


Kragujevačka medijska scena

—

A large, solid red circle is positioned on the left side of the page, partially overlapping the teal background. It serves as a graphic element for the subtitle.


IGRE BEZ PRAVILA





Šumadijski centar za građanski aktivizam Res Publika je organizacija posvećena unapređenju kvaliteta informisanja građana i građanki Kragujevca. Od osnivanja, krajem 2014. godine, insistiramo da lokalna samouprava dosledno sprovodi Zakon o javnom informisanju i medijima, nadziremo raspodelu novca iz javnih izvora i nastojimo da utičemo na stvaranje boljih uslova za rad medija. Istovremeno, pomažemo novinarima i lokalnim redakcijama da unaprede svoj rad, organizujemo obuke i stručna usavršavanja, brinemo o bezbednosti medijskih profesionalaca i stalno insistiramo na solidarnosti i saradnji. Trudimo se da povežemo građane i novinare, da javnosti ukažemo na značaj profesionalnih medija za razvoj demokratije i pokrenemo debatu o temama važnim za lokalnu zajednicu.

Od 2020. godine Res Publika je lider Medijskog skloništa Kragujevac koje okuplja šest lokalnih redakcija posvećenih izveštavanju u javnom interesu. Radi daljeg unapređenja kvaliteta informisanja građana, zaštite medija od političkih i ekonomskih pritisaka, kao i podrške za uvođenje neophodnih inovacija, ove godine Res Publika je započela proces transformacije Medijskog skloništa u Media hub, razvojni i resurs centar za lokalne medije i dopisnike nacionalnih redakcija koji izveštavaju iz Kragujevca.



Grad Kragujevac mogao bi da bude apsolutni šampion među lokalnim samoupravama u Srbiji po visini iznosa koji na godišnjem nivou dodeljuje jednom mediju iz gradskog budžeta. Problem je međutim što se „takmiči“ van konkurencije i mimo zakonom utvrđenih pravila, pa uprkos izdašnim davanjima, redovno izostaje sa liste gradova rekordera u finansiranju medija. I dok jednom obezbeđuje apsolutno privilegovan položaj, kragujevačka gradska uprava je svim ostalim medijima godinama uskraćivala pristup javnom novcu, potpuno ignorišući zakonsku obavezu o raspisivanju medijskog konkursa. To se negativno odrazilo na održivost lokalnih informativnih glasila, koja su u borbi za opstanak kadrovski i tehnološki devastirana. Istovremeno, svoj uticaj u javnosti širili su internet portali nepoznatih vlasnika, koji publiku stižu, uglavnom, plasirajući sadržaj drugih medija. Bez redakcija, novinara i urednika i bez bilo kakve zakonske odgovornosti, koristeći se nepoštenom poslovnom praksom, nastoje da ostvare svoje, od javnosti skrivene interese u sferi politike i biznisa.

Povratak države u vlasništvo garant privilegovanog položaja

Grad Kragujevac već sedam godina, van svake konkurencije, ali i mimo pravila o dodeli državne pomoći medijima, novac dodeljuje Radio televiziji Kragujevac. Samo tokom 2022. ovoj medijskoj kući je na ime subvencija isplaćeno 58 miliona dinara. Prema podacima koje je Res Publika dobila na osnovu Zahteva za pristup informacijama od javnog značaja, svakog meseca oko 4,8 miliona dinara prebacivano je na račun RTK na ime troškova za «izmirivanje obaveza po osnovu zarada, naknada i ostalih obaveza prema zaposlenima i organima upravljanja i za obaveze prema dobavljačima». Poređenja radi, iznos jednak jednomesečnim subvencijama za RTK, 2022. je na javnom konkursu za svoje projekte dobilo ukupno osam medija sa sedištem u Kragujevcu (Kragujevačke novine, Glas Šumadije, Pressek, U centar, Radio Zlatousti, Radio 34, Radio 9, Hit narodni radio- Radio 9). Da novac koji dobija iz gradskog budžeta RTK ne stavlja u privilegovan položaj samo na lokalnoj medijskoj sceni, pokazuje BIRN-ova [Baza podataka o javnim konkursima](#), prema kojoj je iste godine rekorder među srpskim medijima bila Radio televizija Novi Pazar, kojoj je grad Novi Pazar za realizaciju projekta „Naš prioritet: Informisani građani i javni interes“, na konkursu odobrio 39,5 miliona dinara.

