



Republika
Hrvatska
Ministarstvo
kulture
*Republic
of Croatia
Ministry
of Culture*

Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima

Upute za prijavitelje

*Datum objave Javnog poziva:
20. svibnja 2015.*

*Rok za dostavu prijava:
10. lipnja 2015.*

*Rok za dostavu dopunske dokumentacije:
7. rujna 2015.*

Sadržaj

1. Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima	3
1.1. Određenje neprofitnih medija	3
1.2. Ciljevi Programa i prioritete za financiranje	3
1.3. Planirani iznosi i ukupna vrijednost Programa	4
2. Formalni uvjeti sudjelovanja u Programu	5
2.1. Javna dostupnost i distribucija sadržaja	5
2.2. Formalni uvjeti za prijavu na Javni poziv	5
2.2.1. Prihvatljivi prijavitelji: tko može podnijeti prijavu?	5
2.2.2. Tko se ne može prijaviti?	6
2.2.3. Broj prijava po prijavitelju	6
2.2.4. Razdoblje korištenja bespovratnih sredstava	Error! Bookmark not defined.
2.2.5. Što će se financirati bespovratnim sredstvima?	6
2.2.6. Prihvatljivi troškovi	6
2.2.7. Neprihvatljivi troškovi	7
3. Kako se prijaviti?	7
3.1. Popis obveznih obrazaca za prijavu i priloga	7
3.1.1. Sadržaj obrasca prijave	8
3.1.2. Sadržaj obrasca Uredničke koncepcije	8
3.1.3. Sadržaj financijskog obrasca	8
3.1.4. Sadržaj obrasca Plana rada	9
3.2. Gdje poslati prijavu?	9
3.3. Rok za slanje prijave	9
3.4. Kontakt	9
4. Ocjenjivanje prijave i donošenje odluke o dodjeli bespovratnih sredstava	10
4.1. Povjerenstvo za neprofitne medije	10
4.2. Procjena prijave koje su zadovoljile propisane uvjete Javnog poziva	10
4.3. Kriteriji za procjenu prijave	10
4.4. Privremena lista medija za dodjelu bespovratnih sredstava	14
4.5. Dostava dodatne dokumentacije, konačna lista korisnika i ugovaranje	15
4.6. Obavijest o donesenoj odluci o dodjeli bespovratnih sredstava	15
5. Okvirni kalendar Programa	15
7. Popis dokumentacije	17

1. Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima

Temeljem članka 9. Zakona o financiranju javnih potreba u kulturi („Narodne novine“, br. 47/90, 27/93 i 38/09), Ministarstvo kulture provodi Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima (u daljnjem tekstu: Program).

1.1. Određenje neprofitnih medija

Obvezujući državu na poticanje i zaštitu pluralizma i raznovrsnosti institucija, kulturnih formacija i komunikacijskih proizvoda koji zadovoljavaju potrebu društva za ravnopravnom javnom komunikacijom svih članova društva, članak 5. Zakona o medijima (NN 59/04, 84/11, 81/13) posebno ističe potrebu poticanja proizvodnje i objavljivanja medijskih sadržaja u funkciji javnog komunikacijskog dobra, te “pokretanje novih tiskanih medija, osobito lokalnih i neprofitnih medija, te medija nevladinih udruga.”

Prema Zakonu o elektroničkim medijima (NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13), nakladnici neprofitnih medija mogu biti “obrazovne i manjinske ustanove, studentske udruge, školske udruge te udruge građana i druge nevladine udruge s pravnom osobnošću” (članak 48: stavak 2), a “dobit smiju koristiti samo za unapređenje i razvoj vlastite djelatnosti” (članak 48: stavak 3), što znači da sav eventualni višak prihoda u odnosu na rashode mora biti utrošen za “zadovoljavanje informativnih, obrazovnih, znanstvenih, stručnih, umjetničkih i kulturnih” komunikacijskih potreba javnosti (članak 48: stavak 2). Pritom plaće i naknade u neprofitnim medijima ne mogu premašiti iznos propisan za javne ustanove koje se financiraju iz državnog proračuna (članak 48: stavak 4).

Iz navedene zakonske norme, proizlaze, dakle, tri momenta koji pravno i financijski određuju neprofitne medije:

- (1) neprofitni medij je pravna osoba (reprezentirana putem npr. udruge koja ih objavljuje),
- (2) neprofitni medij ne iskazuje dobit, a
- (3) plaće su limitirane.

Neprofitni mediji ili mediji trećeg sektora, identificirani su na razini Europske unije, ali i u aktualnoj raspravi o hrvatskoj medijskoj politici kao ključni ulog u stvaranju i očuvanju pluralizma medija, proširenju prava javnosti u medijskom komuniciranju te izgradnji i okupljanju zajednica koje svoj medijski izraz rijetko nalaze u postojećim komercijalnim medijima. Stoga, kako bi ojačali kritički kapacitet i utjecaj koji imaju, a svoje publike i tematska područja koja pokrivaju proširili, neprofitnim medijima je potrebna sustavna podrška.

1.2. Ciljevi Programa i prioriteta za financiranje

Opći cilj dodjele bespovratnih sredstava:

1. Jačanje kritičkog kapaciteta i društvenog utjecaja neprofitnih medija.

Posebni ciljevi:

1. Širenje informativnog opsega (broja tema) i relevantnosti sadržaja (pozadine informacija) postojećih neprofitnih medija.

2. Osnaživanje novopokrenutih i osnivanje novih neprofitnih medija.
3. Profesionalizacija novinarskog i autorskog rada u neprofitnim medijima.
4. Poticanje suradnje između javnih i neprofitnih medija.

