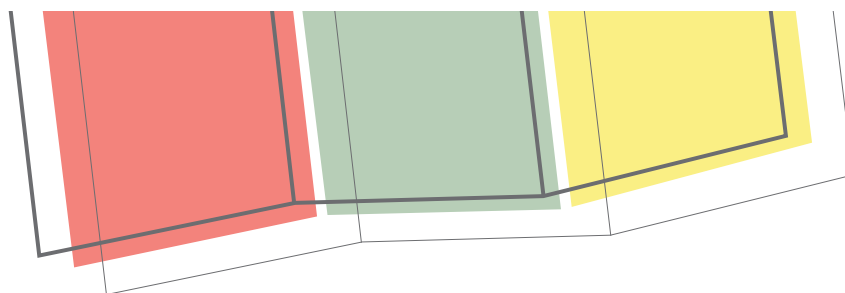


PROJEKTNO FINANSIRANJE MEDIJA



REZULTATI PRVE GODINE



PRIMENE



NOVOG BUDŽETSKOG MODELA



PRIMER GRADA SMEDEREVA



REZIME

Kroz sve oblike finansiranja medija iz budžeta - na ime konkursa za sufinansiranje medija, subvencija i kroz direktno ugovaranje, grad Smederevo podržao je proizvodnju medijskih sadržaja kojima se u najvećoj meri promoviše finansijer – gradska vlast na čelu sa gradonačelnicom, a u drugi plan stavljaju potrebe građana da na sveobuhvatan i kvalitetan način budu informisani o aktuelnim društvenim temama od javnog interesa.

Grad nije iskoristio mogućnost koju pruža Zakon o javnom informisanju i medijima (2014) da preko javnog konkursa finansira zaokružene medijske projekte koji su od interesa za građane i doprinese jačanju profesionalnih standarda medija već je podržao redovnu proizvodnju informativnog programa u medijima, što je suprotno intenciji zakonodavca.

BIRN je za potrebe ove analize, obradio 4 od ukupno sedam projekata kojima je u 2015. godini u Smederevu novac dodeljen kroz jedini konkurs za sufinansiranje medijskog sadržaja raspisan u toj godini. Javni poziv objavljen je početkom februara, a Rešenje o dodeli ukupno 11,5 miliona dinara doneto je krajem marta 2015. godine. BIRN je analizirao projekte lokalnih novina Naš glas, RTV Smederevo - Radijski program, Sat TV communications iz Požarevca i produkciju Za media iz Zaječara, koji zajedno vrede 6,5 miliona dinara (što je oko 60% raspoređenog novca).

U obrazloženju Rešenja o raspodeli sredstva navedeno je da „odobreni projekti ispunjavaju kriterijume utvrđene Pravilnikom o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja i pružaju veće garancije privrženosti profesionalnim i etičkim medijskim standardima.”

Suprotno tome, analiza BIRN-a pokazala je da medijski projekti podržani budžetom grada u većini ne unapređuju profesionalne standarde, o čemu svedoči dominantno promotivni ton u informativnim žanrovima, nejednaka zastupljenost svih zainteresovanih strana – građana, javnih funkcionera, političkih partija i civilnog sektora. Najveći deo (3 od 4 projekta) analiziranog sadržaja predstavlja prikriiveni politički marketing, tj. promociju lokalne političke elite, koja se kao izvor informacija pojavljuje gotovo u svim vestima, dok su pseudo događaji-konferencije za štampu, postavljanje kamena temeljaca ili posete republičkih funkcionera glavni povod za pisanje vesti. Pored lokalne i republičke političke elite, značajan medijski prostor dat je ekonomskim interesnim grupama - stranim investitorima, domaćim korporativnim udruženjima ili izvođačima radova.

Budžetskim novcem podržani su mediji čiji je opstanak na tržištu bio ugrožen, a dva medija su u posmatranom periodu i efektivno prestala da postoje.

