



ANALIZA FINANCIRANJA LOKALNIH MEDIJA JAVNIM NOVCEM

Širenje dezinformacija i neprovjerenih informacija ukazali su posljednjih godina na globalnoj razini na to koliko je važno podupirati rad medija u javnom interesu te koliko ozbiljne mogu biti posljedice prepuštanja medijskog sektora isključivoj regulaciji tržišta. Dodatno, i medijsko tržište značajno se promijenilo pojavom velikih tehnoloških kompanija koje ciljanim oglašavanjem uzimaju sve veći dio marketinškog budžeta, ali i sve veći udio publike, naročito mlađih generacija. Dok su mediji nekad oglašivačima nudili svoj utjecaj, danas njihov položaj na tržištu u najvećoj mjeri ovisi o tome koliko će pažnje uspjeti privući pa u takvim okolnostima treba pozdraviti svako ulaganje u kvalitetno novinarstvo koje poštuje etički kodeks profesije.

S druge strane, netransparentno ulaganje u medijski sadržaj predstavlja rizik u smislu pogodovanja pojedinim medijima, a time i rizik od utjecaja na uređivačku politiku medija. Taj rizik moguće je prevenirati postavljanjem jasnih kriterija prema kojima se sredstva dodjeljuju. Jednako tako, zakonski okvir trebao bi jamčiti neovisnost novinara i urednika o poslovnoj politici medija.

Istraživanje o financiranju medija iz proračuna, a koje Gong od početka 2022. godine provodi u suradnji s Hrvatskim novinarskim društvom (HND) i Sindikatom novinara Hrvatske (SNH) pokazuje, međutim, kako su oba ova mehanizma zaštite neovisnosti medija – transparentno financiranje s jasnim kriterijima, kao i postavljanje jasne granice između oglasa i uredničkog sadržaja medija – zakazala.

Na temelju prava na pristup informacijama i platforme ImamoPravoZnati¹, članovi HND-a poslali su na adrese 274 lokalne jedinice zahtjev za dostavom sklopljenih ugovora o uslugama s medijima u 2020. i 2021. godini, uz kartice konta dobavljača i popis medija koji su tijekom navedene dvije godine primali subvencije ili donacije iz proračuna te iznosima po godinama za svaki medij. Pitali smo i kako se novac dijelio – putem javnog natječaja, diskrecijskom odlukom, odnosno ugovaranjem usluga i jednostavnom javnom nabavom, ili na temelju suvlasništva u mediju. Istraživanje je provodilo četvero novinara: Hrvoje Šimičević, Maša Samardžija, Goran Šimac i Saša Paparella i svaki je odabrao jednu županiju u kojoj je upite slao svim gradovima i općinama. Naknadno, Hrvoje Šimičević upite je slao na adrese većih gradova i općina i u drugim županijama.

Dosad prikupljeni podaci istraživanja o financiranju medija iz lokalnih i regionalnih proračuna tijekom 2020. i 2021. godine pokazuju kako za sufinanciranje sadržaja medija ne postoje jasni

¹ Online platforma za pravo na pristup informacijama



kriteriji te da se novac u pravilu dijeli na temelju diskrecijske odluke lokalnog čelnika, bilo da je riječ o ugovorenim uslugama ili javno raspisanim pozivima za sufinanciranje sadržaja medija.

Transparentnost financiranja

Od 274 lokalne jedinice kojima su upiti poslani, njih 60 nije odgovorilo, a među 214 primljenih odgovora 50 općina nije imalo nikakvih isplata prema medijima u 2020. i 2021. godini. Prikupljeni podaci odnose se tako na proračune osam županija (38 % od ukupnog broja županija), 60 gradova (47 % od ukupnog broja) te 96 općina (koje zajedno s 50 općina bez medijskih troškova predstavljaju 34 % ukupnog broja općina u Hrvatskoj). **Ove 164 jedinice lokalne i regionalne samouprave potrošile su tijekom 2020. i 2021. godine za promidžbu i informiranje ukupno nešto više od 76 milijuna kuna.**

Najpotpunije podatke istraživanje je prikupilo za gradove i općine Zagrebačke, Primorsko-goranske, Osječko-baranjske, Splitsko-dalmatinske i Istarske županije. Iz Bjelovarsko-bilogorske županije i Grada Bjelovara nisu odgovorili na zahtjev, baš kao ni iz Grada Dubrovnika i Dubrovačko-neretvanske županije².