1.3. Planirani iznosi i ukupna vrijednost Programa

Sredstva dijela prihoda od igara na sreću, planirana na poziciji "A 781 008 – neprofitni mediji – 381 – tekuće donacije" proračuna Ministarstva kulture za 2015. godinu u iznosu od 2.800.000 (dva milijuna osamsto tisuća) kuna, raspodjeljivat će se na sljedeći način:

- a) 2.590.000 kuna godišnje za postojeće neprofitne medije
- b) 210.000 kuna godišnje za nove medijske projekte

Sredstva pod a) dodjeljivat će se na sljedeći način:

- pet financijskih podrški u iznosu od 250 tisuća kuna;
- pet financijskih podrški u iznosu od 170 tisuća kuna;
- sedam financijskih podrški u iznosu od 70 tisuća kuna.

Prilikom raspodjele sredstava pod a) uvažavat će se raznolikost tehnoloških platformi putem sljedećih općih kriterija tako da budu zastupljeni:

- najmanje jedan internetski medij;
- najmanje jedan tiskani medij;
- najmanje jedan televizijski medij (televizijska postaja ili proizvođač programa);
- najmanje jedan radijski medij (radijska postaja ili proizvođač programa).

Sredstva pod b) raspodijelit će se na:

- tri financijske podrške u iznosu od 70 tisuća kuna godišnje za nove medijske projekte.

Ukoliko broj prijava novih medijskih projekata koji zadovoljavaju formalne uvjete bude manji od tri, sredstva će se dodijeliti drugim medijima. Isto važi i za različite tehnološke platforme.

Novi medijski projekti su oni koji još nisu započeli s radom ili koji su osnovani u manje od 12 mjeseci prije objave Javnog poziva za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima. (Mediji koji djeluju dulje vrijeme, čak i u slučaju da su u manje od 12 mjeseci od objave Javnog poziva promijenili naziv, izdavača ili tehnološku platformu objavljivanja, ne smatraju se novim medijima).

1.4. Nefinancijska podrška - HINA

Besplatno korištenje paketa usluga Hrvatske izvještajne novinske agencije za jednu godinu ponudit će se do 50 najbolje ocijenjenih medijskih projekata.

2. Formalni uvjeti sudjelovanja u Programu

2.1. Javna dostupnost i distribucija sadržaja

Korisnici bespovratnih sredstava bit će dužni – u određenom roku koji se precizira u daljnjem tekstu – omogućiti besplatnu javnu dostupnost, korištenje i prenošenje svojih sadržaja, uz jasno navođenje izvora (“dozvoljeno prenošenje sadržaja uz objavu izvora i autora/ice”) ili postojećih mogućnosti alternativnog sustava licenciranja u digitalnom okružju, svih sadržaja medija.

Internetski mediji

Otvoren i slobodan pristup svim informacijama koje internetski medij nudi – osiguravanje mogućnosti slobodnog korištenja i daljnje nekomercijalne distribucije svih proizvedenih sadržaja.

Tiskani mediji

Javna dostupnost i mogućnost daljnje nekomercijalne distribucije cjelokupnog sadržaja izdanja (broja) tiskanog medija na internetu najkasnije 48 sati po objavljivanju sljedećeg broja.

Televizijski i radijski sadržaj

Javna dostupnost i mogućnost daljnje nekomercijalne distribucije svih radijskih i televizijskih sadržaja na internetu 7 dana poslije premijernog emitiranja. Iznimno, proizvođači televizijskog odnosno radijskog programa mogu zatražiti odobrenje za produljenje razdoblja festivalske i komercijalne eksploatacije od najviše godinu, a po isteku odobrenog roka sadržaji trebaju biti besplatno dostupni.

2.2. Formalni uvjeti za prijavu na Javni poziv

2.2.1. Prihvatljivi prijavitelji: tko može podnijeti prijavu?

Prijaviti se mogu neprofitni proizvođači medijskog sadržaja koji se distribuira putem različitih tehnoloških platformi – tiska, radija, televizije, interneta. Neprofitni proizvođači medijskog sadržaja odnosno neprofitni mediji mogu biti pravne osobe, posvećene zadovoljavanju informativnih, obrazovnih, znanstvenih, umjetničkih, kulturnih i drugih komunikacijskih potreba javnosti, registrirane kao udruge, ustanove, neprofitne zadruge, vijeća nacionalnih manjina i druge organizacije upisane kao neprofitni mediji u odgovarajuću knjigu Agencije za elektroničke medije ili Registar neprofitnih organizacija Ministarstva financija.

Neprofitni mediji ne mogu stjecati financijsku dobit za svoje članove, osnivače ili treće osobe, nego eventualni višak prihoda u odnosu na rashode mogu koristiti samo za unapređenje i razvoj vlastitog rada na području javne komunikacije.

Prijaviti se mogu neprofitni proizvođači medijskog sadržaja koji uredno ispunjavaju svoje ugovorne obaveze u provedbi drugih javnih potpora, kao i obaveze prema javnim davanjima.

Pravne osobe upisane u Registar neprofitnih organizacija pri Ministarstvu financija trebaju voditi svoje računovodstvo prema propisima o računovodstvu neprofitnih organizacija.

2.2.2. Tko se ne može prijaviti?

Prijaviti se ne mogu:

- neprofitni nakladnici televizije, radija ili informativnih internetskih stranica (elektroničkih publikacija) kojima je Vijeće za elektroničke medije izreklo opomenu u prethodnih 12 mjeseci i/ili koji su u prethodnih 12 mjeseci prekršajno kažnjeni na temelju pravomoćne sudske odluke zbog kršenja odredbi Zakona o elektroničkim medijima
- neprofitni proizvođači medijskog sadržaja kojima je naložen povrat sredstava iz javnih izvora
- pravne osobe kojima su članovi Povjerenstva za neprofitne medije Ministarstva kulture istodobno članovi tijela upravljanja ili pravne osobe koje članovima Povjerenstva isplaćuju bilo koju vrstu naknade, poput plaće ili honorara.

2.2.3. Broj prijava po prijavitelju

Ista pravna osoba može podnijeti više prijava. (U slučaju da prijavitelj proizvodi odnosno objavljuje više različitih medija, svaki od njih prijavljuje zasebno).

