

# PRAĆENJE MEDIJSKOG PLURALIZMA U DIGITALNOM DOBU

## PRAĆENJE MEDIJSKOG PLURALIZMA U EUROPSKOJ UNIJI, ALBANIJI, SJEVERNOJ MAKEDONIJI, CRNOJ GORI, SRBIJI I TURSKOJ U 2020. GODINI

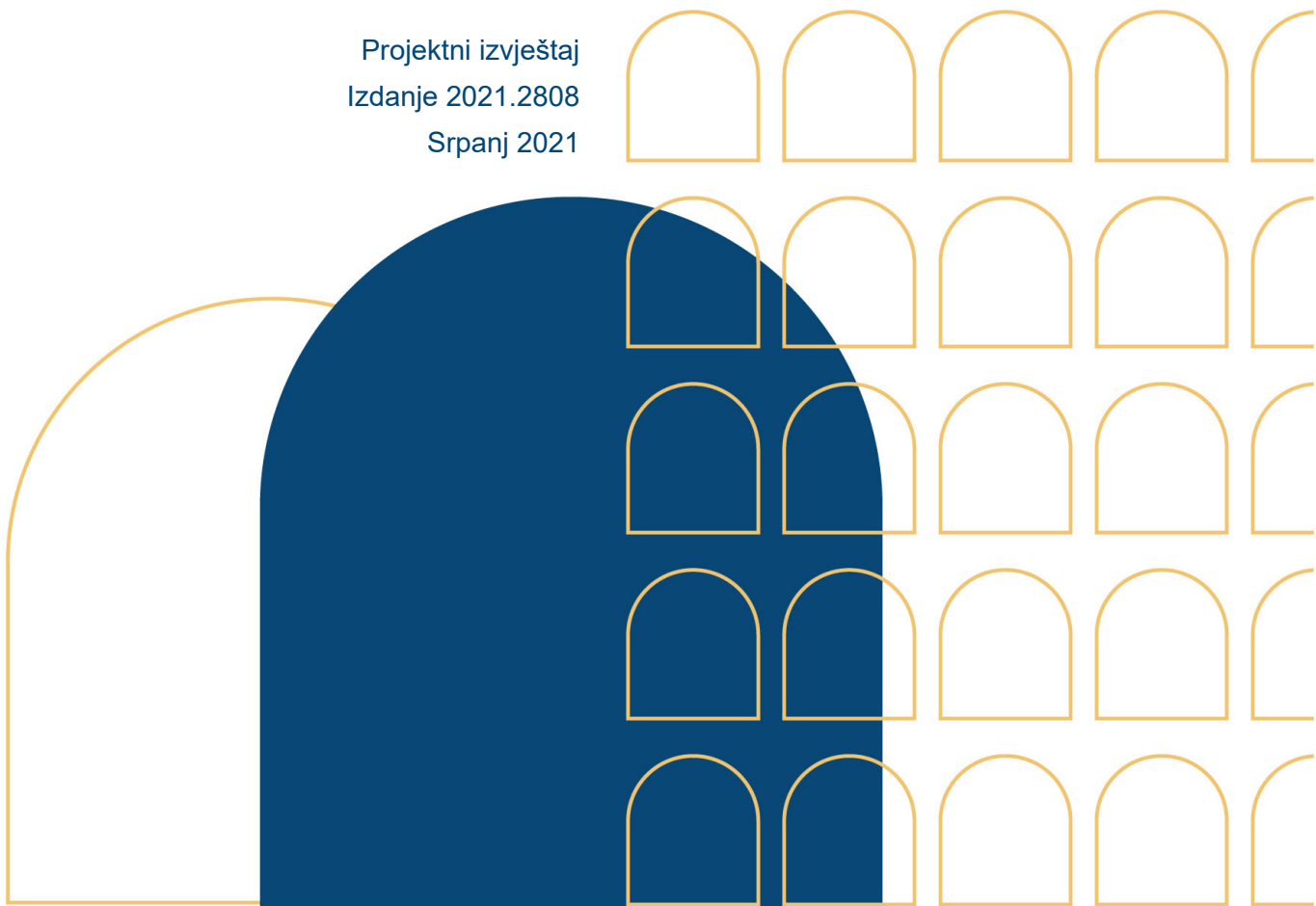
Nacionalni izvještaj: Hrvatska

Pasko Bilic, Institute for Development and International Relations

Monika Valecic, Independent Researcher

Toni Prug, Independent Researcher

Projektni izvještaj  
Izdanje 2021.2808  
Srpanj 2021



# SADRŽAJ

1.	O projektu	4
1.1.	Pregled projekta	4
1.2.	Metodološke bilješke	4
2.	Uvod	6
3.	Rezultati prikupljanja podataka: vrednovanje rizika za medijski pluralizam	7
3.1.	Osnovna zaštita (42% - Srednji rizik)	8
3.2.	Tržišni pluralizam (71% - Visoki rizik)	10
3.3.	Politička nezavisnost (61% - Srednji rizik)	12
3.4.	Društvena uključenost (61% - Srednji rizik)	13
4.	Pluralizam u online okruženju: procjena rizika	15
5.	Zaključci	18
6.	Bilješke	19
7.	Reference	20

Aneks I. Nacionalni tim

Aneks II. Skupina stručnjaka

© European University Institute 2021

Sadržaj i pojedinačna poglavlja © Pasko Bilic, Monika Valecic, Toni Prug, 2021

Ovaj rad objavljuje European University Institute,  
Robert Schuman Centre for Advanced Studies.

Ovaj se tekst smije preuzeti samo za osobne istraživačke svrhe. Reproduciranje za druge svrhe, u tiskanom ili elektroničkom obliku, zahtijeva dozvolu autora. Prilikom citiranja ili referiranja, potrebno je koristiti puno ime autora, urednika, naslov, godinu izdanja i izdavača.

Zahtjevi se šalju na [cmpf@eui.eu](mailto:cmpf@eui.eu)

Stajališta iznesena u ovoj publikaciji odražavaju mišljenja pojedinačnih autora, a ne mišljenja Europskog sveučilišnog instituta.

The English version of this report prevails over this translation.

Centre for Media Pluralism and Media Freedom  
Robert Schuman Centre for Advanced Studies

Projektni izvještaj 2021.2808

RSC / Centre for Media Pluralism and Media Freedom

Objavljeno u Srpanj 2021

European University Institute  
Badia Fiesolana  
I – 50014 San Domenico di Fiesole (FI)  
<https://cadmus.eui.eu/>



Centar za medijski pluralizam i medijske slobode sufinancira  
Europska unija. Ova publikacija odražava mišljenja autora, a  
Komisija ne može biti odgovorna za uporabu informacija sadržanih  
u izvještaju.

# 1. O projektu

## 1.1. Pregled projekta

Praćenje medijskog pluralizma (MPM) istraživački je alat izrađen za procjenu potencijalnih rizika za medijski pluralizam u zemljama članicama i kandidatima za članstvo u Europskoj uniji, kojim se promatraju online i offline okruženja vijesti. Ovaj je narativni izvještaj rezultat primjene MPM-a u 2020. u okviru projekta koji financira pripremna akcija Europskog parlamenta. MPM je primijenjen u 27 zemalja članica Europske unije, Albaniji, Crnoj Gori, Sjevernoj Makedoniji, Srbiji i Turskoj zahvaljujući potpori Europske unije Centru za medijski pluralizam i slobodu medija (CMPF) Europskog sveučilišnog instituta (European University Institute).

## 1.2. Metodološke bilješke

*CMPF partnerski surađuje siskusnim nezavisnim nacionalnim istraživačima, koji prikupljaju podatke i pripremaju narativne izvještaje u svojim zemljama, osim u slučaju Italije u kojoj je prikupljanje podataka proveo CMPF-ov tim. Istraživanje se temelji na standardiziranom upitniku i smjernicama koje je razvio CMPF.*

*U Hrvatskoj je CMPF surađivao s Paškom Bilićem (Institut za razvoj i međunarodne odnose), Monikom Valečić i Tonijem Prugom (nezavisnim istraživačima), koji su prikupljali podatke, ocijenili i komentirali varijable te intervjuirali stručnjake za specifična područja. Izvještaj su recenzirali suradnici CMPF-a. Da bi se osigurali točni i pouzdani rezultati istraživanja, u svakoj od zemalja skupina je nacionalnih stručnjaka preispitala odgovore na osjetljiva pitanja koja se odnose na vrednovanje pluralizma (vidi 2. prilog za popis stručnjaka). U odabranim zemljama nacionalni izvještaj recenzirali su nezavisni nacionalni stručnjaci.*

*Rizici medijskom pluralizmu i slobodi medija procjenjuju se na temelju četiriju osnovnih tematskih cjelina: osnovna zaštita, tržišni pluralizam, politička nezavisnost i društvena uključenost. Rezultati se temelje na procjeni indikatora po svakom tematskom području (vidi 1. tablicu).*

Osnovna zaštita	Tržišni pluralizam	Politička nezavisnost	Društvena uključenost
Zaštita slobode izražavanja	Transparentnost medijskog vlasništva	Politička nezavisnost medija	Pristup manjina medijima
Zaštita prava na pristup informacijama	Koncentracija medija koji proizvode vijesti i	Urednička autonomija	Pristup medijima za lokalne/regionalne zajednice i medije zajednice
Novinarska profesija, standardi i zaštita	Koncentracije internetskih platformi i provođenja tržišnog natjecanja	Audiovizualni mediji, online platforme i izbori	Pristup medijima za žene
Nezavisnost i učinkovitost medijskog regulatora	Održivost medija	Regulacija državnih resursa i potpora medijskom sektoru	Medijska pismenost
Opći doseg tradicionalnih medija i pristupa internetu	Komercijalni i vlasnički utjecaj na urednički sadržaj	Nezavisnost upravljanja i financiranja javnog servisa	Zaštita protiv nezakonitog i štetnog sadržaja

### Digitalna dimenzija

*U praćenju medijskog pluralizma digitalna dimenzija ne promatra se kao odvojeno područje, već kao područje povezano s tradicionalnim medijima i postojećim principima medijskog pluralizma i slobode*

izražavanja. Međutim, njime je omogućeno promatranje rizika specifičnih za digitalno okruženje u završnom izvještaju koji se odnose na okruženje u kojemu se nalaze digitalne vijesti.

