeta, mogu biti važne za lokalnu zajednicu i ponekad imaju direktne posljedice po lokalnu javnost. Međutim, takve vijesti pokrivena su kroz izvještavanje javnih i privatnih medija sa nacionalnom/entitetskom pokrivenošću. Prema uvidima iz analiziranih sadržaja, lokalni mediji se u izvještavanju o tim temama, za razliku od lokalnih, uglavnom oslanjaju na prenošenje

34 U komunikološkom modelu pod nazivom „test novinarosti“, važnost predstavlja veličinu nekog događaja i posljedice koje on ima za javnost (Bogdanić 2014).

informacija iz drugih medija. S druge strane, ukoliko javni lokalni medij ne izvještava o temama vezanim za konkretnu lokalnu sredinu, s obzirom da je riječ često o jedinim medijima lokalnog karaktera, vjerovatno je da javnost nikada neće biti upoznata sa temama od važnosti za lokalnu javnost.<sup>35</sup> Zbog toga je neophodan pristup lokalnih javnih medija u kojem će čak i manje probleme u lokalnoj zajednici tretirati kao važnije od svakodnevnih nacionalnih/entitetskih vijesti.

Među lokalnim temama prisutnim u analiziranom uzorku vijesti zastupljene su različite teme relevantne za lokalnu zajednicu, pa je tako 8.5% ukupnih programskih sadržaja bilo posvećeno privredi i zapošljavanju u lokalnoj zajednici, a nešto manje su zastupljene teme: „kvalitet rada lokalne administracije“, „infrastruktura i građevinski radovi“ i „nacionalne manjine, marginalizovane grupe i ugrožene kategorije stanovništva“ (po oko 4% ukupnih sadržaja). Generalno su lokalne teme manje zastupljene od tema koje se odnose na druge administrativne nivoe (osim u slučaju TV Zenica). Privreda i zapošljavanje u lokalnoj zajednici su teme koje zaslužuju više prostora, a kada je u pitanju rad lokalne administracije, od kvantiteta su važniji kritičan stav i profesionalno izvještavanje (redovno izvještavanje može se smatrati i načinom podržavanja lokalnih vlasti, ukoliko je promotivnog karaktera).

---

35 Tematizacija nekog sadržaja izaziva pažnju recipijenata o toj temi (ovaj osnovni koncept kreiranja medijske agende Maxwell McCombs naziva awareness). Ukoliko se u kreiranju agende javnih lokalnih medija nema u vidu ovaj osnovni koncept – upoznavanje javnosti s određenom temom, velika je mogućnost da će javnost lokalnog medija ostati u neznanju, jer u medijima sa širim dosegom takva vijest dobija drugu perspektivu (zbog različitog isticanja različitih tema recipijenti ih smatraju manje ili više važnim - koncept sailence) – McCombs 1977.

**Tabela 3:** Frekvencija priloga prema specifičnim temama, za svaki medij

Vrsta priloga i teme	Radio Trebinje	Radio Velika Kladuša	TV Sarajevo	TV Zenica
1. Opšte teme	23	32	19	2
2. Lokalne teme:				
2.1. Privreda i zapošljavanje	4	0	4	4
2.2. komunalne usluge	1	3	2	1
2.3. infrastruktura i građevinski radovi	1	0	3	3
2.4. kvalitet rada lokalne administracije	1	1	2	2
2.5. javne finansije i lokalni budžeti	1	0	0	1
2.6. nacionalne manjine, marginalizovane grupe i ugrožene kategorije stanovništva	0	0	4	2
2.7. ostalo	9	3	6	7
<b>Ukupno:</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>22</b>

**Izvor:** Analiza centralnih informativnih emisija

Izuzetno mali udio sadržaja o manjinskim i marginalizovanim grupama (od 0 do 4%) u analiziranom periodu, potvrđuje ranije zaključke da se o ovim temama izvještava „sporadično i nedovoljno“, kao i da specijalizovani programi često izostaju, jer je njihova produkcija prepuštena „medijima koji se finansiraju donatorskim sredstvima i namjenski nastaju kao podrška određenoj manjinskoj ili ranjivoj skupini“ (Zablocki 2018). U centralnim informativnim emisijama lokalnih javnih medija, izostanak navedenih sadržaja predstavlja ignorisanje interesa i potreba ovih populacija, koje i same čine dio publike javnog medija. Mehmed Halilović, medijski ekspert, ističe da se u programima lokalnih javnih medija ponajmanje ispunjavaju propisi Vijeća Evrope o programu javnih lokalnih medija, koji se tiču manjina i marginalizovanih grupa, te

da se u tom segmentu može mnogo toga više učiniti.<sup>36</sup> Ovakvih sadržaja generalno manjka, a i kada se pojavljuju, često uključuju stereotipe ili se njihov domet umanjuje postavljanjem u specijalizovane emisije i manje gledane termine (Hodžić i Dekić 2013: 14).<sup>37</sup>

Da bi se ostvarila načela tačnosti i provjerljivosti, kao osnova odgovornog novinarstva, neophodno je imati adekvatne i provjerljive izvore, kao i potpune podatke o autorima emitovanog sadržaja. U analiziranim medijskim sadržajima primjetan je problem neoznačavanja autora sadržaja, i to posebno u radijskim vijestima (više od 71% od ukupnog broja takvih sadržaja). Ovim se krši jedan od važnih postulata u izvještavanju, jer navođenje izvora daje kredibilitet informacijama i od toga zavisi da li će i kako publika prihvatiti emitovanu vijest.

**Tabela 4:** Autorstvo sadržaja

Autorstvo	Radio TB	Radio VK	TV SA	TV ZN		%
1. nema, nije naznačeno	24	24	13	6	67	47%
2. novinar (puno ime ili inicijali/ na radiju i TV-u u najavi ili potpisano)	9	9	22	16	56	39%
3. agencija	3	3	4	0	10	7%
4. drugi medij (prenijeto iz drugog medija)	4	4	1	0	9	6%
6. gost komentator	0	0	0	0	0	0%
Total:	40	40	40	22	142	100%

**Izvor:** Analiza centralnih informativnih emisija

36 20. 2. 2018., telefonski intervju.

37 Više o ovoj temi se može pročitati u intervjuu sa Ivanom Jelačom, izvršnom direktorkom Instituta za medije i različitosti – Zapadni Balkan, regionalne kancelarije MDI-ja u Beogradu kod: Jahić, D. (2016). Ljudi se plaše nepoznatog, a rupe u znanju često popunjavaju stereotipima. Media.ba.

## 7. Finansiranje lokalnog sadržaja i primjeri dobre prakse

Lokalni mediji se u različitim kontekstima suočavaju sa značajnim problemima finansijske održivosti, koji ugrožavaju proizvodnju sadržaja lokalnog karaktera. Produkcija sadržaja za specifičnu publiku lokalne sredine je posebno skupa, jer podrazumijeva značajna ulaganja bez velikih marketinških prihoda, pa lokalni mediji često sadržaje od javnog značaja svode na minimum koji zahtjeva medijski regulator (Jusić i Hodžić 2010: 60). Pritom se pokazuje očiglednim da tržište samo ne može osigurati proizvodnju lokalnih vijesti.

U nekim evropskim državama se na osnovu takvih uvida razvijaju politike i uspješna rješenja za održivost lokalnih medija u nastojanju da se stvori povoljnije okruženje za kreiranje lokalnih vijesti. Jedan od najvažnijih puteva očuvanja lokalnog novinarstva je usmjerenje ka politikama Evropske unije, koje ne propisuju pravila, ali državama članicama preporučuju da javni RTV-mediji moraju osigurati nepristrasne, sveobuhvatne i kvalitetne informacije za građane, sa obaveznim učešćem sadržaja koji je značajan za promovisanje lokalnih kultura (Jusić i Hodžić 2010: 65).

U državama poput BiH, gdje još uvijek postoji javno vlasništvo nad lokalnim elektronskim medijima, prepoznata je potreba za unapređenjem njihove neovisnosti od lokalnih vlasti. Međutim, privatizacija ovih medija ne garantuje veću neovisnost. Naprotiv, postoji opravdan strah da bi se privatizacijom javnih lokalnih medija smanjila njihova sposobnost da odgovore na potrebe lokalnih zajednica za vijestima (Schlosberg 2012). Primjer privatizacije medija na manjinskim jezicima u Srbiji ukazuje ne samo na problematičnu održivost ovih medija, s obzirom da su osigurani javni grantovi nedovoljni za njihov opstanak, nego i na probleme u očuvanju pluralizma njihovih sadržaja. Iako su novi vlasnici imali obavezu da zadrže način poslovanja i udio programa na manjinskim jezicima minimalno tokom narednih 5 godina, praksa je pokazala da regulatori nisu adekvatno kontrolisali ispunjenje ove obaveze, niti su propisani kontrolni mehanizmi i sankcije za njeno kršenje (Matić i Valić-Nedeljković 2015).

U Velikoj Britaniji, politike u sektoru informisanja uključivale su naprimjer kreiranje okvira za djelovanje lokalnih medija kroz licenciranje lokalnih medija i dodjelu frekvencija pod povoljnim uslovima i dobru poziciju ovih medija na elektronskom pregledu TV-programa, dok su zauzvrat zahtijevale od tih televizijskih stanica da proizvode lokalni sadržaj, koji zadovoljava potrebe lokalnog stanovništva i „relevantan je (za) njihov svakodnevni život“ (*Department for Digital Culture* 2015). Uz to, *British Broadcasting Corporation* (BBC) je finansijski podržavao razvoj lokalnih televizija. S druge strane, istraživanja o ulozi lokalnih medija u proizvodnji originalnih i provjerenih sadržaja (*Local Media Industry*, n.d.), kao i uspjehu oglašavanja u njima (*UK News Media* 2016: 25), ohrabruju ulaganja u marketinške kampanje i oglašavanje u lokalnim emiterima. U Hrvatskoj, Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija usmjeren je na finansijsku podršku radijskoj i TV-proizvodnji od posebnog javnog interesa i uglavnom lokalnog karaktera (Živković, n.d.: 9). Neki od programskih kriterija za dodjelu sredstava jesu da se predloženim programskim sadržajima podstiču i promovišu kulturna i jezička raznovrsnost, obrazovanje, nauka, interesi nacionalnih manjina, ravnopravnost polova, marginalizovane i manjinske grupe, medijska pismenost i slično (Pravilnik, čl. 6, st. 1).

Jedan od pozitivnih primjera nalazimo u Danskoj, gdje je osnovan fond za podršku proizvodnji sadržaja od javnog značaja, finansiran iz poreza na oglašavanje komercijalnih televizija, da bi 1997. godine umjesto njega, zakonom bila uspostavljena šema subvencija koja je priznala nekomercijalne radiotelevizije kao dio proširenog koncepta javne službe (dakle, status jednak sa javnim emiterom) i time ovim medijima otvorila javne fondove. Ovaj fond, zasnovan na obaveznom plaćanju pretplate (prepoznatljiv kao jedan od najbogatijih u Evropi, sa pretplatom od oko 2 dolara po glavi stanovnika godišnje) usmjeren na pružanje podrške osnovnim operativnim troškovima, ali je dijelom namijenjen i izradi programa pri čemu se promoviše pružanje lokalnih informacija, pristupa građana medijima, podrške manjinama i kvalitetu programa (Buckley 2011: 15-16). Ove godine, desničarska vlada Danske, izglasala je postepeno ukidanje fonda (naknada će biti ukinuta u periodu od pet godina počevši od 1. januara 2019.), a javne televizije umjesto toga će se finansirati kroz poreze (Reuters 2018).

Zasada, upitno je kakav će to uticaj imati na medije zajednice u Danskoj. Slična je bila praksa dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima u Hrvatskoj, u periodu od 2013. do 2016. godine, i to iz dijela javnih prihoda od igara na sreću (Živković: 9), uz uslov da medij sav višak prihoda ulože u svoju osnovnu djelatnost – novinarstvo. Nažalost, usljed protivljenja radu neprofitnih medija i pritiska kako vlasti, tako i interesnih organizacija koje nemaju veze s medijskom profesijom, neprofitni mediji su već 2016. godine bili izbačeni iz liste organizacija kojima bi se ova sredstva raspodjeljivala. Takva situacija je i danas na snazi (Borković 2017).

Razlog rastuće finansijske podrške javnog sektora medijima zajednice zasnovan je na pretpostavci da će ovi medij, široko rasprostranjeni u Evropi i SAD-u, s obzirom da djeluju na neprofitnoj osnovi, prihode prikupljene donacijama, reklamama i drugim komercijalnim sredstvima upotrebljavati za poboljšanje produkcije, dok su privatni mediji potencijalno primarno usmjereni ka akumulaciji kapitala vlasnika. Drugo, mediji zajednice nemaju političke i ekonomske barijere prilikom kreiranja sadržaja, jer *račune* polažu isključivo zajednici zbog koje su i nastali. I treće, mediji zajednice su otvoreni ka lokalnom stanovništvu od kojeg se očekuje da aktivno participira u izgradnji i zadovoljenju definisanog javnog interesa.<sup>38</sup> Iz ovih razloga, potrebno je razmotriti buduću transformaciju dijela javnih lokalnih medija u BiH - u medije zajednice koji bi služili interesima lokalnih zajednica i pritom imali pristup javnim fondovima.

Iz navedenog proizilazi i potreba da lokalni mediji razvijaju interakciju sa građanima i internetske komunikacije. Zato je neophodno i da javni lokalni mediji više koriste nove platforme plasiranja lokalnih vijesti i njeguju proizvodnju sadržaja fokusiranog na lokalne zajednice kroz saradnju sa publikom putem digitalnih tehnologija, građanskog novinarstva ili društvenih (*community*) medija (Nielsen 2015), te na taj način omogućće revitalizaciju lokalnog novinarstva.

---

38 Više u Coyer i van Beek 2010.

Danas postoje tek četiri neprofitne radio stranice u BiH, a među razlozima zašto ovaj medijski sektor nije zaživio su nedostatak izvora finansiranja i veliki broj lokalnih javnih medija (Povlakić 2010). Pored toga, u skladu sa Pravilom 76/2015 o pružanju medijskih usluga radija kojim su, između ostalog, definisani uslovi dozvole za neprofitni radio,<sup>39</sup> program neprofitnih radiostanica ne može sadržavati nikakve komercijalne komunikacije, izuzev samopromocije i oglasa u interesu javnosti ukoliko se emituju besplatno, čime se dodatno ograničavaju mogućnosti finansiranja ovakvih medija. Osim olakšanog dobijanja dozvole za one medije, koje nazivamo medijima zajednice, država u BiH ne omogućava ni podsticajnu klimu (kao u Velikoj Britaniji) ni finansijsku podršku (kao što je slučaj u Francuskoj, Holandiji i Danskoj) medijima zajednice a ni civilni sektor nije razvijen na način koji bi podstaknuo razvoj ovog medijskog sektora (Coyer i Van Beek 2010: 131). Neprofitni internetski mediji koji postoje u BiH platforme su koje doprinose raznovrsnosti dostupnih medijskih sadržaja, ali oni djeluju uglavnom zahvaljujući podršci stranih donatora i na projektnoj osnovi, pa je dugoročna programska opredijeljenost tim sadržajima upitna. Dodatno, mnoge lokalne sredine nemaju takve medije pa njihove potrebe za informisanjem ostaju zanemarene (Abadžija 2017).

U Bosni i Hercegovini se iznose zahtjevi za promjenom obrazaca finansiranja medija iz javnih budžeta – transparentnost, legitimni kriteriji, nezavisna tijela koja odlučuju o raspodjeli tih sredstava, višegodišnje finansiranje za javne medije kojem bi se spriječilo uslovljavanje medija pri godišnjem usvajanju njihovih budžeta i sl. (Sokol i Hodžić 2017). To su sve pitanja koja se moraju rješavati paralelno, a kroz uspostavu odgovarajućih kriterija javnog finansiranja, kao i medijske regulative koje promoviraju lokalne sadržaje, mora se osigurati da se kroz djelovanje ovih medija zadovolje potrebe lokalnih sredina.

