

JAVNI POZIV ZA PROGRAM PODRŠKE LOKALNIM MEDIJIMA U SRBIJI
U OKVIRU PROJEKTA „Medijska strategija po meri građana /2026-2031/“

ODGOVORI NA PITANJA POTENCIJALNIH APLIKANATA [POSLANA U PISANOJ FORMI]

Datum objave: 22.07.2025.

■ Gde i kada će biti održane jednodnevne radionice za novinare?

Javićemo svima koji dobiju grantove što pre je moguće, a plan će zavisi i od geografskog rasporeda dobitnika grantova, pa ćemo videti šta je isplativije. U svakom slučaju, ne treba da budžetirate troškove za put i smeštaj.

■ Od početka godine smo uradili baš takve ili slične brojne tekstove [kakvi se traže u pozivu]. Da li mogu da ih koristim u okviru projekta ili će biti potrebno da pišem nove?

Neophodno je da se napiše sasvim novih 5 analitičkih tekstova (nisu prihvatljive vesti, izveštaji) - to je detaljno navedeno u tekstu poziva. Između ostalog, 2 dana obuke služe tome da pomognu da se urade nove priče. Neophodna je i multimedija u okviru priča, kako je definisano u detaljnom pozivu.

■ Interesuje me dinamika aktivnosti u okviru projekta.

Nastojaćemo da se obuke održe što pre, u prva dva meseca projekta - dakle septembar i oktobar, da bi ostalo što više vremena za pisanje priča i promociju / kampanje na društvenim mrežama. To su sve obaveze koje dobitnici grantova imaju.

■ Teme priča: Da li svih 5 priča mora ravnomerno pokrivati obe tematske oblasti (finansiranje medija i bezbednost novinara), tj. 2–3 priče po temi, ili je dopušteno da se sve priče fokusiraju na jednu oblast ukoliko su lokalno relevantne?

Dopušteno je da se sve priče fokusiraju na jednu oblast ukoliko je lokalno bitno relevantnija od druge oblasti. Naravno da nema smisla forsirati priče iz oblasti koja nije zastupljena u geografskoj oblasti koju medij pokriva.

O fokusu priča će biti razgovora na radionicama kako bismo sveukupno - gledajući sve dobitnike grantova zajedno - obezbedili koliko-toliko jednaku distribuciju tema.

■ Forma analitičkih priča: Da li se priče moraju objavljivati isključivo kao tekstualni formati sa dodatkom multimedije, ili je dozvoljeno da priča bude primarno audio (podkast) ili video, sa kratkim pratećim tekstom?

Dozvoljeno je da formati priča budu raznovrsni, tj. da priča bude primarno podkast ili video, s tim da će se obezbediti novinarska asistencija na početku projekta kako bismo osigurali da svi formati i sve teme budu analitički / dubinski obrađene.

- **Multimedijalni zahtevi:** Postoji li minimalni broj multimedijalnih elemenata po priči? Da li je prihvatljivo koristiti npr. 1 audio isečak + 1 infografiku, ili se podrazumeva veća kompleksnost (video, grafike, audio i tekst zajedno)?

Nije precizno definisan minimalni broj, ali se svakako očekuje više od npr. teksta sa fotografijama, ma koliko ih bilo. Ne postoji egzaktni odgovor na ovo pitanje. Naime, važnost teme i analitička obrada teme ključne, a multimedija se bira u skladu sa tim, da bi istakla nalaze priče, pri čemu se biraju multimedijalni formati koji najviše odgovaraju cilju. Ukoliko pomenuti primer kombinacije audio isečka i jedne infografike dovoljno potcrtava i približava publici nalaze priče da bi ih lakše razumeli, kao i da bi ih ovi elementi privukli da pročitaju tekst - to može biti dovoljno. Dakle, bitno je u saradnji s novinarom iz našeg tima odrediti prema specifičnim potrebama svake priče šta je "dovoljan broj" multimedijalnih elemenata u zavisnosti od njihove korisnosti i efekta za publiku.

- **Korišćenje veštačke inteligencije:** Kakvi su tačno kriterijumi za prijavljivanje upotrebe AI alata? Da li se sintetička glasovna naracija, automatizovana transkripcija ili vizuali generisani putem alata poput Canva AI smatraju AI sadržajem koji mora biti posebno označen?

Sav sadržaj generisan upotrebom AI će morati da bude označen kao takav, uključujući primere navedene u pitanju. NUNS priprema opširne smernice za etičnu upotrebu AI u redakcijama i planiramo da ih dobitnici grantova preuzmu i prihvate, a kao minimum poštuju tokom izvođenja projektnih aktivnosti. Detaljnija uputstva će uslediti po dobijanju grantova.

- **Mini-kampanje:** Da li se kampanje odnose samo na društvene mreže, ili uključuju i lokalno oglašavanje (plakati, radio džinglovi)?