Rezultati i indikatori za svako područje prikazani su na skali od 0 do 100 posto. Niskim se rizikom smatra rezultat od 0 do 33 posto, srednjim rizikom od 34 do 66 posto, a visokim rizikom rezultat od 67 do 100 posto.

Na razini indikatora rezultati od 0 posto prikazani su kao 3 posto, a rezultati od 100 posto kao 97 posto da bi se izbjegli zaključci o potpunoj odsutnosti ili potpunoj sigurnosti postojanja rizika.

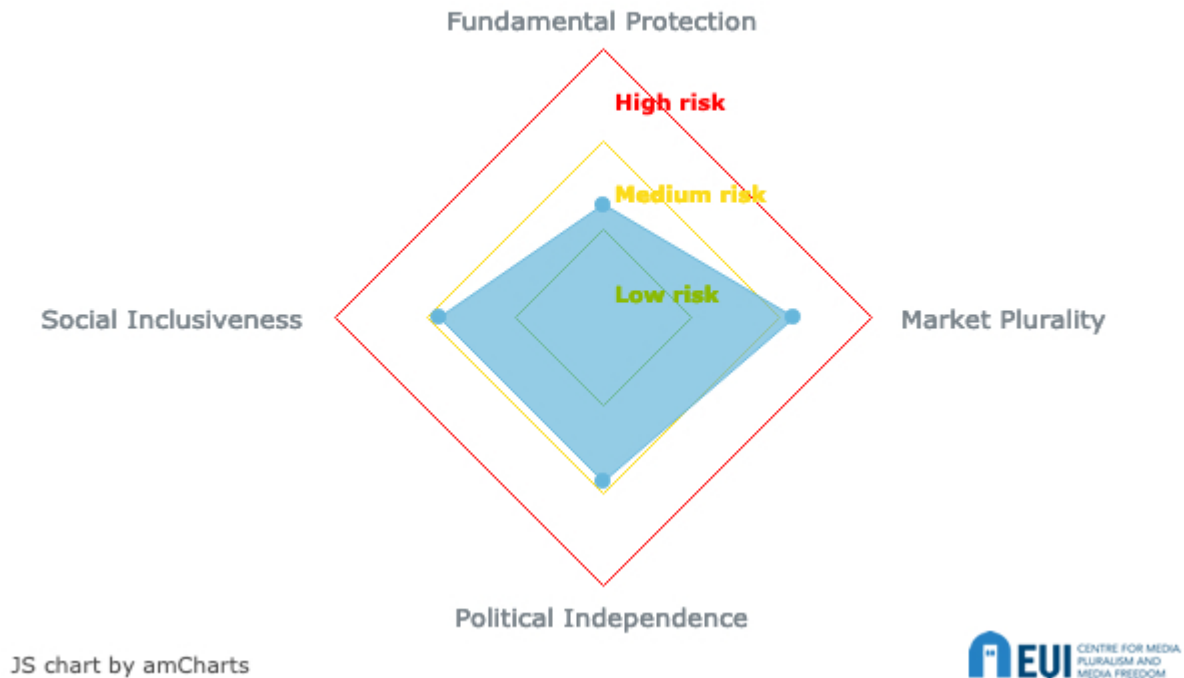
**Odricanje odgovornosti:** Sadržaj ovog izvještaja ne odražava nužno mišljenja CMPF-a ni nacionalnih stručnjaka. Odražava mišljenje nacionalnog tima koji je prikupljao podatke i napisao izvještaj. Zbog nadopuna i dorada upitnika rezultati praćenja MPM-a 2021. nisu potpuno usporedivi s rezultatima prijašnjih godina. Za više informacija vidjeti CMPF-ov izvještaj MPM-a 2021., koji će uskoro biti dostupan na <http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/>.

## 2. Uvod

- **stanovništvo:** Hrvatska je zemlja s procijenjenim brojem stanovnika od 4 065 000 milijuna 2019. (Državni zavod za statistiku 2020.). Nalazi se između srednje Europe, Sredozemlja i jugoistočne Europe.
- **jezici:** Glavni je jezik hrvatski.
- **manjine:** Hrvati čine više od 90 posto stanovništva. Zemlja je multikulturna s 22 manjine priznate *Ustavom Republike Hrvatske*. Glavna su manjina Srbi (4,4 %), zatim Bošnjaci (0,73 %), Talijani (0,42 %), Albanci (0,41 %), Romi (0,40 %) i Mađari (0,33 %) prema popisu stanovništva iz 2011. (Vlada Republike Hrvatske 2021)<sup>[1]</sup>
- **ekonomska situacija:** Zbog pandemije koronavirusa BDP je naglo pao u 2020. Konkretno govoreći, u 2020. bio je za 8,4 % manji nego u 2019. (Državni zavod za statistiku 2021.). U turizmu kao glavnom sektoru hrvatske ekonomije zabilježen je velik pad.
- **politička situacija:** Parlamentarni izboru održani su u srpnju 2020., a većinu glasova dobila je Hrvatska demokratska zajednica (HDZ), stranka desnice. HDZ je formirao stranku desnog centra s predstavnicima manjina, Hrvatskom demokratskom strankom (HNS) i Reformistima.
- **medijsko tržište:** Hrvatsko je medijsko tržište koncentrirano. Tržišni udio četiriju vodećih audiovizualnih medija iznosio je 96 posto u 2019.<sup>[2]</sup> Udio u publikama četiriju vodećih audiovizualnih medija iznosio je 56 posto u 2020.<sup>[3]</sup> Tržišni udio četiriju vodećih radijskih vlasnika iznosio je 70 posto u 2019. Udjel u publikama iznosio je 39 posto u 2020.<sup>[4]</sup> Četiri vodeća vlasnika novina imali su tržišni udio od 71 posto u 2019.<sup>[5]</sup> Četiri vodeće novine imale su 23 posto udjela u publikama među 60 glavnih novina (engl. *Average Issue Readership*).<sup>[6]</sup> Tržišni udio četiriju vodećih elektroničkih publikacija iznosio je 49 posto.<sup>[7]</sup> Prosječni mjesečni udio za cijelu 2020. (postotak svih posjetitelja) za četiri vodeća portala iznosio je 85 posto.<sup>[8]</sup>
- **regulatorno okruženje:** Mediji su u nadležnosti Ministarstva kulture i medija. Glavno je regulatorno tijelo Vijeće Agencije za elektroničke medije. Ne postoji regulatorno tijelo za tiskane medije. Glavno je profesionalno udruženje novinara Hrvatsko novinarsko društvo (HND). U svibnju 2020. HND objavio je da je aktivno 905 tužbi protiv novinara (HND 2020.a). Novi je Zakon o elektroničkim medijima trenutno (ožujak 2021.) u saborskoj proceduri. Njegova je glavna svrha prenošenje Audiovizualne medijske direktive (AVMS) i uvođenje manjih promjena povezanih s uredničkom odgovornošću za korisničke komentare i govor mržnje na internetu. Međutim, novi se zakon selektivno bavi određenim temama izbjegavajući glavne probleme s kojima su suočeni novinari bez strateškog i dugoročnog *policy* okvira.
- **COVID-19:** Pandemija koronavirusa imala je snažan učinak na radne uvjete. Predsjednik HND-a izjavio je da je početkom travnja 2020. 85 posto honorarnih zaposlenika izgubilo svoje poslove u komercijalnim i javnim medijima (HND 2020.b). Prema Sindikatu novinara Hrvatske (SNH) vlasnici medija iskoristili su pandemiju da bi smanjili novinarska prava (SNH 2020).