I pored toga što je Zakonom o javnom informisanju i medijima propisano da lokalne samouprave javnim novcem, preko konkursa, mogu da finansiraju isključivo medijske sadržaje kojima se ostvaruje javni interes u informisanju, grad Kragujevac godinama unazad finansira redovno poslovanje RTK, a iz gradske kase su namireni i svi dugovi nastali u periodu pre poništenja privatizacije. Naime, ovo nekada javno preduzeće, 2015. godine kupio je biznismen iz Kruševca [Radoica Milosavljević](#) za nešto više od 83 hiljade evra. Pošto novi vlasnik nije ispunjavao odredbe kupoprodajnog ugovora, nije uplaćivao zarade zaposlenima, niti izvršavao obaveze prema dobavljačima i državi, privatizacija je 2017. poništena. Država je [Uredbom o izmeni uredbe o prenosu kapitala bez naknade zaposlenima kod izdavača medija](#) omogućila da akcije, odnosno udeo iz Registra akcija i udela, bude prenet bez naknade gradovima ili opštinama na čijoj teritoriji je sedište izdavača medija, do sticanja uslova za novu privatizaciju. To je

omogućilo da se na zahtev grada Kragujevca, a uz saglasnost Vlade Srbije, u junu 2017. godine, izvrši prenos osnivačkih prava na lokalnu samoupravu, a da RTK svoje poslovanje formalno nastavi kao [Privredno društvo Radio- televizija Kragujevac doo](#). Time je ova medijska kuća, praktično, nastavila da funkcioniše kao u periodu pre privatizacije, kada je kao javno preduzeće dobijala subvencije iz gradskog budžeta. Iako je prema [Akcionom planu za sprovođenje Medijske strategije](#), ovaj privremeni status morao biti okončan u poslednjem kvartalu 2021, rok koji je država sebi dala da završi privatizaciju medija kod kojih su kupoprodajni ugovori bili raskinuti, nije ispunjen. Grad Kragujevac nastavlja da subvencionise redovno poslovanje ove medijske kuće i ne [samo da ne preispituje svrsishodnost i opravdanost potrošenog novca, već joj svake godine odobrava sve veće iznose](#), iako RTK u programima poslovanja navodi da joj je cilj „značajno smanjenje zavisnosti od subvencija osnivača“. Za sada nema studija i istraživanja kojima se ispituje stvarni uticaj ovog medija, obim publike, popularnosti i poverenja koje uživa među građanima koji je godinama izdašno finansiraju, ali je izvesno da je Radio televizija Kragujevac u redovnim okolnostima «sigurni glas» gradske uprave i vladajuće Srpske napredne stranke, a u vreme izbora deo [propagandne mašinerije](#).



FOTO 1- Radio televizija Kragujevac

„Zanimljivo je to što lokalna samouprava formalno RTK i ne tretira kao medij, već kao bilo koje javno preduzeće, pa je nakon jednog od poslednjih restrukturiranja gradske uprave PD Radio televizija Kragujevac završila pod ingerencijom Gradske uprave za komunalne poslove. Finansiranje ostalih medija je u nadležnosti Gradske uprave za društvene delatnosti, koja je zadužena za raspisivanje i realizaciju konkursa za proizvodnju medijskih sadržaja od javnog interesa.

Da gradska uprava Radio televiziju Kragujevac ne doživljava kao sredstvo javnog informisanja, već kao komunalno preduzeće, Res Publika se uverila i prilikom prikupljanja podataka za ovo istraživanje. Naime, po zahtevu da nam dostave informacije o «svim plaćanjima, po bilo kom osnovu, sa svih budžetskih linija prema

medijima i javnim glasilima...» ni jedna od gradskih uprava nije nam prosledila podatke o plaćanjima prema RTK. Tek kada smo u novom zahtevu to izričito zatražili, Gradska uprava za komunalne poslove dostavila nam je dokumentaciju za uplate Radio televiziji Kragujevac.

Subvencije u iznosu od 58 miliona dinara nisu sav budžetski novac koji je ova medijska kuća dobila iz gradskog budžeta tokom 2022. Dodatnih 5,2 miliona dinara Radio televizija Kragujevac naplatila je na osnovu Ugovora o pružanju usluga medijskog praćenja aktivnosti Skupštine grada Kragujevca. Prema dokumentaciji koju je Res Publika dobila od stručne službe Skupštine grada, reč je o realizaciji televizijskih prenosa zasedanja gradskog parlamenta, kao i o uslugama «*izveštavanja sa sednica Gradskog veća, na osnovu poziva korisnika usluge*».

Iako iznos kojim finansira RTK grad Kragujevac svrstava u sam vrh liste lokalnih samouprava po izdvajanjima za medije, taj podatak nije moguće pronaći pretragom baza javnih konkursa, niti istraživanja o javnim nabavkama za medijske usluge, koja poslednjih godina redovno objavljuju istraživačke redakcije i medijska udruženja. Obilna budžetska davanja usmerena ka RTK najčešće ostaju van radara, jer po aktuelnim medijskim zakonima zapravo i ne bi trebalo da postoje.

