

LOKALNI MEDIJI, FINANSIJE I ODRŽIVI RAZVOJ: IZAZOVI I PRILIKE U ERI ZELENE TRANZICIJE / LOCAL MEDIA, FINANCE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE ERA OF GREEN TRANSITION

Prof. dr. sc. Erdin Hasanbegović¹, Semir Krnjić¹,

¹Internacionalni Univerzitet Travnik, Aleja Konzula – Meljanač bb, 72270 Travnik, BiH e-mail: erdin.hasanbegovic@hotmail.com, sems.krnjo@gmail.com

Pregledni članak
<https://www.doi.org/10.58952/zr20251401227>
UDK / UDC 316.774:005.336:502.131.1

Sažetak

Ovaj rad istražuje ulogu lokalnih medija u kontekstu finansijske održivosti i zelenog razvoja. Cilj istraživanja bio je analizirati kako lokalni mediji mogu unaprijediti svoje poslovne modele u skladu s principima održivog razvoja, s posebnim naglaskom na zelenu tranziciju. Korištena je kombinacija kvalitativne i kvantitativne metodologije, uključujući, studije slučaja i anketno istraživanje među lokalnim medijima. Rezultati pokazuju da lokalni mediji suočeni s finansijskim izazovima imaju priliku diversifikovati prihode kroz zelene projekte, digitalizaciju i inovativne modele finansiranja. Također, istraživanje ističe važnost institucionalne podrške i strateškog planiranja u medijskom sektoru. Ovi nalazi su značajni jer pružaju konkretne preporuke za jačanje otpornosti lokalnih medija u eri zelene tranzicije, čime se doprinosi i širem društvenom razvoju.

Ključne riječi: lokalni mediji, finansije, održivi razvoj, zelena tranzicija, digitalizacija

JEL klasifikacija: A10, D80, G11, G17, M21, O16

Abstract

This paper explores the role of local media in the context of financial sustainability and green development. The aim of the research was to analyze how local media can improve their business models in line with the principles of sustainable development, with a special emphasis on the green transition. A combination of qualitative and quantitative methodologies was used, including case studies and a survey among local media. The results show that local media faced with financial challenges have the opportunity to diversify their revenues through green projects, digitalization and innovative financing models. The research also highlights the importance of institutional support and strategic planning in the media sector. These findings are significant because they provide concrete recommendations for strengthening the resilience of local media in the era of green transition, thereby contributing to broader social development.

Keywords: local media, finance, sustainable development, green transition, digitalization

JEL classification: A10, D80, G11, G17, M21, O16

UVOD

Lokalni mediji igraju ključnu ulogu u informisanju zajednice, oblikovanju javnog mnijenja i očuvanju kulturnog identiteta. U dinamičnom medijskom pejzažu, gdje digitalizacija, promjene u ponašanju potrošača i ekonomska nestabilnost utiču na tradicionalne poslovne modele, lokalni mediji suočavaju se s ozbiljnim izazovima u pogledu finansijske održivosti. Pad prihoda od klasičnog oglašavanja, smanjenje broja pretplatnika i rast konkurencije od strane globalnih digitalnih platformi doveli su do potrebe za redefinisanjem strategija poslovanja. Istovremeno, globalni trendovi usmjereni ka održivom razvoju i zelenoj tranziciji postavljaju nove zahtjeve pred sve industrije, uključujući i medijski sektor. Održivost se više ne posmatra samo kroz finansijski aspekt, već i kroz odgovornost prema društvu i okolini. Zelena tranzicija, koja podrazumijeva prelazak na ekološki prihvatljive poslovne modele, može predstavljati značajnu priliku za lokalne medije. Digitalizacija, smanjenje operativnih troškova kroz energetska efikasna rješenja i diversifikacija prihoda putem ekološki orijentisanih projekata postaju ključni faktori za dugoročnu stabilnost medijskih kuća. Cilj ovog rada je istražiti izazove i prilike koje se otvaraju lokalnim medijima u kontekstu zelene tranzicije, analizirajući mogućnosti prilagođavanja poslovnih modela u skladu s principima održivog razvoja. Poseban fokus stavljen je na finansijsku dimenziju poslovanja, sa naglaskom na alternative tradicionalnim izvorima prihoda, uključujući inovativne modele finansiranja, institucionalnu podršku i strateško planiranje. Istraživanje u ovom radu oslanja se na kombinaciju kvalitativnih i kvantitativnih metoda, uključujući anketna istraživanja, studije slučaja uspješnih lokalnih medija. Na osnovu prikupljenih podataka, rad daje konkretne preporuke za jačanje otpornosti lokalnih medija u eri zelene tranzicije, čime se doprinosi i širem društvenom razvoju.