Preporuka je da se novcem iz budžeta ubuduće ne podržava proizvodnja redovnog sadržaja, pogotovo ne standardne informativne produkcije, koja je podložna uticaju lokalnih vlasti. Dodatno, nezavisne komisije trebalo bi da provere kvalitet proizvedenog sadržaja, kako bi u budućnosti projektni ciklus bio bolje isplaniran i kako bi se izbeglo finansiranje istog sadržaja kroz različite projekte. Preporuka je i da se deo novca iskoristi za obuke novinara i usavršavanje profesionalnih standarda.

UVOD

Osnovna ideja Zakona o javnom informisanju i medijima (2014) je promena ekonomskih odnosa države i medija, tj. smanjenje nedozvoljenog uticaja nosilaca državne vlasti na medije kroz netransparentno i arbitrarno budžetsko finansiranje. Upravo zato se, shodno odredbama Zakona, glavina budžetskog novca za javno informisanje dodeljuje putem javnih konkursa. Uprkos tome, u mnogim lokalnim samoupravama (poput Smedereva) ovaj model je iskorišćen za pomoć medijima čiji je opstanak na tržištu ugrožen. Ovo pitanje je posebno problematizovano nizom neuspelih privatizacija, u toku koji su RTV Smederevo – televizija i list Naš glas efektivno prestali da postoje.

U toku 2015. godine iz budžeta grada Smedereva izdvojeno je ukupno 15.549.902,00 dinara za informisanje - na ime konkursa za sufinansiranje medija, subvencija i direktnih ugovaranja, kako pokazuju podaci BIRNa koji su prikupljeni na osnovu zahteva za pristup informacijama od javnog značaja.

Gradska uprava Smedereva u toku 2015. godine potrošila je budžetski novac za informisanje na sledeći način:

- sproveden je jedan konkurs za projektno sufinansiranje u vrednosti od 11.501.840,00 dinara.
- List Naš glas subvencionisan je sa 2.025.330,00 dinara
- potpisano je sedam direktnih ugovora sa medijskim kućama iz Smedereva u vrednosti od oko 2 miliona dinara, isključivo za svrhe promocije lokalne i republičke vlasti. Ovaj novac raspoređen je na 5 ugovora sa RTV Smederevo ukupne vrednosti 1.650.000,00 dinara i dva ugovora sa listom Naš glas u iznosu od 250.000,00 i sa DOO Respect Media iz Smedereva u iznosu od 300.000,00 dinara. Predmetom ugovora obuhvaćene su usluge poput: snimanja i montiranja promo filma povodom Dana grada, prenos sednice Skupštine grada, ali i usluge emitovanja 15 tematskih emisija i 14 TV priloga u prvom i drugom dnevniku. Među navedenim sufinansiranim sadržajima postoje, između ostalog, i obaveze koje su predviđene ugovorima sa RTV Smederevom, na primer, *emisija sa gradonačelnicom grada Smedereva dr Jasnom Avramović „U sred srede“ u trajanju od 90 minuta, emisija „Fabrika vode u Šapcu i poseta ministarke Zorane Mihajlović“ u trajanju od 30 minuta, emisija „Maja Gojković predesednica Skupštine Srbije u poseti Vili Obrenovića“ kao i „Premijer Srbije Aleksandar Vučić u finskoj kompaniji PKC i Fabrika za preradu ribe“, „Pokretanje peći 1 u Železari, kojoj je prisustvovao premijer Srbije Aleksandar Vučić“.*

Predmet ove analize je javni konkurs za sufinansiranje proizvodnje medijskog sadržaja, a na kojem je raspodeljen najveći deo budžetskog novca namenjen informisanju. Cilj ovog javnog konkursa je bio „sufinansiranje projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja, koji doprinose istinitom, nepristrasnom, pravovremenom i potpunom informisanju građana grada Smedereva, slobodnom razvoju ličnosti i zaštiti dece i mladih, razvoju kulturnog i umetničkog stvaralaštva, razvoju obrazovanja, nauke, sporta i fizičke



kulture, zaštiti životne sredine i zdravlja ljudi, podstičući raznovrsnost medijskih sadržaja, slobode izražavanja ideja i mišljenja, što doprinosi zadovoljavanju potreba građana za informacijama i sadržajima iz svih oblasti života, bez diskriminacije, kao i podizanje kvaliteta informisanja osoba sa invaliditetom i pripadnika nacionalnih manjina“.