Nakon godina čekanja, ostalim medijima u Kragujevcu novac „na kašičicu“

Grad Kragujevac je punih šest godina ignorisao [zakonsku obavezu](#) da medijima dodeli novac na konkursu za sufinansiranje proizvodnje medijskih sadržaja od javnog interesa. Dok su se desetine miliona dinara godišnje slivale na račun RTK, poruka ostalima bila je da u budžetu nema para za konkursno sufinansiranje medija. Kako je na osiromašenom i gotovo nepostojećem lokalnom marketinškom tržištu, novac iz budžeta gradova i opština najveći, a često i jedini prihod lokalnih medija¹, onemogućavanje pristupa javnom novcu se veoma negativno odrazilo, pre svega, na tradicionalna informativna glasila.

U najtežem položaju našle su se Kragujevačke novine, kojima je zbog dugova prema štampariji početkom 2020. blokiran račun, što je ozbiljno [ugrozilo opstanak jedinog štampanog medija u Kragujevcu](#) i okolini. Zahvaljujući donatorskoj akciji, njegovo gašenje je izbegnuto, a od 2021, kada je medijski konkurs u Kragujevcu prvi put raspisan, Kragujevačke novine su zahvaljujući novcu iz gradskog budžeta uspele da donekle stabilizuju svoje poslovanje. U prethodne tri godine, ovom mediju je na konkursima odobravano najviše sredstava, pa su tako i u posmatranoj 2022. godini, bile prve na listi dobitnika sa 2,5 miliona dinara. Ipak, reč je o iznosu koji je čak 23 puta manji, u odnosu na subvencije koje se izdvajaju za RTK.

1 <https://www.srbija.gov.rs/dokument/441801/medijska-strategija.php>

Kragujevačke novine su mediju koji neguje kritički pristup prema postupanju vlasti i ima najveću produkciju autentičnog sadržaja. Za razliku od gotovo svih drugih medija koji objavljuju servisne informacije (planirane komunalne i radove na elektro i vodovodnoj mreži, broj rođenih beba i intervencija hitne pomoći), saopštenja lokalne samouprave, javnih preduzeća, ustanova i sportskih klubova, dok ostale sadržaje preuzimaju ili prepisuju od drugih, redakcija Kragujevačkih ostala je verna tradicionalnom novinarskom pristupu, pozivanju sagovornika i pisanju članaka, analiza i reportaža. Dvonedeljna dinamika izlaženja, svakako, olakšava ovakav način rada, ali zato ovaj medij nešto sporije «trči online trku». Iako je pomak u internet izdanju i prisustvu na društvenim mrežama vidljiv poslednjih godina, pred Kragujevačkim novinama je još mnogo izazova.

Portal Glas Šumadije, osnovan kao mediji civilnog sektora, takođe je korisnik budžetskih sredstava po osnovu konkursnog sufinansiranja, a u 2022. prihodovao je 400.000. Iste godine portal Pressek dobio je 100.000 dinara manje. Reč je o medijima koji svakodnevno objavljuju kratke vesti i saopštenja i povremeno složenije članke, koje publici plasiraju putem društvenih mreža.

Po 400.000 dinara na konkursu raspisanom 2022. godine odobreno je i Radiju Zlatousti, čiji je osnivač Eparhija šumadijske Srpske pravoslavne crkve, Radiju 34-prvoj privatnoj radio stanici u Srbiji, Radiju 9 i Hit narodnom radiju.

Redovnu medijsku produkciju ima i portal ucentar.rs čiji je izdavač Medijski centar d.o.o. Kragujevac, čiji je projekat komisija podržala sa 400.000 dinara budžetskog novca. Portal ucentar.rs u lokalnoj javnosti je postao prepoznatljiv po objavljivanju informacija i fotografija sa mesta zločina ili udesa, podataka iz istraga za koje se pretpostavlja da potiču od izvora u policiji, BIA ili pravosuđa. Osim crne hronike, ovaj portal povremeno pod bombastičnim naslovima objavljuje i tekstove sa «ekskluzivnim informacijama» iz nezvaničnih izvora o navodnim aferama i zloupotrebama, koje nemaju bilo kakav epilog ili zvaničnu potvrdu, dok u poslednje vreme u rubrici Grad redovno prenosi saopštenja gradske uprave o radu gradskih službi i aktivnostima funkcionera.

Među kragujevačkoj javnosti nepoznate korisnike novca iz gradskog budžeta spada portal Peto tri, koji je 2022. takođe dobio 400.000 dinara. Izdavač ovog medija je firma Peto – tri 1941 d.o.o. koja je registrovana u Kragujevcu novembra 2020, a prema podacima Agencije za privredne registre njen 100% vlasnik je SS Turistička televizija 1961 d.o.o. Beograd-Voždovac, koja pripada Slavku Stijakoviću. Portal petotri1941.rs objavljuje saopštenja gradske uprave i kratke vesti već objavljene na drugim sajtovima. Ovaj medij nema impressum, već samo kontakt podatke.

Na konkursu sprovedenom 2022. novac je odobren i za realizaciju projekata koje je predložila Agencija Iz glave, poznatog kragujevačkog novinara Miroslava Miletića, kao i portal POP Forum, čiji je osnivač udruženje Millenium. Oba medija te godine imala su na raspolaganju po 200.000 dinara.