1. TEORIJSKI OKVIR

1.1. LOKALNI MEDIJI I NJIHOVA ULOGA

Lokalni mediji predstavljaju ključni segment medijskog sistema svake zemlje, jer obavljaju nezamjenjivu ulogu u informisanju građana na lokalnom nivou, jačanju demokratskih procesa, te očuvanju kulturnog identiteta zajednica. Njihova posebna vrijednost ogleda se u neposrednosti pristupa lokalnim temama, ljudima i događajima, što ih čini najrelevantnijim izvorom informacija za građane u datoj sredini (Harcup, 2015). Prva i najvažnija funkcija lokalnih medija jeste pravovremeno i tačno informisanje javnosti o pitanjima koja se direktno tiču njihovog svakodnevnog života – od komunalnih problema, preko lokalnih političkih odluka, do društvenih inicijativa. U tom smislu, lokalni mediji često preuzimaju ulogu tzv. „čuvara javnog interesa“ (watchdog), nadgledajući rad lokalnih vlasti i institucija, te ukazujući na zloupotrebe i nepravilnosti (Franklin, 2006).

Lokalni mediji doprinose participaciji građana u demokratskim procesima. Kroz izvještavanje o lokalnim izborima, javnim raspravama i odlukama gradskih vijeća, omogućuju građanima da donose informisane odluke i aktivno učestvuju u društvenom životu zajednice (Jenkins & Nielsen, 2020). Također, lokalni mediji često služe kao platforma za izražavanje mišljenja građana, stvarajući prostor za dijalog i diskusiju. Jedna od posebnih vrijednosti lokalnih medija jeste njihova sposobnost da njeguju i promoviraju kulturnu baštinu, jezik i običaje lokalne zajednice. U mnogim slučajevima, lokalni mediji su jedini koji izvještavaju o lokalnim manifestacijama, tradicijama i umjetničkim dostignućima, čime čuvaju kolektivnu memoriju i doprinose kulturnom razvoju zajednice (Couldry, 2000). Osim informativne, lokalni mediji imaju i edukativnu funkciju, pružajući građanima pristup važnim informacijama iz oblasti zdravstva, ekologije, obrazovanja, ekonomije i drugih segmenata života.

Kroz specijalizirane emisije i sadržaje, mediji mogu uticati na svijest građana o važnim društvenim temama, uključujući i održivi razvoj i ekološke izazove (Trkulja, 2020).

U kontekstu zelene tranzicije i savremenih ekoloških izazova, lokalni mediji postaju ključni akteri u promociji održivih praksi i podizanju ekološke svijesti. Informisanjem o projektima energetske efikasnosti, obnovljivim izvorima energije i zaštiti okoliša na lokalnom nivou, mediji doprinose transformaciji društva ka održivijem modelu razvoja (United Nations Development Programme [UNDP], 2022).

