

AGENCIJSKO NOVINARSTVO

Hrvatska izvještajna novinska agencija Hina – što nakon 15 godina?

Mirko Bolfek *

SAŽETAK

Novim je Zakonom iz godine 2001. Hini, kao javnoj ustanovi posebne vrste, zajamčena financijska i poslovna samostalnost što je temelj i njezine uredničke neovisnosti. U skladu s europskim standardima, novim zakonodavnim rješenjem učinjen je i važan pomak u financiranju Hine. Umjesto financiranja iz državnih potpora, financijski odnosi Hine i države sada se temelje na ugovorima o skupnoj pretplati na informativne usluge.

No, i u takvom poslovnom i tržišnom pozicioniranju Hine ostale su bez potpunog odgovora neke dvojbe. One postoje i u nekim drugim srednjim i malim europskim novinskim agencijama, osobito u zemljama s manjim potencijalima medijskog tržišta.

S jedne strane Hinina je prva zadaća što potpunije udovoljiti temeljnim informativnim potrebama hrvatske javnosti, dakle ispunjavati zadaće od javnog interesa kroz Opći servis vijesti. Te zadaće se ne mogu reducirati niti financirati polazeći samo od komercijalnih kriterija. Naprotiv. U uvjetima dramatične komercijalizacije medija troškovi ozbiljne agencijske informacije ostaju vrlo visoki, a komercijalna im vrijednost pada.

Postoje još i zakonske obveze poticanja pluralizma medija, što zapravo znači da Hina svoje proizvode i usluge ne može jednakomjerno naplaćivati na svim dijelovima tržišta.

Drugi dio dvojbe sadržan je u pitanju – što ubuduće činiti sa specijaliziranim informativnim servisima i uslugama koje medijski i ostali korisnici danas trebaju i traže? Hina ih je pokrenula desetak, ali s obzirom na imperativ podiza-

* Mirko Bolfek, ravnatelj Hine. E-mail: mirko.bolfek@hina.hr

nja profesionalne razine Općeg servisa vijesti, u Hini nije bilo dovoljno ni kadrovskih ni financijskih potencijala da se oni razviju do doista isplative razine. Nabrojiti ću samo nekoliko takvih "mrtvih kapitala": baza podataka Eva sada obuhvaća samo Hinine vijesti, a bilo bi je moguće razviti do cjelovitijeg medija – monitoringa; Hina-web sa svim svojim komparativnim prednostima može prerasti u profitni news-web, foto-servis, OTS, multimedijske usluge. Te djelatnosti, izrasle na novim potrebama tržišta, novim tehnologijama i s komercijalnim potencijalima, trebalo bi tom tržištu u cijelosti i izložiti.

Na tom tragu može se zamisliti buduće poslovno-pravno organiziranje Hine u dva dijela: neprofitni, u postojećem pravno-organizacijskom okviru neprofitne javne ustanove i drugi, profitni, otvoren prema poslovnim partnerima koji bi u takve projekte bili spremni uložiti svoja znanja ili novac.

Ključne riječi: Hina, tržišna pozicija, neprofitni servis, profitni servis

Pod radnim naslovom "Hina – što nakon 15 godina" govorio bih vam zapravo o osnovnim odrednicama budućega razvojnog modela Hine. U osnovnim konturama i na način kako ga osobno vidim.

Taj se model i dalje kreće na crti temeljnih odredbi Zakona o Hini prihvaćenoga krajem 2001., a čije su pozitivne vizije danas već u većoj mjeri potvrđene i u praksi. Osnovni smjer promjena u Hini i u vezi s Hinom trebao bi ostati isti kao i posljednjih nekoliko godina, a opisao bih ga kao udaljavanje od staroga modela državne novinske agencije, u aspektima upravljanja i u aspektima poslovanja i u aspektima novinarskog posla, a približavanje što racionalnijem obliku tržišno utemeljenog i konkurentnog poslovanja Hine na tržištu. Držim da jedino takav smjer daljnjih promjena ima budućnost. Želim to istaknuti jer se – u poslu ravnatelja što ga obavljam, a moram reći i na svoje čuđenje – srećem i sa shvaćanjima za koja sam vjerovao da su ostala daleko za nama, a zagovaraju da se odgovori na neke svakodnevne, nazvao bih ih tranzicijske poteškoće, ponovno potraže na putu povratka Hine u zavjetrinu, navodno, "obilnijih" državnih subvencija što je, najblaže rečeno, nerealno.

Naprotiv, novim Zakonom iz godine 2001., Hini kao javnoj ustanovi posebne vrste, zajamčene su financijska i poslovna samostalnost, a one su i jedini pravi temelj njezine današnje i buduće uredničke neovisnosti.