### 3. Rezultati prikupljanja podataka: vrednovanje rizika za medijski pluralizam

#### Croatia: Media Pluralism Risk Areas

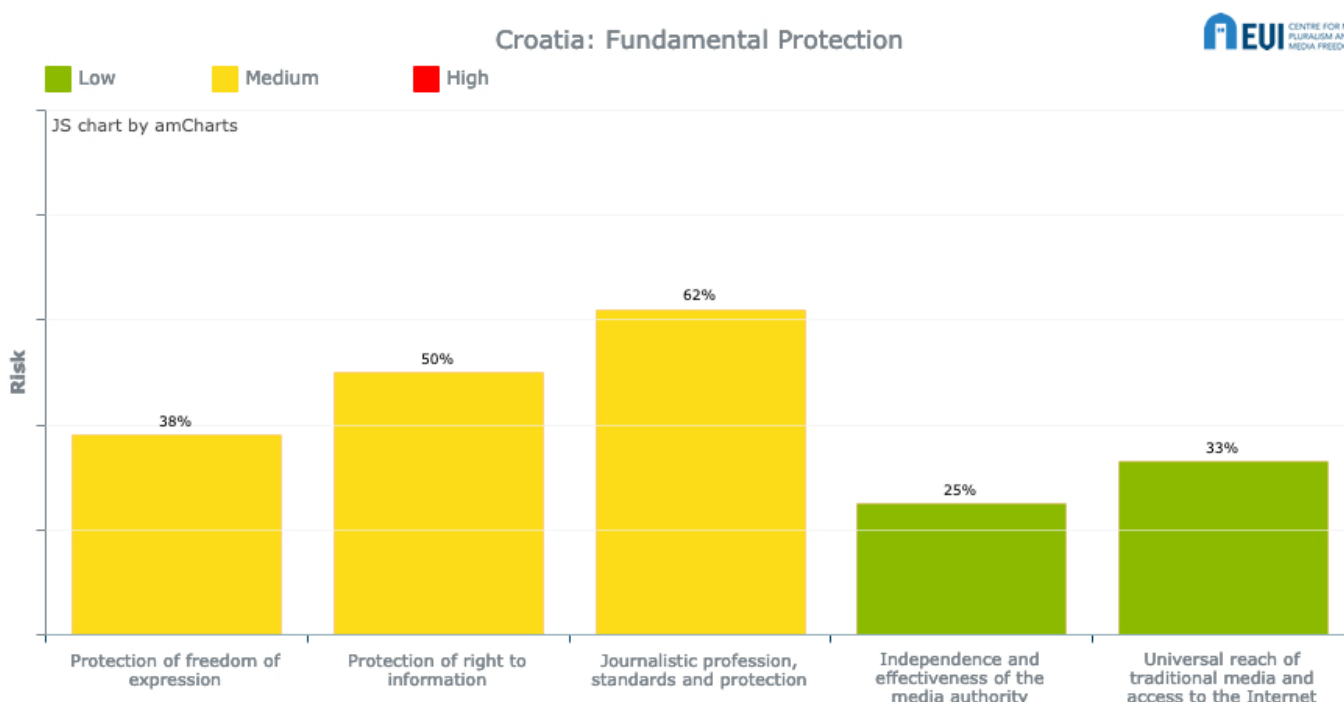


- Iz rezultata u Hrvatskoj proizlazi srednji rizik u područjima **osnovne zaštite** (41 %), **društvene uključenosti** (61 %) i **političke nezavisnosti** (61 %). U području **tržišnog pluralizma** pokazuje se visoki rizik (71 %).
- Rezultati u području **osnovne zaštite** rezultat su viših rizika u području novinarske profesije, standarda i zaštite, zaštite prava na pristup informacijama i zaštite slobode izražavanja. Zakonski je okvir kojim se štite prava novinara neadekvatan, a novinari su često mete strateških tužbi protiv javne participacije (SLAPP) i za klevetu. Parlamentarnoj većini ostavljen je prevelik utjecaj na nominiranje i postavljanje članova Vijeća za elektroničke medije.
- U području **društvene uključenosti** dva su indikatora s visokim rizikom: pristup medijima za žene i medijska pismenost. Javni medijski servis nema strategiju promicanja rodne jednakosti. Žene su manje zastupljene na izvršnoj i upravljačkoj razini javnog servisa i privatnih TV kompanija. U vijestima o aktualnim događanjima često su prikazane kroz različite stereotipe. Ne postoji sveobuhvatna strategija promicanja medijske pismenosti na nacionalnoj razini. Postojeće su mjere fragmentirane.
- Rezultati u području **političke nezavisnosti** sadrže indikatore s visokim rizikom kao što su urednička autonomija i nezavisnost upravljanja i servisiranja javnog servisa. Visoki rizik u području uredničke autonomije rezultat je neučinkovitih samoregulatornih mjera, odnosno medijskih statuta i etičkih kodeksa. Procedure imenovanja na upravljačke pozicije javnog servisa previše su ovisne o Saboru.
- U području **tržišnog pluralizma** indikator s visokim rizikom jesu koncentracija internetskih platformi i provođenje tržišnog natjecanja, komercijalni i vlasnički utjecaj na urednički sadržaj, održivost medija i koncentracija medija koji proizvode vijesti. Većina podataka o transparentnosti vlasništva je dostupna. Međutim, pojedinci kao vlasnici medija još uvijek mogu biti prikriveni. Zakonodavstvo kojim bi se reguliralo i nadziralo internetsko oglašavanje manjkavo je ili ne postoji. Nije uvedeno oporezivanje digitalnih usluga.
- Zbog pandemije bolesti COVID-19 ukupno je ulaganje u oglašavanje palo za 15 posto između 2019. i

2020. U istom je razdoblju internetsko oglašavanje palo za 4 posto (HURA 2021.). Udruga novinskih izdavača objavila je podataka da je prodaja tiskanih medija pala za 25 posto, a oglašavanje za 50 posto između ožujka i travnja 2020. na početku uvođenja mjera za suzbijanje pandemije (HUP 2020.). Predsjednik HND-a izjavio je da je početkom travnja 2020. 85 posto honorarnih zaposlenika izgubilo svoje ugovore u javnim i komercijalnim medijima (HND 2020b.).

### 3.1. Osnovna zaštita (42% - Srednji rizik)

Indikatori osnovne zaštite predstavljaju regulatornu srž medijskog sektora u suvremenim demokracijama. Njima se mjere potencijalna područja rizika kao što su postojanje i djelotvornost provedbe regulatornih mjera zaštite slobode izražavanja i prava na pristup informacijama; status novinara, uključujući njihovu zaštitu i mogućnost rada; neovisnost i učinkovitost nacionalnih regulatornih tijela u čijoj je nadležnosti regulacija medijskog sektora te doseg tradicionalnih medija i pristupa internetu u općoj populaciji.



S obzirom na indikator **zaštita slobode izražavanja** zabilježen je srednji rizik od 39 posto. Poštuju se osnovni međunarodni standardi, međutim zakonska rješenja protiv kršenja nisu uvijek učinkovita zbog općenito spore sudske prakse. Bilo je nekoliko slučajeva kršenja slobode izražavanja na Europskom sudu za ljudska prava (2021.). Kleveta se smatra kaznenim djelom. U 2020. bilo je aktivno 905 tužbi protiv novinara. Među tim tužbama 861 odnosi se na tužbe za klevetu koje su podigli političari, javne osobe, poslovne osobe, lokalna administracija, tvrtke, nevladine udruge i suci (HND 2020a.).

S obzirom na indikator **zaštita prava na pristup informacijama** zabilježen je srednji rizik od 50 posto. Pravo na pristup informacijama zaštićeni su ustavom i zakonima. Ograničenja na temelju zaštite privatnosti, državne tajne, javnog reda i nacionalne sigurnosti definirana su u skladu s međunarodnim standardima. U godišnjim izvještajima Povjerenika za informiranje navode se mogućnosti za poboljšanje. Neka tijela javne vlasti odugovlače s pružanje informacija do kojih se često dolazi žalbenim mehanizmima i direktnim djelovanjem Povjerenika. „Šutnja uprave” jedan je od većih problema jer se na nju odnosi više od polovine svih žalbi.