Ostatak novca od ukupno 8 miliona i 850 hiljada dinara, koliko je 2022. vredeo medijski konkurs u Kragujevcu, raspodeljen je produkcijama- Duo Digital Media dobila je 400.000, Vitafilm

Digital 350.000, a Optimum video 300.000 dinara. Uz to, Udruženje radio stanica RAB Srbija prihodovalo je 400.000, a Sindikat novinara Srbije je za svoj projekat dobilo četiri puta manje.

Iako su sredstva koja se dodeljuju na konkursima mala u odnosu na druge gradove, a istorija raspodele kratka, za Kragujevac je karakteristično i to što veći deo novca dobijaju mediji i video produkcije koje se bave informisanjem u javnom interesu, odnosno oni čiji su vlasnici i zaposleni medijski radnici sa dugogodišnjim iskustvom. Ipak, praksa da se javni novac putem konkursa dodeljuje i propagandnim ili glasilima čije su reference i profesionalnost upitni, nije mimoišla ni četvrti po veličini grad u Srbiji. Tako je hit konkursa 2022. bila Hit plus televizija čiji je izdavač Udruženje za lokalno organizovanje iz obližnje varošice Batočine. Kragujevčani su sa 800 hiljada dinara finansirali projekat ove njima nepoznate televizije, što je drugi po visini iznos odobren na ovom konkursu. Iz naziva projekta i ocene komisije može se zaključiti da se odnosi na teme od nesumnjivog javnog interesa, ali ne i zbog čega je ovom malo poznatom batočinskom udruženju dato mnogo više novca nego svim aplikantima iz Kragujevca (izuzev Kragujevačkih novina).

Međutim, pregled sadržaja na [sajtu](#) i [YouTube kanalu Hit plus televizije](#) omogućava mnogo konkretniji uvid u reference i kvalitet medijskog sadržaja koji proizvodi i emituje ovaj mediji. Tako na naslovnoj stanici sajta pažnju odmah skreće slogan „Zajedno možemo sve“, koji je Srpska napredna stranka koristila u kampanji za izbore održane 2022 godine. Večernja hronika, glavna informativna emisija „male, stalno rastuće lokalne televizije koja se trudi da gledaocima pruži objektivne i relevantne informacije“ (kako se predstavlja u rubrici O nama), svakako ukazuje da predsednik Aleksandar Vučić, premijerka Ana Brnabić i Srpska napredna stranka apsolutno dominiraju. [Analiza](#) udruženja Res Publika ukazuje da je ova batočinska televizija svoju naklonost ka vladajućoj stranci iskazala i tokom izborne kampanje 2022. godine, pošto je svoj predizborni program ustupila isključivo kandidatima i funkcionerima Srpske napredne stranke..

Prihode iz javnih izvora, odnosno budžeta lokalne samouprave i države, kao i od preduzeća i drugih pravnih lica koja su u javnom vlasništvu, mogu da dobiju samo mediji upisani u Registar medija koji vodi Agencija za privredne registre. Prema podacima iz marta 2023. na ovoj listi su ubeležena 43 javna glasila sa sedištem u Kragujevcu. Kako su na njoj još uvek televizije Kanal 9, koja je bez signala ostala 2016. i TV IN, koja godinama ne emituje program, a 2012. su joj prostorije izgorele u požaru, očigledno je da je spisak APR neažuran. Na drugoj strani, sa «kragujevačke liste» je izostavljen portal Ritam grada, koji se bavi informisanjem građana i građanki Kragujevca i okuplja veliki broj pratilaca na društvenoj mreži Facebook, ali je početkom godine promenio vlasnika. Od nedavno izdavač ovog medija je firma V2 Moblie iz Svilajнца, ali je njegova uređivačka politika ostala ista.

Reklamiranje javnim novcem

Ako je suditi prema podacima koji su u okviru ovog istraživanja dostavljeni Res Publici na osnovu Zakona o dostupnosti informacija od javnog značaja, omiljeno mesto za oglašavanje kragujevačke lokalne samouprave u 2022. godini, bile su stranice Srpskog telegrafa. Na objavljivanje oglasa u ovom mediju iz gradske kase potrošeno je oko 1,25 miliona dinara. Gradska uprava za imovinske poslove, urbanizam, izgradnju i ozakonjenje platila je Medijskoj mreži (izdavaču Srpskog telegrafa) nešto više od 618 hiljada dinara za oglašavanje javnih prezentacija urbanističkih projekata, davanje u zakup poslovnih prostorija, licitacija za otuđenje gradskog građevinskog zemljišta i slično. Gradska uprava za komunalne poslove u istom mediju oglase je objavljivala preko posrednika, Agencije za marketing, posredovanje pri registraciji vozila i ostale usluge Pro-medija centar preduzetnice Marije Anđelković iz Kragujevca, kojoj je plaćeno nešto više od 580 hiljada dinara. U odgovoru ove uprave Res Publici navedeno je da je agenciji Pro-medija centar izvršeno plaćanje za uslugu «objavljivanja javnog poziva za učestvovanje u postupku dodele koncesije za finansiranje, projektovanje, izgradnju, upravljanje i održavanje javne garaže na teritoriji grada Kragujevca».