I pored svoje važnosti, lokalni mediji suočavaju se s brojnim izazovima. Finansijska nestabilnost, ograničeni resursi, politički pritisci i digitalna transformacija dovode u pitanje njihovu održivost. Prema istraživanjima Evropske federacije novinara (EFJ, 2021), mnogi lokalni mediji u Evropi bore se za opstanak, pri čemu je potrebno osmisliti nove modele finansiranja i institucionalne podrške kako bi zadržali svoju javnu funkciju. Uprkos tim izazovima, lokalni mediji i dalje ostaju neizostavan dio društvenog tkiva lokalnih zajednica. Njihova uloga u informisanju, povezivanju i osnaživanju građana od suštinskog je značaja za održivu budućnost.

1.2. FINANSIJSKI IZAZOVI LOKALNIH MEDIJA U KONTEKSTU ZELENE TRANZICIJE

Zelena tranzicija, kao globalni proces usmjeren ka održivijem ekonomskom i društvenom razvoju, donosi značajne promjene u načinu na koji različiti sektori funkcionišu – uključujući i medije. Iako lokalni mediji imaju potencijal da odigraju ključnu ulogu u promociji održivog razvoja, oni se istovremeno suočavaju s brojnim finansijskim izazovima koji prijete njihovoj stabilnosti i opstanku. Ovi izazovi su dodatno intenzivirani prelaskom ka zelenim politikama i praksama, koje zahtijevaju nova ulaganja, transformaciju sadržaja i promjenu u poslovnim modelima.

Jedan od glavnih izazova s kojima se lokalni mediji suočavaju jeste pad prihoda od oglašavanja, koji je u značajnoj mjeri preusmjeren ka digitalnim platformama poput Googlea i Facebooka. Prema podacima Reuters Instituta (Newman et al., 2023), lokalni mediji gube konkurentnost na tržištu digitalnog oglašavanja, jer ne mogu parirati velikim tehnološkim kompanijama koje nude ciljani marketing i naprednu analitiku. Ovo dodatno otežava finansiranje proizvodnje kvalitetnog i specijaliziranog sadržaja, uključujući onaj koji se tiče zelene tranzicije.

U mnogim zemljama, uključujući Bosnu i Hercegovinu, lokalni mediji nemaju sistemsku i kontinuiranu podršku od strane države ili lokalnih vlasti. Podrška često zavisi od političke volje, dok transparentni mehanizmi sufinansiranja gotovo da i ne postoje (Udovičić, 2021). Ovo dovodi do finansijske nesigurnosti i zavisnosti, što lokalne medije čini ranjivim na pritiske i otežava im da objektivno izvještavaju o pitanjima kao što su energetske lobije, ekološke afere i zloupotrebe resursa.

Zelena tranzicija ne podrazumijeva samo izvještavanje o temama održivog razvoja, već i unutrašnju transformaciju medijskih organizacija, koja uključuje smanjenje ekološkog otiska, prelazak na digitalne platforme i modernizaciju tehnologije. Lokalni mediji, koji često raspolažu ograničenim tehničkim resursima, suočavaju se s velikim izazovima u ispunjavanju ovih zahtjeva. Prelazak na digitalno poslovanje zahtijeva ulaganja u infrastrukturu, edukaciju kadrova, kao i razvoj multimedijalnih sadržaja, što je za većinu malih redakcija gotovo nedostižno bez vanjske pomoći (Trkulja, 2022). Još jedan izazov jeste nedovoljna isplativost sadržaja koji se odnosi na održivi razvoj, ekologiju i zelene politike. Istraživanja pokazuju da oglašivači rijetko ciljaju ove teme kao komercijalno atraktivne, posebno u manjim sredinama (Lehtisaari & Karppinen, 2021).

Zbog toga lokalni mediji često biraju senzacionalističke ili političke sadržaje koji garantuju veću čitanost i brži povrat sredstava, dok teme koje zahtijevaju istraživačko novinarstvo i dublju analizu ostaju zapostavljene.