2.2.4. Što će se financirati bespovratnim sredstvima?

Bespovratna sredstva su u većem dijelu namijenjena financiranju plaća i honorara urednika, novinara i suradnika, te dijelom, troškova produkcije i režijskih troškova neprofitnih medija u razdoblju korištenja sredstava.

2.2.5. Prihvatljivi troškovi

Sredstvima ovog Programa mogu se financirati samo stvarni i prihvatljivi troškovi nastali proizvodnjom medija u razdoblju korištenja sredstava.

Prihvatljivi izravni troškovi uključuju plaće i honorare novinara, snimatelja, urednika, dizajnera itd. koji smiju iznositi 75 % proračuna i unose se u tablicu Proračuna (PP3). Prihvatljivi izravni i neizravni troškovi proizvodnje koji uključuju još npr. troškove tiska, distribucije, zakupa servera, opreme, najma i režija mogu iznositi 25% proračuna. Prilikom ocjenjivanja prijava provjeravat će se prihvatljivost troškova (*cost checking*), a namjenski utrošak sredstava će se provjeravati putem kopija izvornih računa.

Prihvatljiva visina plaće u bruto iznosu: ****

- najmanje 5.400,00 kuna
- najviše 16.800,00 kuna.

Prihvatljiva visina honorara u bruto iznosu:

Vrsta posla	Najniži iznos (bruto, u kunama)	Najviši iznos (bruto, u kunama)
Kartica autorskog teksta*	110	320
Lektura (po kartici autorskog teksta)	25	130
Prijevod (po kartici autorskog teksta)	60	190
Galerija fotografija	110	630
Grafičko uređenje i dizajn (po satu rada)	125	315
Posao televizijskog novinara**	1.010	1.520
Posao video-snimatelja**	820	1.260
Posao video-montažera**	630	1.140
Radijska emisija - urednik, novinar, voditelj**	1.260	1.900
Radijska emisija - montaža zvuka***	510	1.010
Novinarski radio-prilog****	380	890

* Karticom autorskog teksta smatra se 1800 znakova s razmacima.

**Honorar za televizijsku produkciju je određen na osnovi jednog termina u trajanju od 8 sati.

***Honorar za radijsku emisiju je određen na osnovi emisije u trajanju do 30 minuta.

****Honorar za novinarski radio-prilog je određen na osnovi priloga u trajanju do 5 minuta.

Odstupanja od propisanog omjera prihvatljivih troškova i preporučenog cjenika su moguća samo uz prethodnu suglasnost Povjerenstva.

2.2.6. Neprihvatljivi troškovi

Neprihvatljivi troškovi su dugovi, kamate, troškovi već pokriveni od strane drugih donatora, kao i svi troškovi koji se ne odnose na medijsku proizvodnju.

3. Kako se prijaviti?

3.1. Popis obveznih obrazaca za prijavu i priloga

Prijava na Javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima i ocjenjivanje prijava provode se u dva kruga.

**** Orijentacijski neto iznosi su sljedeći:

Vrsta posla	Najniži iznos (neto, u kunama)	Najviši iznos (neto, u kunama)
Mjesečna plaća	4.000	10.000
Kartica autorskog teksta	90	250
Lektura (po kartici teksta)	20	100
Prijevod (po kartici teksta)	50	150
Galerija fotografija	90	500
Grafičko uređenje i dizajn (po satu rada)	100	250
Posao televizijskog novinara*	800	1.200
Posao video-snimatelja	650	1.000
Posao video-montažera	500	900
Radijska emisija - urednik, novinar, voditelj	1.000	1.500
Radijska emisija - montaža zvuka	400	800
Novinarski radio-prilog	300	700

U prvom krugu neprofitni mediji prijavljuju svoju uredničku koncepciju, a oni koji budu odabrani u drugi krug bit će pozvani da prilože dodatnu dokumentaciju.

Za prvi krug Javnog poziva potrebno je dostaviti sljedeće obrasce:

- 1) PP1 – ispunjen, potpisan i ovjeren obrazac Opće prijavnice koji sadrži osnovne podatke o prijavitelju
- 2) PP2 – Uredničku koncepciju

Podnositelji najbolje ocijenjenih prijava zatim će biti pozvani da dostave dopunsku dokumentaciju potrebnu za ocjenjivanje: sadržaj medija, razradu uredničke koncepcije u Plan rada i detaljni financijski plan korištenja bespovratnih sredstava.

Za drugi krug Javnog poziva potrebno je dostaviti:

- 3) PP3 – Obrazac proračuna
- 4) uzorak sadržaja medija
 - do 3 izdanja (broja) tiskanog medija, prema vlastitom izboru, svaki u 8 istih primjeraka
 - URL adresu internetskog medija
 - do 5 sati radijskog odnosno televizijskog programa
- 5) PP4 – razradu Uredničke koncepcije u Plan rada
- 7) presliku izvotka iz odgovarajućeg registra, ne starijeg od 3 mjeseca (npr. izvotka iz Registra udruga) u odnosu na dan slanja dokumentacije
- 8) potvrdu Porezne uprave o nepostojanju duga prema državi po osnovi javnih davanja, ne stariju od 30 dana od dana objave javnog poziva
- 9) statut medija, u kojem se definiraju odnosi između nakladnika, urednika i novinara te sudjelovanje novinara u izboru glavnog urednika (prema Zakonu o medijima, članak 26., Narodne novine 59/04, 84/11).

3.1.1. Sadržaj obrasca prijave

Opća prijavnica (PP1) dio je obvezne dokumentacije. Ispunjava se na hrvatskom jeziku i sadrži osnovne podatke o prijavitelju i mediju. Obrazac je potrebno ispuniti na računalu. Obrasci u kojima nedostaju podaci vezani za prijavitelja i medij i rukom ispisani obrasci neće biti uzeti u razmatranje.