---

39 Dozvola za neprofitni radio izdaje se neprofitnim organizacijama, osnovanim u cilju zaštite i promocije prava i interesa određenih društvenih grupa. Pored ostalog, pri izdavanju dozvole se uzima u obzir da li je planirani program, sadržajno ili jezički, u potpunosti orijentisan ka društvenoj grupi koju to pravno lice predstavlja i/ili okuplja i za čija prava, interese i promociju se zalaže i da li finansijska dokumentacija pravnog lica koje podnosi zahtjev za dobivanje ove dozvole potvrđuje njegov neprofitni karakter (član 12).



## 8. Zaključci i preporuke

Javni lokalni mediji moraju imati posebnu odgovornost prema građanima lokalne zajednice u kojoj je medij osnovan i od čijih sredstava ovisi. Međutim, u nedostatku sistematskog monitoringa, nisu dostupne informacije o tome kako lokalni javni mediji vrše funkciju javnog interesa i koliko poštuju postojeće programske zahtjeve.

Rezultati analize sprovedene u ovom istraživanju nisu reprezentativni za izvještavanje svih medija, pa ni cjelokupno izvještavanje analiziranih medija, ali ukazuju na neke od mogućih nedostataka u programima i programskim šemama javnih lokalnih medija. Rezultati analize informativnih emisija lokalnih javnih medija ilustruju mogući manjak vijesti lokalnog karaktera i pokazuju da one nisu redovno dominantne u odnosu na nacionalne, regionalne i vijesti iz svijeta. U analiziranim programima su najzastupljenije najmanje zahtjevne žanrovske forme (kratke vijesti), što upućuje na mogući nedostatak informacija o kontekstu i analize tema od javnog značaja u programima javnih lokalnih medija. Osim toga, analiza programskih šema ukazuje da u njima nedostaju informacije o programskom segmentu kojem pojedini programi pripadaju pa se iz samih programskih šema ne može utvrditi da li lokalni mediji emituju informativni i obrazovni program, kao i program o marginalizovanim grupama, u omjeru propisanom aktuelnim regulativama. Također je upitna transparentnost rada javnih lokalnih medija s obzirom da su izvještaji o radu slabo dostupni javnosti, a njihova struktura nije unaprijed definisana i konzistentna, što ima za posljedicu da se u izvještajima nalaze šturi podaci o programu, programskim ciljevima i ispunjenju javnog interesa. Sadržaj javnih lokalnih medija prema tome uglavnom nije značajno analiziran kroz ove izvještaje. Također, činjenica da u lokalnim medijima nisu utvrđene procedure žalbe građana, niti je osiguran bilo kakav uvid javnosti prije usvajanja izvještaja pred osnivačem, govori o slaboj komunikaciji ovih medija sa građanima.

Način izvještavanja javnih medija u periodu izbora i predizborne kampanje je propisan Izbornim zakonom BiH i Pravilnikom o medijskom predstavljanju političkih subjekata u

izbornom periodu. Izvještaji RAK-a svjedoče o tome da ima kršenja propisa, a istraživanja civilnog društva provedena u ovom periodu ukazuju na to da javni lokalni mediji u određenoj mjeri izvršavaju svoju informativnu funkciju, međutim edukativna uloga izostaje.

S obzirom na to da ne postoji redovan niti sistematski monitoring sadržaja lokalnih javnih medija, uvidi u to kako oni vrše funkciju javnog interesa su vrlo ograničeni i svode se na povremena istraživanja civilnog sektora i na još rjeđi monitoring koji sprovodi RAK. Kapaciteti RAK-a su trenutno daleko manji od onih koji bi bili potrebni za redovan monitoring sadržaja lokalnih medija. Monitoring kakav sprovode organizacije civilnog društva vremenski je ograničen na određeni period (kao što su izborne kampanje) i tematski uže postavljen (prate se govor mržnje, izvještavanje o manjinama ili slične specifične teme).

Osnovni zaključak je da na regulatornom nivou uloga javnih lokalnih medija slabo definisana i programski zahtjevi nisu definisani preciznije od opštih zahtjeva za određenim omjerom informativnih i obrazovnih sadržaja. Uloga ovih medija nije preciznije definisana u skladu sa potrebama konkretne lokalne zajednice i ne postoje konkretni zahtjevi da se odgovarajući udio programa posveti lokalnim temama. Definisane uloge i odluke o programu ovih medija prepušta se diskrecionim odlukama aktuelne uprave medija.

Prema tome, potrebno je na nivou medijskih politika osigurati da će ovi mediji s najvećem važnosti tretirati upravo lokalna pitanja i problemi koji imaju najveći uticaj na život u lokalnoj zajednici.<sup>40</sup>

Sistemska rješavanje osnovnog pitanja kao što je stabilno finansiranje medija i mehanizmi imenovanja rukovodilaca koji će redukovati političke uticaje osnovni je preduslov izgradnje

---

40 Takva vijest vjerovatno neće biti fokus u medijima sa širim dosegom. Vidjeti o s tim povezanim konceptom saillance više u McCombs M.E. 1977.

autonomije novinara. Dotada, pojave kao što su prijetnje neisplaćivanjem pomoći medijima iz budžeta lokalne samouprave opredijelile i medijske uposlenike da manje kritikuju lokalnu vlast i ne ispunjavaju javni interes lokalne zajednice.

Komunikacijske potrebe lokalnog stanovništva potrebno je međutim promovisati kroz definisanje specifičnih programskih zahtjeva od medija koji primaju javna sredstva ili uživaju bilo kakve olakšice.

Najvažnije preporuke su: 1) da se na regulatornom nivou preciznije definišu osnovni, zajednički elementi misije javnog interesa javnih lokalnih medija, prije svega s jasnim naglaskom na služenje interesima lokalne zajednice; 2) da se ti osnovni elementi dopune preciziranjem specifičnih interesa unutar svake lokalne uprave; 3) da svaki javni medij oslanjajući se na smjernice usvoji i objavi dokument kojim se definiše njegova dugoročna misija i dugoročna urednička politika (čime bi se donekle spriječile programske promjene zasnovane na političkim i ekonomskim uticajima) i 4) da se unaprijedi monitoring primjene programskih obaveza i dugoročne uredničke politike, identifikuju nedostaci i djeluje na uklanjanju njihovih uzroka.

Preciznije:

- RAK, ministarstva komunikacija na državnom i entitetskim nivoima, nevladin sektor i medijski sektor, uključujući i same javne medije, trebali bi pokrenuti raspravu o programima javnih lokalnih medija. RAK bi na osnovu rezultata takvih rasprava trebao razviti regulative kojima bi se propisali specifični minimalni programski zahtjevi za lokalne javne medije. Regulative bi trebale uključiti definisan obavezni omjer sadržaja o lokalnoj zajednici, pri čemu bi trebalo naznačiti da bi ti sadržaji trebali uključivati najrazličitije tematske oblasti (manjinske i marginalizovane grupe, kulturna i jezička

raznolikost, medijska pismenost, umjetnost, ravnopravnost spolova, potrebe ruralnih područja i slično).

- Kroz javne ali i međunarodne donatorske fondove potrebno je promovirati istraživačko novinarstvo, redovnije izvještavanje o kontekstu događaja i analize kod izvještavanja o lokalnim sredinama.
- Sami javni lokalni mediji trebali bi uvesti redovne konsultacije s građanima – kroz internetsku komunikaciju, žalbene procedure, ali i mjerenja dometa publike – u svrhu identificiranja potreba i problema lokalne zajednice, na osnovu čega bi mogli preciznije definisati programsku orijentaciju i teme koje će pokrivati. Takvi programski planovi bi trebalo da se pripremaju na godišnjoj osnovi i da se aktivno objavljuju.
- RAK i nadležna ministarstva komunikacija bi trebalo da promoviraju i veću transparentnost i odgovornost javnih medija prema javnosti, uključujući redovno objavljivanje izvještaja o radu na njihovim web-stranicama. Strukturu izvještaja je potrebno definisati na način da obavezno uključuje informacije o realiziranim sadržajima (po žanrovima i programskim segmentima) i javnom interesu kojem takvi sadržaji služe, jasno predstavljenim načinom na koji su mediji komunicirali s publikom, informacije o sredstvima uloženim u pojedine programske segmente i uporedni prikaz ovih podataka u odnosu na prethodnu godinu. Preporuka je, također, da mediji prije usvajanja izvještaja na skupštinama osnivača, obezbijede period u kojem bi se izvještaj stavio na uvid javnosti i otvorila mogućnost za povratne informacije publike o programskim sadržajima, koje bi uz izvještaj bile izlagane osnivaču.
- RAK bi trebao osigurati da se programske šeme javnih lokalnih medija definišu na način da se jasno označi segment kojem pripada svaki program. Pored toga, šeme bi trebalo da uključuju jasno označene sadržaje o lokalnim sredinama.

- RAK i lokalne uprave trebaju pokrenuti raspravu o i obezbijediti uslove za formiranje uredničkog vijeća u svim lokalnim javnim medijima, koje bi kao nezavisno tijelo koje predstavlja zajednicu imalo uticaj na programski razvoj javnih medija.
- RAK, kao nadležni regulator, bi trebao češće vršiti monitoring sadržaja na osnovu definisanog koncepta javnog interesa i trebalo bi mu se omogućiti razvoj ljudskih i drugih kapaciteta za te svrhe. Civilno društvo također može doprinijeti monitoringu i svoje kapacitete i programe razvijati u tom pravcu. Kroz monitoring, utvrdio bi se stepen i način na koji lokalni mediji vrše funkciju javnog interesa, eventualna kršenja pravila RAK-a, otvorio dijalog o potrebama javnih lokalnih medija i potrebama lokalne zajednice, zagovarali uslovi za ispunjenje tih potreba i izricale sankcije za slučajeve utvrđene zloupotrebe javnih lokalnih medija. Za monitoring je potrebno planirati redovna javna sredstva - bilo iz prihoda RAK-a ili budžeta drugih institucija vlasti, koja se konkursnom procedurom dodjeljuju organizaciji koja ponudi najbolje uslove za provođenje monitoringa.
- Regulator treba sankcije za teška kršenja programskih obaveza izreći odgovornim licima u lokalnim javnim medijima, te na taj način djelovati na unapređenju odgovornosti rukovodstva i izbjeći da eventualno kršenje programskih obaveza i pravila plaćaju građani iz budžeta lokalne zajednice.
- Može se preporučiti i saradnja između državnog i entitetskih javnih servisa i lokalnih javnih emitera u kreiranju programskih sadržaja, kao moguće rješenje za bogatiju, zajedničku produkciju i/ili razmjenu sadržaja i prodaje oglašivačkog prostora. Uspostavljanjem sistema u kojem se program dijelom kreira zajednički, koristeći kadrovske, infrastrukturne i logističke kapacitete više medija i racionalizujući troškove, omogućila bi proizvodnju kvalitetnijih programa posvećenih lokalnim temama. Privatizacija javnih lokalnih medija sama ne bi donijela veću nezavisnost i bolje sadržaje jer tome ne bi pogodovali privatni interesi vlasnika i finansijsko slabo tržište. Međutim, potrebno je djelovati na

unapređenju finansijske neovisnosti i neovisnosti imenovanja u ovim medijima (više u drugim izvještajima u ovoj publikaciji), čime bi se unaprijedila i neovisnost izvještavanja ovih medija. Pored toga, potrebno je da, prije svega ministarstva komunikacija i druga relevantna tijela razmotre mogućnost transformacije ovih medija u medije zajednice, koji bi imali dobro definisanu misiju javnog interesa, neprofitni karakter, veću neovisnost od lokalnih vlasti ali i pristup javnim fondovima, što bi omogućilo da misija javnog interesa bude ostvariva u praksi. Kroz razvoj medija zajednice potencijalno bi se unaprijedio pristup medijima za manjinske skupine i različite interesne grupe (studenti, penzioneri itd.), te unaprijedio medijski pluralizam.

## Bibliografija

- Abadžija, Maja. 2017. "Community mediji: Borba koja ne prestaje". *Media.ba*. Dostupno na: <http://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/community-mediji-borba-koja-ne-prestaje> (datum pristupa: 8. 9. 2018.)
- Anderson, C. W., Coleman, Stephen i Nancy Thumim. 2015. "How News Travels: A Comparative Study of Local Media Ecosystems in Leeds (UK) and Philadelphia (US)". U: Nielsen, Rasmus Klein. (Ed.) *Local Journalism. The Decline of the Newspapers and the Rise of Digital Media*, Oxford: I.B. Tauris & Reuters Institute for the Study of Journalism.
- BH novinari i Koalicija Pod lupom. 2016. *Monitoring izvještavanja medija u predizbornoj kampanji za Lokalne izbore 2016 – finalni izvještaj*. Dostupno na: <http://safejournalists.net/wp-content/uploads/2017/03/Finalni-izvjestaj-o-monitoringu-izvjestavanja-medija-u-predizbornoj-kampanji-Lokalni-izbori-2016.pdf> (datum pristupa: 1. 6. 2018.)
- Bogdanić, Aleksandar. 2014. "Razmišljanja o medijskim sadržajima". *Medijska slika Republike Srpske*. <http://medijskaslika.org/razmisljanja-o-medijskim-sadrzajima-2/> (datum pristupa: 5. 7. 2018.)
- Borković, Iva. 2017. "Ministrica Obuljen po neprofitnim medijima Hasanbegovićevim korakom". *Forum.tm*. Dostupno na: <http://www.forum.tm/vijesti/ministrica-obuljen-poneprofitnim-medijima-hasanbegovicevim-korakom-5140>. (datum pristupa: 8. 9. 2017.)
- Buckley, Steve. 2011. *Community media: a good practice handbook*. Paris, France: UNESCO.
- Coyer, Catherine i van Beek, Joost. 2010. "Radio zajednice u Bosni i Hercegovini: Mogućnosti i izazovi". U: Jusić, Tarik. (Ur). *Komunikacija i zajednica: Građani, mediji i lokalna uprava u Bosni i Hercegovini*, Sarajevo: Mediacentar. 123-176.
- Department for Digital Culture, Media & Sport. 2015. *2010 to 2015 government policy: media and creative industries*. GOV.UK. Dostupno na: <https://www.gov.uk/government/publications/2010-to-2015-government-policy-media-and-creative-industries/2010-to-2015-government-policy-media-and-creative-industries#appendix-7-creating-a-local-tv-framework-so-that-local-tv-services-can-be-set-up-across-the-uk> (datum pristupa: 2. 7. 2018.)

- Durman, Rastislav. "Programska šema i planiranje programa". *Novosadska novinarska škola*. Dostupno na: <http://novinarska-skola.org.rs/vodic/alati/Programska%20shema%20i%20planiranje%20programa.pdf> (datum pristupa: 5. 5. 2018.)
- Freedman, Des. 2014. "Javni interes (i medijske politike)". U: *Politika medijske javne politike*. Dostupno na: <http://www.kulturpunkt.hr/content/javni-interes-i-medijske-politike> (datum pristupa: 5. 5. 2018.)
- Infografika: "Local Media Works". *Local Media Industry Facts and Figures*. Dostupno na: <http://www.localmediauk.org/Research-Insight/Facts-Figures#> (datum pristupa: 2. 7. 2018.)
- IREX. 2017. *Media sustainability Index 2017*. Washington: IREX. Dostupno na: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2017-full.pdf> (datum pristupa: 2. 7. 2018.)
- IREX. 2018. *Media Sustainability Index 2018*. Washington: IREX. Dostupno na: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2018-bosnia.pdf> (datum pristupa: 2. 7. 2018.)
- Jahić, Dino. 2016. *Ljudi se plaše nepoznatog, a rupe u znanju često popunjavaju stereotipima*. Media.ba. Dostupno na: <http://media.ba/bs/etika/ljudi-se-plase-nepoznatog-rupe-u-znanju-cesto-popunjavaju-stereotipima> (datum pristupa: 8. 9. 2017.)
- Jusić, Tarik i Sanela Hodžić. 2010. "Lokalni mediji i lokalne zajednice: ka javnim politikama za promociju lokalnih medijskih sadržaja u Bosni i Hercegovini". U: Jusić, Tarik (Ur.) *Komunikacija i zajednica: građani, mediji i lokalna uprava u Bosni i Hercegovini*, Sarajevo: Mediacentar. 53-122.
- Kovač, Milan. "Finansiranje lokalnih medija u Republici Srpskoj", *Bilten e-novinar*, godina VI, broj 49: 2-5.
- Kunczik, Michael, i Astrid Zipfel. 2006. *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Friedrich Ebert Stiftung.