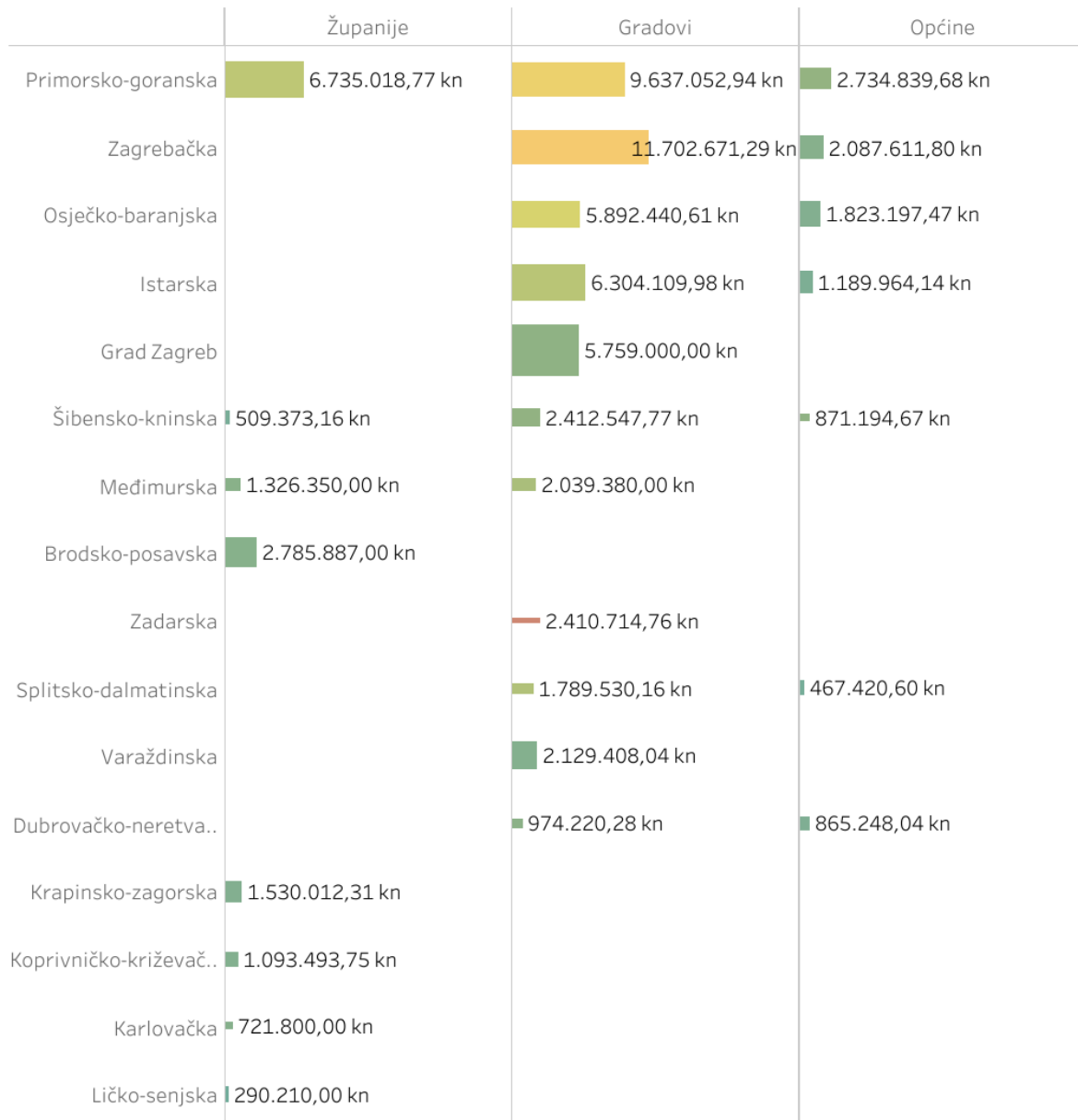
Troškovi županija, gradova i općina na području pojedinih županija prikazani su niže u grafički položenim stupcima, gdje raspon boja označava prosječan iznos po mediju, a debljina stupca broj sufinanciranih medija. Iz prikaza je vidljivo kako u prosjeku najveće iznose po nakladniku isplaćuju gradovi, koji i sufinanciraju najveći broj nakladnika na svom području.

² Neke od ovih lokalnih jedinica, na primjer Grad Bjelovar, podatke o financiranju medija objavljuju na svojim službenim stranicama, no posljednje izmjene Zakona o pravu na pristup informacijama nalažu da je tijelo javne vlasti, ako su podaci objavljeni *online*, dužno na upit poslati poveznicu na podatke.

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.

Troškovi medijske promidžbe jedinica lokalne
i regionalne samouprave u 2020. i 2021. godini



br. financiranih nakladnika



prosjeak po nakladniku



Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.

Istraživanje sporo napreduje i zbog strukture podataka koje je potrebno sistematizirati i verificirati prije unosa u bazu. Iako, i nakon takvog postupka ostao je dio uplata za koje je nemoguće pouzdano utvrditi kako su dodijeljene. Iz primljenih odgovora ipak je vidljivo da je najveći ukupan iznos troškova promidžbe i informiranja isplaćen na temelju ugovora o poslovnoj suradnji, a tek mali broj gradova (Zagreb, Rijeka, Šibenik) i županija (Brodsko-posavska) je tijekom 2020. i 2021. godine raspisivao javne pozive za sufinanciranje javne zadaće medija.

Troškovi promidžbe lokalnih jedinica 2020./21. prema tipu isplate

	Županije	Gradovi	Općine
ugovor	9.053.012,94 kn	28.008.595,58 kn	6.724.400,16 kn
neutvrđeno	1.693.292,53 kn	7.758.364,73 kn	152.500,00 kn
javni poziv	1.977.000,00 kn	6.359.000,00 kn	
suvlasništvo	934.107,00 kn	5.332.003,83 kn	1.271.133,59 kn
narudžbenica	1.144.232,52 kn	2.932.293,40 kn	1.750.307,65 kn
sufinanciranje	190.500,00 kn	660.818,29 kn	104.885,00 kn

Kriteriji javnog poziva

Istodobno, upravo je Grad Zagreb primjer kako nije dovoljno zadovoljiti formu i raspisati javni poziv, a bez jasnih kriterija i neovisnih stručnjaka koji će ocijeniti prijave. Prethodna ovakva istraživanja pokazala su kako je Grad Zagreb do 2021. godine medijima dodjeljivao uvjerljivo najveće iznose u odnosu na ostale lokalne i regionalne jedinice. Premda je postojalo povjerenstvo koje je ocjenjivalo prijave, odluku je na kraju donosio zagrebački gradonačelnik