Ključne su u tom pogledu odredbe iz Članka 5 Zakona koji obavezuje Hinu da kao neprofitna javna ustanova u stopostotnom vlasništvu Republike Hrvatske:

"... djeluje prema načelima neovisnoga, nepristranog i profesionalnoga novinsko-agencijskog izvještavanja ...",

a da ne smije

"... biti izložena bilo kakvim utjecajima koji bi mogli ugroziti točnost, objektivnost ili vjerodostojnost, znači percepciju njezinih informacija ...",

a ni

“... faktički ili pravno doći pod vlasničku ili drugu interesnu kontrolu neke ideološke, političke ili pojedinačne ekonomske skupine”.

Riječ je zapravo o parafrazi onih istih, nazvao bih ih, idealnih načela novinarske neovisnosti, na kojima počivaju – iako u različitim oblicima vlasničkih struktura – ugledne novinske agencije u zemljama tradicionalne demokracije. Spomenut ću samo tri najveće kao što su Reuter, Associated Press ili francuska novinska agencija AFP, s napomenom da je riječ o agencijama koje iza sebe imaju ne 15, nego i više od 150 godina rada i iskustva. Slična načela iz spomenutog Članka 5 Zakona o Hini naći ćemo u povijesnim temeljnim aktima tih agencija – u tzv. Reuterovoj povelji o neovisnosti i nepristranosti u izvještavanju, u utemeljivačkom aktu Associated pressa ili u Statutu AFP-a. Ona su iz te univerzalne baštine, rekao bih, agencijskog novinarstva preuzeta i u temeljne akte mnogih drugih većih i manjih europskih novinskih agencija i trebaju nam ostati glavni putokaz.

Druga je bitna odrednica svakoga mogućeg budućeg razvojnog modela Hine svakako vezana za pitanje upravljanja. Osnivač (tj. Republika Hrvatska) Zakonom je povjerio upravljanje Upravnom vijeću kao institucionalnom neovisnom tijelu o političkoj vlasti.

Upravno vijeće Hine sastavljeno je od pet članova, a bira ih Hrvatski sabor na četiri godine iz redova istaknutih, kako stoji u Zakonu: “... medijskih, pravnih, ekonomsko-financijskih i informatičkih ...” stručnjaka, dok se peti član bira iz redova zaposlenih u Hini. Upravno vijeće, na temelju javnih natječaja, samostalno imenuje ravnatelja, pomoćnike ravnatelja i glavnog urednika. Među daljim najvažnijim ovlastima i dužnostima Upravnog vijeća osobito je važna odredba iz Članka 14 Statuta Hine u kojoj se ističe da je ono dužno jamčiti i štiti samostalnost i neovisnost Hine, tj. ostvarivanje temeljnih obveza i prava Hine iz gore spomenutog Članka 5 Zakona. Upravno vijeće Hine djeluje, dakle, i kao neka vrsta “gromobrana” koji štiti Hinu od vanjskih povreda njezine uređivačke neovisnosti.

Treće, novim zakonodavnim rješenjem učinjen je i važan pomak u financiranju Hine, tj. u financijskim odnosima s osnivačem. Umjesto financiranja iz državnog proračuna, financijski se odnosi Hine s državom, prema tom Zakonu temelje na ugovorima o skupnoj pretplati za njezine informativne usluge. A tako bi trebalo ostati i u budućnosti.

Umjesto nekadašnjeg statusa korisnika državnog proračuna, novim je Zakonom Hina (prema Članku 25), dakle, usmjerena na komercijalno poslovanje na tržištu, na stjecanje prihoda putem ugovora o pretplati, kako od svojih medijskih korisnika, tako i od osnivača.

Takav prijelaz na novi model financiranja Hine, prema Članku 25 Zakona, ostvaren je prvi put tek u 2004., dakle u prošloj godini, za koji je s Vladom sklopljen prvi godišnji ugovor o skupnoj pretplati državnih tijela i drugih korisnika državnog proračuna na Hinine informativne servise i usluge. Taj je godišnji ugovor potpisan pak na temelju okvirnog Sporazuma o osnovama za sklapanje ugovora o godišnjoj skupnoj pretplati, potpisanog između (bivše) Vlade i Hine krajem lipnja 2003. (prema Članku 34 prijelaznih odredaba Zakona o Hini).

Najsažetije rečeno, osnivač je prema tom okvirnom sporazumu izrazio namjeru da prelaskom na ugovorne odnose s Hinom “neće smanjivati zatečeni iznos financiranja Hine iz državnog proračuna za 2003. godinu”. Hina je pak izrazila namjeru

da će povećavati vlastite prihode s medijskog i drugog tržišta informacija, tako da se financijski odnosi osnivača i Hine do kraja 2006. dovedu na razinu 50:50 posto u ukupnim godišnjim prihodima, odnosno rashodima Hine. Ne postoje inače formalne prepreke da godišnji iznos pretplate osnivača ne bude i veći od spomenute razine financiranja iz državnog proračuna za godinu 2003. No, to također može biti u obliku proširenja skupne pretplate na neke nove usluge Hine, koje su dakle takvog sadržaja i kvalitete da su, osim medija, i državi kao pretplatniku potrebni. Takav novi informativni servis – EUinfo – sa specijaliziranim informacijama o ulasku Hrvatske u Europsku uniju, Hina je ponudila osnivaču za 2006., a prihodi od tog servisa podrazumijevaju i skoro otvaranje novog dopisništva Hine u Bruxellesu, što je gotovo egzistencijalna programska, pa i financijska nužnost.