Konkursom su podržani projekti 7 medija/produkcija u iznosu od 480.000,00 do 2,5 miliona dinara. Komisija koja je ocenjivala projekte, kako stoji u Rešenju grada Smedereva, dostupnom na zvaničnom sajtu grada, rukovodila se sledećim, specifičnim kriterijumima u oceni projekata: značaj projekta sa stanovišta interesa za javnost, odnosno informacije, ideje i mišljenja o pojavama, događajima i ličnostima o kojima javnost ima opravdan interes da zna; gledanost televizijskog programa i slušanost radijskog programa; pokrivenost područja emitovanja; tiraž kod štampanih medija; teritorija realizacije projekta; tradicija u poslovanju i tehnička i kadrovska opremljenost i učešće finansijskih sredstava iz budžeta grada Smedereva u planiranom ukupnom budžetu učesnika Konkursa u tekućoj godini.

U istom Rešenju se dalje navodi da je Komisija vodila računa i o medijima regionalnog karaktera vidljivim na teritoriji grada Smedereva koji su svojim projektima predvideli praćenje svih aktivnosti od javnog značaja u gradu Smederevu, istovremeno vodeći računa da se prezentacija grada Smedereva obezbedi na nacionalnom nivou.

ANALIZA SADRŽAJA

Analizom BIRNa obuhvaćena su 4 medijska projekta nastala u periodu od marta do decembra 2015. godine, kako je i predviđeno projektnim ciklusom. Projekti su uzorkovani po tipološkoj raznovrsnosti, pa je obuhvaćena štampa, TV, produkcija i radio. Analizom je obuhvaćeno 229 medijskih sadržaja dostupnih u gradskoj upravi Smedereva.

Naziv medija	Naziv projekta	Suma (dinari)
RTV Smederevo - Radijski program	Budi informisan - budi uspešan	2.568.204,00
Novinsko izdavačko društvo sa ograničenom odgovornošću „Naš glas” - Smederevo	„Naš glas”- Informisanje javnosti o aktuelnim dešavanjima od značaja za život građana Smedereva	2.430.400,00
SatTV communications, Požarevac	Informisanje grada Smedereva	1.500.000,00
Za media, Zaječar	Informisanje o životu ljudi u podunavskim selima sa teritorije GU Smederevo	790.708,00

Glavni nalazi:

- Široko definisanim javnim interesom u javnom pozivu nisu određene tematske specifičnosti ni lokalni javni interes u informisanju, pa su tako svi projekti formalno ispunili zahtev konkursa. Dubljim uvidom u proizvedeni sadržaj pokazalo se da su 3 od 4 analizirana projekta redovan rad medija što nije glavna intencija zakona.
- Konkursom su finansirani mahom projekti lokalnih i regionalnih medija usmereni ka lokalnoj publici. Izuzetak je projekat Za medije čiji su sadržaji dopisničkog tipa, namenjeni nacionalnim emiterima.
- Analiza je pokazala da je grad Smederevo finansirao tri produkcijski identična projekta. Projekti televizije SatTV, novina Naš glas i radija Smederevo su celokupni informativni programi, u formi vesti ili izveštaja kojima se prati rad javne uprave, prvenstveno gradonačelnice i članova gradskog veća, ali i republičkih zvaničnika, kao i određene ekonomske interesne grupe.
- U tri od četiri podržana projekta žanrovski preovlađuje informativa, vesti i izveštaji. Za projekat Za medija karakterističan je *human interest story*, tako da su vesti obojene životnim pričama meštana podunavskih sela. Upadljivo izostaje analitika i izveštavanje koje se bavi problemima građana, kao što su korupcija, ljudska prava i sl.