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



neovisno o evaluaciji. Grad Zagreb godinama je na ovaj način sufinancirao rad zagrebačkih lokalnih medija, a najveći pojedinačni iznosi bili su rezervirani uvijek za iste, odabrane medije. Već i brzom usporedbom rezultata natječaja iz 2011., 2016. i 2020. godine³ vidljivo je kako su milijune iz zagrebačkog proračuna svake godine dobivali Otvorena televizija (OTV) i televizija Z1, a stotine tisuća kuna radijske postaje Enter Zagreb i Radio Kaj. Ipak, i većina ostalih zagrebačkih medija mogla je računati na to da će dobiti neka proračunska sredstva. Promjenom vlasti u Zagrebu, u 2021. godini svi ovi mediji ostali su bez sredstava na koja su posljednjih 10 godina mogli svake godine računati. Dokazuje to da sustav u kojem financiranje medija ovisi o potpisu čelnika na području gdje djeluju nije opasan samo za slobodu medija, i integritet političara, nego i za sam opstanak medija. Treba napomenuti i to da od Grada Zagreba na upit nismo dobili cjelovite podatke o financiranju medija iz gradskog proračuna.

Ugovore s medijima na temelju javnog poziva poslali su Grad Šibenik i Brodsko-posavska županija. Natječajna dokumentaciji javnog poziva za raspodjelu sredstava medijima iz proračuna Grada Šibenika dostupna [na službenim stranicama](#) navodi da kako odluku o dodjeli sredstava donosi gradonačelnik, dok je u slučaju Brodsko-posavske županije navedeno kako župan donosi odluku na prijedlog Stručnog povjerenstva⁴.

[Ugovori Brodsko-posavske županije](#) o dodjeli potpora medijima odnose se na predmetne sadržaje koji, međutim, nisu navedeni u ugovoru, nego u posebnom medija-planu koji mu nije priložen. Ni u jednom od osam članaka ugovora ne spominje se označavanje plaćenog sadržaja. Obaveza označavanja sadržaja kao plaćenog ne postoji ni u ugovorima koje je na temelju javnog poziva s medijima sklapao [Grad Šibenik](#) iako je u njima izriječno navedeno da plaćeni sadržaj sufinancirani mediji moraju uvrstiti u svoj informativni program, ili rubriku. Materijale za promotivne objave Grada radi poticanja javnog interesa u informiranju dostavlja Grad.

Grad Šibenik u natječajnoj dokumentaciji navodi tri kriterija za dodjelu sredstava; doseg medija, lokalni karakter sadržaja te kvalitetu, kreativnost, inovativnost i autorski pristup u osmišljavanju autorskog sadržaja. Istodobno, u ugovorima koje je Grad 2020. i 2021. sklopio s medijima na temelju javnog poziva, navodi se da će mediji sufinancirani sadržaj realizirati u dogovoru s naručiteljem, ili da će naručitelj predlagati goste za emisije, da sadržaj treba biti zastupljen u informativnom sadržaju medija, pa i dostavu materijala naručitelja za objavu promotivnih članaka – što ne ostavlja previše prostora slobodnom autorskom pristupu.

³ [Rezultati natječaja za sufinanciranje medija](#), službene stranice Grada Zagreba

⁴ [Odluka župana Brodsko-posavske županije o dodjeli potpora u 2021. godini](#)

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



Medijski sadržaj po nalogu naručitelja

Je li riječ o prilično standardnim uvjetima ugovaranja usluga informiranja i promidžbe u nizu medija obuhvaćenih istraživanjem? Pregledom sadržaja ugovora 107 jedinica lokalnih i regionalnih vlasti koje su ih dostavile, vidljivo je kako su uglavnom sklopljeni za usluge promidžbe i informiranja o aktivnostima na području jedinice, često uključuju razgovore s čelnicima, praćenje sjednica, manifestacija i tema po izboru Naručitelja, kao i autorizaciju materijala prije objave. Spominje se u nekim cjenicima i koliko stoji vrijeme novinara na terenu, a često se u ugovorima izričito navodi obaveza uvrštenja plaćenog sadržaja u informativne emisije i rubrike medija. **Ovakav, neprihvatljiv oblik suradnje medija i jedinica lokalne i regionalne samouprave postao je zapravo pravilo.**

Tako je *List Međimurje* iz proračuna Međimurske županije 2021. godine dobio 225.000 kuna, odnosno 100 posto veći iznos nego prethodne godine. U tom ugovoru, potpisanom 4. siječnja 2021. godine, *List Međimurje* obvezuje se za potrebe naručitelja, u ovom slučaju Međimurske županije, pratiti rad Naručitelja i povezanih ustanova i trgovačkih društava, poštujući pravila i etički kodeks struke, a već u sljedećoj rečenici navodi se kako će Naručitelj i koliko često naručivati objavu članaka i intervjua⁵.

Dodatno, ugovori koje su za medijske usluge u 2020. i 2021. godine sklapale lokalne jedinice, na temelju javnog poziva ili diskrecijskom odlukom lokalnog čelnika, imaju još jednu zajedničku karakteristiku – u pravilu ne spominju obavezu isticanja sadržaja kao plaćenog.

Premda i Zakon o medijima i Zakon o elektroničkim medijima propisuju da plaćeni sadržaj mora biti jasno i vidljivo označen kao takav, i odvojen od uredničkog sadržaja. Zakon o medijima čak izričito navodi kako „Oglas ne smije biti takav da kod gledatelja, slušatelja ili čitatelja izazove dojam kao da je riječ o programskom sadržaju medija⁶“, a oba zakona propisuju kaznu od 100.000 do milijun kuna za kršenje ove odredbe.