3.1.2. Sadržaj obrasca Uredničke koncepcije

Urednička koncepcija (PP2) predaje se u prvom krugu Javnog poziva i dio je obvezne dokumentacije; ispunjava se na hrvatskom jeziku i sadrži obrazloženje uređivačke koncepcije, opis povijesti i ciljeva medija, načina njihova ostvarenja te publika kojima se medij obraća.

3.1.3. Sadržaj financijskog obrasca

Obrazac Proračuna (PP3) također je dio obvezne dokumentacije; predaje se u drugom krugu, ispunjava na hrvatskom jeziku.

Obrazac sadrži podatke o svim planiranim izravnim i neizravnim troškovima medija, odnosno ukupnom financijskom planu medija, s razradom namjene zatraženih bespovratnih sredstava. Prijavitelji trebaju napraviti razradu troškova za sva tri moguća iznosa, odnosno one iznose sredstava, za koje se prijavljuju. Praktično, to znači da medij koji aplicira na najniži iznos bespovratnih sredstava treba dostaviti samo jedan obrazac Proračuna, medij koji aplicira za srednji iznos treba dostaviti dva – za srednji i najniži iznos – dok onaj koji zatraži najviši iznos bespovratnih sredstava

treba dostaviti tri obrasca Proračuna, za sve tri moguće visine bespovratnih sredstava.

Obrazac je potrebno ispuniti na računalu. Prijave u kojima obrasci proračuna nedostaju ili nisu u potpunosti ispunjeni i rukom ispisani obrasci neće biti uzete u razmatranje.

3.1.4. Sadržaj obrasca Plana rada

Obrazac Plana rada (PP4) predaje se u drugom krugu Javnog poziva, također je dio obvezne dokumentacije. Piše se na hrvatskom jeziku i sadrži opis i obrazloženje planiranih aktivnosti i načina njihova ostvarenja, mogućeg proširenja dosega odnosno kruga recipijenata te modela i izvora financiranja.

3.2. Gdje poslati prijavu?

Obavezne obrasce u prvom krugu prijave na javni poziv treba poslati u elektroničkom i papirnatom obliku:

- elektroničkom poštom na e-mail adresu neprofitni@min-kulture.hr
- u papirnatom obliku (u jednom primjerku) na adresu:

Ministarstvo kulture
Runjaninova 2
Zagreb 10 000
s naznakom “Javni poziv za neprofitne medije”

Prijava u papirnatom obliku sadržava obvezne obrasce vlastoručno potpisane od strane osobe ovlaštene za zastupanje i ovjerene službenim pečatom organizacije. Prijava se šalje preporučenom poštom, kurirom ili osobno (predaja u urudžbenom uredu Ministarstva kulture).

Na isti će način biti potrebno poslati i dodatnu dokumentaciju u drugom krugu prijave. Neprofitni proizvođači radijskog i televizijskog programa svojoj dokumentaciji prilažu primjerke medija u elektroničkom obliku (na CD-u odnosno DVD-u).

3.3. Rok za slanje prijave

Rok za prijavu u prvi krug je 10. lipnja 2015. godine.

Rok za dostavu dopunske dokumentacije u drugom krugu je 7. rujna 2015. godine.

Prijava je dostavljena u roku ako je na poštanskom žigu vidljivo da je u pošti zaprimljena prije isteka roka za prijavu, odnosno ako je u urudžbeni zapisnik Ministarstva kulture predana do 14 sati na dan isteka roka za prijavu. Sve prijave poslane izvan roka neće se razmatrati.

3.4. Kontakt

Sva pitanja vezana uz ovaj Javni poziv mogu se uputiti na e-mail adresu neprofitni@min-kulture.hr. Sva često postavljana pitanja bit će objavljena na internetskoj stranici Ministarstva kulture.

4. Ocjenjivanje prijava i donošenje odluke o dodjeli bespovratnih sredstava

4.1. Povjerenstvo za neprofitne medije

Ugovorno tijelo osniva sedmeročlano Povjerenstvo za neprofitne medije (dalje: Povjerenstvo) izabrano putem odgovarajućeg javnog poziva uz uvjet sudjelovanja po jednog predstavnika ili predstavnicu Hrvatske radiotelevizije, Hrvatske izvještajne novinske agencije i Vijeća za elektroničke medije, koje je zaduženo za analizu i ocjenjivanje prijava pristiglih na Javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima. Članice i članovi Povjerenstva dužni su svoja mišljenja o pojedinačnim prijavama objaviti u obliku pisanih recenzija.

Članice i članovi su po uvidu u pristigle prijave dužni potpisati izjave o nepostojanju sukoba interesa i nepristranosti pri odlučivanju, a s predstavnicima prijavitelja mogu komunicirati samo s mandatom Povjerenstva u svrhu provođenja procjene prihvatljivosti troškova i njihove usklađenosti s Planom rada.

Zadace Povjerenstva također uključuju praćenje i savjetovanje medija te izvještavanje o namjenskom utrošku sredstava tijekom i po završenom razdoblju korištenja sredstava. Za rad u razdoblju od 16 mjeseci članice i članovi Povjerenstva imaju pravo na naknadu iz sredstava Programa.

Za koordinaciju rada Povjerenstva, zadužen je Koordinator/ica Povjerenstva, izabran između sedam članova i članica. Povjerenstvo se u svom radu vodi Poslovnikom o radu Povjerenstva za neprofitne medije koji se donosi na prvoj sjednici Povjerenstva i odmah potom objavljuje na internetskoj stanici Ministarstva kulture.

4.2. Procjena prijava koje su zadovoljile propisane uvjete Javnog poziva

Prijave koje su zadovoljile formalne uvjete Povjerenstvo ocjenjuje u dva kruga, prema kriterijima koji se detaljnije objašnjavaju u nastavku. Sve prijave se najprije ocjenjuju prema prvih sedam kriterija, zatim se sastavlja uža lista najmanje polovice najbolje plasiranih medija, a njih se u drugom krugu ocjenjuje dodatno, prema preostalih šest kriterija. Novi mediji se ocjenjuju samo prema prvih sedam kriterija.