- U navedenim informativnim žanrovima, tj. redovnoj informativnoj produkciji, posebno treba istaći vrlo niske profesionalne standarde. Stil i jezik novinara opterećeni su birokratskim jezikom, zabeleženo je čitanje saopštenja za javnost u programu uživo, odnosno objavljivanje izveštaja bez novinarske intervencije u štampanim medijima, što dovodi u pitanje samu autentičnost sadržaja. Posebno treba istaći da su pojedini objavljeni sadržaji identični vestima i izveštajima objavljenim na sajtu grada Smedereva.
- U tri od četiri projekta (svi analizirani projekti, izuzev Za media) ne mogu se identifikovati čiste forme novinarskog izražavanja, zato što su pisane birokratskim jezikom i pune fraza koje nisu u duhu novinarskog izražavanja.
- Vesti su nastale na osnovu pseudo događaja, sa malom informativnom vrednošću za građane. Novinarska inicijativa ne postoji, sve obrađene teme potiču od institucija ili su nastale kao proizvod praćenja aktivnosti gradske uprave.
- Analizirani sadržaj tematski je unificiran i oslanja se na institucionalne izvore - građani, eksperti i predstavnici civilnog društva gotovo da se ne pojavljuju. Svi proizvedeni sadržaji izrazito su promotivni, čime se stiče utisak jednog duboko izpolitizovanog društva u kome sve institucije zavise od političke podrške i volje partije na vlasti.

PREPORUKE

- Bližom definicijom javnog interesa, stavljanjem opštih društvenih problema u lokalni kontekst, lokalne samouprave bi dale podstrek proizvodnji medijskog sadržaja koji je relevantan za unapređenje lokalnog informisanja. Razvojni planovi i drugi strateški dokumenti mogu da budu dobra početna tačka u formulisanju interesa lokalne zajednice u informisanju.
- Rad na edukaciji novinara kroz konsultovanje novinarskih i medijskih udruženja, kao i opredeljivanje većeg dela budžetskog novca za unapređenja profesionalnih standarda bilo bi podsticaj za unapređenje kvaliteta javnog informisanja.
- Proizvedeni sadržaj zahteva evaluaciju nezavisnih komisija čime bi se sprečila praksa finansiranja istog sadržaja više puta, kao što je to slučaj u prethodnom projektnom ciklusu.
- Projektno finansiranje služi i za osnaživanje novinarske inicijative, time što pruža sredstva za realizaciju tema od javnog interesa.
- Posebno treba izbegavati finansiranje redovne produkcije, dnevnih vesti i izveštaja, koji nisu zaokružene projektne celine.

INFORMACIJE O ISTRAŽIVANJU

BIRN Srbija sprovodi obimno istraživanje i analizu sadržaja programa i projekata koji su sprovedeni u toku 2015. godine u 10 opština/gradova u Srbiji, kao i projekata koji su podržani od strane Sekretarijata za kulturu i informisanje AP Vojvodine i Ministarstva kulture i informisanja.

Uzorak je obuhvaćeno 20% projekata kojima su dodeljene najveće sume novca, po svakom tipu medija. Analiza sadržaja sprovedena je na osnovu posebno razvijenog kodeksa koji ima 23 kategorije, među kojima su: naziv i tip medija, naziv projekta, prostorna/geografska pokrivenost, vrsta publike kojoj se sadržaj obraća, novinarske forme i žanrovi, kvalitet produkcije (vladanje žanrom i formom), tematski fokus, originalnost sadržaja, tretman teme, izvori, tehnički kvalitet produkcije, broj obrađenih jedinica.

Analizu sprovodi tim BIRN Srbije, u okviru projekta „Ispod radara: monitoring implementacije medijskih zakona“, koji podržava ambasada Kraljevine Holandije u Beogradu.

Projekat traje do oktobra 2016. godine, a BIRN će javnosti predstaviti i povremeno objavljivati 12 izveštaja o sprovođenju projekata i medijskih zakona.