- Matić, Jovanka i Dubravka Valić-Nedeljković. 2015. "Privatisation of minority language media in Serbia: Liberation or disappearance?" *South East European Mediaobservatory*. Dostupno na: <http://mediaobservatory.net/radar/privatisation-minority-language-media-serbia-liberation-or-disappearance> (datum pristupa: 3. 7. 2018.)
- Matović, Marijana i Nikola Jović. 2016. "Stavovi građanki i građana Beograda o odnosu države i medija". U: Car, Viktorija, Matović, Marijana i Turčilo, Lejla. (Ur.) *Mediji i javni interes*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu i Hanns-Seidel-Stiftung. 111-126.
- McCombs, Max. 1977. "Newspapers versus television: mass communication effects across time". U: Shaw, Donald and McCombs, Max. (Eds.). *The Emergence of American Political Issues*. New York: West. 89-105.
- MCOonline redakcija. 2016. "Politički pritisci i ekonomska nesigurnost najveće prepreke slobodi medija u BiH i regiji". *Media.ba*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/politicki-pritisci-i-ekonomska-nesigurnost-najvece-prepreke-slobodi-medija-u-bih> (datum pristupa: 3. 7. 2018.)
- MCOonline redakcija. 2017. "Cenzura na TVSA". *Media.ba*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/vijesti-i-dogadaji-vijesti/cenzura-na-tvsa>. (datum pristupa: 16.04.2018.)
- McQuail, Denis. 1992. *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: SAGE. Dostupno na: [https://books.google.ba/books/about/Media\\_Performance.html?id=Cbx3GaYYp1oC&redir\\_esc=y](https://books.google.ba/books/about/Media_Performance.html?id=Cbx3GaYYp1oC&redir_esc=y) (datum pristupa: 20. 2. 2018.)
- Mijanović, Ratimir. 2013. "Uvedena cenzura u parlament Trebinja". *Glas Srpske*. Dostupno na: <https://www.glassrpske.com/drustvo/panorama/Uvedena-cenzura-u-parlament-Trebinja/lat/139384.html> (datum pristupa: 10. 7. 2018.)
- Mišeljić, Ljupko. 2017. "Slab RAK, slab monitoring kršenja kodeksa". *Media.ba*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/slab-rak-slab-monitoring-krsenja-kodeksa> (datum pristupa: 13. 2. 2018.)

- Nielsen, Rasmus Kleis. 2015. "Introduction: The Uncertain Future of Local Journalism". U: Nielsen, Rasmus Kleis. (Ed.) *Local Journalism. The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Perišin, Tena. "Televizijske vijesti." *MediAnali* 2, br. 3 (2008): 99-126. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/42364> (datum pristupa: 10. 7. 2018.)
- Povlakić, Emir. 2010. "Lokalni mediji i radio lokalne zajednice u BiH". *Media.ba*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/medijska-politika-regulativa/lokalni-mediji-i-radio-lokalne-zajednice-u-bih> (datum pristupa: 13. 2. 2018.)
- Radojković, Mirosljub. 2016. "Mediji i javni interes: ogled na primeru Srbije". U: Car, Viktorija, Matović, Marijana i Turčilo, Lejla. (Ur.) *Mediji i javni interes*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu i Hanns-Seidel-Stiftung. 7-16.
- REUTERS. 2018. "Denmark to scrap mandatory public service broadcasting fee". *Uk.reuters.com*. Dostupno na: <https://uk.reuters.com/article/uk-denmark-media/denmark-to-scrap-mandatory-public-service-broadcasting-fee-idUKKCN1HC1TB> (datum pristupa: 8. 9. 2018.)
- Schlosberg, Justin. 2012. "Regenerating Britain's local media: can public service broadcasting come to the rescue?" *opendemocracy.net*. Dostupno na: <https://www.opendemocracy.net/ourbeeb/justin-schlosberg/regenerating-britains-local-media-can-public-service-broadcasting-come-to-> (datum pristupa: 9. 7.2018.)
- Sokol, Anida i Sanela Hodžić. 2017. "Obrasci finansiranja medija iz javnih budžeta: politički pritisci i finansijska nestabilnost". *Media.ba*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/obraci-finansiranja-medija-iz-javnih-budzeta-politicki-pritisci-i-finansijska> (datum pristupa: 9. 7.2018.)
- Stanković–Luković, Mirna. 2016. "Vlast i mediji (2): Pritisci, odmazde, strah i autocenzura". *Media.ba*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/vlast-i-mediji-2-pritisci-odmazde-strah-i-autocenzura> (datum pristupa: 5. 7. 2018.)

- Tešanović, Nataša. 2018. “Bez mjerenja gledanosti nije moguće plasirati reklamne kampanje, a još teže je izmjeriti njihovu efikasnost”. *Fairpress*. Dostupno na: <http://www.fairpress.eu/ba/blog/2018/01/08/bez-mjerenja-gledanosti-nije-moguće-plasirati-reklamne-kampanje-jos-teze-je-izmjeriti-njihovu-efikasnost/> (datum pristupa: 5. 5. 2018.)
- Turčilo, Lejla i Belma Buljubašić. 2017. *Mediji i shrinking space u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Fondacija Heinrich Böll.
- Valić Nedeljković, Dubravka. “Novinarski žanrovi”. *Novosadska novinarska škola*. Dostupno na: <http://novinarska-skola.org.rs/vodic/zanrovi/Novinarski%20zanrovi.pdf> (datum pristupa: 11. 5. 2018.)
- Voloder, Nermina. 2016. “Informacije o radu javnih medija u BiH nisu tajne, ali nisu ni javne”. *Media.ba*. Dostupno na: <http://media.ba/bs/investigative-journalism/informacije-o-radu-javnih-medija-u-bih-nisu-tajne-ali-nisu-ni-javne> (datum pristupa: 5. 5. 2018.)
- Zablocki, Tamara. 2018. “Izveštavanje o manjinama bez kontinuiteta i novinarske samoinicijativnosti”. *Media. ba*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/mediametar/izvjestavanje-o-manjinama-bez-kontinuiteta-i-novinarske-samoinicijativnosti> (datum pristupa: 11. 5. 2018.)
- Živković, Milan. 2016. *Alternativni modeli financiranja neovisnih medija. Tko će platiti novinarstvo?* SEE Mediaobservatory. Ljubljana: Mirovni institut, institut za suvremene društvene i političke studije.

## Analizirani zakoni i pravilnici

- Izborni zakon Bosne i Hercegovine. *Službeni glasnik BiH*, broj 23/01.  
*Izvešće Regulatorne agencije za komunikacije o procesuiranim slučajevima kršenja pravila veza-nih za područje emitiranja u 2017. godini*. Dostupno na: <https://www.rak.ba/bos/index.php?uid=1272548169>. (datum pristupa: 13. 2. 2018.)

*Izvještaj Regulatorne agencije za komunikacije o procesuiranim slučajevima kršenja pravila vezanih za oblast emitovanja u 2016. godini.* Dostupno na: <https://www.rak.ba/bos/index.php?uid=1272548169>. (datum pristupa: 13. 2. 2018.)

Kodeks o audiovizuelnim uslugama i medijskim uslugama radija. RAK. *Službeni glasnik BiH*, broj 3/16.

Kodeks o komercijalnim komunikacijama. RAK. *Službeni glasnik BiH*, broj 98/11.

*Pravilnik o Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničnih medija.* Agencija za elektroničke medije („Narodne novine“ broj 51/2012).

Pravilnik o medijskom predstavljanju političkih subjekata u izbornom periodu. *Službeni glasnik BiH*, broj 31/04.

Pravilo 57/2011 o javnim radio i televizijskim stanicama. RAK. *Službeni glasnik BiH*, broj 98/11.

Pravilo 76/2015 o pružanju medijskih usluga radija. RAK. *Službeni glasnik BiH*, broj 3/16.

Pravilo 77/2015 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga. RAK. *Službeni glasnik BiH*, broj 3/16.

Pregled povreda i odgovarajućih kazni koje izriče Regulatorna agencija za komunikacije. RAK. *Službeni glasnik BiH*, broj 8/2017.

Smjernice za primjenu kodeksa o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija. 2014. RAK.

## Sagovornici u intervjuima

Pejka Medić, bivša direktorka i glavna urednica Radija Gradiška, telefonski intervju, 17. 3. 2018.

Siniša Vukelić, medijski ekspert, predsjednik Kluba novinara Banja Luka, intervju uživo, 17. 3. 2018.

Vesna Begtašević, novinarka Radija Konjic u penziji, *Skype* intervju, 14. 2. 2018.

Elvir Halilović, urednik RTV Vogošća, telefonski intervju, 19. 2. 2018.

Mehmed Halilović, medijski ekspert, telefonski intervju, 20. 2. 2018.

Dajana Balaban, novinarka i voditeljica TV Kozarska Dubica, intervju uživo, 20. 2. 2018.

## Centralne informativne emisije korištene za analizu programskih sadržaja

Centralna informativna emisija, Radio Trebinje (5. 2. 2018.)  
Centralna informativna emisija, Radio Trebinje (6. 2. 2018.)  
Centralna informativna emisija, Radio Trebinje (7. 2. 2018.)  
Centralna informativna emisija, Radio Velika Kladuša (5. 2. 2018.)  
Centralna informativna emisija, Radio Velika Kladuša (6. 2. 2018.)  
Centralna informativna emisija, Radio Velika Kladuša (7. 2. 2018.)  
Dnevnik, TV Sarajevo (5. 2. 2018.)  
Dnevnik, TV Sarajevo (6. 2. 2018.)  
Dnevnik, TV Sarajevo (7. 2. 2018.)  
Centralna informativna emisija “Zenica danas“, TV Zenica (5. 2. 2018.)  
Centralna informativna emisija “Zenica danas“, TV Zenica (6. 2. 2018.)  
Centralna informativna emisija “Zenica danas“, TV Zenica (7. 2. 2018.)

## Programske šeme dostavljene na upit

Sedmična programska šema Radija Prača (nije naznačeno u programskoj šemi na koji period se odnosi);  
Sedmična programska šema Radija Velika Kladuša (nije naznačeno u programskoj šemi na koji period se odnosi);  
Sedmična programska šema TV Prijedor (2017/2018);  
Sedmična programska šema TV Vogošća (3. 2. – 9. 2. 2018.).





**KOMUNIKACIJA SA LOKALNOM ZAJEDNICOM:  
NEDOVOLJNO ISKORIŠTENI POTENCIJALI  
ZA INTERAKCIJU**

## I. Sažetak

Javni lokalni mediji u BiH imaju bitnu funkciju u lokalnoj demokratiji i potencijalno doprinose komunikaciji o pitanjima i problemima lokalne sredine. U nastojanju da se odgovori na pitanje iskorištenosti tog potencijala u izvještaju je predstavljena analiza prisustva javnih lokalnih medija na internetu – na web-stranicama i nalogima na društvenim mrežama – analiza dostupnih informacija o uredničkim vijećima, žalbenim procedurama i kontakt-programima javnih lokalnih medija u BiH. Glavna istraživačka pitanja su: U kojoj mjeri javni lokalni mediji razvijaju modele komunikacije sa lokalnim zajednicama, s kakvim efektima, te kako unaprijediti politike i prakse u tom pogledu? Do koje mjere javni lokalni mediji koriste prednosti novih tehnologija, interneta i društvenih mreža kao način da dopru do građana i ostvare dvosmjernu komunikaciju?

Prema rezultatima istraživanja, većina javnih lokalnih medija ima određeno prisustvo na internetu, ali je korištenje potencijala interneta u svrhu komunikacije i korištenje opcija interakcije na internetskim platformama ograničeno. Savjetodavna tijela poput uredničkih odbora, iako propisana pravilima Regulatorne agencije za komunikaciju, nisu osnovana u nekim javnim lokalnim medijima, a ne postoje adekvatni kontrolni mehanizmi i nadzor nad njihovim regularnim funkcionisanjem.

Najvažnije preporuke koje bi doprinijele povećanoj participaciji građana u programima javnih lokalnih medija su: 1) revidirati pravila o uredničkim vijećima i razviti mehanizme nadzora, kako bi se osigurala veća zastupljenost svih društvenih grupa i uspostavili mehanizmi kontrole osnivanja i rada ovih tijela; 2) osigurati finansijska sredstva za osoblje u javnim lokalnim medijima koje bi bilo obučeno i zaduženo za internetsku komunikaciju sa građanima, forume, *chatove* i društvene medije; 3) revidirati pravila za registraciju i načine finansiranja medija zajednice kako bi se podstaknuo proces njihovog nastajanja i podržalo njihovo funkcionisanje; ohrabriti saradnju medija zajednice sa javnim lokalnim medijima kroz programe razmjene i mentorstva osoblja; 4) uspostaviti pravila prisustva javnih lokalnih medija na internetu; 5) modernizovati žalbene procedure i olakšati građanima da daju svoje preporuke kao i komentare na sadržaje koje smatraju neprikladnim.



## 2. Uvod

Medijski pluralizam definiše se kao „raznolikost medijske ponude, odražene, na primjer, u postojanju pluraliteta nezavisnih i autonomnih medija i raznolikosti medijskog sadržaja dostupnog javnosti“ (Doyle 2002: 12), a generalno se asocira sa „prisutnošću mnoštva različitih i nezavisnih glasova i drugačijih političkih mišljenja i prikaza kulture u medijima“ (Doyle 2002: 11). Medijski pluralizam jedan je od glavnih ciljeva u savremenim evropskim medijskim politikama. Pluralizam u medijima, u smislu raznolikosti u vlasničkoj strukturi, izvorima informacija i opsegu sadržaja, dovodi se u vezu sa „političkim ciljevima poput participacije i demokratije, kao i društvenim ciljevima poput društvene kohezije i kulturalne različitosti“ (Peruško 2010: 261). Otvoren i slobodan medijski sektor sa pluralizmom različitih mišljenja i ideja ključan je za adekvatno informiranje građana i uopšte za funkcioniranje demokratskih društava.

