

Naslovnica » Kategorija » Porezom na gorostase

| Porezom na gorostase

ALEN MIKEC 27. RUJNA 2025.

IZDVOJENO, MEDIJI



Niz država je već uveo poreze velikim digitalnim tvrtkama poput Googlea i Facebooka. Hrvatska tek najavljuje analizu takvog poteza. Oporezivanjem velikih digitalnih kompanija treba financirati novinarstvo, slažu se mnogi analitičari, a neprofitni mediji moraju imati pristup fondovima. Paško Bilić, sociolog: Dominacija velikih digitalnih platformi promijenila je političku ekonomsku strukturu i odnose moći u medijskim sustavima. Politička elita Europske unije ne pokazuje snagu da učini nešto po pitanju premreženosti s kapitalom *big techa*.

Velike digitalne tvrtke medijskom sektoru otkidaju ogroman udio na tržištu internetskog oglašavanja koje neprestano raste. Na **globalnom nivou**, radi se o

industriji teškoj oko 500 milijardi američkih dolara. U **Europi** je tržište u 2024. poraslo za 16%, dosegnuvši rekordnih 118,9 milijardi eura, dok je u **Hrvatskoj** prošle godine uloženo 340 milijuna eura.

Ovakav rast u Hrvatskoj, praćen opadanjem prihoda digitalnih medija od internetskog oglašavanja, istraživači *Instituta za razvoj i međunarodne odnose* su u **istraživanju** iz 2018. prozvali podbačajem tržišta. Tržište, zaključili su, nije sklono samoregulaciji interneta: prije desetak godina, prema procjenama, između 50 i 70 posto udjela tržišta internetskog oglašavanja odlazilo je u korist *Googlea* i *Facebooka*.

Problem ne zastaje na ekonomskoj analizi. Uslijed pretjerane komercijalizacije i potrebe prilagođavanju diktatu algoritma, dolazi do teže mjerljivih, **negativnih posljedica** po strukturu medijskog sektora. Baviti se pitanjima javnog interesa postaje sve skuplje. Ukupna informiranost i posljedično učešće građana u demokratskim procesima slabi. Promjena postojećeg stanja zahtjeva od država konkretnu političku odluku u dvije etape: uvođenje samog poreza i pravednu distribuciju sredstava.

Digitalnim gorostasima ne pakovati

Činjenica da vladari interneta danas mahom čuvaju leđa **Donaldu Trumpu**, od nemale je važnosti. Velike digitalne kompanije – te „zloćudne gorostase koji uljepšavaju svoje proizvode kako bi izvukli veći profit“, kakvim ih je nedavno opisao novinar **Steven Levy** za **WIRED** – očekuju kompenzaciju za podršku američkom predsjedniku. „**Veličanstvene**“ tvrtke Silicijske doline treba zaštititi od „**diskriminatornih**“ poreza kakve donose brojne europske i svjetske zemlje, kaže predsjednik.

„Dominacija velikih digitalnih platformi promijenila je političku ekonomsku strukturu i odnose moći u medijskim sustavima. Iako su te firme gotovo od svojih početaka najavljivale da će zamijeniti stare, tradicionalne i spore strukture medija i komunikacije, kreatori politika iz Europske komisije i Hrvatske prihvaćali su ih kao dolazak nekog novog tipa kulture slobode i demokracije na internetu. Naravno, sve je to imalo konkretne ekonomske motive u pozadini“ kaže za *H-Alter* **Paško Bilić**,

istraživač Instituta za razvoj i međunarodne odnose i koautor ranije spomenutog istraživanja iz 2018.

„Fascinantno je to što niti jedna europska zemlja nema točne podatke o internetskom oglašavanju i velikim digitalnim platformama. Digitalni suverenitet i tehnološka autonomija u Europi potpuno izostaju. U velikim europskim zemljama javni sektor, zdravstvo i obrazovanje uvelike ovise o pružateljima usluga poput *Googlea* i *Microsofta*“, nastavlja Bilić.

Paško Bilić

Promjena porezne politike na razini Europske unije zahtijeva konsenzus svih članica. **Prijedlozi uvođenja digitalnog poreza** na razini EU odbačeni su zbog protivljenja pojedinih zemalja. Radi se o zemljama čije nacionalne ekonomije imaju najviše koristi od digitalnih kompanija. U Irskoj su registrirani *Apple*, *Microsoft*, *Google* i *Meta*, u Luxembourg *Amazon*.