Od oglasa koje prema propisima kragujevačke gradske uprave moraju da objavljuju, u 2022. godini prihodovali su i JP Službeni glasnik, Adria Media Grupa (izdavač više medija, među kojima je i dnevni list Kurir) i Javnost d.o.o. (izdavač Kragujevačkih novina).

Kada je reč o preduzećima i ustanovama koje su u javnom, odnosno vlasništvu grada Kragujevca ili države, izdvajanja za oglašavanje su skromna, bar ako je suditi prema podacima koje je Res Publica dobila.

Najveća izdvajanja za medijsku promociju imala je i Gradska turistička organizacija Kragujevac koja u 2022. potrošila oko million i po dinara, dok najviše partnera među medijima ima PD Šumadija sajam, verovatno zbog delatnosti koju ovo preduzeće obavlja. Sajamske manifestacije u 2022. godini promovisane su uglavnom na radio stanicama i namenskim tekstovima na internet portalima, što je ovo preduzeće koštalo oko 550 hiljada dinara.

Dok, prema dostupnim podacima, većina lokalnih medija objavi tek par oglasa ili postavi reklamni baner nekoliko firmi, jedno javno glasilo registrovano u Kragujevcu ima oko 50 klijenata iz svih delova Srbije. Reč je o portalu Srbiju volimo - mediju čiji je izdavač Agencija Sofi medija, a vlasnica i odgovorna urednica političarka [Nataša Jovanović](#). Na ovom portalu reklamiraju se nacionalni parkovi Drina, Tara, Kopaonik, Đerdap, usluga paketomata Pošte Srbije, Fudbalski savez Srbije, DDOR Novi Sad, Voda Jazak, javna preduzeća Ada Ciganlija i Gold Gondola Zlatibor, Skijališta Srbije, Srbijašume, kao i Park Palić, Zlatiborski agrar i dr. Sa ovim medijem saraduje i Turistička organizacija Srbije, kao i dvadesetak gradskih i opštinskih turističkih organizacija.



FOTO 2- Nataša Jovanović (izvor: Istinomer)

Za potrebe ovog istraživanja Res Publika je izabrala uzorak sa 10 turističkih organizacija² iz svih krajeva zemlje kako bismo proverili kako funkcionise oglašavanje. Dostupna dokumentacija (za period 2022. – 2023.) ukazuje da za cenu od 38 do 50 hiljada dinara godišnje klijenti dobijaju reklamni baner na portalu srbijuvolimo.rs, redovno publikovanje vesti o aktivnostima odgovarajuće TO i manifestacijama, a neki su dužni da sami dostavljaju informacije i tekstove koje ovaj medij objavljuje.

Prema podacima Agencije za privredne registre Jovanovićeva je u novembru 2022. godine prijavila prekid obavljanja delatnosti, ali u Registru medija nije bilo promena, odnosno i dalje je upisana kao odgovorni urednik. Zbog ove promene posao je preuzela Agencija Vinski turizam iz Tople. Ova firma čiji je vlasnik preduzetnica Nada Milivojević postala je «isključivi nosilac prava na usluge marketinga u turizmu portala Srbiju volimo» i od decembra 2022. zaključuje ugovore za reklamiranje na ovom portalu.

Bave se informisanjem građana, a skrivaju informacije o sebi

Uporedo sa devastacijom lokalne medijske scene, u Kragujevcu je poslednjih godina primetan trend osnivanja internet portala koji nisu upisani u registar medija, a u najvećem broju slučajeva, nije moguće utvrditi ko su njihovi osnivači ili vlasnici, niti su poznati njihovi urednici i novinari. Svoj uticaj ostvaruju, pre svega, preko društvenih mreža, na kojima okupljaju veliki broj pratilaca, plasirajući uglavnom sadržaj preuzet od drugih medija.

Indikativan je primer portala IKragujevac koji je sa radom počeo krajem 2012. godine. Pažljiviji pratioci lokalne medijske scene pamte da je do dolaska na vlast Srpske napredne stranke ovaj portal bio izuzetno kritički nastrojen prema gradskoj upravi, o čemu svedoči i rubrika „Sreski špijun“, u okviru koje su redovno objavljivane fotografije i snimci kojima je ukazivano na razne komunalne probleme u gradu. Nakon što je SNS 2014. preuzela vlast u Kragujevcu, „otupela“ je kritička oštrica ovog portala, a pomenuta rubrika postala je, gotovo isključivo, izvor informacija

2 Na zahtev za dostavljanje informacija od javnog značaja nije odgovorila jedino Turistička organizacija Arandjelovac.

o saobraćajnim nezgodama. Portal iKragujevac na društvenoj mreži Facebook trenutno ima više od 70 000 pratilaca, dok na Instagramu okuplja zajednicu od preko 20 000 ljudi.