Dodatno, oba navedena zakona propisuju kazne i za obavljanje medijske djelatnosti koja nije registrirana u odgovarajućem upisniku kod Agencije za elektroničke medije⁷ ili, u slučaju tiska, u upisniku koji vodi Hrvatska gospodarska komora. **Od ukupno 338 poslovnih subjekata kojima su lokalne jedinice uključene u istraživanje plaćale usluge promidžbe i informiranja tijekom 2020. i 2021. godine, njih 98 nije registrirano ni u jednom od dva navedena upisnika.**

⁵ Ugovori Međimurske županije s medijima u 2021. dostupni na linku <https://bit.ly/3OTgWoQ> konkretan ugovor je na str. 7. PDF dokumenta

⁶ [Zakon o medijima](#) članak 20. stavak (1)

⁷ [Upisnik Agencije za elektroničke medije](#) <https://www.aem.hr/upisnik/>

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.

Troškovi promidžbe lokalnih jedinica u 2020./21. godini po tipu vlasništva medija

Komercijalni	167	46.166.624,30 kn	276.446,85 kn
Javni	38	21.154.034,74 kn	556.685,12 kn
Neupisani	98	6.815.903,19 kn	69.550,03 kn
Neprofitni	35	1.946.134,99 kn	55.603,86 kn
	br. financiranih nakladnika	ukupni iznos	prosjeck po mediju

Novinarstvo u službi odnosa s javnošću

Ulaganje u bolju informiranost zajednice trebalo bi podrazumijevati osnaživanje redakcija lokalnih medija, ali podatak o gotovo 7 milijuna kuna koje su s proračunskih stavki promidžba i informiranje isplaćene obrtima i tvrtkama neupisanima za medijsku djelatnost, teško može služiti tom cilju. Zakon o medijima propisuje prijavu nakladnika tiska u Upisnik koji vodi Hrvatska gospodarska komora, a za kršenje ove odredbe propisana je kazna u rasponu od 100.000 do milijun kuna. Ista je novčana kazna propisana za nakladnike koji obavljaju djelatnost pružanja audio ili audiovizualnih i usluga elektroničkih publikacija, a nisu prijavljeni u Upisnik pružatelja medijskih usluga, elektroničkih publikacija i neprofitnih proizvođača audiovizualnog i/ili radijskog programa. Pravni subjekti upisani u službene registre podliježu i ostalim odredbama, prije svega Zakonu o medijima koji postavlja jasnu granicu između uređivačke i politike nakladnika medija.

Ova granica, međutim, u slučaju kada usluge promidžbe i informiranja nude subjekti koji nisu registrirani u upisnicima za obavljanje medijske djelatnosti, često uopće ne postoji.

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



Među istaknutim primjerima valja izdvojiti TV emisiju *Đir s Davorom Jurkovićem* koja se emitira na *Kanalu RI* i *TV Novoj* iz Pule, a za koju je lani iz proračuna 22 lokalne jedinice isplaćeno ukupno 860.000 kuna. Ugovori i narudžbenice za usluge snimanja i emitiranja ove emisije na regionalnim televizijama u Primorsko-goranskoj, Istarskoj i djelu Ličko-senjske županije potpisani su sa šest tvrtki i obrta koji nude ovu medijsku uslugu. Ugovorene „usluge oglašavanja“ predviđaju gostovanje u polusatnoj emisiji, uz teme po izboru lokalnog člcnika koji se promovira u ležernom stilu, kao i dijeljenje sadržaja na društvenim mrežama i *online*-platformama. Regionalne televizije emisiju puštaju kao vanjsku produkciju.

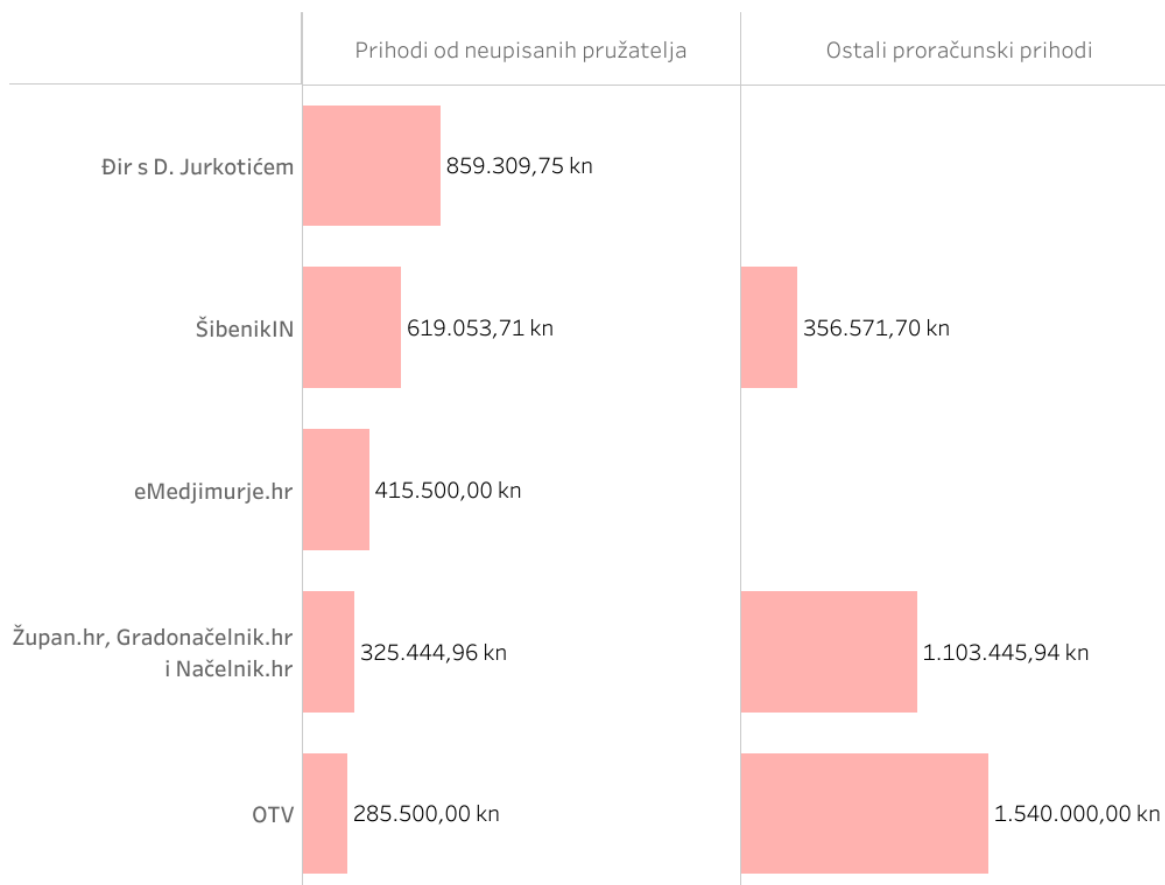
Slično je i s naplatom minuta u Zagrebačkoj panorami *OTV-a*. Naručitelj, u konkretnom slučaju dva grada i pet općina Zagrebačke županije, ugovorom se obvezuju dostaviti sve potrebne materijale o događajima koje žele zabilježiti. Tvrtka Ramona Rubin koja nudi ovu uslugu nije registrirana kao mediji ni u jednom upisniku. Isto vrijedi i za tvrtku koja prodaje minute programa u emisiji *Sunčani sat Hrvatskog radija*, javnog medija koji se financira iz pristojbe i kojem bi javni interes uvijek trebao biti ispred komercijalnog. Ukupan iznos od nekih 7000 kuna plaćen je narudžbenicom Deak marketingu, a kao usluga navedeno je emitiranje emisije.