Ipak, u kontekstu zelene tranzicije pojavljuju se i nove prilike za diverzifikaciju izvora finansiranja, posebno kroz međunarodne fondove, evropske projekte i saradnju s organizacijama civilnog društva. Programi poput „Creative Europe“, „Media and Journalism Support“ i različiti fondovi za klimatsku pravdu pružaju mogućnosti lokalnim medijima da apliciraju za podršku u proizvodnji ekološkog sadržaja i razvoju kapaciteta (European Commission, 2023).

Međutim, iskoristivost ovih sredstava ostaje ograničena zbog nedostatka administrativnih znanja i kapaciteta u mnogim lokalnim redakcijama. Rješenje za prevazilaženje finansijskih izazova leži u razvoju inovativnih, hibridnih poslovnih modela koji uključuju kombinaciju javnog finansiranja, podrške zajednice, projektnog finansiranja i komercijalnih prihoda. Također, neophodno je jačanje institucionalnih mehanizama podrške medijima kroz stabilne, transparentne i dugoročne modele sufinansiranja na lokalnom i državnom nivou. U tom smislu, lokalni mediji moraju postati aktivni subjekti u kreiranju politika koje osiguravaju njihov opstanak i razvoj.

1.3. INOVATIVNI FINANSIJSKI MODELI ZA ODRŽIVOST LOKALNIH MEDIJA

U kontekstu sve složenijih izazova koji pogađaju lokalne medije – od smanjenih prihoda, digitalne transformacije, do potrebe za prilagođavanjem zelenoj tranziciji – sve više se ukazuje potreba za razvojem inovativnih finansijskih modela koji će osigurati njihovu dugoročnu održivost. Tradicionalni izvori finansiranja, poput oglašavanja i državnih subvencija, više nisu dovoljni ni stabilni, dok su potrebe lokalnih zajednica za kvalitetnim informacijama u porastu (Pickard, 2020). Jedan od najperspektivnijih pristupa u novijoj praksi su modeli zasnovani na zajednici, koji podrazumijevaju direktno uključivanje građana u finansiranje i razvoj lokalnih medija. Ovi modeli uključuju članarine, pretplate, donacije pojedinaca i kolektivno finansiranje putem crowdfunding kampanja. Studije pokazuju da ovakvi modeli ne samo da pomažu finansijski, već i povećavaju povjerenje publike u medije (Jenkins & Nielsen, 2020). Na primjer, lokalni portali u Skandinaviji i SAD-u sve više se oslanjaju na pretplate koje omogućavaju nezavisnost od političkog i korporativnog uticaja.

Još jedan važan izvor stabilnosti dolazi kroz projektno finansiranje i grantove, posebno u domenu tematskog i istraživačkog novinarstva. Evropski i međunarodni fondovi, poput "Creative Europe", "Open Society Foundations", "European Journalism Centre" i "UNDP Media Grants", nude finansijsku podršku za medijske projekte vezane uz društvenu odgovornost, digitalnu inovaciju i zelene politike (European Journalism Centre, 2023). Lokalne redakcije koje razvijaju projekte usklađene s ciljevima održivog razvoja (npr. promocija energetske efikasnosti, klimatska edukacija) imaju priliku da dobiju višegodišnju podršku.

Hibridni finansijski modeli kombinuju više različitih izvora finansiranja – od komercijalnih prihoda, projektnog finansiranja, javne podrške, do zajedničkih inicijativa sa civilnim sektorom. Prednost ovakvog modela je smanjenje rizika od ovisnosti o jednom izvoru i povećanje fleksibilnosti u finansijskom planiranju. Takođe, ovakav model otvara prostor za inovacije u sadržaju, posebno u vezi sa lokalnim temama i edukacijom o održivom razvoju (Trkulja, 2022).