Čak i letimičnim pregledom objava moguće je utvrditi da je „najslikaniji“ funkcioner na ovom portalu član Srpske napredne stranke i aktuelni većnik za sport Predrag Stevović, o čijim aktivnostima iKragujevac redovno izveštava. Prenošenje njegovih objava sa društvenih mreža, često je i jedini autentičan sadržaj koji ovaj portal plasira. Kako je u javnosti, uključujući i skupštinske rasprave u gradskom parlamentu, iKragujevac često dovođen u vezu sa Stevovićem, Res Publika je pokušala da sazna da li je tačno da je on vlasnik ili osnivač, to jest da li je na bilo koji način povezan sa ovim portalom. U odgovoru koji smo dobili od ovog funkcionera SNS-a, on navodi da su svi podaci o njemu javno dostupni i negira da je vlasnik iKragujevca, što se, kaže, lako može proveriti.



FOTO 3- Predrag Stevović (izvor: PrtSc iKragujevac)

U pokušaju da proverimo ko je i gde registrovao ovaj portal konsultovali smo stručnjaka za bezbednost na internetu Ivana Markovića. Na pitanje da li je moguće pronaći bilo kakve podatke o sajtu iKragujevac.com, on odgovara da se pretragom javnih besplatnih arhiva veb sajtova na internetu mogu pronaći informacije koje ukazuju na to da je ista kompanija pravila veb sajt Gradskog odbora Srpske napredne stranke (srpskanaprednastrankakg.org) 2009, kao i portal iKragujevac (iKragujevac.com) 2012. godine. Objašnjava da je samu registraciju domena iza lažnih parametara i postavljanje veb sajta na internet okruženja koja sakrivaju prave IP adrese, donekle moguće opravdati zaštitom od neželjenih poruka i malicioznih hakerskih napada.

„Međutim, kada vidimo da administratori portala pokušavaju da sakriju svoje identitete, kao i da ne postoje bilo kakvi kontakt podaci o urednicima ili novinarima, to izaziva sumnju da je zapravo svaki korak planiran kako bi se podaci prikriji. Dodatan problem su i autorska prava, jer mi se čini da je sadržaj preuziman sa raznih izvora, kao i oglašavanje. Nije mi jasno kako takvi portali funkcionišu legalno“, kaže Marković.

Iako po zakonu mediji nije u obavezi da bude upisan u Registar medija koji vodi Agencija za

privredne registre, sem u slučaju kada konkuriše za dodelu javnog novca, generalna sekretarka Nezavisnog udruženja novinara Srbije Tamara Filipović Stevanović napominje da je zbog odgovornosti koju sa sobom nosi javno izgovorena reč važno da se zna ko je vlasnik, odnosno ko su urednik i novinari u nekom mediju.

„Mediji i novinari bi trebalo da rade u interesu javnosti, oni izveštavaju u javnom interesu i odgovorni su toj istoj javnosti. Ukoliko se skriva ko uređuje i radi u nekom mediju, to je odmah znak za uzbunu da neko nešto želi da sakrije od javnosti. Pored toga, to je i protivzakonito. Da bi se neki medij mogao smatrati medijem on mora da ima urednički oblikovan sadržaj i javno istaknut impresum, a to je sve regulisano Zakonom o javnom informisanju i medijima,“ navodi sekretarka NUNS-a.



FOTO 4- Tamara Stevanović Filipović

Na pitanje kako se izboriti za zaštitu autorskih prava u slučaju kada je nepoznato ko je osnivač/ vlasnik nekog medija koji gotovo isključivo preuzima tuđ sadržaj, ona odgovara da je upravo zaštita autorskog prava jedan od razloga zašto je obavezno da postoji transparentnost vlasništva i uredničkog kolegijuma, ali i pojedinačnih autora/ki.

„Ukoliko je medij registrovan u APR -u onda je vlasnik naveden u tom registru, ali ako nije onda eventualno može da se vidi ko je vlasnik domena nekog sajta koji neovlašćeno preuzima autorski sadržaj. Ukoliko je to jedina javno dostupna informacija onda se kroz dalji postupak utvrđuje ko je pravi krivac. Sve u svemu, to je jako težak put i kada su mediji u pitanju takva praksa ne bi smela da postoji,“ objašnjava Tamara Filipović Stevanović.