Mediji bi trebali da budu odraz društvenih raznolikosti i da predstavljaju interese i shvatanja društvenih tokova, te da izvještavaju o problemima sa kojima se susreću različite grupe u populaciji, a ne samo one dominantne. Medijske politike, ukoliko se prate ove smjernice, trebale bi da podstiču medijski pluralizam i uključivanjem što većeg i raznolikijeg broja glasova u medijske sadržaje. Lideri u dostizanju ovoga cilja trebali bi biti javni mediji, uzevši u obzir da oni pripadaju građanima i da bi trebali da odražavaju njihove interese. Brojne su međunarodne preporuke za unapređenje pluralizma. Između ostalog, Vijeće Evrope, čiji je BiH član, izdalo je 2016. godine preporuku u kojoj naglašava da bi mediji, posebice javni sektor, „trebali omogućiti različitim grupama i interesima u društvu – uključujući lingvističke, društvene, ekonomske, kulturalne ili političke manjine – da se izraze“ (Komitet ministara Vijeća Evrope 1999). Preporuka Vijeća Evrope članicama u vezi sa mogućom privatizacijom javnog RTV-servisa je da očuvaju javni servis i dozvole njegov razvoj uključujući korištenje mogućnosti novih komunikacijskih tehnologija i servisa. Dodatno se navodi da bi zemlje članice trebale „proučiti načine razvijanja formi konsultacije sa javnošću [...] koje mogu uključiti stvaranje programskih savjeta, kako bi se u njihovim programskim politikama mogle odraziti potrebe i

zahtjevi različitih grupa u društvu“ (Komitet ministara Vijeća Evrope 1999). Uz to, zemljama članicama je preporučeno da osiguraju prikladno i sigurno finansiranje javnog servisa.

Komunikacija na nivou lokalnih zajednica od posebne je važnosti jer se lokalna demokratija neposredno tiče građana i faktora koji utječu na njihove svakodnevne živote. „Jačanje demokratije počinje na lokalnom nivou, jačanjem utjecaja lokalnih zajednica, omogućavanjem ravnomjerne raspodjele političke moći kroz cijelo društvo, kao i pružanjem podrške građanima u postavljanju i ostvarivanju vlastitih ciljeva“ (OSCE 2009: 1). Svrha lokalne demokratije je da osigura da lokalne politike odražavaju potrebe i preferencije lokalnih zajednica (Bulmer 2017: 3).

Lokalni mediji su važan dio lokalne demokratije i učešća građana u demokratskim procesima, a komunikacija sa zajednicom omogućava lokalnim medijima da budu upoznati sa problemima od javnog interesa i da svoj sadržaj oblikuju u skladu sa njima. „Pored usmenog prenošenja [...] lokalni mediji predstavljaju glavni, ako ne i jedini, izvor informacija o lokalnim događajima, kao i o kandidatima i ključnim temama na lokalnim izborima. Kao rezultat toga, veća je vjerovatnoća da će građani koji prate lokalne medije više znati o lokalnoj politici i na taj način imati stav o načinu na koji se upravlja njihovom zajednicom“ (Gosselin 2010: 32). Brojne studije ukazuju na to da su građani koji prate lokalne medije više upućeni u lokalne političke procese i da će vjerovatnije izaći na birališta (Kübler i Goodman 2018), kao i da ukidanje lokalnih medija rezultira u manjem građanskom učešću u političkim procesima (Hayes i Lawless 2015 i 2018, Shaker 2014). Pored toga, lokalni mediji mogu utjecati na odnos građana prema lokalnoj upravi i obratno. „Veća je vjerovatnoća da će iscrpno izvještavanje o lokalnim pitanjima osposobiti građane da izraze svoje sklonosti i da se angažiraju na njihovoj konkretizaciji“ (Gosselin 2010: 39). Pojedini izvori ukazuju na to da lokalni mediji utječu na odgovornost vlasti i da postoji korelacija između cirkulacije lokalnih novina i manje potrošnje javnog novca (Yazaki 2017). Ukratko, lokalni mediji mogu potaknuti političku angažiranost, mogu utjecati na živote stanovnika u lokalnim sredinama, i generalno imaju „važnu funkciju informiranja i uključivanja građana u te procese bez kojih nema političke participacije, razvoja

civilnog društva, jačanja socijalnog kapitala niti izgradnje povjerenja u društvene institucije, ali ni izgradnje povjerenja u druge socijalne aktere” (Kunac i Roller 2015: 875).

Javni lokalni mediji mogu poslužiti i kao mjesto dijaloga, forum na koji se mogu uključiti razni glasovi iz zajednice i kroz razgovor o problemima izgladiti nesuglasice i/ili doći do zajedničkog rješenja. „U većim, društveno šarolikijim zajednicama, lokalni mediji djeluju kao kanal putem kojeg različite grupe mogu izraziti razlike koje se teško rješavaju u ličnim susretima. Uloga lokalnih medija u kanalisanju pritužbi i sporova smanjuje napetost, te čak doprinosi saradnji među suprotstavljenim grupama, čime se sukob pretvara u rutinsku stvar koja se lako rješava“ (Gosselin 2010: 37).

U Bosni i Hercegovini interes javnosti nije u centru funkcionisanja javnih medija, niti se suštinski razmatra niti strateški promovise u praksi (Hodžić i Pisker 2017: 12). Medijima u BiH nedostaje strateška orijentacija prema uključivanju mnoštva glasova i interesa u redovno izvještavanje, a ograničeno pokrivanje rijetkih specijaliziranih tema u okviru zasebnih programa moglo bi voditi do daljnje getoizacije određenih grupa. „Lokalni mediji redovno izvještavaju o vijestima iz lokalnih zajednica, ali kvaliteta izvještavanja je upitna, s obzirom da lokalnim medijima nedostaje resursa i uredničke nezavisnosti” (Hodžić i Pisker 2017: 10). S druge strane, javni entitetski emiteri i javni RTV-servis na državnom nivou nemaju dovoljno dopisnika tako da lokalne vijesti iz manjih zajednica ne dosežu do šire publike.

Lokalni mediji mogu neke od ovih problema u izvještavanju o lokalnim sredinama dijelom prevazići kroz razvoj internetskih platformi, različite vrste kontakata sa građanima i kroz djelovanje uredničkih vijeća koja bi trebala da odražavaju sastav populacije i djeluju u javnom interesu.

Pored toga, mediji zajednice (engl.: *community media*) čine poseban medijski sektor, koji je po svojoj misiji orijentisan ka konkretnim geografskim i interesnim grupama i koji djeluje na neprofitnoj osnovi. U iskustvima evropskih zemalja pokazuje se da sadržaji koji nisu

dovoljno zastupljeni u drugim medijskim sektorima (poput izvještavanja o problemima osoba sa invaliditetom, ravnopravnosti spolova itd.) „čine veći dio medijskog sadržaja u lokalnim/*community* medijima širom Evropske unije“ (Kunac i Roller 2015: 873). Mediji zajednice su prema tome alternativan način za unapređenje participacije građana i pomogli bi i unapređenju medijskog pluralizma i u bh. kontekstu.

Uzevši ovo u obzir, pitanja bitna za diskusiju su: U kojoj mjeri lokalni javni mediji razvijaju modele komunikacije sa lokalnim zajednicama, s kakvim efektima, te kako unaprijediti politike i prakse u tom pogledu? Do koje mjere javni lokalni mediji koriste prednosti novih tehnologija, interneta i društvenih mreža kao načina za dopiranje do građana i dvosmjernu komunikaciju? Ova pitanja bitna su ne samo za poboljšano funkcionisanje javnih lokalnih medija u BiH, već također za širi kontekst jačanja demokratije i demokratskih institucija i procesa u bh. društvu. U izvještaju se nastoji odgovoriti na ova pitanja te ponuditi preporuke za dalje djelovanje i istraživanja.

### 3. O ovom istraživanju

Istraživanje je uključivalo analizu službenih web-stranica javnih lokalnih medija, stranica javnih lokalnih medija na *Facebooku* i *Twitteru*, kao i prikupljanje podataka kroz upitnike koje su popunili predstavnici 14 medija (poslan svim javnim lokalnim medijima u BiH), te šest intervju sa medijskim radnicima, urednicima i urednicama javnih lokalnih medija u BiH i medija zajednice. Cilj istraživanja je bio odrediti koji mehanizmi su ponudeni građanima za komunikaciju s medijima i učešće u kreiranju programa javnih lokalnih medija.

Analiza web-stranica fokusirana je na načine na koje je građanstvu omogućeno da komuniciraju sa predstavnicima medija, upućuju komentare, sugestije i kritike. Praćeno je, također, koji kontakt-podaci su ponudeni (telefon, e-mail adresa, fizička adresa, kontakt-formular, poveznica na društvene mreže), kao i informacije o samom mediju i uposlenicima (impresum, podaci o mediju i uredničkom vijeću, programska šema, statuti i ostali dokumenti). Uz to je registrovano da li je omogućeno direktno komentarisanje sadržaja na web-stranici, dijeljenje sadržaja sa stranice na društvene mreže, kao i *chat* sa uposlenima i/ili drugim slušateljima. Analiza stranica javnih lokalnih medija na *Facebooku* obuhvatila je registriranje ponuđenih kontakt-podataka i podataka o mediju i zaposlenima, mogućnost komentarisanja, postavljanja sadržaja na stranicu i slanja poruka (*chat*). Pored toga praćeni su i podaci o popularnosti tog medija na *Facebooku*, tj. o broju pratitelja. Bitno je naglasiti, međutim, da broj pratitelja nije nužno pokazatelj nastojanja i uspjeha medija u razvoju interakcije, već može biti rezultat drugih faktora, poput navika u korištenju medija među stanovništvom određenog geografskog područja i stope korištenja interneta na tom području, kao i samog broja stanovnika.

Analizom *Twittera* dokumentovani su osnovni podaci o prisustvu javnih lokalnih medija i na ovoj društvenoj mreži, uključujući podatke o tome da li javni lokalni mediji imaju naloge na

mreži, koliko *tweetova* imaju, koliko pratitelja i kada je objavljen posljednji sadržaj. Analiza web-stranica, te naloga na *Facebooku* i *Twitteru* rađena je u periodu od januara do marta 2018. godine, s tim da su podaci za obje platforme provjereni i ažurirani u aprilu. Od januara do aprila broj pratitelja na *Facebooku* se neznatno povećao kod većine medija, dok su brojke na *Twitteru* većinom ostale iste.

Kroz upitnik su dobijene dodatne informacije o uredničkim vijećima, žalbenim procedurama i kontakt-emisijama javnih lokalnih medija, a svi dobiveni rezultati dopunjeni su kroz uvide iz intervjua.

## 4. Urednička vijeća, žalbene procedure i kontakt-emisije

Funkcionalna urednička, odnosno programska vijeća, žalbene procedure i emisije u kojima je omogućen direktan kontakt sa građanima neki su od načina unapređenja interakcije sa građanima i podsticanja njihovog učešća u radu lokalnih javnih medija. Urednička vijeća imaju savjetodavnu ulogu i mogu uticati na programske politike, a njihov sastav i djelovanje trebalo bi da odražavaju interese zajednice koju predstavljaju.

U ovoj sekciji detaljnije su objašnjeni ovi komunikacijski mehanizmi i trenutna situacija u bh. javnim lokalnim medijima.

### 4.1 Nefunkcionalna ili nepostojeća urednička vijeća lokalnih javnih medija

Prema važećem pravilu RAK-a, o čemu je već bilo riječi u prethodnim izvještajima, urednička vijeća su tijela koja savjetuju javne radijske i televizijske stanice „po pitanjima programskih sadržaja i programske šeme, kako bi se osigurao rad javne radio postaje/javne televizijske stanice sukladno pravilima Agencije i drugim propisima relevantnim za oblast emitiranja“ (Pravilo 76/2015, član 29, stav 2 i Pravilo 77/2015, član 30, stav 2).

Prema njihovoj javnoj funkciji, članovi uredničkih vijeća bi trebali biti poznati javnosti čije interese zastupaju. Međutim, informacije o članovima nisu dostupne na web-stranici niti na *Facebook*-stranici nijednog analiziranog medija. Od 14 javnih lokalnih medija koji su dostavili odgovore na upitnik, osam ih je navelo da nemaju urednička vijeća ili bilo koja tijela unutar medija čija je nominalna uloga savjetovanje o programu medija, a prilikom intervjua urednik još jednog medija naveo je da nemaju uredničko vijeće. Dva medija navela su da postoje problemi sa radom uredničkog vijeća zbog nedostatka interesa članova za dolaske na sjednice ili uopšte za prijave za rad u tom tijelu (Radiopostaja Orašje i Radio Srbac), dok u

jednom mediju (RTV Velika Kladuša) još od 2013. godine nisu imali ni Nadzorni odbor ni Skupštinu, te samim time ni uredničko vijeće nije moglo biti formirano. Iz RTV Vogošća navedeno je da je općina pokušala oformiti uredničko vijeće, ali da se to nije desilo jer su pojedini članovi bili izabrani zvaničnici, što se kosilo sa pravilima RAK-a. Od toga pokušaja prošlo je deset godina, a mjesta u uredničkom vijeću ostala su upražnjena.

Jedan od sagovornika smatra da pored volonterske prirode članstva u uredničkom vijeću, razlozi nedostatka interesa za učesće u radu vijeća među građanima su i percepcija o političkoj instrumentalizaciji javnih lokalnih medija i minornoj ulozi samih vijeća u radu ovih medija. „Uvriježeno mišljenje je da je medij, pogotovo lokalni javni, pod jakim lokalnim utjecajem vladajuće strukture i da je nemoguće kreirati bilo kakvu politiku kad se radi o programskim sadržajima.“<sup>1</sup> Takvoj percepciji u prilog ide i činjenica da urednička vijeća imenuje direktno osnivač, što su u ovom slučaju lokalne vlasti (Pravilo 76/2015, član 29, stav 1 i Pravilo 77/2015, član 30, stav 1), i da pritom spomenutim pravilima nisu propisani mehanizmi poput preciznih kriterija za imenovanja, koji bi umanjili mogućnost politiziranih odluka. Pojedini mediji u statutima preciziraju određene detalje tih mehanizama, ali uglavnom postoji manjak garancija legitimnosti imenovanja ključnih tijela u javnim medijima.<sup>2</sup>

Sami mediji ne traže aktivno uspostavu uredničkih vijeća i umjesto toga rješenje prije vide u unapređenju direktne interakcije sa građanima, udruženjima, vjerskim zajednicama, političkim subjektima i drugim grupacijama. Jedan od urednika javnih medija navodi da upravo zahvaljujući takvim praksama uspijevaju nadomjestiti nedostatak uredničkog vijeća: „Nemamo uredničko vijeće, ali imamo ono što je funkcija uredničkog vijeća, ono što bi uredničko vijeće trebalo raditi.“<sup>3</sup>

1 Tihomir Bijelić, urednik, Radiopostaja Orašje, telefonski intervju, 13. 7. 2018.

2 Za više informacija pogledati izvještaj autorice Jasna Kovo u ovoj publikaciji.

3 Elvir Halilović, urednik, RTV Vogošća, telefonski intervju, 19. 2. 2018.



Slično tome, regulator nema aktivnu ulogu u podsticanju uspostave funkcionalnih uredničkih vijeća. Urednik RTV Vogošća ističe da je Regulatorna agencija za komunikacije (RAK) provjeravala dokumentaciju ovog medija ali da nikada nije sugerisala da se uredničko vijeće mora postaviti. Iz RAK-a navode da „pravilima Agencije nisu propisane obaveze izvještavanja o imenovanjima uredničkih vijeća za javne RTV-stanice“, kao i da RAK nije dobio prigovore, niti po službenoj dužnosti vodio postupke provjere i utvrđivanja eventualnog kršenja navedenih odredbi.<sup>4</sup> Za svako kršenje Pravila 76 i 77/2015, uključujući i kršenje odredbi koji se odnose na urednička vijeća u javnim medijima, RAK bi trebao izreći izvršne mjere, koje u skladu sa Zakonom o komunikacijama uključuju usmena i pismena upozorenja, novčane kazne, obustavu emitiranja i oduzimanje dozvola, ali nije preciznije definisano koje mjere su predviđene za kršenje odredbi o uspostavi i sastavu uredničkih vijeća (Zakon o komunikacijama, član 46, stav 3). Civilni sektor se također ne bavi značajno pitanjima koja se tiču uredničkih vijeća, ne podstiče konsultacije o ovim pitanjima niti zagovara značajne izmjene, pa tako postojanje i funkcionisanje uredničkih vijeća i s tim povezani potencijali uključivanja građana ostaju sasvim zanemareni.