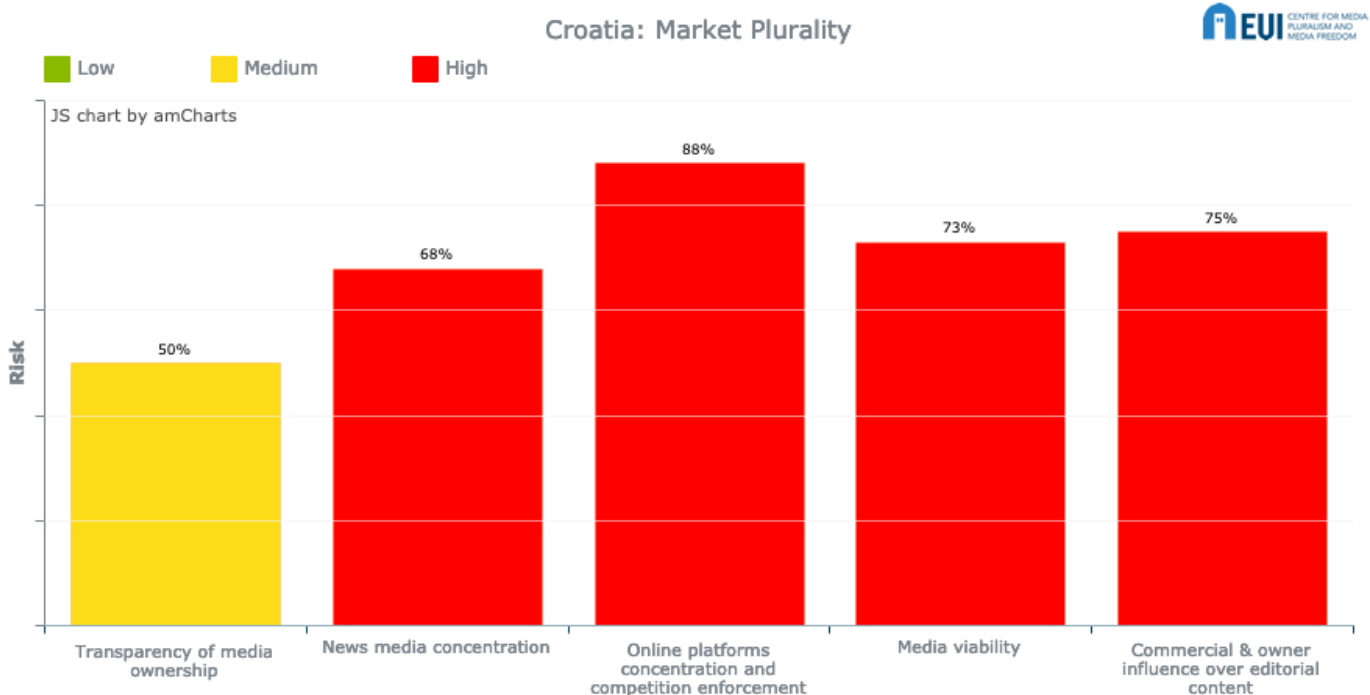
Indikator **novinarska profesija, standardi i zaštita** srednjeg je rizika od 62 posto. Hrvatsko novinarsko društvo (HND) javno i aktivno promiče profesionalne vrijednosti te izdaje upozorenja, kršenja i teška kršenja etičkih standarda. Samoregulatorne mjere nisu učinkovite u zaštiti uredničke neovisnosti. Radni su uvjeti novinara loši, a stanje je pogoršala pandemija koronavirusa. Na početku pandemije u travnju 2020. 85 posto svih honorarno zaposlenih izgubilo je svoje ugovore u komercijalnim i javnim medijima (HND 2020b.). Prema Sindikatu novinara Hrvatske (SNH), mediji su iskoristili pandemije da bi smanjili novinarska prava (SNH 2020.). Strateške tužbe protiv javne participacije (SLAPP) prijatnija su nezavisnom novinarstvu u Hrvatskoj. Kleveta, uvreda i sramoćenje strateški se koriste kao sredstvo napada na novinare. Kao kaznena djela mogu biti kažnjeni visokim kaznama. Ne postoji zakonski okvir za sprječavanje SLAPP tužbi ni *policy* inicijativa kojom bi se spriječile takve tužbe. S obzirom na zaštitu podataka, prenesena je Opća uredba o zaštiti podataka te EU direktiva 2016/680. Međutim, još uvijek ne postoje ograničenja za nezakonito prikupljanje podataka kojima državne vlasti nadziru novinare.

Indikator **nezavisnost i učinkovitost medijskog regulatora** (Vijeća za elektroničke medije) niskog je rizika od 25 posto. Dužnosti i odgovornosti, izricanje kazni i upravni sporovi definirani su zakonom. Upravni su sporovi učinkoviti i ne koriste se za odgađanje procedura. Proračun je regulatora transparentan i definiran godišnjim financijskim planom dobivenim od 0,5 posto ukupnoga godišnjeg bruto prihoda svih pružatelja usluga elektroničkih medija u prethodnoj godini. Vijeće za elektroničke medije redovito objavljuje informacije o svojim aktivnostima na svojoj mrežnoj stranici. Članovi vijeća mogu biti izabrani neograničen broj puta, što može imati negativan učinak na neovisno donošenje odluka (INDIREG 2011.). Potrebna stručnost i kvalifikacije za mjesto u vijeću preširoko su definirane, otvorene različitim interpretacijama i ponekad nedovoljno primijenjene i zanemarene. Saborska većina ima preveliku moć u nominiranju i imenovanju članova vijeća.

Indikator **opći doseg tradicionalnih medija i pristupa internetu** niskog je rizika od 33 posto. Opća pokrivenost signalom javnog servisa zajamčena je Ugovorom između HRT-a i Vlade Republike Hrvatske. Većina je populacije pokrivena signalom svih javnih televizija i radijskih kanala te širokopojasnim internetom. Prelazak na digitalno DVB-T2 emitiranje dovršen je 2020. Neutralnost mreže osigurana je regulatornih mehanizmima i primijenjena u praksi.

### 3.2. Tržišni pluralizam (71% - Visoki rizik)

Indikatori tržišnog pluralizma ukazuju na ekonomske rizike za medijski pluralizam, vidljive u nedostatku transparentnosti te koncentraciji vlasništva, održivosti medijske industrije, te izloženosti novinarstva komercijalnim interesima. Prvi indikator ispituje postojanje i učinkovitost mjera za postizanje transparentnosti medijskog vlasništva. Nedostatak tržišnog natjecanja i vanjski pluralizam analiziraju se odvojeno za medije koji proizvode vijesti te online platforme koje su kanal za pristup vijestima, uzimajući u obzir horizontalnu i među-medijsku koncentraciju; koncentraciju tržišta internetskog oglašavanja; te provođenje i primjenu tržišnog natjecanja. Indikator medijske održivosti mjeri trendove u prihodima i zaposlenju u odnosu na trendove BDP-a. Posljednji indikator procjenjuje rizike tržišnom pluralizmu koji proizlaze iz poslovnih interesa za proizvodnjom uredničkog sadržaja, odnosno koji proizlaze iz utjecaja medijskih vlasnika.



**Transparentnost medijskog vlasništva** indikator je srednjeg rizika od 50 posto. Medijsko zakonodavstvo sadrži odredbe kojima je propisano obavješćavanje o vlasničkim promjenama odgovornim javnim tijelima i redovito izvještavanje o promjenama vlasničke strukture. Tiskani mediji izvještaje o promjenama šalju Hrvatskoj gospodarskoj komori, a televizijski, radijski i nakladnici elektroničkih publikacija Vijeću za elektroničke medije. Zakon predviđa sankcije za nepridržavanje odredbi o izvještavanju. Krajnji vlasnici ili pojedinci koji kontroliraju ili posjeduju medijske kompanije mogu ostati skriveni iza različitih pravnih subjekata. Ministrica kulture i medija u lipnju 2021. najavila je u medijima izmjene Zakona o elektroničkim medijima kojim bi se doprinijelo transparentnosti vlasništva. Međutim, nova verzija zakona još uvijek nije upućena u saborsku proceduru.

**Koncentracija medija koji proizvode vijesti** indikator je visokog rizika od 68 posto. Ne postoje ograničenja horizontalne koncentracije elektroničkih publikacija ni međumedijske koncentracije, koja uključuje elektroničke publikacije. Tržišni udio četiriju vodećih audiovizualnih medija iznosio je 96 posto u 2019.<sup>[9]</sup> Udio u publikama četiriju vodećih audiovizualnih medija iznosio je 56 posto u 2020.<sup>[10]</sup> Tržišni udio četiriju vodećih radijskih vlasnika iznosio je 70 posto u 2019. Udjel u publikama iznosio je 39 posto u

2020.<sup>[11]</sup> Četiri vodeća vlasnika novina imali su tržišni udio od 71 posto u 2019.<sup>[12]</sup> Četiri vodeće novine imale su 23 posto udjela u publikama među 60 glavnih novina (engl. *Average Issue Readership*).<sup>[13]</sup> Tržišni udio četiriju vodećih elektroničkih publikacija iznosio je 49 posto.<sup>[14]</sup> Prosječni mjesečni udio za cijelu 2020. (postotak svih posjetitelja) četiriju vodećih portala iznosio je 85 posto.<sup>[15]</sup>