Odnose se samo na društvene mreže.

- **Postoji li ograničenje koliko objava ili boostova se očekuje po priči?**

Ne postoji. Apsolutni minimum je promovisati priče proizvedene tokom projekta, ali se očekuju i originalni postovi (kako stoji u pozivu) koji su tematski (a idealno i vizualno) komplementarni pomenutoj promociji priča, tj. daju dodatnu informativnu / edukativnu vrednost u vezi sa tematskim oblastima.

- **Mentorska podrška:** Ko tačno čini mentorske timove i koliko sati mentorisanja je dostupno po mediju? Da li je podrška stalna ili samo u fazi pisanja?

Pored početnih treninga, dobitnici grantova će imati podršku tokom realizacije projekta u vidu osobe koja je stručna za temu finansiranja lokalnih medija iz javnih izvora i druge koja je stručna za temu bezbednosti novinara. Pored toga, dobitnici grantova imaću podršku novinara koji će moći savetodavno da im pomognu da finaliziraju priču / sadržaj. Što se tiče broja sati ukupnog mentorskog rada po jednom grantu, to je otprilike pet radnih dana ili 40 radnih sati.

- **Da li pravo učešća imaju mediji sa teritorije Beograda? Pošto je navedeno da je projekat namenjen lokalnim medijima, zanima me šta podrazumevate pod lokalnim medijima.**

Da, projekat jeste prvenstveno namenjen lokalnim medijima i pravo učešća imaju i mediji registrovani u opštinama i gradovima poput Beograda. Pojam lokalnog medija nije definisan zakonskim niti podzakonskim aktom, ali pod lokalnim medijima podrazumevamo medije (štampane, onlajn, televizijske, radio stanice) koji se uređuju i distribuiraju pretežno na teritoriji jedne ili više lokalnih zajednica (opština ili gradova). Ključan kriterijum nije geografska veličina, već usmerenost i ciljna publika. Vaš projekat, ali i medij mora biti pretežno usmeren na lokalnu javnost.

- **Da li je učešće moguće za sve kanale komunikacije: televizija, sajt, štampa? Sa mogućnošću konkurisanja samo sa jednim kanalom.**

Kako stoji u detaljnom zvaničnom pozivu: *"Organizacija ili osnivač/izdavač medija može podneti samo jedan predlog projekta u okviru ovog programa, a koji uključuje samo jedan njegov medij [u slučaju da ima više medija]."* Skrećemo pažnju da se radi isključivo o registrovanom mediju. Medij može biti registrovan kao veb sajt, radio, TV i kao takav biti delegiran od strane osnivača / izdavača za sprovođenje projekta. Ukoliko osnivač / izdavač koristi više platformi u okviru jednog registrovanog medija koji je delegiran za sprovođenje projekta, dozvoljeno je publikovanje sadržaja na više platformi tog medija.

- **Da li prihvatate i druge vrste web analitike ili samo Google Analytics?**

Prihvatamo bilo koji relevantan alat za analitiku koji omogućava detaljnu verifikaciju posećenosti, dosega i angažmana (npr. vreme provedeno na čitanju sadržaja). Važno je da predložite jasne i merljive podatke koji će biti traženi. U prijavi za grant napomenite koji alat ćete koristiti za merenje ovih parametara, kao i period analize. Međutim, bilo bi veoma preporučljivo da koristite i Google Analytics i da nam date podatke i iz ovog, najviše korišćenog alata, kako bi statistike među projektima različitih dobitnih grantova bile uporedive. Dobitnicima grantova dostavićemo template / obrazac za praćenje parametara posećenosti i konzumacije sadržaja na veb sajtovima i društvenim mrežama.

- **Kako se pravdaju npr. troškovi kancelarijskog materijala, koji procenat od fakture? Zatim, kako se pravda trošak produkcije teksta objavljenog putem sajta?**

Na samom računu za kancelarijski materijal možete da naznačite koje se stavke odnose na projektne aktivnosti.

Za pravdanje troška produkcije teksta zavisi da li angažujete fizičko ili pravno lice. U zavisnosti od toga potreban je ugovor o angažovanju i/ili račun tj. faktura, a u svakom slučaju obavezni su dokaz da je usluga pružena, kao i dokaz o plaćanju.

Kao sastavni deo ugovora, svima koji dobiju grantove dostavljaju se i detaljne instrukcije za pravdanje troškova.

- U okviru budžetske pozicije „Ljudski resursi“ navedene su četiri pozicije, sa naznakom procentualnog učešća u radnom vremenu.

To je samo primer budžeta. Budžetske stavke prilagodite vašim aktivnostima i potrebama.

- Mi smo mali medij i nemamo stalno zaposlene u ovom trenutku jer nemamo finansijski kapacitet da angažujemo lica na takav način. Da li postoji mogućnost angažmana po osnovu ugovora o autorskom delu/ugovora o delu?