Dodatno, i ugovori koje su lokalne jedinice sklapale s marketinškim agencijama za oglašavanje u pojedinim medijima također se u najvećoj mjeri odnose na takozvane *native*-oglasce, odnosno novinarski oblikovan – PR-sadržaj. Marketinške agencije tako kao *native*-oglašavanje nude, primjerice, za praćenje rada i aktivnosti javne uprave ili pak „pozitivnih primjera kvalitete života“, kako stoji [u ugovoru s agencijom](#) koja svoje *native*-usluge objavljuje isključivo na jednom lokalnom portalu. Postoje i takve stranice koje objavljuju isključivo plaćeni sadržaj, a koje su posljednje dvije godine prema skupljenim podacima uprihodile 1,4 milijuna kuna od ukupno 31 grada, općine i županije koje su platile za komparativne analize o upravljanju proračunom i politikama županija, gradova i općina. Tko želi da se njegov grad, općina ili županija pojavi na nekoj od top 10 listi u navedenim kategorijama, tu uslugu ugovara s jednom od šest tvrtki, među kojima su tek tri naknadno, početkom 2022. godine, registrirane u Upisniku elektroničkih medija.

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.

Proračunski prihodi neupisanih pružatelja medijskih usluga uz ostale proračunske prihode medija koji su 2020./21. objavljivali njihov naplaćeni sadržaj



Većinu proračunskih prihoda tijekom 2020. i 2021. godine *online*-stranice *Župan.hr*, *Gradonačelnik.hr* i *Načelnik.hr* (1,1 milijun kuna) naplatile su putem tri poslovna subjekta koja su tek naknadno, početkom 2022. godine, uvedena u Upisnik Agencije za elektroničke medije.

Da nije riječ o previdu, nego o praksi, svjedoči i primjer *eMedjimurja*, jednog od lokalnih portala kojima je u upisniku kao nakladnik navedena hrvatska televizija *RTL*. *RTL Hrvatska* nakladnik je četiri lokalna portala, s tim da je u impressumu *eMedjimurja* i portala *Varazdin.hr* za medijsku produkciju zadužen pravni subjekt koji nigdje nije registriran za proizvodnju medijskog sadržaja. Isto vrijedi za *RTL-ov Rportal*, koji je na području Primorsko-goranske

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



županije tijekom 2020. i 2021. godine naplatio ukupno 150.000 kuna za usluge promidžbe tri grada, dvije općine i Primorsko-goranske županije.

Mediji u većinskom vlasništvu lokalnih jedinica

Osim marketinških usluga koje se iz lokalnih proračuna plaćaju kao informiranje građana, u kategoriju visokog rizika od mogućeg utjecaja na sadržaj medija svakako ulaze i takozvani javni mediji, odnosno takvi u kojima većinsko vlasništvo imaju lokalne i regionalne jedinice. Prikupljeni podaci odnose se na ukupno 38 takvih javnih medija, mahom radijskih i TV-postaja, koji su iz proračuna 77 lokalnih jedinica tijekom 2020. i 2021. godine zajedno dobili 21,2 milijuna kuna. Istraživanje je dodatno obuhvatilo 26 lokalnih jedinica koje su iz svojih proračuna u promatrane dvije godine uložile ukupno 7,5 milijuna kuna na temelju suvlasništva u jednom od 14 javnih medija.