Više informacija dostupno je na stranici BIRN Srbija <http://birnsrbija.rs/ispod-radara-monitoring-implementacije-projektog-finansiranja/>

NARATIVNI IZVEŠTAJI O ANALIZIRANIM PROJEKTIMA

Podnosilac projekta: RTV Smederevo - Radijski program Naziv projekta: Budi informisan - budi uspešan

Projekat RTV Smedereva koncipiran je kao informativni program i nije tematski zaokružena programska celina. Vesti i izveštaji emitovani su svakodnevno u periodu od januara do decembra 2015. godine, a ukupno je emitovano oko 20 sati informativnog programa. Analiza BIRNa pokazuje da projekat ima promotivni ton, što se najbolje vidi po izvorima informacija u kojima su dominantni predstavnici lokalnih i republičkih institucija. Takođe, RTV Smederevo ne uspeva da nametne sopstvene teme - *agenda setting*, već se izveštavanje svodi na rad organa opštinske uprave, pseudo događaje, objavljivanje saopštenja za javnost, izveštaja sa sednica gradskog veća ili o radu nekog organa gradske uprave. Pohvalno je što RTV Smederevo prati lokalne teme - štrajk smederevskih gimnazijalaca, epidemiju gripa ili pobeđe smederevskih sugrađana na raznim takmičenjima. Ova vrsta izveštavanja izostala je kod drugih medija, iako su svi analizirani mediji imali isti cilj - informisanje građana. Ostaje nejasno da li je su emitovani sadržaji u produkcijskom smislu televizijski ili radijski. Novinar pozdravljava *gledaoce* na početku emisije vesti ili ih poziva da *ne menjaju kanal*. Takođe, pojedini sagovornici nisu predstavljeni, što je suprotno praksi radijskog novinarstva. U tehničkom smislu primetni su sitniji tehnički problemi u emisiji zvuka, ali i nedovoljno jasan i razgovetan govor novinara koji otežavaju retorski šumovi i neadekvatna dikcija. Iako produkcijski najkvalitetniji od analiziranih, proizvedeni sadržaj nije medijski projekat, već redovna medijska produkcija.

Podnosilac projekta: Sat TV communications Naziv projekta: Informisanje grada Smedereva

Projektom regionalne televizije Sat realizovan je 61 medijski sadržaj - tri polusatne emisije Otkucaji sata, četiri specijalne emisije (Intervju sa direktorom Vodovoda, intervju sa članom gradskog veća i dve emisije posvećene Danu grada i Danu oslobođenja Smedereva), prikazana je jedna informativna emisija u celosti - Smederevska hronika i 37 pojedinačnih TV priloga - vesti i izveštaja. Svi sadržaji objavljeni su u periodu od juna do novembra 2015. godine.

Sa oko dva miliona dinara budžetskog novca finansirana je redovna produkcija vesti i izveštaja - informativnih sadržaja. Prilozi su emitovani u Info sat-u, centralnoj informativnoj emisiji. Izvori informacija u vestima uglavnom su lokalni funkcioneri, u čemu prednjače gradonačelnica i njen zamenik, zatim predstavnici lokalnih institucija kulture. Često su se u ulozi sagovornika našli gosti kulturnih manifestacija u organizaciji grada - glumci, muzičari, pesnici ili umetnici. Građani Smedereva pojavili su se samo jednom u toku šest meseci i to u ulozi radnika prilikom posete premijera povodom paljenja prve peći Železare.