4.3. Kriteriji za procjenu prijave

Kriteriji za ocjenjivanje prijava na javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima su sljedeći:

1. Doprinos pluralizmu medijskog predstavljanja društvenih grupa **do 12 bodova**

Indikator: procjena članice odnosno člana Povjerenstva u kojoj mjeri pojedini medij promatra komunikacijske potrebe svih pripadnika društva relevantnima i otvara prostor marginaliziranim ili u potpunosti nereprezentiranim društvenim subjektima – organizacijama, skupinama, inicijativama itd. – u rasponu od najmanjeg broja bodova za orijentaciju na zastupanje onih koji dominiraju u medijskoj glavnoj struji, pa do najvećeg za reprezentaciju skupina koje su u srednjestrujaškim medijima potpuno zanemarene ili neprisutne bez medija koji se ocjenjuje.

2. Doprinos pluralizmu društvenih tema u medijima **do 12 bodova**

Indikator: procjena koliko novih tema u medijsku sferu unosi pojedini medij – u rasponu od najmanjeg broja bodova za bavljenje temama koje su u srednjostrujaškim medijima prisutne, pa do najvećeg za otvaranje onih kojih tamo uopće nema.

Pluralizam tema se podjednako odnosi na društveno-političke teme, kao i na npr. teme iz područja kulture, sporta ili znanosti. Primjer tematskog pluralizma tako može biti i prilog o ženama kantautoricama, umjetnička kritika koja je gotovo nestala iz postojećih medija ili pak temat o novim modelima distribucije knjiga.

3. Različitost kuta gledanja odnosno pristupa u prikazu pojedinoj temi 12 bodova

Indikator: procjena strateške orijentacije na odklon od dominantnih pristupa, u rasponu od najmanjeg broja bodova za perpetuaciju etabliranih kutova gledanja, pa do najvećeg za uvođenje posve novih pristupa. Na primjer, ako neki medij kritički propituje, tj. pokazuje odklon od stava da je potrebno “fleksibilizirati radno zakonodavstvo kako bi se omogućio porast zaposlenosti” – što pojedina članica Povjerenstva, prema vlastitoj procjeni i nakon rasprave s drugim članovima Povjerenstva, može smatrati dominantnim pristupom, karakterističnim za hrvatske medije srednje struje – onda će vjerojatno takvom mediju prema ovom kriteriju dodijeliti viši broj bodova. U svakom slučaju, ocjenjivanje prema ovom kriteriju se zasniva na kombinaciji dvije vrste uvida članova Povjerenstva, koji su u odnosu na njih bili i testirani prilikom postupka izbora u Povjerenstvo: (1) koji je dominantni pristup (mainstream medija) pojedinoj temi i (2) koji je kut gledanja na tu temu ocjenjivanog medija, a razlika između njih se pokušava izraziti brojem bodova.

4. Doprinos afirmaciji građanskih, političkih i socijalnih ljudskih pravda 12 bodova

Ocjenjuje se orijentacija medija na zastupanje i promoviranje ljudskih prava, s obzirom na njihovu prihvaćenost u dominantnim medijima. Utoliko, raspon bodova kreće se od najmanjeg za potpuni izostanak medijskog zastupanja ljudskih prava, nešto većeg za zastupanje građanskih prava, još većeg za zastupanje političkih prava i najvećeg za zastupanje dominantno zanemarenih socijalnih prava.

Indikator 1: uolikoj mjeri se pojedini medij strateški usmjerava na zastupanje fizičkog i mentalnog integriteta, života i sigurnosti, zaštite od diskriminacije po osnovi fizičkog ili mentalnog invaliditeta, spola, religije, rase, nacije, dobi, seksualne orijentacije ili identiteta, osobna prava na privatnost i kretanje, govor i izraz, vjeroispovijest, slobodu medija, jednakost pred zakonom i pravo na pošteno suđenje, pravo na sudjelovanje u udruženjima, peticiju, samoobranu i glasanje na izborima?

Indikator 2: uolikoj mjeri se pojedini medij strateški usmjerava na zastupanje socijalnih, ekonomskih i kulturnih prava na obrazovanje, primjereno stanovanje i životni standard, zdravlje i liječenje, zaposlenje, kulturno-umjetnički izraz i očuvan okoliš...

S obzirom da medijima specijaliziranim za uža područja, poput glazbe ili kazališta, eksplicitna afirmacija ljudskih prava ne ulazi nužno u užu fokus interesa, Povjerenstvo će ocjenjivanju prema ovom kriteriju pristupiti kontekstualno: prijavljeni mediji će se najprije grupirati prema tematskoj srodnosti, a zatim vrednovati, polazeći od uvjerenja da i, na primjer, filmska ili književna kritika, barem implicitno, može u većoj ili manjoj mjeri odražavati posvećenost medija promoviranju ljudskih prava.

5. Ispunjavanje funkcije nadzora ekonomski i političkih moćnih **do 12 bodova**

Indikator: kritička nadzorna funkcija medija u odnosu na sve pozicije moći – političku državnu vlast i političke elite, ali i pozicije ekonomske, medijske, znanstvene, kulturne, itd., moći. Ako se medije ocjenjuje kontekstualno, unutar njima slične skupine medija, onda npr. medij o književnosti koji problematizira, recimo, monopole u izdavaštvu i distribuciji također može ostvariti visok broj bodova, za razliku od nekih drugih prijavljenih medija o književnosti, koji takva pitanja eventualno ne problematiziraju ili ih problematiziraju u manjoj mjeri.