Objavljivanje sadržaja drugih medija, uz navođenje linka ka preuzetom tekstu, praksa je na kojoj svoj imidž gradi Puls Šumadije, jedno od najmlađih glasila u Kragujevcu. Ni ovaj portal nema impresum, niti je upisan u registar medija, pa javnosti nije dostupan podatak o njegovom vlasniku, uredniku, niti novinarima. Najveći broj sadržaja koje objavljuje na dnevnom nivou

preuzima od drugih medija, a na osnovu tekstova koje plasira može se reći da je otvoren za opoziciju i kritiku vladajuće stranke, ali je u isto vreme spreman i da pohvali neke poteze i pojedince na vlasti. U rubrici „Čaršijska priča“, Puls Šumadije plasira autentičan sadržaj, ali po pravilu bez potpisa autora. Za analizu je zanimljiv tekst pod naslovom [„Jovanović VS Dašić- ko je pravi izbor?“](#) kojim se favorizuje trenutni gradonačelnik Kragujevca Nikola Dašić, za kog se navodi da *„gradi mostove između kulture i zajednice, dok se Nataša Jovanović bavi izbacivanjem kletvi u desetercima.“*

Kako je sponzorisanim objavama na društvenoj mreži Facebook uspeo da za dva meseca okupi oko 4,5 hiljada pratilaca, a uređivačkom politikom da zaintrigira javnost, vrlo brzo su počela nagađanja o tome ko stoji iza portala Puls Šumadije. Glasovi sa raznih strana, ali pre svega iz lokalne medijske zajednice i političkih krugova, ukazivali su na firmu Lioneight, koja se bavi programiranjem softvera za transportnu industriju. Firma je osnovana 2019. godine i u kancelariji u Kragujevcu angažuje veliki broj zaposlenih, ali je pretežno orijentisana na američko tržište. Zanimljivo je da se i pored toga što ne posluje u Srbiji, oglašava u velikom broju lokalnih medija, koji imaju istaknut reklamni baner ove kompanije. Jedno drugo istraživanje Res Publike nedavno je pokazalo da se njeni predstavnici pojavljuju kao [investitori zainteresovani za gradnju stambeno-poslovnog objekta na mestu zgrade Crvenog krsta](#). Iako je reč o izgradnji u ekstra zoni, u neposrednoj blizini objekata koji uživaju visok stepen zaštite, lokalni mediji kao da nisu zainteresovani za ovu temu. Promotivnim tekstovima izveštavali su samo o jednom njenom aspektu, koji podrazumeva izmeštanje Crvenog krsta u zadužbinu koja će biti rekonstruisana za tu namenu. Zbog toga smo kontaktirali Vladimira Dobija, koji je javnosti poznat kao nekadašnji član Gradskog veća za investicije grada Kragujevca, a trenutno je direktor kompanije Lioneight, ali i firme Old city Residence, koja planira da gradi navedeni stambeno-poslovni kompleks. Dobi je negirao da reklamiranje u lokalnim medijima kompanija Lioneight koristi kako bi uticala na uređivačku politiku i potencijalno izveštavanje o poslovima povezanih firmi. Objasnio je da je reč o kompaniji koja brzo raste i zapošljava veliki broj radnika u Kragujevcu, zbog čega je potrebno da se predstavi i izgradi imidž u lokalnoj zajednici. Na konkretno pitanje da li kompanija Lioneight stoji iza sajta Puls Šumadije, odnosno da li je na bilo koji način povezana sa njim, odgovorio je odrično, uz komentar da nije ni čuo za taj portal.



FOTO 5- Vladimir Dobi (izvor: LinkedIn profil Vladimir Dobi)

Međutim, prema tvrdnjama stručnjaka za bezbednost na internetu Ivana Markovića, iz meta podataka prikupljenih sa portala Puls Šumadije (pulssumadije.com) može se utvrditi da je za izradu pojedinih fotografija koje koristi web portal zadužen autor Lioneight Marketing.