Da. U tom slučaju ne morate da navodite % angažovanja.

- Da li jedno lice može praktično obavljati 2 funkcije (urednik i koordinator projekta)?

Da, ukoliko je to najsvrsishodnije za realizaciju predloženih aktivnosti.

- Da li može biti angazovan tehničar?

Da, ukoliko postoji opravdana potreba kako bi se realizovale planirane aktivnosti.

- Da li lice zaduženo za finansijsko izveštavanje može biti spolji saradnik?

Da. Trošak finansija može biti i u sekciji troškova 3. ukoliko je to npr. knjigovodstvena agencija.

- Ukoliko medij nije u PDV sistemu, da li je dovoljno dostaviti izjavu iz APR-a ili Poreske uprave, ili je potreban formalni dokument koji dokazuje oslobađanje?

Dobitnik grantu ne dostavlja izjave da li je u sistemu PDV-a ili ne. Dobitnicima grantova će biti omogućeno da oslobode od PDV-a angažovanog pružaoca usluge / dobavljača ukoliko je taj pružalac usluge / dobavljač u sistemu PDV-a, i to samo za usluge koje su predmet ugovora o grantu (koje su u odobrenom budžetu). PDV nije prihvatljiv trošak u okviru ovog programa i zbog toga je neophodno da se u budžetu navode iznosi koji ne uključuju PDV na usluge na koje se obračunava, što je detaljno navedeno i u pozivu. Svaki plaćen PDV neće biti priznat kao trošak.

- Da li su autorski ugovori (po osnovu intelektualnog rada na pričama, montaži i sl.) prihvatljiv način angažovanja saradnika?

Da.

- Da li treba obračunati bruto iznose sa svim porezima i doprinosima, iako su u pitanju ugovori o delu?

Da, potrebno je obračunati sve obaveze na navedenu vrstu ugovora u skladu sa Zakonima Republike Srbije.

- **Da li se može budžetirati pretplata na online alate (npr. Canva Pro, Adobe Express, Epidemic Sound) za celu dužinu projekta?**

Možete da budžetirate pretplate na sve alate koji su neophodni za sprovođenje planiranih aktivnosti, ali najduže trajanje pretplate može biti jednako dužini trajanja projekta.

- **Da li je nabavka tehničke opreme (npr. diktafona, ring light, slušalica) dozvoljena ako je podložna amortizaciji?**

Dozvoljena je kupovina tehničke opreme ukoliko je opravdana za sprovođenje planiranih aktivnosti i ekonomično budžetirana u skladu sa potrebama projekta.

- **Da li je moguće planirati boostove i za organski sadržaj medija koji je povezan sa projektom (npr. objava video isečka iz radijske emisije)?**

Prihvatljivi su samo troškovi boosta (online promocije) koji su direktno u svrhu promocije 5 analitičkih sadržaja i multimedije proizvedenih u okviru projekta, kao i tematski povezanih mini-kampanja na društvenim mrežama.

- **Postoji li gornji limit za ovaj trošak u okviru budžeta?**

Ne.

- **Indirektni troškovi (do 7%): Da li u tu stavku možemo uključiti zakup prostora, komunalije, internet, računovodstvene usluge, i da li se to mora posebno razlagati?**

Da, pri čemu se indirektni troškovi ne razlažu na više budžetskih linija. Oni se prikazuju u ukupnom procentualnom iznosu do maksimalnih 7% u odnosu na direktne troškove.

- **U slučaju kašnjenja u dobijanju druge tranše (20%), postoji li mogućnost privremenog prolongiranja završnog roka projekta?**

Druga tranša, do max 20% vrednosti projekta, se isplaćuje po završetku projekta i po odobravanju finalnog narativnog i finansijskog izveštaja.

- **Da li mogu da se prijavljuju pravna lica koja nisu u obavezi da predaju završne račune APR-u (bilans stanja i bilans uspeha) u skladu sa Zakonom Republike Srbije? I šta se dostavlja u tom slučaju?**

Za aplikante koji su registrovani kao pravno lice koje nije u obavezi da preda finansijske završne godišnje račune (bilans stanja i bilans uspeha sa pratećim izveštajima) dovoljno je dostaviti Potvrdu o prometu iz poslovne banke kod koje aplikant ima otvorene račune za platni promet, i to za periode januar 2023 – decembar 2023 i januar 2024 - decembar 2024.

- **U kom formatu se dostavljaju finansijski izveštaji aplikanta u sklopu aplikacije?**

Ukoliko pravno lice predaje završne račune, dovoljno je poslati ove izveštaje u elektronskom formatu sa sajta APR-a. Ukoliko pravno lice koje aplicira nije u obavezi da predaje finansijske završne godišnje račune, molimo pogledati odgovor na prethodno pitanje.