„Europska unija polazi iz perspektive kompetitivnosti na tržištu digitalnih usluga i digitalnih podataka. Radi se o logici ekvivalentnoj argumentu koji bi glasio otprilike ovako: industrija rafiniranja fosilnih goriva proizvodi negativne učinke na okoliš i ako povećamo kompetitivnost u toj industriji, riješit ćemo se negativnih učinaka fosilnog goriva na okoliš“, objašnjava dalje Bilić promašenu logiku upravljanja digitalnom transformacijom, kakvom ju nazivaju europski zakonodavci.

Nakon niza **kritiziranih** „drugorazrednih“ pokušaja regulacije velikih digitalnih platformi na razini EU, dogovori na internacionalnoj razini se sele na OECD (Organizaciju za ekonomsku suradnju i razvoj). Konsenzusa nema niti ovdje, ponajprije zbog protivljenja SAD-a. U veljači ove godine, Trump je ponovno **povukao Ameriku** iz dogovora na razini OECD-a, otvoreno **prijeteći carinama** zemljama koje uvedu digitalne poreze.

“Kolektivno pregovaranje je ključno. Osim ako se sve zemlje ne budu držale zajedno, imat ćete poteškoća s naplatom poreza. Slučaj Irske koja potkopava nastojanja

Europske unije je dobar primjer", kaže za *H-Alter* Anya Schiffrin, profesorica na SIPA-i (*School of International and Public Affairs*) njujorškog sveučilišta Columbia.

Anya Schiffrin

„Europska unija u ovom trenutku ne može de facto ništa protiv big techa. Politički je vezana uz veliki industrijski, digitalni i telekomunikacijski kapital koji je pak neodvojiv od velikih digitalnih kompanija. Telekomunikacijske firme ne funkcioniraju bez puno internetskih korisnika koji svaki dan koriste internet. Svi europski proizvođači, od Mercedesa do DM-a, ne mogu prodati svoje proizvode ako ih ne oglašavaju. Politička elita Europske unije ne pokazuje snagu da učini nešto po pitanju premreženosti s kapitalom big techa“, skeptičniji je Paško Bilić.

Nemogućnosti dogovora na međunarodnoj razini navele su mnoge zemlje da promišljaju strategije oporezivanja velikih digitalnih kompanija u okviru nacionalnih poreznih politika. (Detaljan popis moguće je naći [ovdje](#).)

Niz primjera pokazuje da se ovdje radi o procesu koji nužno nailazi na otpor lobističkih nastojanja digitalnih firmi. U Kanadi je zakon o pregovorima platformi i medija izazvao [blokadu medijskog sadržaja](#) na *Facebooku*. Nakon prijetnje *Googlea* da će postupiti slično, država je prisiljena na dogovor.

U Europi većina uvedenih poreza prati stopu od 3 posto, kakav je bio predložen i na razini Europske unije 2018. godine. Neke zemlje, poput Austrije koja je uvela stopu od 5 posto, znatno premašuju prvobitno razmatranu stopu. Dio njemačke široke koalicijske vlade s porezom želi ići i do [10 posto](#).

Iako je prag ukupne godišnje zarade na globalnom nivou uglavnom postavljen na 750 milijuna eura, prag zarade od korisnika iz određene zemlje varira. Francuska i Austrija, primjerice, oporezuju zaradu već od 25 milijuna eura na njihovim tržištima, dok je prvobitni europski plan bio na 50 milijuna na razini cijele Unije. U pogledu opsega oporezivanja, oglašavanje je najčešća meta nacionalnih zakonodavaca. Francuska i

Italija oporezuju najopsežnije, obuhvaćajući porezima dobiti od oglašavanja, korisničkih sučelja i podataka. Portugal, Danska, Poljska i Mađarska porezima na streaming servise financiraju domaću audiovizualnu produkciju.

U iščekivanju analize

„Agencija za elektronične medije ima podatke, ali ne objavljuje nikakve godišnje analize koje bi mogle koristiti javnosti o tome što se događa u digitalnom sektoru“, pojašnjava Bilić, ukazujući i na to da bi upravo Agencija trebala imati najpreciznije podatke, budući da se dijelom financira upravo iz **bruto prihoda** elektroničkih medija.

Bilo kako bilo, jedna je od nedavnih najava probudila tračak optimizma kod nekolicine analitičara medija.