Povod su uglavnom bili pseudo događaji - bratimljenje gradova, posete republičkih zvaničnika, polaganje venaca. TV Sat communications ispratila je sve kulturne događaje realizovane uz podršku gradskog budžeta, kao i sportske u kojima prednjače streljaštvo i omladinski ribolov. Važno je napomenuti da se tretman vlasti ne razlikuje u političkim,

kulturnim, pa čak ni sportskim temama i da u svima njima dominira izrazito promotivan ton. Povodom otvaranja pozorišnog festival Teatar u tvrđavi članica Gradskog veća za kulturu kaže - „Najviše se zahvaljujem našoj gradonačelnici dr Jasni Avramović. Kada to kažem to nije kurtoazija, već jedno duboko iskreno osećanje poštovanja prema osobi koja prepoznaje kulturne potrebe grada i omogućava da u ovom vremenu racionalnim i domaćinskim vođenjem gradskog budžeta realizujemo ovako važan pozorišni festival“. Politički marketing, plaćen novcem građana Smedereva, neizostaje ni u sportu. „Vi ste puno toga uradili za vaterpolo klub Smederevo, koji nije imao uslove normalnog funkcionisanja dok vi niste uzeli stvari usvoje ruke i od srca vam se zahvaljujem“ -poručuje predsednik Vaterpolo saveza Srbije gradonačelnici povodom sastanka u vezi sa organizovanjem utakmice Srbija-Rusija u Smederevu.

Gotovo sve analizirane vesti koje je emitovala TV Sat objavljene su na sajtu grada Smedereva, pa je time dovedena u pitanje njihova autentičnost. Ne samo da TV Sat nije uspela da nametne teme koje su od javnog interesa, već je vršila direktnu promociju vlasti. Zabeleženo je i čitanje saopštenja za javnost u centralnim informativnim emisijama, što nije u duhu televizijskih formi izveštavanja. Primer: „Gradsko veće je zatim prihvatilo izveštaj o radu i izveštaj finansijskom poslovanju ZC Smederevo, ustanove čiji je osnivač grad Smederevo za 2014. godinu, zatim izveštaj o realizaciji godišnjeg plana o realizaciji za kalendarsku 2014. godinu i izveštaj o finansijskom poslovanju za period 01.01. 2014. godine do 31.12.2014. godine.“ (23.06.2015.)

U tehničkom smislu sadržaj nije oblikovan da bude zanimljiv posmatraču. U vestima se često ponavljaju pokrivanja, kamera je statična, a u par primera bilo je tonskih poteškoća.

Posebnu analizu zavređuju intervjui sa direktorom JP Vodovod i članom gradskog veća zaduženim za mesne zajednice i infrastrukturu. Iz prikazanog sadržaja jasno se vidi da sagovornici odgovaraju na unapred pripremljena pitanja, nema novinarske inicijative - podpitanja, iznošenja podataka koje bi vršiocu javne vlasti trebalo da objasne ili novinarske intervencije kojom bi se objasnila pozadina priče. Nejasan je povod intervjua, pa se stiče utisak da je cilj emisije promocija lokalnih funkcionera.

Analizirani sadržaj može se okarakterisati kao plaćeno političko oglašavanje. Vesti, izveštaji i intervjui poslužili su za promociju lokalnih funkcionera, što je posledica niskih standarda izveštavanja, nedostatka novinarske inicijative i uređivačke politike.

Podnosilac projekta: Za media

Naziv projekta: Informisanje o životu ljudi u podunavskim selima sa teritorije GU Smederevo

Projektom Za media obuhvaćeno je 9 medijskih sadržaja - tri polusatne emisije o podunavskim selima Udovice, Lugavčina i Saraorci i 6 TV priloga. Sav sadržaj emitovan je na TV Pink u period jun - novembar što je predviđeno projektom.

U žanrovskom smislu emisije su televizijske reportaže, u jezičko-stilskom prisutan je beletristički pristup sa adekvatnim reportažnim opisima i pratećim lokalnim koloritom. Posebnu boju daju lokalne priče običnih ljudi -*human interest story*. Tehnički kvalitet produkcije je na zavidnom nivou, snimanje pejzaža dronom i iz ptičije perspektive kadrove čini posebno zanimljivim.