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



Proračunska izdvajanja lokalnih jedinica na temelju suvlasništva u medijima

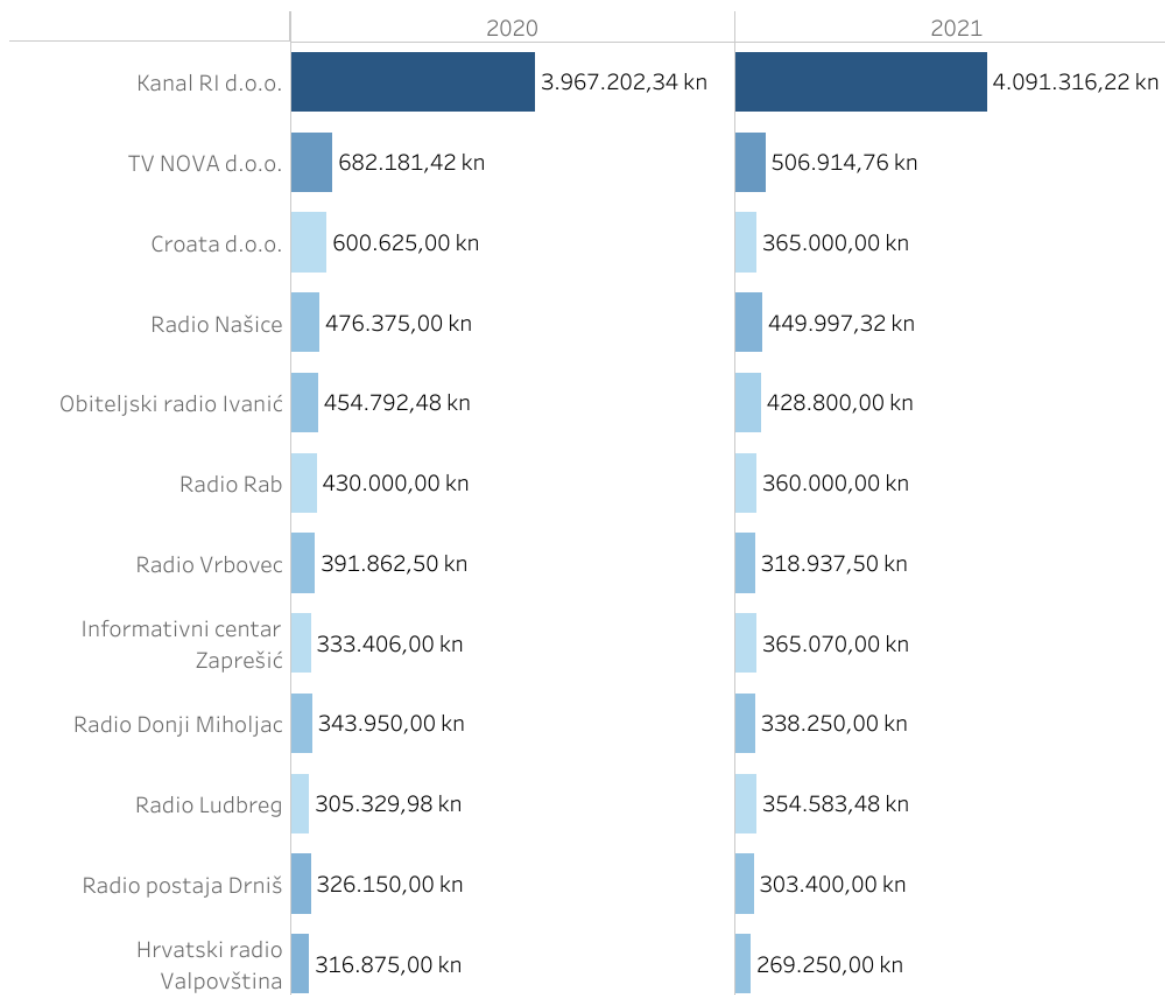
		2020	2021
Croata d.o.o.	Biograd na moru	600.000,00 kn	365.000,00 kn
Kanal RI d.o.o.	Primorsko-goranska	300.000,00 kn	634.107,00 kn
Obiteljski radio Ivanić	Kloštar Ivanić	250.000,00 kn	228.800,00 kn
	Ivanić-Grad	197.292,48 kn	200.000,00 kn
Radio Vrbovec	Vrbovec	367.500,00 kn	300.000,00 kn
Radio Donji Miholjac	Donji Miholjac	315.000,00 kn	315.000,00 kn
	Magadenovac	12.000,00 kn	12.000,00 kn
Hrvatski radio Valpovština	Valpovo	240.000,00 kn	200.000,00 kn
	Bizovac	60.000,00 kn	60.000,00 kn
Radio Našice	Našice	215.000,00 kn	189.997,32 kn
	Podgorač	40.000,00 kn	40.000,00 kn
	Đurđenovac	36.000,00 kn	6.000,00 kn
Radio Gorski kotar	Fužine	92.000,00 kn	92.000,00 kn
	Čabar	72.666,66 kn	45.000,00 kn
	Ravna Gora	53.040,00 kn	61.200,00 kn
	Mrkopalj	28.000,00 kn	27.000,00 kn
	Lokve		31.000,00 kn
RADIO SV. IVAN ZELINA d.o.o.	Sveti Ivan Zelina	280.000,00 kn	200.000,00 kn
Radio postaja Ploče	Ploče	187.193,76 kn	218.934,38 kn
Radio otok Krk	Krk	99.500,00 kn	99.250,00 kn
	Omišalj	41.449,92 kn	44.974,92 kn
Radio Ludbreg	Ludbreg	117.664,99 kn	142.291,74 kn
Radio Korčula	Korčula	120.000,00 kn	130.000,00 kn
CIK "Dr.Božo Milanović"	Pazin	78.487,50 kn	36.225,00 kn
	Tinjan	18.087,50 kn	15.712,50 kn
	Cerovlje	13.868,75 kn	

Preostalih 13,7 milijuna kuna do ukupnog iznosa proračunskih prihoda za svih 38 javnih medija koji se pojavljuju u istraživanju, i ovim je medijima plaćeno za ugovorne usluge promidžbe i informiranja. One i u ovom slučaju podrazumijevaju obavezu medijskog praćenja aktivnosti lokalnih uprava.

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.