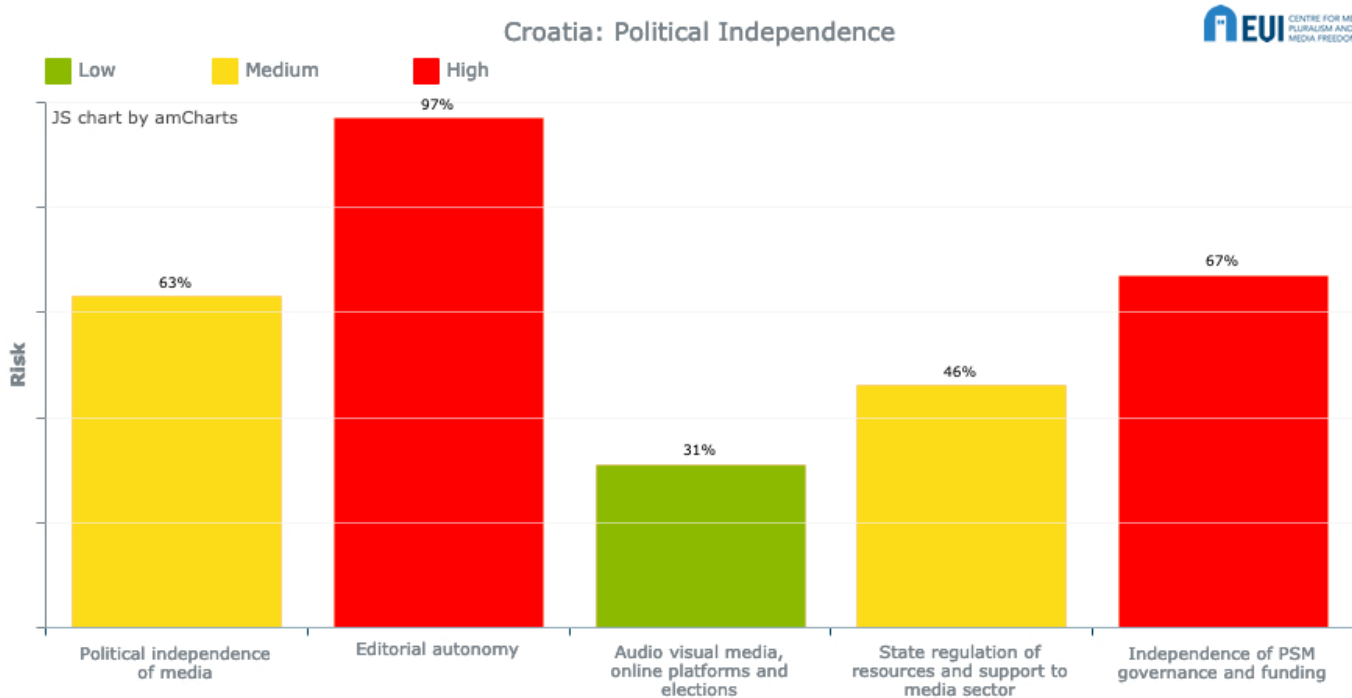
**Koncentracije internetskih platformi i provođenja tržišnog natjecanja** indikator je visokog rizika od 88 posto. Postojeća istraživanja pokazuju da se vijestima primarno pristupa s pomoću posredničkih usluga kao što su tražilice, društveni mediji i sakupljači vijesti (Eurobarometer, 2016; Newman et al., 2021). Podatci o dinamici i promjenama tržišta internetskog oglašavanja uglavnom su nedostupni i nisu predmet praćenja regulatora. Posljednji dostupni podatci jesu podatci za 2015. u kojoj su četiri najveće kompanije posjedovale 69 posto tržišta internetskog oglašavanja, a Google i Facebook 52 posto tog tržišta (Bilić i Primorac, 2018). Nema dostupnih podataka o koncentraciji publika u kojima bi bile obuhvaćene i platforme i proizvođači vijesti. Zakoni o zaštiti tržišnog natjecanja u osnovi se primjenjuju na sva tržišta. Međutim, ne postoji usklađenost s medijskim zakonodavstvom koje bi uzimalo u obzir tržište oglašavanja. Medijsko zakonodavstvo zaostaje te ne postoji administrativno ili sudsko tijelo koje bi redovito pratilo pravila tržišnog natjecanja na tržištu oglašavanja.

S obzirom na indikator **održivost medija** zabilježen je visoki rizik od 73 posto. Međutim, rezultate treba promatrati s oprezom zbog loše kvalitete ili nedostupnosti ključnih pokazatelja i podataka. Nismo dobili podatke o trendovima na tržištu televizijskih i radijskih nakladnika te nakladnika elektroničkih publikacija od Agencije za elektroničke medije, glavnog regulatornog tijela zadužena za praćenje tih trendova. Udruga novinskih izdavača objavila je podatak da je prodaja tiskanih medija pala za 25 posto, a oglašavanje za 50 posto između ožujka i travnja 2020., odnosno na početku uvođenja mjera za suzbijanje pandemije (HUP 2020.). Ukupno ulaganje u oglašavanje palo je za 15 posto između 2019. i 2020. U istom je razdoblju internetsko oglašavanje palo za 4 posto (HURA 2021.). Početkom travnja 2020. 85 posto honorarnih zaposlenika izgubilo je svoje ugovore u javnim i komercijalnim medijima (HND 2020.b). Prema Sindikatu novinara Hrvatske (SNH) vlasnici medija koristili su pandemiju da bi smanjili novinarska prava (SNH 2020.).

S obzirom na indikator **komercijalni i vlasnički utjecaj na urednički sadržaj** zabilježen je visoki rizik od 75 posto. Prilikom promjena vlasnika ili urednika jedini mehanizmi koji štite novinare neučinkoviti su medijski statuti. Ne postoje regulatorni mehanizmi kojima bi se osiguralo to da su odluke o imenovanjima i otpuštanjima urednika oslobođene komercijalnih interesa. Etički kodeks Hrvatskog novinarskog društva sadrži određene odredbe o sprječavanju komercijalnih utjecaja i utjecaja oglašivača na novinare. Međutim, najčešće ne postoje praktične posljedice za kršenja kodeksa. Vijeće časti HND-a, tijelo koje odlučuje o prijavljenim slučajevima kršenja kodeksa, nema autoritet za izricanje sankcija, osobito ne novinarima koji nisu članovi HND-a. Dakle, postojeće odredbe nisu učinkovite u sprječavanju medijskih vlasnika i drugih komercijalnih tijela od sustavnog utjecaja na urednički sadržaj. Ne postoje jasne mjere koje se odnose na *online* novinarstvo.

### 3.3. Politička nezavisnost (61% - Srednji rizik)

Indikatorima političke nezavisnosti vrednuje se postojanje i učinkovitost regulatornih mjera zaštite od političke pristranosti i političke kontrole proizvodnje vijesti, distribucije i pristupa. Točnije, ovim područjem procjenjuje se utjecaj države i u širem smislu politička moć nad funkcioniranjem medijskog tržišta i nezavisnost javnih medija. Nadalje, ovim se područjem vrednuje postojanje i učinkovitost samo regulatornih mjera kojima bi se osigurala urednička nezavisnost, dostupnost različitih političkih informacija i stajališta, osobito za vrijeme izbora.



S obzirom na indikator **politička nezavisnost medija** zabilježen je srednji rizik od 61 posto. Ne postoje eksplicitna ograničenja u medijskom zakonodavstvu kojima bi se vlasništvo nad medijima ograničilo političkim strankama, pristranim društvenim skupinama ili političarima. Primjenjuju se pravila o sprječavanju sukoba interesa, ali ne postoje zakonska ograničenja u izravnoj i neizravnoj kontroli medija. U prvom kvartalu 2021. autoritet je Povjerenstva za sprječavanje sukoba interesa potresen nakon što su pojedine odluke poništene na sudu. Veća politička kontrola medija očituje se u sastanku s medijskim urednicima, koji je premijer organizirao 17. ožujka 2020. Samo su odabrani mediji prisustvovali sastanku na kojemu se raspravljalo o upravljanju krizom uzrokovanom bolesti COVID-19 i na kojemu je, prema izvještajima, dogovoren nacionalni pristup u izvještavanju o krizi. Predstavnici Hrvatskog novinarskog društva (HND) i Sindikata novinara Hrvatske (SNH) nisu bili pozvani na sastanak. Elektronički mediji često ovise o regionalnoj i lokalnoj politici, dok tiskane novine često podupiru politike i stajališta bliska političkoj orijentaciji vlasništva. Elektroničke publikacije imaju tendenciju polarizaciji.

Indikator **urednička autonomija** visokog je rizika od 97 posto. Postoje sustavna uplitanja u postavljanje i smjenjivanje glavnih urednika. Medijsko zakonodavstvo ne predviđa nikakva ograničenja za takva uplitanja. Zakonski okvir nije postavljen na način da sprječava politički utjecaj. Glavnog ravnatelja javnog servisa imenuje Sabor običnom većinom, a glavni ravnatelj imenuje glavne urednike. Samo-regulatorne mjere pokazuju se izrazito neučinkovitim.

Indikator **audiovizualni mediji, online platforme i izbori** niskog je rizika od 31 posto. Politička pristranost javnog servisa uočava se u njihovu izvještavanju koje je priklonjeno Vladi RH-a i drugim interesnim skupinama koje nastoje utjecati na uređivačku politiku. Istovremeno, ne postoje izvještaji u kojima je

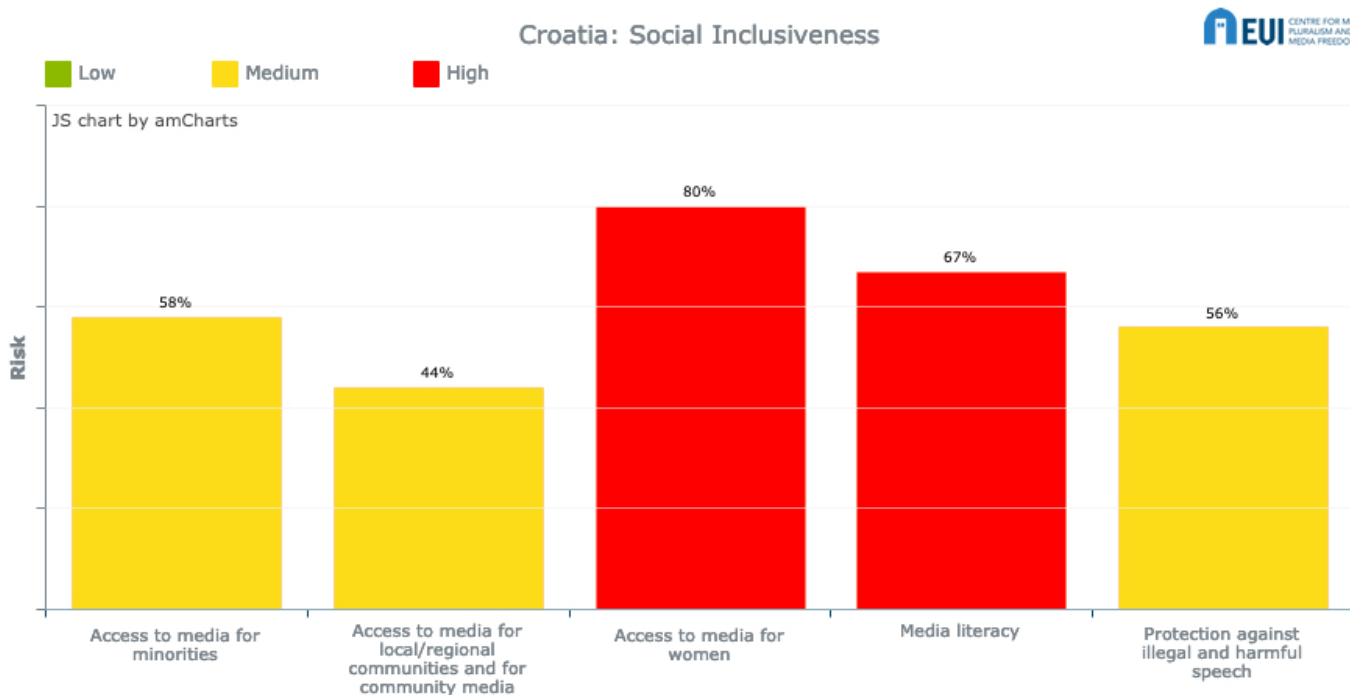
zabilježen nepravedan tretman i predstavljanje političkih aktera tijekom izbora. Ne postoje jasna ograničenja kojima bi se osigurale jednake prilike i transparentnost internetskog političkog oglašavanja tijekom izbornih kampanja. Državno izborno povjerenstvo odlučilo je da društveni mediji ne pripadaju zakonskoj definiciji medija u skladu sa Zakonom o medijima (Ministarstvo financija, 2019). Političke stranke najčešće izvještavaju samo o potrošnji na *online* platformama bez ograničenja o ukupnom iznosu.