## 4.2 Kontakt-emisije rijetko služe za komunikaciju o pitanjima od javnog interesa

Kontakt emisije način su za građane da se uključe u rad javnih lokalnih medija i sa svojom sredinom podijele informacije i mišljenje o lokalnim pitanjima i problemima. Kontakt emisije su potencijalno i način za identificiranje događaja i tema značajnih za lokalnu sredinu, omogućuju građanima da se njihovi glasovi čuju, da se podijele različita mišljenja i podstakne razumijevanje drugačijih perspektiva. Kontakt-emisije ima 12 od 14 javnih medija koji su nam dostavili odgovore na upitnik. Međutim, neke od njih su prije zabavnog karaktera nego poziv na diskusiju od javnog interesa, poput izbora muzičkog hita dana na Radiju Usora. Iz RTV Vogošća

4 RAK, pisana prepiska, 26. 7. 2018.

navode da je najveći razlog za slabu zastupljenost kontakt-emisija manjak tehničkih kapaciteta, uključujući nedostatak opreme (konkretno telefonskog hibrid-uređaja) i manjak osoblja koje upravlja opremom (konkretno tehničara angažovanih na miksanju slike). Iz Radiopostaje Orašje navode da rade sa zastarjelom tehnikom koja u svakom trenutku može otkazati.

Neki od ispitanika navode da su zbog nedostatka interesovanja građana ukinuli kontakt-emisije (RTV Velika Kladuša i Radio Prača). Urednik Radiopostaje Orašje smatra da slušatelji nisu zainteresovani za ozbiljne teme te se javljanje u kontakt-emisijama svodi na pozdravljanje poznanika. Urednica Radija Vitez, međutim, tvrdi da interes slušatelja ne izostaje ukoliko se radi o aktuelnim temama.

Može se zaključiti da su slabo iskorišteni potencijali kontakt-emisija za unapređenje komunikacije sa građanima o pitanjima od značaja za lokalnu zajednicu. Urednici razloge vide prvenstveno u nedostatku interesa građana i odgovarajućih tehničkih uslova.

### 4.3 Nedostatak jasno definisanih žalbenih procedura

Dva medija u uzorku nisu dostavila odgovor na pitanje o žalbenim procedurama, polovica onih koji jesu navela je da one postoje (6), dok je druga polovica rekla da ih nema (6). Načini za građane da se požale na sadržaj idu od knjiga žalbi u prostorijama medija do komentara putem društvenih mreža. Knjigu žalbi imaju, naprimjer, u redakciji Radija Srbac i Radija Prača. Iz Radija Prača ističu, međutim, da žalbi nemaju, a iz Radija Srbac navode da je za prijem žalbi zadužena radnica na administrativno-fnansijskim poslovima, dok u Radiju Gradiška i RTV Vogošća kažu da se žalbe primaju i protokolišu u administrativnoj službi preduzeća.

Iz Radija Orašja navode da se žalbe primaju na svih 8 e-mail adresa radija, putem faksa ili osobnim dolaskom u redakciju, a da se slušatelji upućuju i na žalbena tijela RAK-a, ukoliko smatraju da su im povrijeđena prava. Žalbe se putem elektronske pošte mogu dostaviti i

na adresu Radija Olovo, putem posjete redakciji, putem zvaničnog e-maila, kroz otvorene programe, a ističu da su otvoreni i za žalbe preko društvenih mreža. „Komentari na našim društvenim mrežama, gdje građani mogu i svakodnevno postavljaju određena pitanja na koje odgovaramo u najkraćem mogućem roku (unutar sat vremena), kao i otvoreni programi sa uključivanjem slušalaca, stalne su mogućnosti za kritike, žalbe, primjedbe i sugestije koje ozbiljno uzimamo u razmatranje i s tim u vezi zauzimamo stavove te istim putem obavještavamo naše slušaoce (građane) o tome“, poručili su iz Radija Olovo.

Iz TVSA kažu da postoje interne procedure putem stranice na *Facebooku* i *e-mail* adrese te da na žalbe gledaocima odgovara urednik portala te o takvim situacijama govori na sjednicama Programskog kolegija. Iako na web-stranicama javnih lokalnih medija ne postoje informacije o žalbenim procedurama, kao ni povratne informacije o rezultatima žalbi, veliki broj medija poziva građane da pošalju sugestije, komentare i kritike putem kontakt-formulara ili na adresu elektronske pošte.

#### 4.4 Saradnja sa predstavnicima mjesne zajednice u funkciji boljeg izvještavanja o zajednici

Pozitivan primjer komunikacije sa građanima nalazimo na Radiju Olovo, gdje tvrde da već nekoliko godina organizuju sastanke sa predstavnicima mjesnih zajednica (MZ) kako bi poboljšali pokrivanje događaja i izvještavanje iz svih područja te lokalne zajednice. „To se pokazalo kao izuzetno dobra i učinkovita praksa koja je rezultirala da gotovo na dnevnoj bazi dobijamo informacije iz svih krajeva općine, često sa slikama aktuelnog događaja na koji, zbog udaljenosti ili hitnosti, ne možemo stići. To je rezultiralo i stalnim telefonskim uključenjima predsjednikā ili članovā savjetā MZ direktno u program i stalnom rubrikom *Iz naših MZ* u sklopu emisije *Olovo danas*, što je sve jako doprinijelo, s jedne strane, našoj medijskoj aktuelnosti i slušanosti, te zadovoljstvu građana, s druge strane“, kažu iz Radija Olovo.

## 5. Web-stranice i društvene mreže

Procijenjena stopa korištenja interneta u Bosni i Hercegovini za 2016. godinu iznosila je 82,39% (RAK 2017: 7), što pokazuje da se kroz internetsku komunikaciju može dosegnuti veliki broj građana. Internetske platforme mogu lokalnim javnim medijima pomoći u distribuciji informacija, ali i približavanju lokalnoj sredini, kroz interakciju sa građanima, prijem njihovih prijedloga, pa i promociju mogućnosti da građani dostavljaju gotove izvještaje o pojedinim pitanjima iz lokalne sredine. Društvene mreže na internetu još su jedan od načina za potencijalno poboljšanje komunikacije sa građanima i za diseminaciju informacija, s obzirom da su „najefikasniji alat distribucije informacija“ u zemlji (Hodžić i Pisker 2018: 10).

Rezultati ovog istraživanja pokazuju da većina javnih lokalnih medija ima web-stranice i stranice na *Facebooku*, dok su profili na drugim društvenim mrežama rjeđi. Međutim, podaci objavljeni na tim platformama su ograničeni, kao i načini na koje građani mogu da komuniciraju sa ovim medijima.

### 5.1 Ograničene informacije i mogućnosti interakcije na web-stranicama javnih medija

Prema rezultatima istraživanja, javni lokalni mediji u BiH nisu u potpunosti prihvatili mogućnosti modernih tehnologija za poboljšanu interakciju sa građanstvom. Analizom web-stranica obuhvaćeni su svi javni mediji u BiH. Prema RAK-ovom registru, postoji 81 javni lokalni medij (uključujući radijske i televizijske emitere). Ukoliko uzmemo u obzir da određeni broj medija ima i radijski i televizijski program i kao jedno preduzeće imaju jednu web-stranicu, broj medija koji smo koristili u ovom istraživanju je 65. Njih 12 u trenutku analize (sredina 2018. godine) nije imalo svoje web-stranice, dok su stranice još dva medija su bile u fazi izrade, pa je ukupan broj aktivnih i analiziranih stranica 51. Indikativno je da se među 14 medija koji nisu imali svoje stranice nalaze četiri medija koji nemaju posebnu

stranicu, već imaju svoj dio na stranici opštine ili grada u kojem se nalaze (Radio Gračanica, Radio Višegrad, Radio Ključ, Radio Drvar), što je praksa koja može dodatno narušiti neovisnost, ili barem percepciju građana o neovisnosti sadržaja ovih medija.

Većina (94%) medija koji imaju web-stranicu ima i barem jedan vid kontakt-informacija i/ili kontakt-formulara, što omogućava komunikaciju sa građanima. Samo tri stranice nemaju nikakve kontakt-podatke, dok većina ima fizičku adresu, *e-mail* adresu i barem jedan broj telefona. Osam medija nema objavljenu *e-mail* adresu preko koje bi ih slušaoci mogli kontaktirati. Dvadeset i tri medija imaju i kontakt-formular preko kojeg se mogu uputiti komentari, upiti, primjedbe i slično.

**Tabela 1:** Informacije na web-stranicama javnih lokalnih medija (podaci sa 51 stranice)

<b>Informacije</b>	<b>Broj medija</b>
Impresum	13
Uredničko vijeće	0
Kontakt-podaci	49
Kontakt formular	23
<i>E-mail adresa</i>	44
Čitanje teksta	0
Povećanje teksta	3
Programska šema	21

Od 51 medija koji imaju web-stranicu, samo njih 13 ima objavljen impresum tj. podatke o zaposlenicima na pojedinim funkcijama. Podatke o članovima i biografije članova uredničkog vijeća na web-stranici nema nijedan od medija uključenih u uzorak.

Manje od polovice svih medija sa funkcionalnom web-stranicom, tj. njih 21, ima aktuelne i dostupne programske šeme na svojim stranicama. Još tri medija imaju zastarjele programske šeme, posljednji put ažurirane prije nekoliko godina (februar 2016. i januar 2013. godine), a dodatno tri medija imaju predviđene programske šeme koje još uvijek nisu u funkciji.

Niti jedan od medija nema opciju za sintezu govora tj. za pretvaranje teksta na web-stranici u govor, prije svega korisnu za osobe sa oštećenim vidom ali moguće i za druge korisnike koji nemaju vremena čitati tekst. Tri medija, Radio Bosanska Krupa, Radio Srbac i Radio Gradiška, imaju opciju uvećavanja teksta, što predstavlja mali ali važan iskorak ka uključivanju osoba sa invaliditetom u komunikaciju putem platformi lokalnog javnog medija.

**Tabela 2:** *Mogućnosti interakcije na web-stranicama javnih medija (podaci sa 51 stranice)*

<b>Interaktivni metod</b>	<b>Broj medija</b>
Forum	0
Blog	0
Online <i>chat</i>	0
Komentarisane na stranici	13
Dijeljenje sadržaja na društvene mreže	32
Poveznica na društvene mreže	31

Opcije za interakciju na stranicama javnih lokalnih medija uglavnom se svode na mogućnost dijeljenja sadržaja putem društvenih mreža, na postojanje poveznice na stranice na društvenim mrežama i u manjoj mjeri na mogućnost korisničkih komentara na web-stranicama, dok forum, korisnički blog i mogućnost online *chata* nisu identificirani niti na jednoj web-stranici javnih lokalnih medija (Tabela 2).

Intervjuisani urednici javnih lokalnih medija u BiH smatraju forume ili korisničke blogove pozitivnim, ali 3 od 4 ispitanika navode problem manjka osoblja za vođenje i moderiranje ovih platformi kao jednu od najvećih prepreka njihovom uvođenju. Jedan od sagovornika kaže: „Neko bi trebao da 24 sata dnevno prati te komentare na forumima i *Facebooku* da se ne bi dešavao govor mržnje ili ugrožavanje i prozivanje nekih osoba. Kada smo postavljali web-stranicu, razmišljali smo o tome da uvedemo forum. Poučeni iskustvima drugih, procijenili smo da nismo u mogućnosti da održavamo na pravi način forum trenutno, pa do nekih boljih vremena i uslova.“<sup>5</sup>

Trideset i dva medija imaju mogućnost dijeljenja sadržaja direktno sa stranice na društvene mreže, najčešće *Facebook*, *Twitter* i *Google+*, ali pojedini nude i mogućnost dijeljenja na manje zastupljene društvene mreže, kao što su *Pinterest*, *Tumblr* i *Vkontakte* (ruska inačica *Facebooka*), pa i mreže poput *YouTubea* i profesionalne društvene mreže *LinkedIn*. Trideset i jedan javni lokalni medij ima poveznicu na društvene mreže, prije svega *Facebook*, zatim *Twitter*, *YouTube* i *Google+*.

Poveznice na određene sadržaje (programske šeme, *podcast*, kontakt-formulari, društvene mreže) ne funkcionišu na nekim od web-stranica, uz naznaku da su takvi sadržaji *u izradi*, ili bez ikakvog pojašnjenja. Neke poveznice vode na reklamne umjesto na predviđene sadržaje. Uz to, pojedini sadržaji nisu ažurirani godinama, tako da se stiče utisak da se ne vodi dovoljno računa o sadržajima na stranicama. Sličnost u izgledu nekoliko stranica, sa poveznicama na društvene mreže koje se generalno ne koriste mnogo u BiH, pokazuje da pri izradi stranica nisu uzete u obzir potrebe i navike stanovništva, već da se pratio generički šablon.

---

5 Elvir Halilović, urednik, RTV Vogošća, telefonski intervju, 19. 2. 2018,

## 5.2 Djelomično iskorišteni potencijali za komunikaciju putem *Facebooka*

Najrasprostranjenija društvena mreža u BiH je *Facebook*, što je praćeno i značajnim prisustvom javnih lokalnih medija na ovoj mreži. Na *Facebooku* svoju stranicu ima 58 javnih lokalnih medija, od kojih 55 aktivnu, što je definisano kao postavljanje sadržaja barem jednom sedmično

Većina medija sadržaj postavlja više puta dnevno i *Facebook* se prije svega koristi kao dodatna platforma za plasiranje vijesti. Dostupnost drugih relevantnih informacija na stranicama na *Facebooku* lokalnih javnih medija je ograničena. Naprimjer, samo dva medija objavljuju impresum na svojoj stranici na *Facebooku*, dok devet medija ne objavljuju kontakt-podatke. Trideset javnih lokalnih medija (više od pola, tj. 51.7%) dozvoljavaju i da se na njihovim profilima izraze mišljenja, daju komentari i uputi na dodatne informacije i teme kroz postavljanje korisničkog sadržaja (*visitor posts*). Samo 5 od 58 medija, koji imaju stranicu na *Facebooku*, ne nudi mogućnost slanja poruka (Tabela 3).

**Tabela 3:** Informacije i opcije na *Facebooku* (podaci sa 58 stranica)

Ponudene opcije	Broj medija
Impresum	2
Kontakt-podaci	46
Komentarisanje sadržaja	55
Postavljanje sadržaja	30
Slanje poruka	53



Većina stranica medija na *Facebooku* nudi mogućnost slanja poruka (*chat*), tj. samo 4 medija ne nude mogućnost slanja poruka. Na dobijene poruke predstavnici medija odgovaraju veoma brzo, pokazujući time izvjesnu odgovornost prema građanima. Podaci o brzini odgovaranja na poruke dostupni su za 46 stranica i oni ukazuju na to da 11 medija odgovara za jedan dan, 19 za nekoliko sati, 8 za jedan sat, a 8 medija odgovara u roku od nekoliko minuta.

Broj pratitelja stranica na *Facebooku* u vrijeme finaliziranja analize (april 2018.) varirao je od par desetina do 27.592, a prosječna vrijednost (aritmetička sredina) iznosila je 3.641 pratitelj. Medijana od 4.778 pratitelja pokazuje da tek mali broj medija ima ekstremno nizak, pa i ekstremno visok broj pratitelja (Tabela 4), dok većina medija ima par hiljada do nekoliko hiljada pratilaca.