Top 10 javnih medija financiranih iz lokalnih proračuna 2020./21.



br. lokalnih jedinica



Primorsko-goranska županija, na primjer, uz Grad Rijeku jedna od većinskih suvlasnika televizije *Kanal RI*, osim iznosa na temelju suvlasništva, s ovom televizijom dodatno je potpisala ugovor o uslugama emitiranja posebnih županijskih emisija. Riječ je o emisijama koje inače čine redovni program *Kanala RI*, poput emisije *Mozak*, koja se tijekom 2020. i 2021. godine jedanput na mjesec emitirala pod pokroviteljstvom Primorsko-goranske županije.

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



Ugovor, međutim, navodi obavezu obilježavanja emisije kao sponzorirane tijekom cijelog njezinog trajanja. Grad Rijeka, inače suvlasnik više od 28 posto udjela *Kanala RI*, s ovom televizijom također ima potpisane ugovore o emitiranju posebne emisije *Riječka Ura* jednom tjedno u 2020. i 2021. godini, ali bez obaveze označavanja sadržaja kao sponzoriranog.

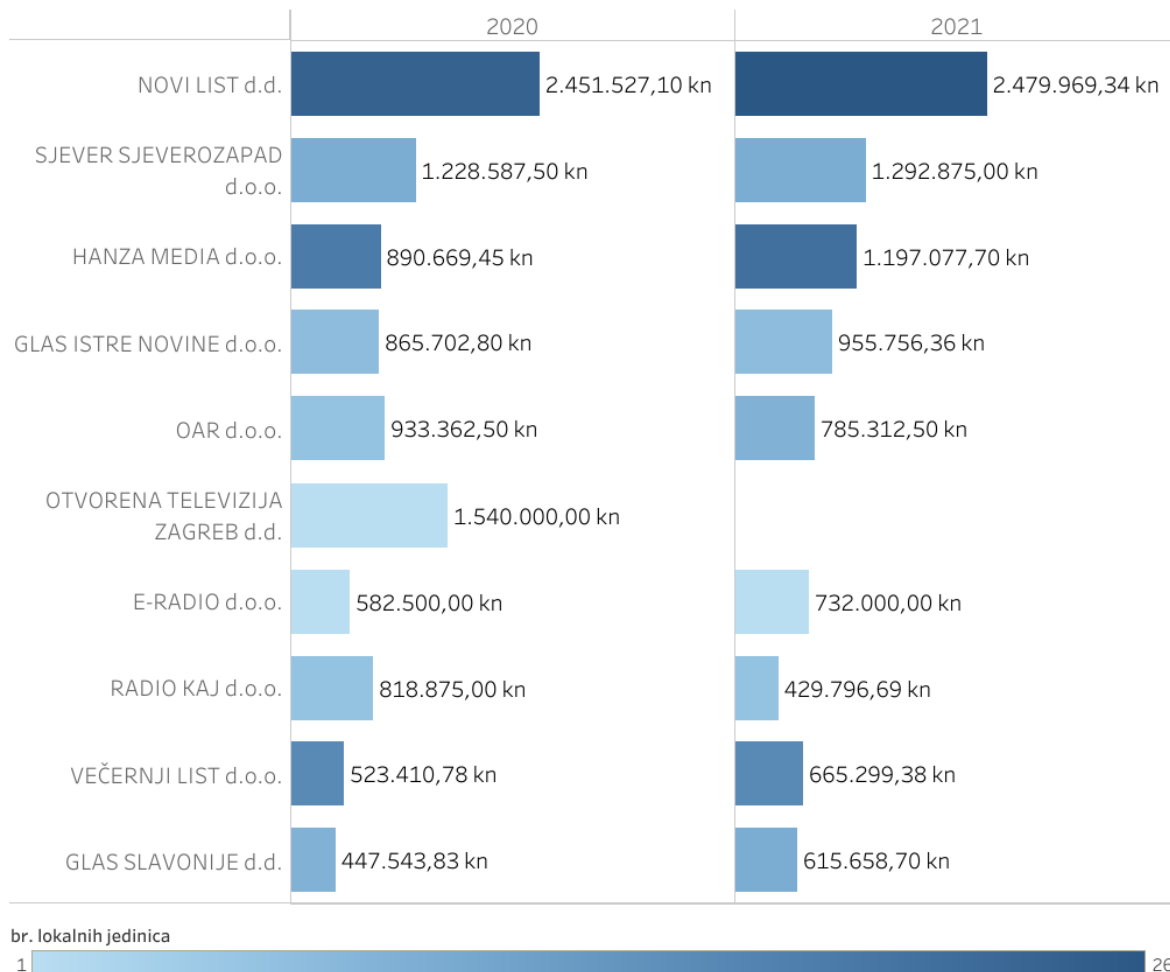
Javna zadaća komercijalnih medija

Među komercijalnim medijima najizdašnije financiranim iz lokalnih proračuna na prvom je mjestu *Novi list*, kojem su Primorsko-goranska županija i 24 lokalne jedinice u njezinu sastavu tijekom 2020. i 2021. godine uplatile ukupno nešto manje od 5 milijuna kuna.

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.

Top 10 komercijalnih medija financiranih iz lokalnih proračuna 2020./21.



Lokalna izdanja *Novog lista*; *Goranski*, *Liburnijski*, *Otočni* i *Primorski Novi list* imala su 2020., kao i 2021. godine, gotovo identične prihode. Najveće prihode *Novi list* je u promatrane dvije godine ostvario iz proračuna Primorsko-goranske županije, a u ugovoru o nabavi usluge objave čestitaka, oglasa te posebnih priloga *Novi list* se obvezuje objavljivati posebne priloge na temelju pojedinačnih pisanih zahtjeva Naručitelja, odnosno županije. Isti članak ugovora navodi, međutim, obavezu nakladnika da primjereno navede kako je prilog financirala Županija. Obaveza isticanja sadržaja kao plaćenog spominje se u svim ugovorima koje je Primorsko-goranska županija sklapala s medijima u 2020. i 2021. godini.