6. Informativna “širina” komunikacije **do 8 bodova**

Indikator: raznovrsnost, količina i aktualnost informacija te broj tematskih polja na koja se medij strateški usmjerava odnosno u praksi bavi, uvažavajući tehnološki zadane razlike (između televizije, radija, tisk, internetskih medija), razlike u ritmu izlaženja i slično. Raspon bodova se kreće od manjeg za medije koji se specijaliziraju za jedno ili manji broj tematskih područja, unutar njih nudeći manji broj informacija, do većeg za opće medije posvećene praćenju šireg raspona relevantnih društvenih tema, i to tako da se mediji ocjenjuju kontekstualno, u grupama prema srodnosti. U praksi, to znači da će npr. medij o glazbi, koji pokriva velik broj žanrova, izvođača ili glazbenih događaja, biti vjerojatno ocijenjen većim brojem bodova od medija koji donosi uži raspon priloga o sceni koju prati.

7. Kontekstualna “dubina” komunikacije **do 8 bodova**

Indikator: kompleksnost prezentacije konteksta ponuđenih informacija. Ne samo što se dogodilo, nego i što to, za nekoga, znači? U kolikoj se mjeri medij usmjerava na rekonstruiranje posljedica i uzroka predstavljenog događaja, odnosno koliko to kompetentno i upućeno čini, kakva je kritička i analitička vrijednost tih priloga? Razumljivo, mediji koji se specijaliziraju za pojedina tematska područja, vjerojatno i s manjim resursima mogu povezivati informacije sa širim kontekstom, dok bi redakcije usmjerene na informativnu “širinu” (po cijeni “dubinske” analize) putem ovog kriterija mogle dobiti niži broj bodova. Stoga će se i kod ovog kriterija ocjenjivanje provesti kontekstualno, ovisno o uređivačkoj orijentaciji medija i tematskom polju kojim se bavi.

8. Profesijski standardi **do 24 boda**

Ovaj kriterij objedinjuje tri prema kojima su mediji ocjenjivani u prošlom ciklusu financiranja – kriterije točnosti informacija, oblikovanja i opreme sadržaja i jezične kompetencije – s obzirom na to da svi spadaju u domenu poštivanja pravila novinarske struke i ispunjavanja temeljnih profesijskih zahtjeva rada u medijima. Indikator: u kojoj mjeri medij poštuje profesijske standarde točnosti, vjerodostojnosti, i provjere izvora objavljenih informacija. Omogućava li – i u kojoj mjeri – ocjenjivani medij svojim publikama pravovremeno i uspješno razlučivanje istinitih od lažnih informacija? Postoje li sudske presude ili mjerodavna rješenja regulacijskih i samoregulacijskih tijela koja su utvrdila objavu lažnih informacija ili govora mržnje u ocjenjivanom mediju? Vodi li uredništvo medija računa o lektorskoj obradi objavljenih pisanih sadržaja, koristi li na opravdan način stilski obilježene diskurse i u kojoj mjeri koristi mogućnost upotrebe dijalekata u subjektivnoj naraciji protagonista i sugovornika? Koristi li medij sve mogućnosti koje mu omogućuje njegova tehnološka

platforma ili možda te mogućnosti interpretira na nov i inovativan način (pri čemu se oboje afirmativno vrednuje)? Je li oprema u skladu s uređivačkom koncepcijom i izražava li stav redakcije, je li organizacija sadržaja logična i inovativno dizajnirana, jesu li prilozi proizvedeni prema profesijskim standardima (tehnički preduvjeti, sklad riječi, slike i zvuka, grafička oprema, prepoznatljivost stila, autorski izričaj) i u skladu s propisima?

9. Raznolikost novinarskih formi i žanrova

do 8 bodova

Indikator: prisutnost različitih žanrova i upotreba raznolikih novinarskih vrsta – vijest, izvještaj, intervju, komentar, analiza, reportaža... – u ocjenjivanom mediju. Uvođenje novih vrsta i žanrova, reaktualizacija starih i njihova prikladnost uređivačkoj koncepciji. Razumljivo, raznolikost i inovativnost se afirmativno vrednuju.

10. Udio vlastite proizvodnje

do 16 bodova

Indikator: omjer objavljenih originalnih autorskih priloga (vlastite proizvodnje određenog medija) i prenesenih sadržaja (odnosno sadržaja drugih proizvođača) u razdoblju koje će utvrditi Povjerenstvo, ocjenjivat će se na osnovi provjere podataka dostavljenih u Općoj prijavnici (PP1).

11. Doseg, dostupnost i utjecaj medija

do 24 boda

Ovaj kriterij se bavi posjećenošću medija, njegovom prisutnošću u drugim medijima, partnerstvima i pokroviteljstvima. Neprofitni mediji se ovdje ne vrednuju samo s obzirom na puku čitanost/gledanost, nego se promatra i njihov utjecaj unutar zajednice kojoj se obraćaju, kao i sposobnost da društvu u cjelini nametnu određene aktere i teme. Ocjenjivanje dosega i utjecaja medija na publike nije zahtjevno samo zbog ograničenosti pristupa i usporedbe relevantnih podataka o broju čitatelja, gledatelja, slušatelja, nego, naravno, i stoga što nemaju svi mediji jednak utjecaj na formiranje stavova svojih publika. Relativno pouzdani pokazatelji o posjećenosti internetskih medija lako su dostupni i usporedivi, ali se mogu koristiti samo za preferencijalno vrednovanje internetskih portala s istim brojem bodova u drugim kategorijama. Razlog tome je što usporedba broja čitatelja u pravilu besplatnog internetskog sadržaja s brojem čitatelja npr. novina koje imaju (različite) prodajne cijene nije metodološki prihvatljiva, da prednosti i ograničenja različitih kanala distribucije i ne spominjemo. Pritom su podaci o broju slušatelja radija i gledatelja televizijskih programa, iako ih se načelno može prikupiti, veoma upitne vjerodostojnosti i dostupnosti. Ipak, prilikom vrednovanja neprofitnih medija, zbog takvih poteškoća nije prihvatljivo odbaciti afirmaciju napora redakcija da svoje publike i utjecaj na njih prošire. Uz praćenje povećanja egzaktnog opsega publike tijekom razdoblja korištenja sredstava – što može biti veoma relevantan kriterij vrednovanja prijava na sljedeći natječaj – neprofitni mediji svoj doseg i utjecaj mogu širiti ne najmanje putem širenja kruga suradnika i sudionika u upravljanju, suradnje u različitim društvenim i kulturnim aktivnostima ili tako da drugi mediji prenose njihove sadržaje.