**Tabela 4:** Mediji sa najviše i najmanje pratitelja na *Facebooku* u aprilu 2018. (podaci sa 58 stranica)

Medij	Broj pratitelja	Medij	Broj pratitelja
RTV Zenica	27.592	Televizija Rudo	21
Televizija Tuzlanskog Kantona	25.439	RTV Bugojno	201
Radio Velika Kladuša	21.616	Radio Goražde	234
Televizija Kantona Sarajevo	20.704	Radio Gradska Mreža	239

Rezultati analize stranica na *Facebooku*, prema tome, sugeriraju da su javni lokalni mediji u BiH prepoznali potencijal za plasiranje informacija i povezivanje sa građanima, a koje nudi *Facebook*. Iako istraživanje nije obuhvatilo analizu sadržaja pojedinih postova, pregled stranica na *Facebooku* upućuje na pretpostavku da javni mediji ne koriste ovu platformu

za produkciju originalnih sadržaja i plasiranje dodatnih informacija, već prvenstveno za plasiranje sadržaja već objavljenih na web-stranicama ili u programu radija i/ili televizije. Samo dva medija na svojoj stranici na *Facebooku* imaju podatke o zaposlenima, što ukazuje na manjak transparentnosti javnih lokalnih medija i na društvenim mrežama.

### 5.3 Twitter još uvijek slabo korištena platforma

Na *Twitteru* profile ima 17 javnih lokalnih medija. Od toga ih je samo 9 aktivno,<sup>6</sup> tj. uključuje sadržaje objavljene u proteklih mjesec dana od datuma monitoringa (april 2018.), dok sedam medija ima profile na kojima ništa nije objavljeno više od godinu dana, a TV USK ima nalog bez ijednog objavljenog sadržaja (*tweeta*). Pritom aktivnost lokalnih medija na *Twitteru* varira, od više hiljada *tweetova* (najviše, tj. 20.100, ima Radio Ljubuški a zatim Radio Brčko sa 13.900 objava) do svega nekoliko *tweetova* (ili čak samo jednog *tweeta* na nalogu Radija Novi Grad). Ukupan broj svih *tweetova* objavljenih od strane bosanskohercegovačkih javnih lokalnih medija na dan zaključenja analize u aprilu 2018. godine bio je 51.054. Iako je aritmetički prosjek *tweetova* 3.003 po mediju, srednji broj *tweetova*, tj. medijana, iznosi 16, što ukazuje na to da većina medija objavljuje manji broj *tweetova*, a tek nekolicina objavljuje veći broj.

Broj pratilaca je u cjelini značajno niži nego na *Facebooku* i u prosjeku iznosi par desetina (medijana: 38), dok najviše pratitelja ima Televizija Kantona Sarajevo (3.066), a najmanje Radio Novi Grad (1).

Treba imati na umu da ni najpopularniji mediji ne dobivaju redovne i značajne reakcije na sadržaje na *Twitteru* postove. Tako internetski medij *Klix*, koji objavljuje sadržaje više puta

<sup>6</sup> Za Facebook, kao vrlo popularnu platformu u BiH, „aktivan profil“ je onaj na kome je objavljen sadržaj u posljednjih sedam dana, dok se, s obzirom na manju popularnost Twittera, aktivnim profilom na ovoj mreži smatra profil s barem jednim objavljenim sadržajem u proteklih mjesec dana.

dnevno putem *Twittera*, i ima preko 100.000 *tweetova* i blizu 100.000 pratitelja, najčešće nema nikakve reakcije na sadržaje. Zbog toga je nedostatak angažmana na profilima malih lokalnih javnih medija na *Twitteru* očekivan. *Twitter* bi u narednom periodu mogao biti način za ove medije da dopru do različitih grupa i unaprijede interakciju s javnostima, ukoliko bi se prevazišli problemi poput nedostatka ljudskih kapaciteta za upravljanje različitim društvenim mrežama.

## 6. Mediji zajednice kao dodatni model participacijske funkcije medija

Tip medija za koji se smatra da ostvaruju “participacijsku funkciju medija u suvremenom okruženju u punoj mjeri” (Kunac i Roller 2015: 861–62) jesu mediji zajednice (engl.: *community media*). Mediji zajednice „[...] su otvoreni za učesće u pravljenu programa i upravljanju za članove zajednice“ (AMARC, n.d.). Ciljevi medija zajednice su „promocija društvenog razvoja, ljudskih prava, kulturne raznolikosti, pluralizma informacija i mišljenja, mirnog suživota, jačanje društvenih i kulturnih identiteta. Oni daju prostor onima koji nemaju druge mogućnosti da se izraze i osiguravaju medijsku prisutnost zajednicama koje bi bez toga bile zanemarene. Oni moraju jamčiti pristup, dijalog i participaciju svim društvenim pokretima, rasama, etničkim skupinama, rodovima, seksualnim orijentacijama, vjerama, dobnim skupinama“ (Kunac i Roller 2015: 864).

Vijeće Evrope, čija je i BiH članica, izdalo je nekoliko dokumenata kroz koje se države članice pozivaju na podsticanje razvoja neprofitnih medija (Preporuka CM/Rec/2007/2 o medijskom pluralizmu i raznolikosti medijskog sadržaja, Deklaracija Komiteta ministara Vijeća Evrope o ulozi medija zajednice u promociji društvene kohezije i interkulturnog dijaloga, 2009).

Mediji zajednice bi potencijalno mogli doprinijeti demokratizaciji medijskog okruženja u BiH kroz ispunjavanje onih funkcija koje javni lokalni mediji u BiH trenutno nedovoljno ispunjavaju. Međutim da su ti potencijali uglavnom neiskorišteni, pokazuje činjenica da u

BiH trenutno postoje tek tri neprofitna elektronska medija.<sup>7</sup> Jedan od tih medija je Radio *Active* iz Zenice, fokusiran prije svega na prava mladih:

„Glavna motivacija za pridruživanje Radiju *Active* za sve ove ljude koji su tu jeste prije svega nepostojanje prostora da se oni izraze na bilo koji način. Govorimo o području Zenice, a onda vjerovatno i kompletnoj BiH [...] U Zenici nema adekvatnih NVO-a, nema prostora, Doma mladih, omladinskih centara, gdje bi mladi mogli da se na neki način izraze. Drugi razlog je sama ideja da mladi imaju priliku da kreiraju nešto vlastito, nešto svoje.“<sup>8</sup>

S obzirom da su ovi mediji po svojoj prirodi orijentisani ka određenoj zajednici koja ujedno njima upravlja, i da nisu direktno ovisni od lokalnih vlasti, može se pretpostaviti da bi građani imali više interesovanja i povjerenja potrebnog za učesće u diskusijama od interesa za lokalne zajednice putem ovakvih medija, pa bi time bili prevaziđeni neki od problema koji se vezuju za participaciju građana kroz djelovanje lokalnih javnih medija.

Mediji zajednice koji danas postoje u BiH također pate od nedostatka resursa koji umanjuju njihove participativne potencijale. Radio *Active*, naprimjer, ima samo jednu zaposlenu osobu i još 4 osobe u menadžmentu, koje rade po ugovoru o djelu. Ostatak tima čine volonteri koji dobijaju određenu naknadu za svoj rad ili to čine besplatno. Poteškoće s upošljavanjem i zadržavanjem kvalitetnih novinara i urednika u medijima zajednice su, međutim, prisutne i u drugim državama, pa tako naš sagovornik s Georgia Institute of Technology, naprimjer,

7 Razlozi zašto se ovaj medijski sektor u BiH još uvijek nije razvio su prije svega u nedostatku podsticajnih politika. Suprotno međunarodnim preporukama, poput UNESCO-vih (The Centre for Law and Democracy, 2017) i deklaracija Vijeća Evrope (Komitet ministara, 2009), koje podvlače potrebu za ispitivanjem mogućnosti finansiranja medija zajednice na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou, u BiH ovo ostaje potpuno zanemareno pitanje i ne postoje javni fondovi predviđeni za ove medije. Registracija medija zajednice moguća je samo u radijskom, ali ne i TV sektoru, a uz to zakonski im nije dozvoljeno primati prihode od oglašavanja (Pravilo 76/2015, član 12, stav 6).

8 Ernad Bihorac, direktor, Radio Active Zenica, telefonski intervju, 17. 2. 2018.

navodi: „U Sjedinjenim Američkim Državama, na 320 miliona stanovnika, ako se desi 100 osoba koje su dobri proizvođači medijskog sadržaja, to je dobar broj“,<sup>9</sup> dodajući da talentovani pojedinci ubrzo napuste medije zajednice kako bi radili na medijima većeg dometa i utjecaja. Ovaj problem je moguće dijelom riješiti i kroz razmjenu osoblja sa drugim medijima. Tako, naprimjer, i Deklaracija Vijeća Evrope (Komitet ministara 2009) predlaže razmjenu osoblja sa drugim medijima iz različitih medijskih sektora, uz razmjene volontera i programe za stažiste.

## 7. Zaključci i preporuke

Participativni mehanizmi javnih lokalnih medija u BiH nedovoljno su razvijeni i na polju tradicionalnih metoda, kao i u sferi interneta. Većina javnih lokalnih medija prepoznala je mogućnosti koje im nudi internetski prostor te imaju određeno prisustvo, web-stranice i profile na društvenim mrežama, prvenstveno na *Facebooku*, dok *Twitter* koristi samo mali broj ovih medija. Međutim, nedostatak transparentnosti vidljiv je, naprimjer, u tome što oko tri četvrtine javnih lokalnih medija na web-stranicama ne objavljuju impresum, a još manje njih na *Facebooku*. Mogućnosti interakcije s građanima putem web-stranica ograničena je na objavljene kontakt-informacije i/ili kontakt-formulare (94% medija), mogućnost dijeljenja sadržaja putem društvenih mreža (oko 48% medija) i dijelom na komentare na sadržaje (oko 20% medija), dok ne postoje online *chat*, forumi i korisnički blogovi. Na *Facebooku* su te mogućnosti značajno razvijenije pa tako većina medija nudi mogućnost ostavljanja komentara i dijeljenja sadržaja, kao i *chata* sa korisnicima na čije poruke mediji odgovaraju veoma brzo, a nešto više od pola omogućava i ostavljanje postova korisnika.

Iako su na to obavezani pravilima RAK-a, pojedini javni lokalni mediji nemaju urednička vijeća koja bi imala savjetodavnu funkciju i promovisala interese lokalne zajednice pri kreiranju programa. Pritom postoji nedostatak interesovanja za podsticanje uspostave i rada ovih vijeća. Tamo gdje urednička vijeća postoje, njihov rad se često ocjenjuje nedovoljno aktivnim a utjecaj marginalnim. Ne postoje mehanizmi nadzora nad postojanjem i funkcionisanjem ovih tijela, mediji sami često ne rade aktivno na uspostavi vijeća, a među građanima postoji manjak interesa za članstvo i redovno i aktivno učešće u radu uredničkih vijeća, dijelom jer je uvriježeno mišljenje da ova tijela ne mogu adekvatno vršiti svoju funkciju zbog snažnih političkih utjecaja u javnim medijima. Nadalje, sastav i biografije članova kao i zaključci ovih tijela ne objavljuju se na web-stranicama javnih medija.

Žalbene procedure za građane postoje, ali nisu objašnjene na web-stranicama medija. Javni lokalni mediji u BiH građane u svoj sadržaj uključuju u određenoj mjeri preko kontakt-emisija, međutim, prema iskustvima nekih sagovornika, ne postoji velika zainteresovanost građana za dijalog i diskusiju o važnim društveno-političkim pitanjima, što sugerise da je problem sa komunikacijom dvosmjernan.

Vrsta medija koja bi mogla poslužiti kao dobar model participativne komunikacije i prevazići neke od gore navedenih problema koji obeshrabruju participaciju građana, jesu mediji zajednice. Međutim, ovi mediji u BiH se suočavaju sa problemima legislativne i finansijske prirode koji onemogućavaju značajniji razvoj ovog sektora i sprečavaju postojeće medije zajednice da ostvare svoj puni potencijal. Preporuke pojedinih međunarodnih tijela upućuju na mogućnost saradnje javnih lokalnih medija sa medijima zajednice (Komitet ministara 2009) i finansijsku podršku kako bi se omogućilo puno ispunjavanje društvene funkcije medija zajednice (The Centre for Law and Democracy 2017; Komitet ministara 2009).

Lokalni javni mediji imaju ključnu ulogu u lokalnoj demokratiji, ali trenutno u BiH građani nisu u dovoljnoj mjeri uključeni u njihovo djelovanje i kreiranje programskih politika, pa se u tim medijima ne osigurava ni pluralizam glasova i zadovoljenje potreba lokalnih zajednica. Zbog toga je potrebno tražiti rješenja na nivou medijskih politika u BiH.

Paralelno sa strukturalnim promjenama koje će omogućiti veću neovisnost javnih lokalnih medija,<sup>10</sup> javni lokalni mediji trebaju raditi na promoviranju interakcije sa građanima kako bi svoje programe kreirali u skladu sa identificiranim potrebama različitih segmenata lokalne zajednice i njihove glasove uključili u medijske sadržaje. Preciznije preporuke za poboljšanje komunikacije između javnih lokalnih medija i građana su sljedeće:



- *Programska i urednička vijeća i odbori:* Postojećim pravilima RAK-a kojima se definiše obaveza uspostave ovih savjetodavnih tijela koji trebaju da odražavaju različite društvene grupe potrebno je dodati i preciznije definisanje sastava vijeća, uključujući obavezu jednake rodne zastupljenosti te preciziranje različitih društvenih grupa koje članovi vijeća idealno trebaju predstavljati (različite starosne, etničke i manjinske skupine). S obzirom na to da rezultati istraživanja indiciraju nedovoljnu zainteresovanost za pridruživanje programskim i uredničkim vijećima, potrebno je aktivnije raditi na *regrutiranju* njihovih članova. Rezultati istraživanja ukazuju na neredovne sastanke ovih vijeća, što ukazuje na to da je potrebna uspostava mehanizama nadzora nad radom ovih tijela. Preciznije, potrebno je omogućiti uvid javnosti u njihov rad, kroz objavljivanje sastava i biografija i zaključaka sa sastanaka ovih tijela, kao i redovne izvještaje o mjerama koja poduzimaju rukovodeće i uredničke strukture medija u skladu sa tim zaključcima.
- *Web-stranice javnih lokalnih medija:* Entitetska ministarstva nadležna za medije i lokalnu upravu, lokalne vlasti, Regulatorna agencija za komunikacije i Vijeće za štampu,<sup>11</sup> u konsultaciji sa medijskom i širom zajednicom, trebalo bi da uspostave osnovna pravila prisustva javnih lokalnih medija, tj. emitera, na internetu. Javni lokalni mediji trebali bi prije svega imati web-stranice odvojene od onih koje koriste lokalne vlasti, u svrhu osiguravanja veće uredničke nezavisnosti. Na web-stranice javnih lokalnih medija potrebno je postaviti impresume sa podacima o zaposlenima i kontakt-podatke. Web-stranice nadalje treba učiniti pristupačnijim osobama sa smetnjama u vidu uvođenjem opcije sinteze govora na osnovu pisanog teksta za osobe sa oštećenim vidom, kao i mogućnosti uvećavanja teksta. Spomenutim pravilima treba podsticati razvoj dodatnih opcija interakcije i uspostavljanje procedura za moderiranje tih sadržaja i odgovore na upite i poruke građana dobivene tim putem.

---

11 Vijeće za štampu se trenutno ne bavi samoregulacijom online sadržaja ovih medija, ali može biti uključeno u buduće konsultacije i aktivnosti.