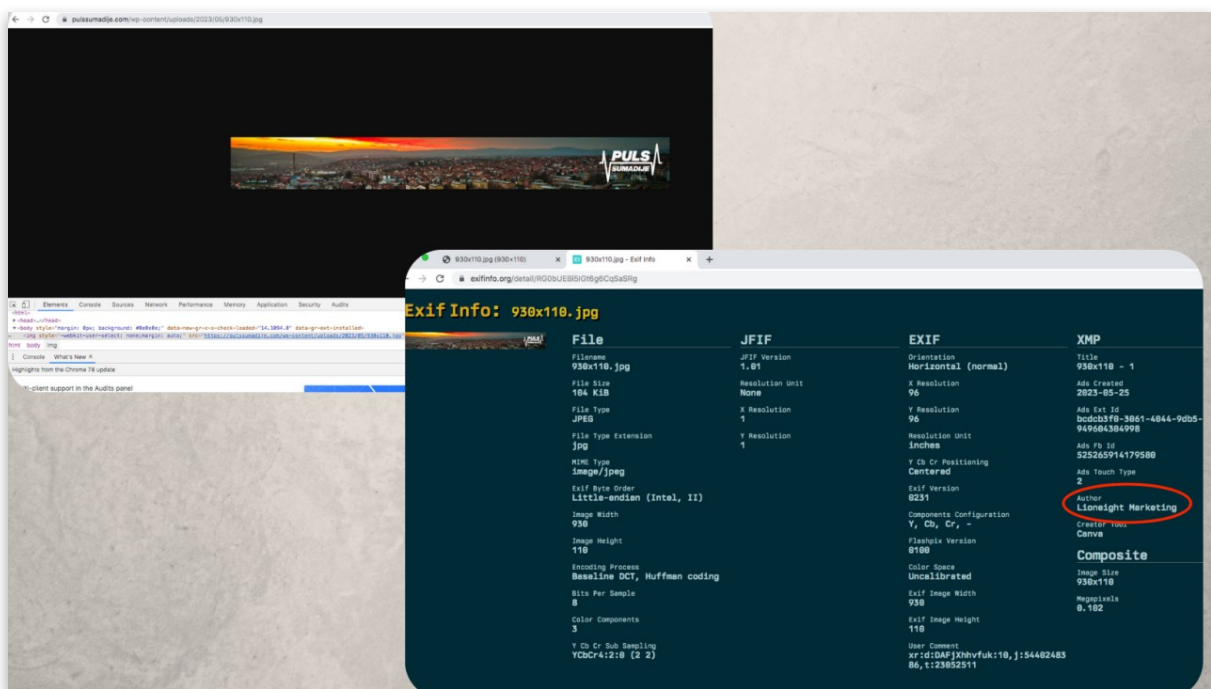


FOTO 6- PrtSc Puls Šumadije

„Portal Kragujevčani nastao je 2015. godine, najpre kao Facebook stranica koja je pružala informacije o gradu i događajima koji su aktuelni. Zbog velike zainteresovanosti, tim Kragujevčani je pokrenuo i sopstveni web portal, koji pored toga što nudi informacije o gradu Kragujevcu, ujedno i prati trendove, zanimljivosti i dešavanja van samog grada“, navedeno je u rubrici „O nama“, na stranici kragujevcani.rs. Ovaj portal registrovan je na fizičko lice, nema impresum, niti navedeno ime urednika i novinara, ali je sudeći po video snimcima i reklamama koje objavljuje, u njemu angažovana poznata radijska novinarka sa višegodišnjim iskustvom. Istoimena

stranica na Facebooku ima blizu 110 000 pratilaca, što je čini ubedljivo najpopularnijom među konkurencijom, pa se često hvali milionskim pregledima objavljenog sadržaja, dok na Instagramu okuplja 19,7 hiljada ljudi. Kragujevčani nisu klasičan informativni portal, pošto dosta pažnje posvećuju rubrikama koje spadaju u domen zabave. Politika je retko u fokusu, pa je utoliko zanimljivije što je nedavno pred svoju publiku postavio istu dilemu kao i sajt Puls Šumadije, mesec dana ranije. Pratioce na Facebook-u pitao je da se izjasne: „Za koga se radije odlučujete? Za koga biste se opredelili na predstojećim lokalnim izborima iz SNS-a?“ i u formi ankete ponudio im da glasaju za Natašu Jovanović ili za Nikolu Dašića.



FOTO 7- PrtSc Kragujevčani

Portal InfoKG je još jedan mediji koji nije upisan u registar koji vodi APR, ali za razliku od svih prethodno navedenih, ima impresum i angažuje profesionalne novinare, koji potpisuju svoje tekstove. Ima formu klasičnog informativnog portala, ali je uočljivo i da redovno objavljuje reklamne i promo sadržaje, kao i veliki broj oglasa i banera. InfoKg na Facebooku ima 28 000 pratilaca, a na Instagramu nešto više od 9 000.



FOTO 8 -Milan Urošević (izvor: InfoKG)

Od osnivanja ova portal je dovođen u vezi sa funkcionerom Srpskog pokreta obnove Milanom Uroševićem, koji za Res Publiku kaže „*da nema problem da o tome govori*“, uz napomenu da nema nikakvog uticaja na uređivačku politiku, niti na finansijsko poslovanje ovog medija. Urošević je zvanično osnivač RSG media group, u okviru koje posluje Radio stari grad, ali napominje da je u skladu sa zakonom, po stupanju na javnu funkciju 2014. godine izvršio prenos upravljačkih prava u tom privrednom društvu. Ističe da portal InfoKG nije upisan u registar medija, pošto nikada nije pretendovao da konkuriše za novac iz javnih izvora, ali da posluje u skladu sa važećim zakonima.

I dok medijska zajednica sa nestrpljenjem očekuje usvajanje novih zakona, „slučaj Kragujevac“ opominje da ni dobra zakonska rešenja ne vrede puno, ako se propisi ne primenjuju ili izigravaju.

autorke Bojana Vlajović Savić i Marija Milošević