Priču o podunavskim selima otvara „domaćin za primer” koji se uspešno bavi poljoprivredom. Novinar u reportažama obavezno obilazi lokalnu crkvu, školu i ambulantu. Donekle stereotipno se izveštava o ženama koje su prikazivane kao članice lokalnih ženski udruženja ili majke. O tome najbolje svedoče sledeći primeri: „*Dok su devojčice aktivne u udruženju žena i na folkloru, dečaci se u glavnom okupljaju oko FK Podunavac.*”, „*A onda na samom izlasku iz Doma, prizor koji želimo da što češće vidamo u srpskim selima, mlada majka sa dvoje dece.*”, „*Pažnju nam skreće veliki broj plastenika, ali i domaćica koja pre liči na dete nego na ženu, koja sa svojim suprugom, svekrom i svekrvom proizvodi povrće...*”

Pored toga, reportažama nedostaje problemski pristup. Takvim pristupom pravi problemi zajednice dobili bi odgovarajući medijski prostor i tretman. *Primer: „Selu nedostaje jedan vodovod, ali i kanalizacija, kao i mesto gde će da se odlaze đubre i tim otpadom upravlja.”* Nakon što na kraju reportaže sagovornik otvara ključne probleme sela, novinar ne postavlja pitanje, već završava izveštavanje u nadi da će meštani svoje problem rešiti.

Podnosilac projekta: Naš glas, novinsko izdavačko društvo sa ograničenom odgovornošću
Naziv projekta: „Naš grad”- informisanje javnosti o aktuelnim dešavanjima od značaja za život građana Smedereva

Projekat lista Naš glas nije tematski zaokružena celina, već redovno izveštavanje o aktivnostima gradske uprave. Za informisanje građana Smedereva izdvojeno je oko dva i po miliona dinara, a projekat je realizovan kroz pojedinačne tekstove koji na prvim stranama lista - vesti i izveštaje čiji su glavni akteri gradski čelnici. Prema analizi BIRNa proizvedeni medijski sadržaj promovira lokalne funkcionere, prvenstveno gradonačelnicu i partiju na vlasti, zatim republičke funkcionere. Projekat Našeg glasa može se okarakterisati kao plaćeno političko oglašavanje, prvenstveno lokalnih političkih i javnih funkcionera. Na primer, u broju od 03. februara 2015. godine objavljeni su intervjui na dve strane sa članicom Gradskog veća za resor rada i socijalne politike i načelnikom Odeljenja za urbanističko-komunalne, imovinsko-pravne, inspeksijske poslove i poslovni prostor u Gradskoj upravi. Iako oba intervjua otvaraju važne teme, strategiju socijalne zaštite i produžetak roka za legalizaciju objekata, one nisu objektivno obrađene zato što im nedostaje druga strana - eksperti, civilni sektor, građani. Ovaj obrazac prisutan je u izveštavanju Našeg glasa, pa tako važne društvene teme ostaju lišene njihovih glavnih aktera - građana.

Da je projekat Našeg glasa plaćeni politički marketing potvrđuju i povodi za objavljivanje vesti i izveštaja koji su uglavnom delatnost gradske uprave. Npr., povod pisanja vesti u aprilu mesecu: *nacionalna služba za zapošljavanje raspisala javne pozive i konkurse, sastanak Gradske uprave sa republičkim inspektoratom za rad, JKP Zelenilo i groblja počelo da uređuje parkove, aktivnosti komunalne policije, konferencija za novinare povodom posete investitora iz Indije, počeo projekat inkluzije Roma u vrtiće, potpisan ugovor o izgradnji nove hale, zasedalo gradsko veće, Gradski savez socijalno humanitarnih organizacija očekuje dodelu sredstava, predstavljen novi projekat za inkluziju Roma, najava sednice skupštine grada, postavljanje kamena temeljca za izgradnju hale.*

U tehničkom smislu projekat ispunjava minimum standarda, nema zanimljivih grafičkih rešenja ili fotografija. Svaki tekst po formi liči na novinsku vest, izveštaj ili intervju, ali sadržinski to nije, jer ne zadovoljava minimum objektivnosti - dva izvora, dve strane priče.