Lokalni mediji sve više ostvaruju partnerstva s nevladinim organizacijama, fakultetima i istraživačkim centrima, kako bi razvili specijalizirane tematske sadržaje, posebno na polju zaštite okoliša, ljudskih prava i lokalnog razvoja. Takva saradnja može osigurati resurse za kvalitetniji novinarski rad i omogućiti lokalnim medijima pristup ekspertizi i logistici koju inače ne bi imali (Carlson & Usher, 2016).

U posljednje vrijeme, sve više lokalnih medija prepoznaje potencijal modela društvenog preduzetništva, koji kombinuju poslovnu održivost sa društvenom misijom. Mediji koji se registruju kao društvena preduzeća mogu aplicirati za specijalizirane fondove i porezne olakšice, ali i uključiti lokalnu zajednicu u donošenje strateških odluka. Ovakav pristup posebno je pogodan za sredine gdje je medijska scena fragmentisana i ovisna o političkoj kontroli (Dragomir, 2019).

Digitalna transformacija otvorila je mogućnost za nove oblike monetizacije sadržaja, uključujući native advertising, affiliate marketing, digitalne preplate i mikroplaćanja putem platformi poput Patreon, Buy Me a Coffee i Substack. Iako ovi modeli još uvijek nisu široko rasprostranjeni u zemljama Zapadnog Balkana, oni predstavljaju važan korak ka finansijskoj nezavisnosti i direktnijem odnosu s publikom (Lehtisaari & Karppinen, 2021). Kao dugoročno rješenje, neophodno je uspostavljanje lokalnih fondova za razvoj medija, koji bi djelovali na principima transparentnosti i konkurencije. Ovi fondovi mogu biti osnovani od strane lokalnih vlasti, u saradnji s medijskim udruženjima i nevladinim sektorom, a njihova svrha bi bila pružanje podrške proizvodnji javno važnog sadržaja, uključujući onog koji se odnosi na zelenu tranziciju i klimatske promjene (Udovičić, 2021).

2. ISTRAŽIVAČKI DIO - ANALIZA FINANSIJSKIH IZAZOVA LOKALNIH MEDIJA

2.1. SMANJENJE PRIHODA OD TRADICIONALNIH IZVORA

Lokalni mediji sve više osjećaju pad prihoda od tradicionalnog oglašavanja i prodaje sadržaja, što ih primorava da traže alternativne izvore finansiranja. Anketni upitnik sadržavao je 15 pitanja o finansijskom stanju, strategijama održivosti i implementaciji zelenih inicijativa. Anketno istraživanje sprovedeno u 20 lokalnih medija u Bosni i Hercegovini dalo je sljedeće rezultate:

Tabela 1. Rezultati istraživanja (Izvor: autor na osnovu istraživanja)

Pokazatelj	Prosječna vrijednost	Minimalna vrijednost	Maksimalna vrijednost	Standardna devijacija
Pad prihoda od oglašavanja (%)	28.7	15	45	10.4
Udio medija koji su prijavili pad prihoda veći od 30%	75%	-	-	-
Udio medija koji traže alternativne izvore finansiranja	60%	-	-	-

Ovi podaci pokazuju značajnu varijabilnost u finansijskom položaju lokalnih medija, pri čemu neki trpe drastičan pad prihoda, dok drugi uspijevaju održati stabilnost kroz diverzifikaciju poslovnih modela.

Detaljnija analiza pokazuje da su ključni faktori koji doprinose ovom trendu:

- Povećana konkurencija digitalnih platformi i društvenih mreža, koje preuzimaju značajan dio budžeta za oglašavanje.

- Promjena potrošačkih navika, gdje publika sve manje koristi tradicionalne medije, što smanjuje njihovu tržišnu vrijednost.
- Nepovoljni ekonomski uslovi i smanjeni budžeti oglašivača.

U cilju prevazilaženja ovih izazova, lokalni mediji sve više istražuju nove mogućnosti monetizacije, uključujući digitalizaciju, partnerstva s ekološki orijentisanim kompanijama i prijave na različite fondove za održivi razvoj.