**Regulacija državnih resursa i potpora medijskom sektoru** indikator je srednjeg rizik od 46 posto. Glavni mehanizam za distribuciju izravnih državnih sredstava medijima jest Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Izravne potpore iz lokalnih proračuna često se dodjeljuju nasumično i bez transparentnih kriterija, često temeljem odluka lokalnih političara. Nakon raspuštanja Povjerenstva za neprofitne medije 2016. ne postoji koordinirana potpora neprofitnim medijima i medijima zajednice od Ministarstva kulture i medija, a često najavljivana sveobuhvatna medijska strategija još uvijek nije napisana ni podijeljena sa zainteresiranom javnošću. Nakon što je vlada donijela opće ekonomske mjere zbog bolesti COVID-19, postalo je vidljivo da se one odnose samo na komercijalne medije, bez potpora honorarnim zaposlenicima i neprofitnim medijima. Drugi oblici potpora, kao što su smanjene stope PDV-a, pokazale su se neučinkovitim u promicanju kvalitetnog novinarstva.

S obzirom na indikator **nezavisnost upravljanja i financiranja javnog servisa** zabilježen je visoki rizik od 67 posto. Upravljačke strukture javnog servisa ovise o saborskoj većini, što ostavlja prostor za sustavno političko uplitanje. Četiri do pet članova Nadzornog odbora HRT-a i glavnog ravnatelja HRT-a imenuje Sabor na temelju glasova/izbora saborske većine. Međutim, to ne vodi političkom konsenzusu jer nove upravljačke strukture imenuju i smjenjuju urednike u skladu sa svojom političkom orijentacijom. Smjene i postavljanja urednika događaju se nakon svakih parlamentarnih izbora.

### 3.4. Društvena uključenost (61% - Srednji rizik)

*Područje Društvene uključenosti usredotočeno je na pristup medijima posebnim društvenim skupinama: manjinama, lokalnim i regionalnim zajednicama, ženama i osobama s invaliditetom. Također je usredotočeno na stanje medijske pismenosti, uključujući digitalne vještine opće populacije. U 2021. dodan je novi indikator za procjenu novih izazova koji nastaju upotrebom digitalnih tehnologija: Zaštita protiv nezakonitog i štetnog sadržaja. Zbog promjena u indikatorima, usporedbama sa prethodnim praćenjima pluralizma treba pristupiti sa oprezom.*



Indikator **pristup manjina medijima** srednjeg je rizika od 58 posto. Zakon ustavom priznatim manjinama jamči pristup emitiranju na kanalima javnog servisa. Javni je servis obvezatan emitirati programe u posebnim formatima. Prema stručnjacima za manjine, zakonodavstvo je dobro definirano, ali je u praksi pristup medijima smješten u getoizirane dijelove programa. Prema stručnjacima za osobe s invaliditetom, zakonski je okvir poboljšao. Međutim, ostaju problemi povezani s primjenom zakonskog okvira. Na primjer, nije utvrđeno tretira li se znakovni jezik kao strani jezik, što bi imalo specifične posljedice na njegovu primjenu. Također postoje problemi u provedbi stimulacije znakovnog jezika ili čitanja s usana.

**Pristup medijima za lokalne/regionalne zajednice i medije zajednice** srednjeg je rizika od 44 posto. Regionalni i lokalni mediji dobivaju potporu s ograničenim mjerama i potporama. Glavni je oblik državne potpore Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Mediji zajednice imaju specifičan status kao neprofitni mediji. U velikoj mjeri ovise o državnom potporama, međunarodnim i europskim fondovima. Postoji nerazumijevanje Ministarstva kulture i medija njihova položaja. U posljednjih pet godina njihovo je financiranje smanjeno. S nekim se programima potpore odugovlačilo, a nisu razmatrani za potpore zbog bolesti COVID-19.

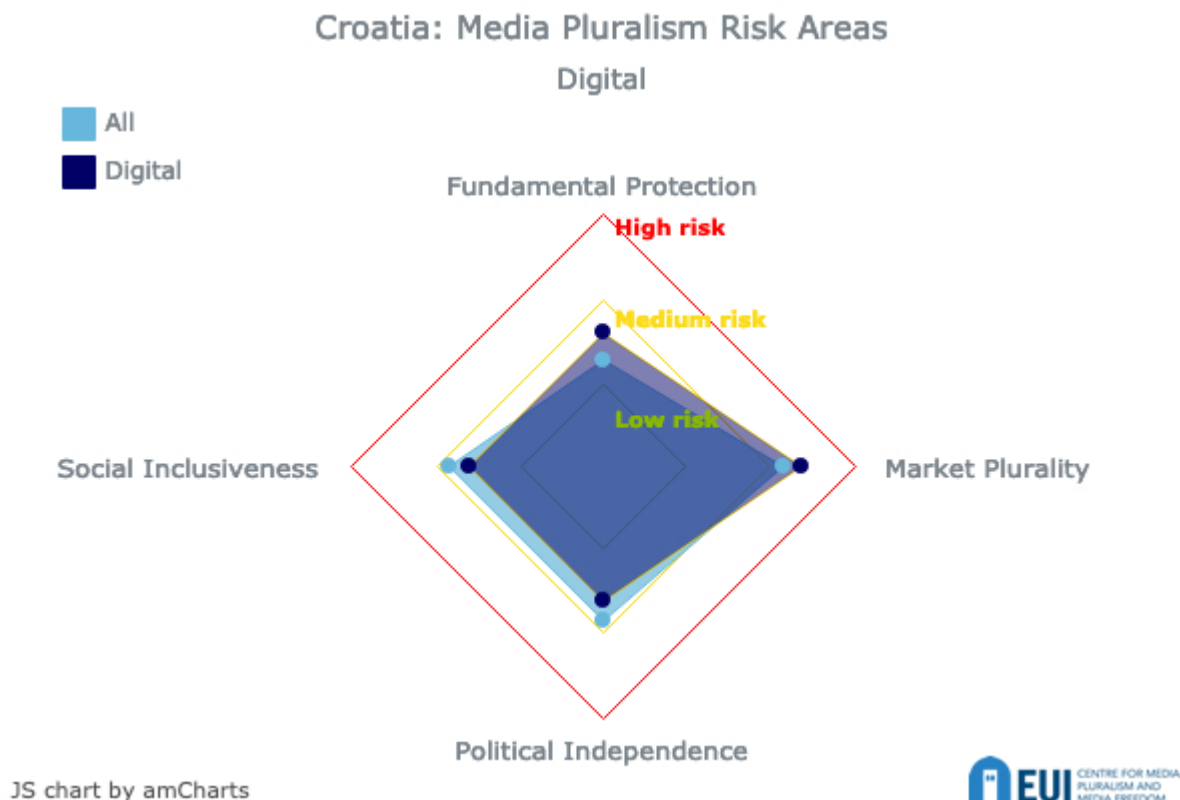
S obzirom na indikator **pristup medijima za žene** zabilježen je visoki rizik od 80 posto. Javni servis nema sveobuhvatnu politiku rodne ravnopravnosti. Ne postoji isticanje rodne ravnopravnosti kao misije i vrijednosti u programima javnog servisa ni u *Ugovoru između Hrvatske radiotelevizije i Vlade Republike Hrvatske za razdoblje od 1. siječnja 2018. do 31. prosinca 2022.* Žene se u manjini u programskom vijeću i na izvršnoj razini. Žene su zastupljene u upravljačkim odborima privatnih televizijskih kompanija, ali ne i na izvršnoj razini. Žene su manje zastupljene ili su prikazane stereotipno u vijestima i aktualnim događajima. Prema Povjerenici za ravnopravnost spolova na parlamentarnim izborima 2020. žene su bile pozvane da raspravljaju o stereotipnim „ženskim temama“, a manje o vanjskoj politici, financijama, obrani, ekonomiji, energiji, zakonima i drugim područjima.