Uvažavajući, s jedne strane, navedene poteškoće i nemogućnost egzaktne procjene dosega, dostupnosti i utjecaja, kao i njene primjenjivosti na tehnološki i sadržajno različite medije, čini se neprimjerenim osigurati mu udio od čak 20 posto u konačnom najvišem mogućem zbroju bodova, kao što je to bilo u Programu 2013. godine. Kako, s druge strane, postoje dovoljno snažni argumenti da se od kriterija, zbog njegove relevantnosti, ne odustane, predloženo je da se mogući broj bodova (s 36) smanji na

24. Članice i članovi povjerenstva će se prilikom ocjenjivanja oslanjati na vlastite procjene prema sljedećim indikatorima.

Indikator 1: u kojoj je mjeri medij izvor informacija za druge medije o područjima koja pokriva, je li u dosadašnjem radu – i uolikoj mjeri – prenošen ili citiran u drugim medijima? U tu svrhu, nakladnik bi prilikom dostave detaljne dokumentacije trebao priložiti primjere koji demonstriraju njegov utjecaj na širu javnost (linkovi, intervjui njegovih urednika/glavnih suradnika u drugim medijima, citiranje u drugim medijima, kampanje i sl.).

Indikator 2: relevantne nagrade i priznanja ukoliko ih je medij dobio za dosadašnji rad, što je također potrebno dokumentirati.

Indikator 3: broj, kvaliteta i inovativnost pokroviteljstava i partnerstva te njihova relevantnost za uređivačku politiku u proteklih 12 mjeseci.

Indikator 4: broj suradnika, stručnost, kvaliteta i učestalost njihovog angažmana, otvorenost neafirmiranim autorima, autorima iz drugih županija i iz inozemstva

Indikator 5: broj aktivnih članova udruge ili zadruge, iako ponešto formalan, ipak svjedoči o društvenoj relevantnosti ocjenjivanog medija.

Indikator 6: dostupnost sadržaja ne ovisi samo o cijeni i digitalnoj podjeli, nego i o inventivnoj primjeni tehnologije u skladu s uređivačkom orijentacijom, korištenju tehnoloških mogućnosti medija, različitih platformi za objavljivanje sadržaja, prilagodbi sadržaja različitim platformama, dostupnosti na zahtjev, prisutnosti na društvenim mrežama i slobodnoj distribuciji sadržaja. Uolikoj mjeri je sadržaj prilagođen osobama s invaliditetom?

Indikator 7 (koristi se samo kao preferencijalni pokazatelj između jednako ocijenjenih medija na istoj tehnološkoj platformi): posjećenost – čitanost/gledanost/slušanost – prema mjerljivim pokazateljima (prosječna prodana naklada tiskanih medija, broj posjeta portala prema Google Analyticsu, share programa...) u posljednjih dvanaest mjeseci.

12. Redakcijska demokracija

do 8 bodova

Indikator: razvijenost demokratskih mehanizama u redakcijskom radu i utjecaj koji novinari i suradnici imaju na način izbora glavnog urednika i oblikovanje uređivačke politike, prema njihovoj artikulaciji u statutu medija. Redakcijski statuti ocjenjivat će se dodjelom najvećeg broja bodova za mogućnost da novinari – zaposleni, kao i stalni vanjski suradnici prema prikladno određenom kriteriju – svojim glasovima biraju urednike i kontinuirano sudjeluju u određivanju uređivačke politike, zatim manjeg broja bodova za mogućnost potvrđivanja urednika koje predlažu upravljačka tijela, odnosno najmanjeg za savjetodavnu ulogu novinarskih glasova u procesu.

13. Broj radnika

do 8 bodova

Vrednuje se ukupan broj zaposlenih u mediju prema podatku iz Opće prijavnice (PP1).

4.4. Privremena lista medija za dodjelu bespovratnih sredstava

Članice i članovi Povjerenstva ocjenjuju svaki medij prema prvih sedam od navedenih kriterija, a bodovi se zbrajaju. Temeljem provedene procjene prijava koje su zadovoljile propisane uvjete, Povjerenstvo će prema ukupnom broju bodova predložiti tri nova medija za dodjelu bespovratnih sredstava i sastaviti privremenu rang-listu postojećih medija, od kojih će najmanje polovica ukupno prijavljenih biti pozvana da dostavi dodatnu dokumentaciju potrebnu za drugi krug ocjenjivanja.

Sve medije koji se ne kvalificiraju u drugi krug ugovorno tijelo će pisanim putem obavijestiti o razlozima, a organizacije čije su prijave upućene na procjenu u drugom krugu će e-mailom biti obaviještene o daljnjem postupku.

4.5. Dostava dodatne dokumentacije, konačna lista korisnika i ugovaranje

Kako bi se izbjegli nepotrebni troškovi i rad na pripremi prijave, dodatna dokumentacija zatražit će se isključivo od onih prijavitelja koji su temeljem postupka procjene prijava ušli u drugi krug Javnog poziva za dodjelu bespovratnih sredstava, odnosno dodatno ocjenjivanje prema kriterijima od 8. do 13. Novi mediji se u drugom krugu ne ocjenjuju, ali su obavezni dostaviti dodatnu dokumentaciju.

Ukoliko prijavitelj ne dostavi dodatnu dokumentaciju u traženom roku, njegova prijava će se odbaciti kao nevažeća.

Ukoliko se provjerom dodatne dokumentacije ustanovi da neki od prijavitelja ne ispunjava propisane uvjete, njegova prijava neće se razmatrati za postupak ugovaranja.