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



Sličan ugovor, za mjesečni prilog Rijeka, *Novi list* je obje godine imao s Gradom Rijekom. Ovdje se navodi obaveza Grada da nakladniku dostavi lektorirane i opremljene tekstove za prilog koji će biti grafički uređen u marketingu *Novog lista*. Označavanje sadržaja kao plaćenog u ovom se ugovoru ne spominje, kao što se ne spominje ni u ugovoru koji je *Novi list* potpisao s Gradom Crikvenicom za zakup šest stranica u posebnom regionalnom prilogu *Primorski Novi list*. Ove će stranice, kako stoji u ugovoru, *Novi list* uređivati i opremiti u dogovoru s osobom koju imenuje Grad.

Sličan model ima i *Glas Istre*, koji je s Gradom Pulom, na temelju postupka javne nabave male vrijednosti, obje godine sklopio ugovor o izdavanju plaćenog tjednog priloga o radu pulske gradske uprave, povezanih tvrtki i ustanova te udruga od posebne važnosti za Grad. Ovdje stoji kako će *Glas Istre* biti naveden kao nakladnik priloga, a tekstovi od autorskog značaja potpisani od autora neovisno o tome s kojom su strankom ugovora u radno-pravnom ili drugom odnosu.

Hanza media također je među prvih pet iz lokalnih proračuna najizdašnije financiranih nakladnika zahvaljujući *Slobodnoj Dalmaciji* i *Šibenskom listu*, gdje je svoj prostor rezerviralo 18 lokalnih jedinica, najviše s područja Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije. Ugovori o poslovnoj suradnji Hanza medije i lokalnih jedinica odnose se na promidžbu, objavu i oblikovanje komunalnih vijesti, u skladu s ponudom koja nije priložena ugovoru.

Stranice u svojim specijaliziranim regionalnim priložima prodaje i *Večernji list*, koji je u 2020. i 2021. godini iz proračuna 19 lokalnih jedinica, najviše s područja Zagrebačke i Osječko-baranjske županije, uprihodio više od dva milijuna kuna. Nakladnici najvećih tiskanih medija, koji su posljednjih desetak godina, zbog nerentabilnosti, pada čitanosti, *online*-konkurencije, gasili jedno za drugim sva svoja dopisništva, oživljavaju sada medijsku prisutnost lokalnih sredina – plaćenim sadržajem.

[Ugovor nakladnika Televizije Zapad](#), Sjever Sjeverozapad, s Gradom Zaprešićem sklopljen je 2020. godine za uslugu „kontinuiranog medijskog praćenja“ aktivnosti Grada u nizu emisija među kojima su Vijesti, i još tri emisije koje su iste godine bile sufinancirane i sredstvima Fonda za pluralizam⁸. Tada je, naime, na snazi još bio [Zakon o elektroničkim medijima iz 2011.](#) čiji je članak 64. u stavku (5) propisivao da se sredstva Fonda ne mogu dodjeljivati za audiovizualne i/ili radijske programe koji se već sufinanciraju po bilo kojoj osnovi iz proračunskih sredstava.

⁸ [Izvješće Hrvatskom saboru o radu Vijeća za elektroničke medije i Agencije za elektroničke medije za 2020. godinu](#), Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



Nijedna od osam lokalnih jedinica koje su ugovorile usluge promidžbe i informiranja s nakladnikom Osječke televizije, tvrtkom OAR, nije dostavila ugovor, a *Otvorena televizija Zagreb* sav je proračunski prihod u 2020. godine ostvarila iz proračuna Grada Zagreba, na temelju javnog poziva. *E-radio* je također ukupan navedeni iznos u 2020. i 2021. godini naplatio iz proračuna Grada Velike Gorice, koji na upit nije poslao dodatne informacije o modelu plaćanja medijskih usluga pa tako ni jesu li imali sklopljenih ugovora.

Sklopanje ugovora o poslovnoj suradnji s medijima bez jasno postavljenih kriterija, ovisno o odluci čelnika čiji rad mediji trebaju pratiti, lako može dovesti do „nesporazuma“. Na taj način potpuno je izbrisana granica koja bi, kako stoji u Zakonu o medijima, trebala odvajati marketinške usluge od redakcije medija. Odvajanje oglasa od uredničkog sadržaja propisuje i Zakon o elektroničkim medijima, a prikriveno oglašavanje, odnosno prepletanje i povezivanje novinarskih priloga i oglasa nije u skladu ni s Kodeksom časti hrvatskih novinara gdje jasno stoji i to da novinar ne smije biti autorom oglasa i drugih propagandnih priloga jer to dovodi u sumnju njegovu profesionalnu nepristranost.

Činjenica da je velika većina ugovora sklopljena upravo za ovu vrstu usluga prilično je jasan pokazatelj zapuštenosti medijskog sektora.

Elektronički mediji koji su dobili koncesiju ugovorom su se obavezali na proizvodnju informativnog programa, a praćenje zbivanja na području koje pokrivaju osnova je funkcija informativnih medija. Ako, međutim, tijela javne vlasti plaćaju medijima za usluge praćenja njihova rada, ili kako je to u nekim ugovorima navedeno, „pojačanog“ medijskog praćenja, tada je moguće očekivati i to da će mediji, kad ostanu bez proračunskih sredstava, prestati „pojačano“ ili uopće pratiti zbivanja u tom gradu, općini ili županiji.

Melisa Skender

Projekt Modeli financiranja lokalnih medija je podržan s 5.000 € financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Hrvatskog novinarskog društva i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.