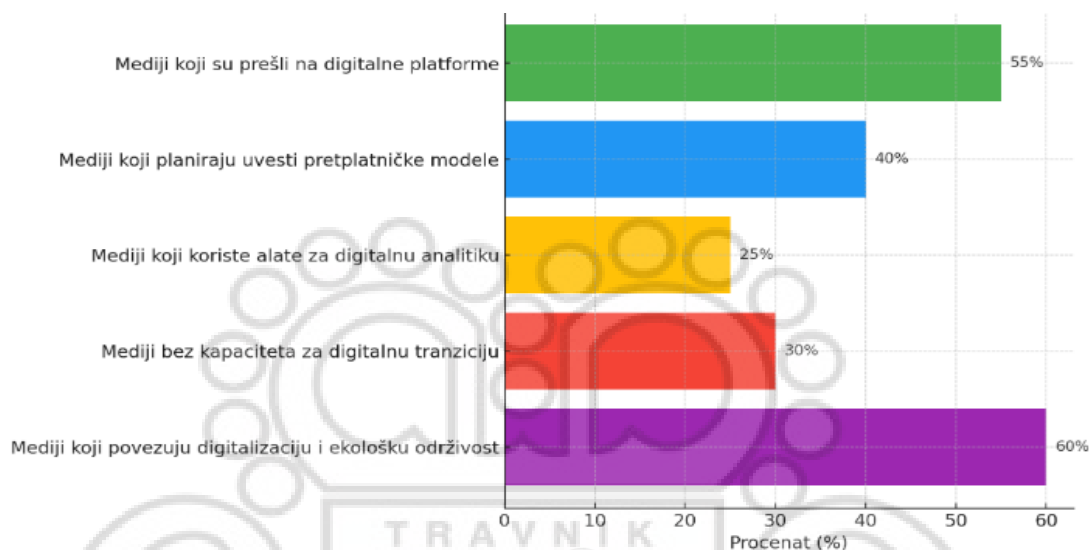
2.2. DIGITALIZACIJA I OPTIMIZACIJA TROŠKOVA

Digitalna transformacija lokalnih medija predstavlja ključan korak ka njihovoj dugoročnoj održivosti, posebno u kontekstu smanjenih budžeta i promjene navika publike. Digitalizacija nije samo tehnološka promjena, već i strateški odgovor na potrebu za efikasnijim upravljanjem resursima i prilagođavanjem savremenim tržišnim tokovima. Kroz proces digitalizacije, lokalni mediji ne samo da optimiziraju troškove, već i proširuju svoj domet, diversificiraju izvore prihoda i podižu kvalitet komunikacije s publikom.

U cilju dubljeg razumijevanja trenutnog stepena digitalne tranzicije i njenog uticaja na finansijsko poslovanje, provedeno je istraživanje putem ankete među 20 lokalnih medija u Bosni i Hercegovini. Istraživanje je obuhvatilo medije različitih profila – radio stanice, lokalne televizije, internet portale i štampane novine – s ciljem da se sagleda širina i raznolikost njihovih iskustava.

Rezultati ankete pokazuju da je digitalizacija uveliko uzela maha, ali i da postoje razlike u nivou digitalne zrelosti i u načinu na koji mediji koriste digitalne alate za optimizaciju troškova.