- *Žalbene procedure:* Kroz definisanje procedura u internim dokumentima i njihovu primjenu, javni lokalni mediji trebaju omogućiti adekvatno postupanje sa žalbama i komentarima građana. Pored upućivanja žalbi direktno u prostorijama medija, potrebno je obavezno omogućiti žalbe putem e-maila i internetskih platformi. Na web-stranicama javnih lokalnih medija trebalo bi jasno naznačiti kakve su žalbene procedure i prava građana, na koji način i u kojem roku mediji procesuiraju primljene žalbe i kakav je mogući ishod žalbi/sugestija građana. Također, istim putem građane treba informirati o promjenama nastalim kao rezultat primljenih sugestija i žalbi, čime će se pokazati odgovornost prema javnosti i podstaći dalja interakcija građana sa ovim medijima. Slično tome, putem internetskih platformi i programa javnih lokalnih medija potrebno je aktivno pozivati građane da upute sugestije, predlože relevantne teme i događaje o kojim bi medij trebao izvještavati, te da sami dostave materijale (fotografije, video snimke i sl.) sa mjesta dešavanja.
- *Kapaciteti javnih lokalnih medija:* Potrebno je jačati ljudske kapacitete (dodatnim upošljavanjem i obučavanjem osoblja) za komunikaciju sa građanima na internetu i upravljanje forumima, *chatovima* i društvenim mrežama.<sup>12</sup> Dodatno, civilni sektor bi se mogao uključiti, putem organizacije radionica za javne lokalne medije na kojima bi se osoblje obučavalo za korištenje i vođenje internetskih platformi.
- *Konsultacije s građanima i saradnja:* Potrebno je unaprijediti mehanizme kojima će se osigurati da sadržaji javnih medija odražavaju potrebe lokalne zajednice. Primjer konsultacije sa članovima mjesnih zajednica i učešća članova mjesnih zajednica u produkciji programa jedan je od pozitivnih primjera saradnje. Slična saradnja može se uspostaviti sa civilnim društvom, različitim organizacijama i udruženjima.

---

12 Za preporuke o načinu finansiranja javnih lokalnih medija kakvo bi omogućilo razvoj kapaciteta pogledati izvještaj Amira Purića.

- *Mediji zajednice:* Nadležna ministarstva komunikacija i saobraćaja, RAK i Konkurencijsko vijeće BiH trebaju razmotriti razvoj politika za djelomičnu transformaciju javnih lokalnih medija u medije zajednice u budućnosti, kako bi se s jedne strane onemogućilo uplitanje lokalnih vlasti u rad ovih medija, a s druge strane kroz razvoj medija zajednice unaprijedilo učesće predstavnika zajednice u javnom komuniciranju. Uz to su potrebne izmjene javnih politika (uključujući pravila RAK-a), kojima bi se omogućilo finansiranje neprofitnih medija iz javnih fondova - naprimjer „iz prihoda ostvarenih prodajom spektra telekomunikacijskim operaterima“ (The Centre for Law and Democracy for UNESCO 2017) i iz komercijalnih izvora.
- Pluralizam sadržaja javnih lokalnih medija se nadalje može unaprijediti i kroz saradnju sa medijima zajednice i moguću zajedničku produkciju određenih sadržaja. S tim ciljem, a i kako bi se prevazišli aktuelni problemi sa finansijskim i ljudskim kapacitetima u oba medijska sektora, potrebno je ohrabriti saradnju između medija zajednice i javnih lokalnih medija kroz programe razmjene i mentorstva osoblja. Resorna ministarstva bi trebala biti uključena u ove procese i podupirati ih izgradnjom politika i grantovima dok bi nevladin sektor i novinarska udruženja također mogli nositi dio ovih aktivnosti.

## Bibliografija

- AMARC. World Association of Community Radio Broadcasters. "AMARC Statutes." AMARC. <http://www.amarc.org/?q=node/1330> (stranica posjećena 12.03.2018.)
- Bulmer, Elliot. 2017. "Local Democracy: International IDEA Constitution-Building Primer 13." Stockholm: International IDEA. <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/local-democracy-primer.pdf> (stranica posjećena 23.03.2018.)
- Doyle, Gillian. 2002. *Media Ownership: The economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media*. London: SAGE Publications Ltd.
- Gosselin, Tania. 2010. "Lokalni mediji, demokratska vladavina i participacija građana: Teorijski pregled." U *Komunikacija i zajednica: Građani, mediji i lokalna uprava u Bosni i Hercegovini*, uredio Tarik Jusić, 15–53. Sarajevo: Mediacentar Sarajevo.
- Hayes, Danny i Jennifer L. Lawless. 2015. "As Local News Goes, So Goes Citizen Engagement: Media, Knowledge, and Participation in US House Elections." *The Journal of Politics* 77(2):447-462. DOI: 10.1086/679749.
- Hayes, Danny i Jennifer L. Lawless. 2018. "The Decline of Local News and Its Effects: New Evidence from Longitudinal Data." *The Journal of Politics* 80(1):332-336. DOI: 10.1086/694105.
- Hodžić, Sanela i Lidija Pisker. 2018. *Media Sustainability Index: Bosnia-Herzegovina*. IREX. <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2017-bosnia-and-herzegovina.pdf> (stranica posjećena 20.03.2018.)
- Internet World Stats. "Internet in Europe Stats." Internet World Stats. <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> (stranica posjećena 10.01.2018.)
- Jusić, Tarik i Sanela Hodžić. 2010. "Lokalni mediji i lokalne zajednice: Ka javnim politikama za promociju lokalnih medijskih sadržaja u Bosni i Hercegovini." U *Komunikacija i zajednica: Građani, mediji i lokalna uprava u Bosni i Hercegovini*, uredio Tarik Jusić, 53-123. Sarajevo: Mediacentar Sarajevo.

- Kern European Affairs (KEA) for The Directorate General Internal Policies of the Union. 2007. *The State of Community Media in the European Union*. European Parliament. Dostupno na [http://cmfe.eu/docs/1166366638\\_The%20state%20of%20community%20media.pdf](http://cmfe.eu/docs/1166366638_The%20state%20of%20community%20media.pdf)
- Komitet ministara Savjeta Evrope. *Declaration of the Committee of Ministers on protecting the role of the media in democracy in the context of media concentration*. 2007. Dostupno na: [https://eos.cartercenter.org/uploads/document\\_file/path/213/Committee\\_of\\_Ministers.pdf](https://eos.cartercenter.org/uploads/document_file/path/213/Committee_of_Ministers.pdf) (stranica posjećena 01.05.2018.)
- Komitet ministara Savjeta Evrope. *Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue*. 2009. Dostupno na: [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectID=09000016805d1bd1](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d1bd1) (stranica posjećena 01.05.2018.)
- Komitet ministara Savjeta Evrope. *Recommendation CM/Rec(2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content*. 2007. Dostupno na: [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=09000016805d6be3](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805d6be3) (stranica posjećena 01.05.2018.)
- Komitet ministara Savjeta Evrope. *Recommendation No. R (99) 1 on Measures to Promote Media Pluralism (and Explanatory Memorandum)*. 1999. Dostupno na: <https://rm.coe.int/16804fa377> (stranica posjećena 01.05.2018.)
- Kübler, Daniel i Christopher Goodman. 2018. "Newspaper Markets and Municipal Politics: How Audience and Congruence Increase Turnout in Local Elections." *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* 28(3): 1-20. DOI: 10.1080/17457289.2018.1442344.
- Kunac, Suzana i Vesna Roller. 2015. "Lokalni mediji i demokracija u Hrvatskoj: neiskorišteni potencijal." *In Medias Res: Časopis filozofije medija* 4(6): 860-880.
- Mediamonitor. "The concept of pluralism: media diversity." Mediamonitor. <http://www.mediamonitor.nl/english/the-concept-of-pluralism-media-diversity/> (stranica posjećena 01.05.2018.)

- Milan, Stefania. 2009. "Four Steps to Community Media as a Development Tool." *Development in Practice* 19(4-5): 598-609.
- OSCE. *Inicijativa Lokalno je primarno*. Sarajevo: OSCE. 2009. <http://www.osce.org/bs/bih/110200?download=true> (stranica posjećena 12.02.2018.)
- Peruško, Zrinjka. 2010. "Chapter 13. The link That Matters: Media Concentration and Diversity of Content." U *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*, 261-273. Budapest: Central European University Press.
- Pravilo broj 01/1999 o definiciji i obaveze javnog emitovanja, *Službeni glasnik BiH* 32/04. Dostupno na <http://bhric.ba/dokumenti/BHS%206a%20RAK%20uredba%20o%20obavezama%20javnog%20emitovanja.pdf>
- Pravilo 76/2015 o pružanju medijskih usluga radija, *Službeni glasnik BiH* 3/16. Dostupno na <http://www.sluzbenilist.ba/page/akt/LTy4o5tRK0w=>
- Pravilo 77/2015 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga, *Službeni glasnik BiH* 3/16. Dostupno na <http://www.sluzbenilist.ba/page/akt/ousBBgztz5k76kjn45hW0KHQ=>
- Regulatorna agencija za komunikacije (RAK). Godišnja anketa korisnika RAK dozvola za pružanje internet usluga u Bosni i Hercegovini za 2017. godinu. Dostupno na: <http://www.rak.ba/bos/index.php?uid=1272548201>
- Shaker, Lee. 2014. "Dead Newspapers and Citizens' Civic Engagement." *Political Communication*. 31(1):131-148. DOI: 10.1080/10584609.2012.762817.
- Yazaki, Yukihiro. 2017. "Newspapers and Political Accountability: Evidence from Japan." *Public Choice, Springer* 172(3): 311-331. DOI: 10.1007/s11127-017-0444-x.
- Zakon o komunikacijama, *Službeni glasnik BiH*, 31/03. Dostupno na <http://legalist.ba/wp-content/uploads/2014/02/Zakon-o-komunikacijama-BiH-neslužbeni-precisceni-tekst.pdf>

## Intervjui i pisana prepiska

Dragana Sivonjić, Radio Vitez, urednica, telefonski intervju, 16. 7. 2018

Elvir Halilović, RTV Vogošća, urednik, telefonski intervju, 16. 7. 2018.

Ernad Bihorac, Radio Active Zenica, direktor, telefonski intervju, 17. 2. 2018.

Hans Klein. Georgia Institute of Technology, profesor, stručnjak za medijske politike i medije zajednice, 17. 3. 2018.

Nermina Durić-Kahvedžić, Radio Ilijaš, urednica, telefonski intervju, 17. 7. 2018.

Regulatorna agencija za komunikacije Bosne i Hercegovine (RAK BiH), *e-mail* prepiska, 26. 7. 2018.

Tihomir Bijelić, Radiopostaja Orašje, urednik, telefonski intervju, 13. 7. 2018.

## Dodatak I: Lista pitanja korištenih za analizu web-stranica i društvenih mreža

### **Web stranica**

1. Da li medij ima web-stranicu?
2. Da li na web-stranici postoje podaci o mediju?
  - a) Impresum
  - b) Kontakt-podaci (osim e-mail adrese)
  - c) Podaci o uredničkom vijeću
3. Da li postoji *e-mail* adresa ili kontakt-formular?
  - a) *E-mail*
  - b) Navedi *e-mail*
  - c) Kontakt-formular
4. Da li medij ima svoj forum?
5. Da li postoji mogućnost otvaranja korisničkog bloga?
6. Da li medij nudi inkluzivne usluge za osobe sa smetnjama u vidu?
  - a) Glas
  - b) Verzija sa velikim tekstom
7. Postoji li mogućnost online *chata*?
8. Postoje li online ankete?
  - a) Da li postoji povratna informacija o anketama?
9. Da li medij ima *podcast* na stranici?
10. Da li postoji programska šema na stranici?
11. Da li postoji opcija žalbe na sadržaje na stranici?
12. Da li medij nudi mogućnost komentaranja direktno na stranici?
13. Da li medij nudi mogućnost dijeljenja sadržaja sa stranice?
14. Da li medij ima link na društvene mreže na stranici?



### **Društvene mreže**

1. Da li medij ima stranicu na *Facebooku*?
  - a) Da li je stranica medija na *Facebooku* aktivna?
2. Da li na toj stranici postoje informacije o mediju?
  - b) Impresum
  - c) Kontakt-podaci
3. Da li na toj stranici postoji mogućnost komentarisanja?
4. Da li na toj stranici postoji mogućnost postavljanja sadržaja (*visitor posts*)?
5. Da li postoji mogućnost slanja poruka?
  - d) Koliko brzo medij odgovara na poruke?
6. Da li postoje ankete? Ukoliko da, koji su primjeri?
  - e) Da li postoji povratna informacija na ankete?
7. Druge društvene mreže na kojima je medij prisutan, zabilježiti koje.

### **Ostalo**

1. Komentar, opservacija koja se ne uklapa u ostale kategorije.
2. Datum





**ANEKS I:**  
**UPITNIK ZA JAVNE LOKALNE MEDIJE**

Za početak, molimo Vas navedite ime medija, te naziv službe/službi ili imena i funkcije osobe/osoba koje su popunile upitnik.

Puni naziv medija: \_\_\_\_\_

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovalе u popunjavanju upitnika: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*Napomena: U istraživačkom izvještaju ćemo navesti spisak sa tim podacima, kao i spisak medija koji ne dostave popunjen upitnik.*

U nastavku su pitanja koja uključuju šest dijelova, odnosno tematskih oblasti: finansiranje, mjerenje gledanosti/slušanosti, imenovanja, smjene i kolektivno organiziranje, programski razvoj, participativne komunikacije i budućnost javnih lokalnih medija, pa će u popunjavanju upitnika vjerovatno biti potrebno konsultirati nekoliko osoba koje rade u Vašoj medijskoj kući. Unaprijed se zahvaljujemo svakome od njih za izdvojeno vrijeme i trud.

Molimo Vas da u desnoj koloni upišete tražene podatke, informacije i obrazloženja. Broj riječi nije ograničen. Gdje je moguće, molimo Vas da dodate linkove na konkurse, pozive i sve relevantne dokumente.

Ako je riječ i o televizijskoj i radiostanici, te se podaci o njima razlikuju, molimo Vas da to naznačite i odgovore navedete posebno za svaku.

**Dio I: Finansiranje**

<b>Pitanja</b>	<b>Odgovori</b>
1. Navedite ukupan iznos prihoda Vašeg medija za 2016. godinu:	
2. Navedite diferencirane iznose prihoda za 2016. godinu, preciznije: a) iznos prihoda koji dolaze od institucija vlasti b) iznos prihoda od javnih kompanija (kroz oglašavanje) c) iznos prihoda od drugih oglašivača (marketinških usluga) d) iznos drugih prihoda (ako ih imate).	
3. Ukoliko ste imali druge prihode (pored budžetskog finansiranja i marketinga) tokom 2016. godine, obrazložite o čemu je riječ.	
4. Navedite broj oglašivača koje je Vaš medij imao tokom 2016. godine, te koja je bila najviša a koja najniža cijena 30 sekundi oglašivačkog prostora u Vašem programu.	
5. Navedite pet oglašivača i/ili marketinških agencija od kojih ste dobili najznačajnije marketinške prihode u 2016. godini.	
6. Koja sredstva od institucija vlasti ste dobili tokom 2016. godine: a) redovno sufinansiranje; b) dodjela grantova; c) postupci javnih nabavki medijskih usluga; d) nešto drugo. Navesti šta.	

Pitanja	Odgovori
7. Da li se dodjela grantova i komercijalnih ugovora Vašem mediju iz javnih tijela i javnih preduzeća vršila po javnom pozivu (i gdje je javni poziv objavljen) ili direktnim sporazumima i pregovaračkim postupcima? Molimo Vas obrazložite i navedite primjere.	
8. Da li prihodi koje Vaš medij ostvaruje garantuju finansijsku održivost i omogućuju ulaganje u programski razvoj? Molimo Vas obrazložite.	
9. Da li je Vaš medij imao finansijskih poteškoća u proteklih pet godina? Ako da, molimo Vas obrazložite o kakvim poteškoćama se radilo?	
10. Jeste li imali iskustva sa finansijskim uslovljavanjima od strane institucija vlasti i/ili oglašivača? Ako da, molimo Vas, obrazložite.	