U moru odbijenih komentara, iz Ministarstva kulture i medija su povodom **javnog savjetovanja** o *Akcijskom planu razvoja kulture i medija za razdoblje od 2025. do 2027. godine* kao jedini prihvaćen **komentar** uvažili prijedlog uvođenja analize digitalnog poreza.

(Uzgred, iz Ministarstva kulture i medija su na margini savjetovanja više puta najavili novi Zakon o medijima koji bi, navodno, trebao biti donesen u četvrtom tromjesečju ove godine. Dakle, sada. Na pitanje kada javnost može očekivati prve detalje i razgovore o Zakonu, ministrica **Nina Obuljen Koržinek** ne odgovara. Niz profesionalaca s kojima smo neformalno razgovarali na ovu temu tvrdi da od zakona u najavljenom roku neće biti ništa.)

*Ministrica medija Nina Obuljen Koržinek,
državna prvakinja u probijanju samozadanih
rokova.*

Ipak, tko, kako i kada će biti zadužen za analizu, iz Ministarstva financija također ne odgovaraju. Kao, uostalom, niti iz Ministarstva kulture i medija, upitanih o načelnom

stavu o javnom financiranju novinarstva putem poreza na digitalne usluge.

A upravo takvi pozivi postaju sve češći na globalnom nivou. Velike digitalne platforme moraju kompenzirati štetu učinjenu medijskom sektoru, pišu u recentno objavljenoj **analizi** internacionalne nevladine organizacije *Forum for Information and Democracy*. Uvođenje poreza samo je prvi korak.

Pitanje redistribucije

„Mislim da je raspodjela financiranja najteži dio rasprave o politikama podrške novinarstvu. Diljem svijeta, izdavači su se prepirali oko toga hoće li mali neprofitni mediji dobiti sredstva naspram velikih medija. Takve su prepirke u nekim slučajevima doprinijele sprječavanju donošenja zakona o pregovaračkim kodeksima i porezima“, govori za *H-Alter* Anya Schiffrin, koautorica pregovora, ističući da distribuciju na manje redakcije smatra najvažnijim pitanjem, iako je i sama svjesna da će se i po tom pitanju za pregovaračkim stolom trebati raditi određene kompromise.

“ *Promjena porezne politike na razini Europske unije zahtijeva konsenzus svih članica*

U analizama se često upozorava na australski primjer. 2021. je parlament donio zakon (*News Media Bargaining Code*) prema kojemu Google i Meta moraju dogovarati izravno s izdavačima medija kompenzaciju za distribuciju i profitiranje od medijskog sadržaja. Od 200 milijuna australskih dolara, koliko je, **prema procjenama**, otišlo u medijski sektor, ogroman je novac završio u džepovima medijskog tajkuna **Ruperta**

Murdocha, dok su male redakcije uglavnom ostale izvan pregovora i dogovora. Mnogi zato zagovaraju punjenje neovisnih fondova porezima prikupljenih od digitalnih poreza.

Od 124 milijuna, koliko je Austrija pobrala svojim zakonom, samo dvadesetak milijuna je rezervirano za financiranje novinarstva, dok većina odlazi **komercijalnim**

izdavačima.

„Zamislite što bi značili da platforme poput *Netflix*a i drugih streaming servisa moraju ustupiti 0,5 posto prihoda od zarade. Odmah bi bilo moguće osnovati novi digitalni fond u okviru kojim bi se mogla financirati nova audiovizualna produkcija i proširiti postojeća. A tu samo govorimo o platformama za razmjenu audio i audiovizualnih zapisa“, govori nam Bilić o mogućoj alokaciji sredstava prikupljenih od poreza.

Dio medijskih profesionalaca smatra da porezi mogu biti uređeni i predstavljeni kao oblik pristojbe (*cultural levies*) čija bi temeljna zadaća bila dodatno financiranje domaće produkcije od sredstava uprihođenih oporezivanjem. Europa poznaje niz takvih primjera na nacionalnim nivoima.

Neprofitne redakcije moraju imati pristup fondovima, zagovaraju autori ranije spomenute analize Foruma. U opuštenim razgovorima i prepiskama, dio analitičara s kojima smo razgovarali kažu da našim zakonodavcima bolje da ne padne napamet zakon ako će rezultirati prelijevanjem novaca u korporativne džepove „starih“ i tiskovnih medija.