Indikator **medijska pismenost** visokog je rizika od 67 posto. Ne postoji sveobuhvatna nacionalna strategija s jasnim strateškim ciljevima, konkretnim obvezama i vremenskim rokovima za provedbu tih mjera. Mjere koje postoje jesu fragmentirane. Dio kurikuluma u osnovnim i srednjim školama pokriva teme povezane s medijskom pismenosti. Međutim, prema stručnjacima, učitelji se često žale da nemaju dovoljno znanja za podučavanje medijske pismenosti te da je očigledno potrebno promijeniti kurikulum i dugoročno obrazovati u tom području. Inicijative kojima se promiče medijska pismenost najčešće organiziraju neprofitne organizacije i/ili obrazovne institucije koje žele poboljšati medijsku pismenost.

Indikator **zaštita protiv nezakonitog i štetnog sadržaja** srednjeg je rizika od 56 posto. Postojeći zakonski okvir sadrži članke kojima je svrha suzbijanje lažnih informacija i navođenje pouzdanih izvora tijekom zdravstvenih kriza. Prema stručnjacima za dezinformacije, one nisu raširene u medijima srednje struje, već su rezervirane za „rubne medije“, koji šire propagandu i nastoje izravno utjecati na mišljenje svojih čitatelja. Govor mržnje suzbija se medijskim i kaznenim zakonodavstvom. Međutim, regulacija je neučinkovita i ne postoji samoregulatorni okvir za suzbijanje govora mržnje na društvenim medijima.



## 4. Pluralizam u online okruženju: procjena rizika



U područje **osnovne zaštite** u *online* okruženju zabilježen je srednji rizik od 53 posto. U hrvatskom zakonodavstvu ne postoji razlika između slobode izražavanja u *online* i *offline* okruženju. Jednaka pravila vrijede za sve medije. U novom Zakonu o elektroničkim medijima (ožujak 2021.) najavljuje se uvođenje uredničke odgovornosti *online* portala za korisničke komentare da bi se spriječio govor mržnje. Novinari su ponekad mete kampanja ocrnjivanja, osobito na društvenim medijima, na kojima su također izloženi govoru mržnje i prijetnjama. Tijekom pandemije bolesti COVID-19 Vijeće za elektroničke medije pozvalo je sve medije da se pridržavaju postojećih zakona i objavljuju samo istinite i točne informacije iz službenih izvora. Prvi izvještaji Europske komisije (2020.) o borbi protiv dezinformacija povezanih s bolesti COVID-19 pokazali su da je do kolovoza 2020. Google blokirao 9884 oglasa kojima se pokušavalo profitirati od koronavirusa prodajom lažnih proizvoda hrvatskim korisnicima. Odmah nakon prvih zatvaranja u ožujku 2020. vlada je predložila izmjene Zakona o elektroničkim komunikacijama s pojašnjenjem da je nužno uspostaviti brzo i precizno rješenje za sprječavanje pandemije nadzorom mobilnih telefona svih građana. Predložene izmjene nisu bile proporcionalne zdravstvenoj krizi jer nisu bile ograničene na zaražene građane i njihove kontakte i jer nije postavljen rok u kojemu bi nadzor bio legitiman i legalan. Nakon snažne reakcije udruga civilnog društva i oporbe u Saboru izmjene su odbačene. Istovremeno, ne postoje jasna pravila kojima bi se spriječio ili ograničilo praćenje novinara od organa vlasti ni pravila kojima bi se ograničilo zadržavanje podataka nadziranih novinara.

U području **tržišnog pluralizma** u *online* okruženju zabilježen je visoki rizik od 78 posto. U kontekstu transparentnosti vlasništva utvrđivanje krajnjih vlasnika ostaje problem i u *online* okruženju. Postoje zakonske nedorečenosti u pravilima horizontalne, vertikalne i međumedijske koncentracije s obzirom na elektroničke publikacije. Postoji izrazito složen mehanizam praćenja međumedijske koncentracije, koji uključuje Hrvatsku gospodarsku komoru (HGK), koja nadzire vlasničke strukture za tiskane medije i distributere i Vijeće za elektroničke medije (VEM), koje nadzire elektroničke medije, odnosno elektroničke publikacije. U slučaju međumedijske koncentracije tvrtke također izvještavaju Agenciju za zaštitu tržišnog

natjecanja (AZTN). Ti mehanizmi stvaraju probleme u učinkovitom nadziranju promjena i dovode do određenog preklapanja regulatornih dužnosti. Tržišni udio četiriju vodećih elektroničkih publikacija je 49 posto.<sup>[16]</sup> Udio publika u četirima vodećim elektroničkim publikacijama je 85 posto.<sup>[17]</sup> Većina internetskih korisnika preferira posredni pristup vijestima s pomoću društvenih medija, tražilica, agregatora itd. Tržišni udio četiriju vodećih kompanija internetskog oglašavanja ne mjeri se na redovnoj bazi i ne postoji regulatorno tijelo koje nadzire te promjene. Prema znanstvenim istraživanjima (Bilić i Primorac 2018) u 2015. četiri vodeće kompanije posjedovale su 69 posto tržišta internetskog oglašavanja. Google i Facebook zajedno su imali 52 posto tržišta. U osnovi, Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja primjenjuje se na sva tržišta. Međutim, ne postoji medijsko zakonodavstvo koje bi reguliralo internetsko oglašavanje. Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja nadzire usuglašenost s pravilima tržišnog natjecanja, ali ne postoji koordinacija s medijskom regulacijom. Nisu zabilježeni slučajevi usmjereni zaštitu tržišnog natjecanja na tržištu oglašavanja. U zemlji ne postoji niti je najavljeno oporezivanje digitalnih usluga. Nismo dobili podatke o prihodima elektroničkih publikacija u 2020. Međutim, opća dinamika na tržištu oglašavanja sugerira pad prihoda s obzirom na to da je internetsko oglašavanje palo za 4 posto između 2020. i 2020. (HURA 2021.). U kontekstu uredničke neovisnosti u *online* okruženju pojavljuju se isti problemi kao i u tradicionalnim medijima, a odnose se na neučinkovite samoregulatorne mjere.

U području **političke nezavisnosti** u *online* okruženju zabilježen je srednji rizik od 53 posto. Digitalne su publike segmentirane, a u *online* okruženju uočavaju se znakovi političke polarizacije. Postojeći problemi političke kontrole audiovizualnim medijima i novinama prirodno se protežu i na *online* uredništva. Pod pritiskom da osiguraju prihode u natjecanju s globalnim tehnološkim divovima (Google, Facebook), komercijalni digitalni mediji često objavljuju „lake” vijesti, kratke priče i *infotainment*. Većina samoregulatornih dokumenata pojedinih medijskih organizacija nije dostupna javnosti. U kontekstu izbora Državno izborno povjerenstvo društvene medije ne smatra medijima prema Zakonu o medijima, te od političkih kandidata traži da troškove na društvenim medijima prijave odvojeno od drugih medijskih troškova. Pravila za političke stranke, kandidate i liste koje se natječu na izborima trebaju biti precizniji kako bi podatci o troškovima bili korisniji u analizama. Postoje inicijative udruga civilnog društva za povećanje transparentnosti političkog oglašavanja na *online* platformama tijekom izbornih kampanja. Mnoge političke stranke i kandidati netočno popunjavaju formulare. Na primjer, pojedine društvene mreže ne navode se odvojeno, već pod jednim iznosom. Agencija za zaštitu osobnih podataka povremeno objavljuje materijale za edukaciju dionika ili za interpretaciju relevantne regulative EU-a. Međutim, u praksi samo reagira na aktivne pritužbe jer ne postoji aktivni nadzor i djelovanje na kršenje GDPR-a.

U području **društvene uključivosti** u *online* okruženju zabilježen je srednji rizik od 53 posto. Postotak je populacije koja ima osnovno ili više od osnovnih digitalnih vještina 53 posto. Postotak je populacije koji ima niske digitalne vještine 26 posto. Postojeći zakonski okvir (tj. Zakon o elektroničkim medijima) sadrži članke kojima se nastoji suzbiti lažne informacije i podupirati pouzdane izvore tijekom zdravstvenih kriza. Dezinformacije u medijima srednje struje nisu raširene i uglavnom se pronalaze u „rubnim” medijima, na servisima za brze poruke (engl. *instant messenger*) i na društvenim medijima. Većinom se odnose na informacije za koje se lažno tvrdi da ih je objavila Svjetska zdravstvena organizacija (WHO), teorije zavjere o podrijetlu virusa, kampanje protiv cijepljenja i druge teme. Na početku krize zbog bolesti COVID-19 Agencija za elektroničke medije (AEM) pozvala je sve medije da se koriste službenim državnim izvorima za izvještavanje o pandemiji te da objavljuju istinite i točne informacije u svim izvještajima o pandemiji. Jedina organizacija koja se bavi provjeravanjem činjenica jest Faktograf.hr, članica Međunarodne mreže za provjeravanje informacija (IFCN), kojom upravlja nevladina organizacija GONG. Postoje zakoni kojima se može suzbijati govor mržnje u *online* medijima, uključujući Zakon o elektroničkim medijima i Kazneni zakon. AEM reagira na takve slučajeve kada građani prijave slučajeve u programima elektroničkih medija. U 2019.



bilo je 50 pritužbi na govor mržnje. Dvije nisu bile u nadležnosti Agencije (Google karte i fotografija objavljena na Facebooku). Četrdeset sedam ih je odbačeno, a samo je jedna pritužba rezultirala upozorenjem. Glavni je problem Agencije za elektroničke medije to što djeluje samo u slučajevima pritužbi, što nedovoljno aktivno djeluje na suzbijanje govora mržnje i nije nadležna djelovati u slučajevima govora mržnje na društvenim medijima. Ne postoje inicijative za suzbijanje govora mržnje prema osobama s invaliditetom i za uklanjanje govora mržnje prema ženama na društvenim medijima.