Nakon ocjenjivanja svih medija prema kriterijima od 8. do 13, Povjerenstvo ustanovljuje rang-listu postojećih medija predloženih za dodjelu bespovratnih sredstava. Ukoliko se neki medij prijavio isključivo za niži iznos od onoga koji bi mu pripao prema mjestu na listi, bit će predložen za iznos koji je zatražio, dok će Povjerenstvo za viši iznos predložiti sljedeći medij na rang-listi.

Nakon provjere dostavljene dokumentacije i završene procjene prijava, Povjerenstvo predlaže konačnu listu odabranih medija za dodjelu bespovratnih sredstava na odlučivanje odgovornoj osobi ugovornog tijela.

4.6. Obavijest o donesenoj odluci o dodjeli bespovratnih sredstava

Odluka o odabiru korisnika sredstava, uz pisana obrazloženja prihvaćenih kao i neprihvaćenih prijava, bit će objavljena na internetskoj stranici Ministarstva kulture do 21. rujna 2015. godine.

Prijavitelji mogu do 28. rujna 2015. u urudžbeni zapisnik Ministarstva kulture pisanim putem uložiti prigovor, ukoliko smatraju da propisana procedura dodjele bespovratnih sredstava nije poštovana. Povjerenstvo za neprofitne medije treba razmotriti prigovore i očitovati se o njima do 30. rujna 2015. godine.

Ministarstvo kulture će s korisnicima potpisati Ugovore (PP5) o korištenju sredstava kojima će se regulirati uzajamna prava i obaveze.

5. Okvirni kalendar Programa

Objava dokumentacije za javno savjetovanje	1. travnja 2015.	Ministarstvo kulture
Završetak rasprave	15. travnja 2015.	Ministarstvo kulture
Objava Javnog poziva	20. svibnja 2015.	Ministarstvo kulture

Rok za prijavu i dostavu dokumentacije u prvom krugu	10. lipnja 2015.	prijavitelji
Rok za provjeru formalnih uvjeta i ocjenjivanje prijava	26. srpnja 2015.	Povjerenstvo za neprofitne medije
Objava rezultata prvog kruga i poziva za dostavu dodatne dokumentacije	29. srpnja 2015.	Ministarstvo kulture i Povjerenstvo
Rok za prigovore	4. kolovoza 2015.	Ministarstvo kulture
Rok za rješavanje prigovora	10. kolovoza 2015.	Povjerenstvo za rješavanje prigovora
Rok za dostavu dodatne dokumentacije	7. rujna 2015.	prijavitelji
Rok za procjenu prijava, pisanje recenzija i donošenje odluke o dodjeli sredstava	18. rujna 2015.	Povjerenstvo
Objava odluke o dodjeli bespovratnih sredstava	21. rujna 2015.	Ministarstvo kulture
Rok za prigovore	28. rujna 2015.	prijavitelji
Rok za rješavanje prigovora	30. rujna 2015.	Povjerenstvo za rješavanje prigovora
Potpisivanje ugovora	1. listopada 2015.	Ministarstvo kulture korisnici sredstava
Razdoblje korištenja sredstava	od 1. listopada 2015. do 30. rujna 2016.	korisnici sredstava
Rok za dostavu prvog polugodišnjeg izvještaja	15. travnja 2016.	neprofitni mediji Povjerenstvo
Rok za dostavu završnog izvještaja	15. listopada 2016.	neprofitni mediji Povjerenstvo

Ugovorno tijelo zadržava mogućnost ažuriranja ovog okvirnog kalendara. Obavijest o tome i eventualne promjene kalendara objavit će se na <http://www.min-kulture.hr/>

6. Izvještavanje i evaluacija

Po analizi prijava pristiglih na Javni poziv i donošenju odluke o dodjeli sredstava, pojedine članice i članovi Povjerenstva bit će zaduženi za određene korisnike bespovratnih sredstava s kojima će tijekom razdoblja korištenja sredstava surađivati na izvještavanju, vrednovanju i rješavanju nepredviđenih situacija, sve do podnošenja završnog izvještaja, najkasnije do 15. listopada 2016. godine.

Članice i članovi Povjerenstva i službenici Ministarstva kulture prikupljat će od korisnika sredstava polugodišnje izvještaje i dokumentaciju (kopije računa, potvrda o isplati i sl.) koja svjedoči o utrošku sredstava prema planu i ostvarivanju ciljeva Programa. Korisnici sredstava dužni su Povjerenstvu dostaviti polugodišnji Opisni izvještaj (PP6) i Financijski izvještaj (PP7) na adresu Ministarstva kulture, najkasnije 15 dana po isteku svakog izvještajnog razdoblja. Članice i članovi Povjerenstva izvještaje će dopuniti svojim komentarima i preporukama na osnovi iskustava suradnje s korisnicima.

7. Popis dokumentacije

Opći dokumenti

Upute za prijavitelje

Obrasci

Uz inicijalnu prijavu ispunjeni se predaju sljedeći obrasci:

- 1) PP1 – Opća prijavnica
- 2) PP2 – Urednička koncepcija

Prema zahtjevu Povjerenstva za drugi krug ocjenjivanja potrebno je dostaviti:

- 3) PP3 – Obrazac proračuna
– uzorak sadržaja medija

- 4) PP4 – Plan rada

Prilaže se također:

- preslika izvotka iz odgovarajućeg registra, ne starijeg od 3 mjeseca (npr. izvotka iz Registra udruga)
- potvrda Porezne uprave o nepostojanju duga prema državi po osnovi javnih davanja, ne starija od 30 dana od dana objave javnog poziva
- statut medija

Po odobrenju bespovratnih sredstava potpisuje se:

- 5) PP5 – Ugovor

Tijekom razdoblja korištenja sredstava sastavljaju se:

- 6) PP6 – Narativni izvještaj
- 7) PP7 – Financijski izvještaj