“ *Ukupna informiranost slabi, pa stoga slabi i učešće građana u demokratskim procesima*

Svaki medij, neovisno o modelu vlasništva (javni, neprofitni ili komercijalni) ima zadatak baviti se pitanjima javnog interesa. U tom smislu, neprofitnim medijima ne pripada moralni imperativ nad ostalim oblicima vlasništva, no pokazano je, na što nas upućuje i Paško Bilić pred kraj razgovora, da u **razdobljima krize** promišljaju dugoročne društvene posljedice dosljednije od komercijalnih, kao i to da **okupljaju angažiraniju i informiraniju publiku**.

„Uloga neprofitnih medija iz perspektive deliberacije i rasprave o nekim ključnim društvenim temama je presudna, no u ukupnom prostoru ostaju marginalni“, zaključuje Paško Bilić za *H-Alter*.

Redistribucija sredstava od najvećih igrača ka najmanjima, osim što bi prema mnogima bila pravednija, funkcionirala bi kao logičniji odmak u smjeru nezavisnosti od komercijalnog interesa. Osim ako je vladajućima upravo takvo što prema volji.

Članak je dio projekta „Izazovi i perspektive neprofitnog medijskog sektora“, a objavljen je uz financijsku potporu Agencije za elektroničke medije iz programa poticanja novinarske izvrsnosti.

Dosad objavljeno: **Neprofitni i nevidljivi**

medijska politika neprofitni mediji platforme



Alen Mikec

POVEZANI ČLANCI

ALEN MIKEC – 30. STUDENOGA 2025.

Crveni tepih za crne ideje

ALEN MIKEC – 23. STUDENOGA 2025.

Neprofitni mediji u doba pobune

ALEN MIKEC – 27. LISTOPADA 2025.

Strani agenti, porezi i vrag u detaljima

FOTO: IVA TROGRANČIĆ – 18. LISTOPADA 2025.

H-Alter proslavio prvih 20 godina!

ALEN MIKEC – 28. KOLOVOZA 2025.

Neprofitni i nevidljivi

TONI GABRIĆ – 14. STUDENOGA 2023.

Zagrebačka javna medijska politika podalje od javnosti

POSLJEDNJE

POPULARNO

Čestitke Ini na pet godina uštede zbog neuklanjanja plinske platforme Ivane D

5. PROSINCA 2025.

HND osudio seksističku uvredu Borisa Havela, profesora na FPZG-u, na račun Maje Sever

5. PROSINCA 2025.

Skup sjećanja na ubojstvo Aleksandre Zec

5. PROSINCA 2025.

Dani sestara Baković 2025.

5. PROSINCA 2025.

Trovanje drugih na EU-način

5. PROSINCA 2025.

Posljednje vijesti

Čestitke Ini na pet godina uštede zbog neuklanjanja plinske platforme Ivane D

5. PROSINCA 2025.

HND osudio seksističku uvredu Borisa Havela, profesora na FPZG-u, na račun Maje Sever

5. PROSINCA 2025.

Prijatelji životinja pozivaju na regulaciju nabavke kućnih ljubimaca u Hrvatskoj

4. PROSINCA 2025.

Objavljen novi Indeks rodne ravnopravnosti: Hrvatska loša, s tek 57.1 bodom od mogućih 100

3. PROSINCA 2025.

Građani i udruge o farmama u Sisku: Strane korporacije zaobilaze zakon na štetu Hrvatske

3. PROSINCA 2025.

Ženska mreža Hrvatske osudila fašističke napade na Ujedinjene protiv fašizma

3. PROSINCA 2025.

Pučka pravobraniteljica podržala zahtjeve HDLU-a Zagreb i Krešimire Gojanović prema Gradu Zagrebu

3. PROSINCA 2025.

SUMEZ: Mentalno zdravlje nije tema za političke obračune

2. PROSINCA 2025.

Dokumentarcem "Ono što treba činiti" otvoren 23. Human Rights Film Festival

2. PROSINCA 2025.

I brojne osobe s invaliditetom osjetljive su na zvukove petardi

2. PROSINCA 2025.





H-ALTER

Udruga za nezavisnu medijsku kulturu

E-mail: redakcija@h-alter.org

Tel: 01/ 492 15 46



Udruga za nezavisnu medijsku kulturu

Podržite nas!

Donatori

Oglašavanje

Impressum

Kontakt

Politika privatnosti

Pretplati se na newsletter

Unesi email adresu

PRETPLATI SE

Slažem se s politikom privatnosti.

BozooArt