**Dio 2: Mjerenja gledanosti/slušanosti Vašeg programa**

Pitanja	Odgovori
1. Da li naručujete mjerenja gledanosti/slušanosti programa Vašeg medija? Ako da, ko sprovodi ta mjerenja, na kojem uzorku ispitanika, po kojoj metodologiji i koliko često? Molimo Vas obrazložite.	
2. Da li Vaš medij sam radi mjerenje gledanosti/slušanosti programa? Ako da, na koji način, na kojem uzorku, po kojoj metodologiji i koliko često? Molimo Vas obrazložite.	

**Pitanja****Odgovori**

3. Na koji način podaci o gledanosti/slušanosti (ili njihovo odsustvo) utiču na Vaše oglašivačko djelovanje? Molimo Vas obrazložite/navedite primjere.
4. Na koji način podaci o gledanosti/slušanosti, ili njihovo odsustvo, utiču na Vaše programsko planiranje i razvoj? Molimo Vas obrazložite/navedite primjere.

**Dio 3: Imenovanja, smjene i kolektivno organizovanje****Pitanja****Odgovori**

1. Navedite nazive akata prema kojima se vrši imenovanje glavnih urednika i direktora Vašeg medija. Da li su u njima definirani kriteriji, procedure, sastav tijela koja vrše imenovanja, te transparentnost procedura imenovanja? Molimo Vas obrazložite.
2. Navedite kriterije za imenovanja na pozicije urednika/direktora, sastav tijela/komisija koja vrše imenovanja, detalje o proceduri imenovanja, te koje informacije o procedurama tih imenovanja se objavljuju i na kojim platformama.
3. Koje je trajanje mandata glavnih urednika, a koje direktora Vašeg medija?
4. Kako su definisani razlozi i način za smjenu glavnih urednika i direktora? Navedite kojim dokumentima su regulisani postupci smjene.

Pitanja	Odgovori
5. Da li je u Vašem mediju dolazilo do smjena glavnih urednika i direktora u proteklih 5 godina? Ukoliko je odgovor da, navedite razloge zbog kojih je došlo do pokretanja tog/ tih postupaka.	
6. Da li Vaš medij ima upravni ili nadzorni odbor? Ako da, kakav je sastav tog tijela i koja je njegova uloga? Prema kojim procedurama i kriterijima se vrše imenovanja upravnih i nadzornih odbora? Ko vrši odabir članova nadzornih odbora? Da li i gdje se objavljuje oglas? Kojim aktima su definisani kriteriji i procedure imenovanja?	
7. Profil urednika/urednice u Vašem mediju, uključujući: a) obrazovanje (srednja/viša/visoka sprema i zvanje) b) dodatne kvalifikacije (navedite nekoliko najvažnijih referenci)	
8. Profil direktora u Vašem mediju, preciznije: a) obrazovanje (srednja/viša/visoka sprema i zvanje) b) dodatne kvalifikacije (navedite nekoliko najvažnijih referenci)	
9. U slučaju zapošljavanja novinara, ko ocjenjuje i odlučuje o izboru kandidata?	
10. Da li se u bilo kojim s imenovanjima konsultuju članovi redakcije? Molimo Vas obrazložite/ navedite primjere.	



**Pitanja****Odgovori**

11. Navedite koliko osoba u Vašem mediju je angažovano prema
- ugovoru na određeno;
  - ugovoru na neodređeno;
  - ugovoru o djelu/autorskom djelu.
- 
12. Da li u Vašem mediju postoji neki oblik radničkog organizovanja i učešća zaposlenih u donošenju ključnih odluka unutar medija? Ako da, molimo Vas navedite o čemu je riječ:
- rganizovanje kroz rad kolegijuma;
  - sindikavno organizovanje;
  - učešće u strukovnim novinarskim udruženjima;
  - drugo - navedite šta.
- 
13. Da li Vaši statuti i/ili ugovori sa novinarima/urednicima sadrže klauzulu savjesti? Kako je ona formulisana, molimo Vas za citat.
- 
14. Da li je bilo pokušaja uticaja na Vašu uredničku neovisnost i autonomiju novinara? Ako da, molimo Vas obrazložite od strane koga i na koji način, navedite primjere.
- 

**Dio 4: Programski razvoj****Pitanja****Odgovori**

1. Kako je definisana misija Vašeg medija? Da li je u bilo kojim aktima definisan javni interes kojem medij služi i ako da, na koji način? Molimo Vas obrazložite.
-

Pitanja	Odgovori
2. Da li Vaša medijska kuća objavljuje izvještaje o programu (u okviru izvještaja o radu i poslovanju ili drugačije)? Ako da, molimo Vas navedite gdje su oni dostupni.	
3. Ko unutar Vašeg medija učestvuje u kreiranju programske šeme, te koji faktori utiču na sadržaj programske šeme (npr. programske obaveze, podaci o gledanosti/ slušanosti, rezultati ispitivanja javnog mnijenja, procjena redakcije o potrebama Vaše ciljne publike, savjeti Uredničkog vijeća itd.)?	
4. Koliki omjer Vašeg programa se odnosi na Vašu vlastitu produkciju, koji omjer na informativne programe, koji na obrazovne programe, te koji omjer na teme iz Vaše lokalne zajednice (opštine/grada/kantona)?	
5. Da li označavate (na web-stranicama Vašeg medija ili drugačije) da je Vaš medij sufinansiran javnim sredstvima? Da li označavate da je konkretan sadržaj sufinansiran javnim novcem (u najavi programa, na odjavnoj špici i sl.)? Molimo Vas navedite o kojim konkretnim sadržajima je riječ i obrazložite na koji način su prezentirane te informacije.	

**Dio 5: Participativne komunikacije**

Pitanja	Odgovori
1. Imate li urednička, programska vijeća ili bilo koja tijela unutar medija čija je nominalna uloga savjetovanje o programu Vašeg medija? Ako je odgovor da, molimo Vas obrazložite o kojem tijelu je riječ i koliko članova ima. Ako je odgovor ne, pređite na pitanje 5.	
2. Prema kojim kriterijima, procedurama i aktima se biraju članovi tog tijela, ko predlaže članove, da li se izbor vrši po javnom pozivu, te ko vrši ta imenovanja?	
3. Ukoliko imate takvo tijelo, navedite koji je profil njegovih aktuelnih članova, preciznije: <ul style="list-style-type: none"> <li>a) stepen obrazovanja i zvanje (visoka, viša, srednja stručna sprema, zvanje)</li> <li>b) da li su neki od njih predstavnici građana tj. određenih segmenata populacije, te ako da, o kojim segmentima je riječ i kako se te osobe predlažu?</li> <li>c) dodatne kvalifikacije: navedite šta.</li> </ul>	
4. Koliko puta se Vijeće sastaje, te koliko i na koji način utječe na program Vaše stanice? Molimo Vas obrazložite, navedite primjere.	

Pitanja	Odgovori
5. Da li postoje interne procedure za prijem i odgovor na žalbe građana na Vaše sadržaje? Ukoliko da, obrazložite na koji način obavještavate građane o tim procedurama. Kojim putem se žalbe ulažu, koja osoba ili tijelo u Vašem mediju prima žalbe? Šta medij poduzima s njim u vezi i da li se ti postupci komuniciraju prema javnosti?	
6. Da li je lokalna zajednica uključena u proces programskog planiranja? Na koji način? Molimo Vas obrazložite, te navedite primjere.	
7. Imate li kontakt-emisije u kojima građani diskutiraju određena pitanja? Molimo Vas navedite o kojim emisijama je riječ (uključujući i nazive tih emisija)?	
8. Da li imate profile na društvenim mrežama ( <i>Facebook, Twitter, Instagram</i> i dr.) i da li preko njih komunicirate s građanima. Molimo Vas obrazložite o kojim pitanjima, na koji način i koliko često.	
9. Da li za slušaoce/gledaoce programa postoji opcija da Vam se obrate <i>e-mailom</i> ? Ukoliko da, kojim povodom i da li odgovarate na te poruke?	

**Dio 6:** *Budućnost javnih lokalnih medija*

<b>Pitanja</b>	<b>Odgovori</b>
1. Na koji način bi se mogla unaprijediti finansijska i urednička neovisnost lokalnih javnih medija? Molimo Vas obrazložite.	
2. Da li bi promjena statusa javnih lokalnih medija dovela medije u bolji ili lošiji položaj (privatizacija medija, ili transformacija u neprofitne medije, ili nešto treće). Molimo Vas obrazložite.	
3. U kojem pravcu bi idealno trebalo ići u programskom razvoju Vašeg medija? Molimo Vas obrazložite, navedite primjere. Šta najviše nedostaje, šta je najpotrebnije za lokalnu zajednicu?	
4. Dodajte bilo kakve dodatne komentare i napomene o gore navedenim ili povezanim pitanjima.	

Hvala Vam za izdvojeno vrijeme!

Molimo Vas da odgovore na upitnik dostavite do 20. decembra 2017.



**ANEKS 2:**

**LISTA MEDIJA KOJI SU UČESTVOVALI  
U ISPUNJAVANJU UPITNIKA**

## Federacija BiH

### ***JU „Kulturno-sportski centar i Radio Ilijaš“ (Opština Ilijaš)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovala u popunjavanju upitnika: Benis Fazlić, direktor; Nermina Durić-Kahvedžić, gl. i odgovorna urednica Radija Ilijaš

### ***JU Radio Olovo (Opština Olovo)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovala u popunjavanju upitnika: Kadir Plećan glavni i odgovorni urednik; Amira Milunić, novinar

### ***JP Radiopostaja Orašje (Opština Orašje)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovala u popunjavanju upitnika: Tihomir Bijelić, direktor

### ***JP Radio Prača (JP „Kulturno-informativni centar“ d. o. o“) (Opština Prača)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovala u popunjavanju upitnika: Ramiz Aganović, direktor

### ***JP TVSA (Kanton Sarajevo)***

Naziv službe/osoba koje su ispunjavale upitnik:  
Sektor programa/produkcije: Amra Zolj, izvršna direktorica programa i produkcije  
Pravna služba: Alma Avdić, šefica  
Služba finansija: Sanela Abaz, šefica



### ***JU Radio Vitez sa p. o. (Opština Vitez)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovale u popunjavanju upitnika: Dragana Sivonjić, direktorica; Knjigovodstveni servis, vl. Milko Mirković, Vitez

### ***JP Radio-televizija Velika Kladuša (Opština Velika Kladuša)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovale u popunjavanju upitnika: Adis Purić, v.d. direktora; Aldijana Purić, glavna i odgovorna urednica

### ***JP Radio Usora (Opština Usora)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovale u popunjavanju upitnika: Danijel Artmagić, v. d. direktora preduzeća

## **Republika Srpska**

### ***JP Radio Brod (Opština Brod)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovale u popunjavanju upitnika: Mile Škrga, direktor; Svjetlana Petković-Lukić, marketing

### ***JP Radio Gradiška (Opština Gradiška)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovale u popunjavanju upitnika: Knjigovodstveni biro Malešević; Aleksandra Stojanović; Snježana Lazendić

***JU Radio Nevesinje (JU Centar za informisanje i kulturu sa p. o. Nevesinje)  
(Opština Nevesinje)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovala u popunjavanju upitnika: Dragomir Grahovac

***JP Radio Novi Grad (Opština Novi Grad)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovala u popunjavanju upitnika: Služba zajedničkih poslova i Programska služba

***JP Radio Srbac (Opština Srbac)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovala u popunjavanju upitnika: Ljiljana Koščica, direktorica i gl. i odgovorna urednica; Snežana Čabrilo, administrativno-finansijska radnica

***JP Radio-televizija Višegrad (Opština Višegrad)***

Naziv službi/imena osoba koje su učestvovala u popunjavanju upitnika: Danijela Ristić

## O UREDNICAMA I AUTORIMA

**Sanela Hodžić** je diplomirala psihologiju na Filozofskom fakultetu u Sarajevu i magistrirala rodne studije na Centru za interdisciplinarnе studije Univerziteta u Sarajevu. Istražuje i objavljuje istraživačke izvještaje za komunikacije i medijske politike i prakse. Neki od novijih izvještaja daju holistički pregled stanja u medijskom sektoru, dok su drugi fokusirani na teme poput finansiranja i vlasništva nad medijima ili komunikacijskih praksi u kontekstu građanskih protesta i kriznih situacija. Pored Mediacentra Sarajevo, objavljivala je izvještaje za SEENPM mrežu, Mirovni institut iz Ljubljane, *European Journalism Network*, Irex, i druge izdavače.

**Anida Sokol** je istraživačica i koordinatorica istraživačkih projekata u Mediacentru Sarajevo. Magistrirala je engleski jezik i književnost na Filozofskom fakultetu u Sarajevu i doktorirala je kao stipendista Basileusa historiju Evrope na Univerzitetu Sapienza u Rimu, gdje je radila kao istraživačica. Objavljivala je radove o medijskim i jezičkim politikama i politikama memorije, između ostalog u časopisima *Politička misao* i *Medien & zeit*. Radi kao predavačica na Internacionalnom Univerzitetu Burch u Sarajevu, gdje predaje i predmet *Politika i mediji*.

**Amir Purić**, rođen 1989. godine u Bihaću, novinarstvom se bavi od 2012. godine. Magistrirao je u oktobru 2018. godine na regionalnom master-programu iz oblasti demokratije i ljudskih prava Centra za interdisciplinarnе studije Univerziteta u Sarajevu i diplomirao u januaru 2013. godine na Fakultetu političkih nauka u Banjoj Luci, na Odsjeku za novinarstvo i komunikologiju. Nakon diplomiranja radio za više lokalnih medija u Velikoj Kladaši, povremeno objavljivao na portalima *Diskriminacija.ba*, *Novinar.me*, *Gyka.com*, te u drugim medijima. Obavljao je funkciju glavnog urednika omladinskog magazina *Karika* i satiričnog portala *Karakter.ba*, a od 2017. godine je honorarni dopisnik *Deutsche Welle*.

**Jasna Kovo** (1988) magistrirala je i diplomirala na Odsjeku za književnosti naroda BiH i bosanski, hrvatski i srpski jezik na Filozofskom fakultetu u Sarajevu. Objavljivala je radove

iz književne kritike, kao i istraživanja o kulturi sjećanja, kulturnim i medijskim politikama. Također, bila je na poziciji projektne koordinatorice i istraživača u kulturnoj organizaciji *Akcija* te, između ostalog, dijelom istraživačkog tima „Kultura sjećanja u četiri lokalne zajednice u Bosni i Hercegovini” *Mirovne akademije* u Sarajevu.

**Bojana Vukojević** (1989) je zaposlena kao viši asistent na Univerzitetu u Banjoj Luci, na Fakultetu političkih nauka. Angažovana je na predmetima *Sociologija kulture*, *Sociologija religije*, *Socijalna antropologija*, *Sociologija morala* itd. Diplomirala je sociologiju 2012. godine na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Banjoj Luci. Magistrirala je sociologiju na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Novom Sadu i trenutno je student doktorskih studija. Autor je jedne knjige i nekoliko naučnih radova. Učestvovala je na više istraživačkih projekata, između ostalih na teme: medija, medijske odgovornosti, medijskog izvještavanja i kulturnih potreba.

**Maida Salkanović** je autorica i istraživačica rođena u Tuzli 1991. godine. Diplomirala je psihologiju i njemački i španski jezik na Occidental College u Los Angelesu, a magistrirala demokratiju i ljudska prava na zajedničkom studiju Univerziteta u Sarajevu i Univerziteta u Bologni. Kao novinarka radila je za sarajevski Centar za istraživačko novinarstvo (CIN) i portal *Klix*, te saradivala sa brojnim medijima i nevladinim organizacijama u zemlji i regionu. Istraživački interesi su joj najviše vezani za medije i pitanja roda, a trenutno istražuje političko nasilje i građanske proteste na području Balkana.