No, i u takvom novom poslovnom i tržišnom pozicioniranju Hine, ostale su bez potpunog odgovora stanovite dvojbe. One postoje i u nekim drugim srednjim i malim novinskim agencijama, osobito u zemljama s malim potencijalima medijskog tržišta.

Naime, s jedne je strane Hinina prva zadaća što potpunije udovoljiti temeljnim informativnim potrebama hrvatske javnosti, dakle ispunjavati zadaće od javnog interesa zahvaljujući svojem Općem servisu vijesti. Te se zadaće ne mogu reducirati niti financirati polazeći samo od komercijalnih kriterija. Naprotiv, u uvjetima trenutačne dramatične komercijalizacije medija, troškovi ozbiljne agencijske informacije ostaju vrlo visoki, a komercijalna im vrijednost pada.

Postoje osim toga još i statutarne obveze Hine u poticanju pluralizma medija, dakle nešto što je također u području javnog interesa, a što znači da ona svoje proizvode i usluge ne može jednako naplaćivati na svim dijelovima hrvatskog tržišta.

Jedna vrsta “naličja” istih dvojbi u vezi s javnim zadaćama Općeg servisa vijesti Hine sastoji se u pitanju što ubuduće činiti s ostalim specijaliziranim informativnim servisima i uslugama Hine, koje medijski i ostali korisnici danas trebaju i traže? Hina ih je, na marginalnim troškovima svoje osnovne djelatnosti, pokrenula desetak. No, nužno orijentirana na stalno podizanje profesionalne razine Općeg servisa vijesti, Hina dosad nije našla dovoljno kadrovske ni financijske potencijala da se te njezine dopunske djelatnosti razviju do profitabilne razine, to jest da postanu dopunski izvor za financiranje visokih troškova Općeg servisa vijesti. Nabrojiti ću samo nekoliko takvih “mrtvih kapitala” Hine: baza podataka Eva sada obuhvaća samo Hinine vijesti, a bilo bi je moguće razviti do cjelovitijeg medija – monitoringa; Hina-web sa svim svojim komparativnim prednostima mogla bi prerasti u profitni news-web; pa dodajmo tome još foto-servis, OTS i razne multimedijske usluge.

Držim da bi te djelatnosti Hine, izrasle na novim potrebama tržišta, novim tehnologijama i s komercijalnim potencijalima, trebalo tom tržištu u cijelosti i izložiti.

Na tom tragu zamišljam buduće poslovno-pravno organiziranje Hine u dva dijela.

Jedan neprofitni – za osnovnu djelatnost Općeg servisa vijesti, a u trenutačnom pravno-organizacijskom okviru neprofitne javne ustanove prema Članku 5 Zakona o Hini.

I drugi, profitni – za ostale informativne djelatnosti i usluge, otvoren prema poslovnim partnerima koji bi u njezine razvojne projekte bili spremni dodatno uložiti svoja znanja i / ili novac.

Mirko Bolfek

Croatian News Agency (Hina) – What Follows after 15 Years?

SUMMARY

The new legislative on Hina from the year 2001, guaranties to the institution its financial and business sovereignty, which is the basis of the editorial independence. The new legislative, coordinated with European standards, is an important step forward in financing Hina. Instead of financing through government support, the financial relations between Hina and the government are now based on contracts for the group subscription on informative services.

However, uncertainties continue to exist even with such market positioning of Hina. They also exist in other news agencies of smaller European countries, especially in countries with a small media market.

The primary task of Hina is to fulfil basic informative needs of the Croatian public functioning as a Public news service. This task can not be reduced or financed by the commercial criteria. The dramatic media commercialisation keeps the expenses of serious agency information high, while their commercial value lowers.

Hina has a legal obligation to promote media pluralism, which means that Hina can not charge its product and services equally in all market segments.

Another uncertainty is in the question what to do with other specialized informative services that other media and users need and demand? Hina started a dozen of those services, but the imperative of rising the professionalism of the Public news service, made it impossible for Hina, with its staff and financial potentials, to develop to a profitable level.

Some of those “dead capitals” are: data basis EVA which now contains only Hina news, and could have developed to a complete medium – monitoring; Hina-web with all its comparative advantages can grow into a news-web, photo-service, OTS, multimedia services. These activities based on the new market needs, new technologies and commercial potentials should be a part of the market.

Future legal and business Hina organization can, therefore, be organized in two parts: non-profitable, with the existing legal and organisational frame, and profitable, open to new business partners which would be willing to invest their knowledge or finances into the project.

Key words: Hina, market position, non-profitable media service, profitable media service