## 5. Zaključci

Regulacija medija godinama stagnira što rezultira srozavanjem medijskog pluralizma. U području osnovne zaštite (41 %), društvene uključenosti (61 %) i političke nezavisnosti (61 %) zabilježen je srednji rizik, a visoki rizik u području tržišnog pluralizma (71 %) najvećim dijelom zbog nedovoljne regulacije *online* okruženja. Aktualni zakonodavni prijedlozi (ožujak 2021.) usklađuju Zakon o elektroničkim medijima (NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13) s Audiovizualnom medijskom direktivom. Istovremeno ne postoji sveobuhvatna medijska strategija ni inicijativa kojom bi se rješavali specifični lokalni problemi kao što su slaba zaštita novinarske profesije i standarda. Uočava se značajan porast SLAPP tužbi i tužni za klevetu upućenih novinarima. Političko uplitanje bez razmatranja javnog interesa vidljivo je u brojnim procedurama i imenovanjima: od javnog servisa do glavnog medijskog regulatora. Država zaostaje u području uključenosti, osobito s obzirom na pristup medijima za žene i u području medijske pismenosti. Javni servis provodi svoje aktivnosti bez sveobuhvatne politike rodne ravnopravnosti. Nedostatna politička nezavisnost javnog servisa jedan je od glavnih problema, što upućuje na potrebu izmjena Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji (NN 137/10, 76/12, 78/16) i mehanizama imenovanja članova u glavnim upravljačkim funkcijama. Izmjene se trebaju usmjeriti na povećanje sudjelovanja profesionalnih novinarskih udruženja, civilnog društva i akademske zajednice. Istovremeno, urednička autonomija jedan je od glavnih problema koji je rezultat neučinkovitosti samoregulatornih mjera. Uočljiva je visoka tržišna koncentracija u nekim područjima. Čak i tržište internetskog oglašavanja koje je trajno u porastu doživjelo je pad ulaganja u 2020. Nedovoljno je pravila kojima bi se kontrolirao ekonomski i kulturni učinak *online* platformi.

*Policy* preporuke odnose se na donošenje dugoročne medijske strategije demokratskog razvitka u dijalogu s medijskim stručnjacima, profesionalnim udruženjima, sindikatima, neprofitnim medijima, poslodavcima, regulatornim tijelima i drugim relevantnim i zainteresiranim akterima. Sve veći broj SLAPP tužbi i tužbi za klevetu potrebno je rješavati dekriminalizacijom klevete i potporom inicijativi EU-a za donošenje anti-SLAPP direktive. Naposljetku, potrebno je razmotriti digitalno oporezivanje u odnosu prema međunarodnim rješenjima na razini EU-a i OECD-a te nacionalnim rješenjima za redistribuciju novih poreznih prihoda. Prihode od digitalnog oporezivanja potrebno je usmjeriti na razvijanje projekata i inicijativa kojima se jača medijski pluralizam i društvena uključenost u *online* okruženju.

## 6. Bilješke

- [1] Novi popis stanovništva provest će se u 2021.
- [2] Podatci dobiveni od Agencije za elektroničke medije.
- [3] Podatci dobiveni od agencije Nielsen.
- [4] Podatci dobiveni od Agencije za elektroničke medije i agencije Ipsos.
- [5] Podatci dobiveni od Hrvatske gospodarske komore.
- [6] Podatci dobiveni od agencije Ipsos.
- [7] Podatci dobiveni od Agencije za elektroničke medije.
- [8] Podatci dobiveni od agencije Ipsos.
- [9] Podatci dobiveni od Agencije za elektroničke medije.
- [10] Podatci dobiveni od agencije Nielsen.
- [11] Podatci dobiveni od Agencije za elektroničke medije i agencije Ipsos.
- [12] Podatci dobiveni od Hrvatske gospodarske komore.
- [13] Podatci dobiveni od agencije Ipsos.
- [14] Podatci dobiveni od Agencije za elektroničke medije.
- [15] Podatci dobiveni od agencije Ipsos.
- [16] Podatci dobiveni od Agencije za elektroničke medije
- [17] Podatci dobiveni od agencije Ipsos.

## 7. Reference

- Bilić, P. i Primorac, J. (2018) The Digital Advertising Gap and the Online News Industry in Croatia. *Medijske studije* 9(18): 62-80. [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=318538](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=318538).
- Državni zavod za statistiku (2020) PROCJENA STANOVNIŠTVA REPUBLIKE HRVATSKE U 2019. GODINI. [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2020/07-01-03\\_01\\_2020.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/07-01-03_01_2020.htm).
- Državni zavod za statistiku (2021) Prva procjena kvartalnog bruto domaćeg proizvoda. Četvrti kvartal 2020. <https://www.dzs.hr>.
- Hrvatsko novinarsko društvo (HND) (2020a) HND-ova anketa: U Hrvatskoj aktivno najmanje 905 tužbi protiv novinara i medija. <https://www.hnd.hr/hnd-ova-anketa-u-hrvatskoj-aktivno-najmanje-905-tuzbi-protiv-novinarara-i-medija>.
- Hrvatsko novinarsko društvo (HND) (2020b) Zovko: država mora pomoći novinarstvu inače će ostati spaljena zemlja. <https://www.hnd.hr/zovko-drzava-mora-pomoci-novinarstvu-inace-ce-ostati-spaljena-zemlja>.
- European Court of Human Rights (2021) Croatia – Press Country Profile. <https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=press/country&c=>.
- Hrvatska udruga poslodavaca (HUP) – Udruga novinskih izdavača (2020) Novine i korona kriza: prodaja pala za 25 posto, oglašavanje za 50 posto. <https://www.hina.hr/vijest/10380044>
- HURA (2021) HURA Media AdEx Media Spending. <https://hura.hr/istrazivanje/medijska-potrosnja-u-hr/>.
- Ministarstvo financija (2019) Pravilnik o načinu vođenja evidencija, izdavanja potvrda te unosa izvješća o financiranju političkih aktivnosti, izborne promidžbe i referendumu u informacijski sustav za nadzor financiranja. Narodne novine 71.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C.T., Nielsen, R.K. (2021) Reuters Institute Digital News Report 2021. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>
- Povjerenica za rodnu ravnopravnost (2020) Medijska analiza parlamentarnih izbora 2020. <https://arhiva.prs.hr/index.php/analize-i-istrazivanja/analize-medija/2943-medijska-analiza-parlamentarnih-izbora-2020>.
- Sindikatski savez novinara Hrvatske (SNH) (2020) Poslodavci koriste pandemiju za smanjenje prava. <https://www.snh.hr/poslodavci-koriste-pandemiju-za-smanjenje-prava/>.
- Vlada Republike Hrvatske (2021) Nacionalne manjine u Republici Hrvatskoj. <https://pravamanjina.gov.hr/nacionalne-manjine/nacionalne-manjine-u-republici-hrvatskoj/352>.

## Aneks I. Nacionalni tim

Ime	Prezime	Pozicija	Institucija	MPM2021 CT Voditelj
<i>Pasko</i>	<i>Bilic</i>		<i>Institute for Development and International Relations</i>	X
<i>Monika</i>	<i>Valecic</i>	<i>Responsible for the Political Independence area</i>	<i>Independent Researcher</i>	
<i>Toni</i>	<i>Prug</i>	<i>Responsible for the Market Plurality area</i>	<i>Independent Researcher</i>	

## Aneks II. Skupina stručnjaka

Nacionalni stručnjaci imaju široko znanje i iskustvo u području medija. Uloga je nacionalnih stručnjaka pregledati odgovore nacionalnog tima na 16 od 200 varijabli od koji se sastoji MPM2021. Nacionalni stručnjaci pridonose maksimalnoj objektivnosti odgovora na varijable čija procjena može biti subjektivna. Time se poboljšava točnost rezultata MPM-a. Međutim, važno je istaknuti da nacionalni izvještaj ne odražava pojedinačna mišljenja stručnjaka koji su sudjelovali u procjeni. Izvještaj predstavlja stajališta nacionalnog tima koji je prikupio podatke i napisao izvještaj.

Ime	Prezime	Pozicija	Institucija
<i>Hrvoje</i>	<i>Zovko</i>	<i>President</i>	<i>Croatian Journalists' Association</i>
<i>Josip</i>	<i>Popovac</i>	<i>President</i>	<i>Council for Electronic Media</i>
<i>Viktorija</i>	<i>Car</i>	<i>Associate professor</i>	<i>Faculty of Political Science, University of Zagreb</i>

Projektni izvještaj  
Izdanje 2021.2808  
Srpanj 2021

doi: 10.2870/806895  
ISBN: 978-92-9466-027-5  
QM-05-21-149-EN-N



Publications Office  
of the European Union