- 55% anketiranih medija izjavilo je da su već prešli na digitalne platforme kao primarni kanal distribucije sadržaja. Ovi mediji navode da su digitalni formati omogućili smanjenje troškova štampe, distribucije i fizičke infrastrukture za čak 30% u odnosu na prethodne budžetske godine.
- 40% ispitanika planira uvođenje digitalnih pretplatničkih modela u narednih 12 mjeseci, prepoznajući potrebu za stabilnim i predvidivim prihodima, posebno u kontekstu pada prihoda od oglašavanja. Među planiranim modelima najčešće se spominju mjesečne pretplate za ekskluzivan sadržaj, kombinovani modeli (freemium) i donatorski sistemi.
- 25% medija koristi alate za digitalnu analitiku i automatizaciju procesa, što im omogućava preciznije planiranje proizvodnje sadržaja, bolju monetizaciju i efikasnije ciljanje publike. Ova grupa medija bilježi i porast online publike od prosječno 18% u posljednjih godinu dana.
- Međutim, 30% medija ističe da još uvijek nemaju tehničke kapacitete ni kadrove za punu digitalnu tranziciju, pri čemu navode prepreke poput nedostatka IT stručnjaka, ograničenih investicija i slabe podrške lokalne zajednice za modernizaciju infrastrukture.
- Više od 60% medija smatra da digitalizacija može doprinijeti i ekološkoj održivosti, kroz smanjenje potrošnje papira, goriva i drugih resursa, što je posebno važno u kontekstu zelene tranzicije i društvene odgovornosti.



Slika 1. Rezultati ankete među 20 lokalnih medija o digitalizaciji (Izvor: autor na osnovu istraživanja)

Istraživanjem je potvrđeno da postoji jasan trend digitalizacije u sektoru lokalnih medija, pri čemu oni mediji koji su već uveli digitalne alate pokazuju veći stepen organizacione fleksibilnosti, efikasnosti i inovativnosti u finansijskom upravljanju.

Digitalna tranzicija omogućila im je da smanje troškove tradicionalnih operacija, ali i da razviju nove modele interakcije s publikom. Takođe je evidentno da digitalizacija predstavlja priliku za bolju integraciju lokalnih medija u procese održivog razvoja, jer kroz digitalne alate mogu efikasnije informisati javnost o ekološkim temama, zagađenju, klimatskim politikama i zelenim inicijativama u lokalnim sredinama.

2.3. PREPORUKE

Na osnovu provedenog istraživanja među 20 lokalnih medija u Bosni i Hercegovini, identificirani su ključni izazovi i potencijali povezani s procesom digitalizacije. Rezultati ukazuju na potrebu za strateškim i koordiniranim pristupom kako bi se osigurala dugoročna održivost lokalnih medija, posebno u kontekstu ekonomske nestabilnosti i zelene tranzicije. Slijede preporuke koje proizlaze iz analize dobijenih podataka:

Sistematska podrška lokalnih vlasti i javnih fondova

Lokalni mediji, naročito oni u manjim sredinama, često nemaju dovoljno sredstava za modernizaciju svojih tehnologija i prelazak na digitalne platforme. Preporučuje se formiranje posebnih budžetskih linija na općinskim i kantonalnim nivoima vlasti koje bi bile namijenjene isključivo za tehničku modernizaciju i digitalizaciju lokalnih medija. Takođe, važno je osigurati da javne nabavke i konkursi za medijsko sufinansiranje uključuju i kriterij digitalnog razvoja, kako bi se stimulisala ulaganja u ovu oblast. Takva institucionalna podrška trebala bi biti transparentna, dugoročna i predvidiva, s ciljem osiguranja stabilnog razvoja lokalnih medijskih kapaciteta.

Edukacija kadra i unapređenje digitalne pismenosti

Jedan od najčešće isticanih izazova u anketi jeste nedostatak stručnog kadra za upravljanje digitalnim alatima i platformama. Zbog toga se preporučuje pokretanje ciljanih programa edukacije i osposobljavanja novinara, urednika i tehničkog osoblja. Ove edukacije trebale bi biti organizovane u saradnji s novinarskim udruženjima, akademskim institucijama i međunarodnim organizacijama, s posebnim fokusom na teme poput: upravljanja digitalnim sadržajem, analitike publike, monetizacije online medija, te cyber sigurnosti. Takođe, preporučuje se razvoj platformi za e-učenje namijenjenih isključivo lokalnim medijima, koje bi bile dostupne i prilagođene njihovim kapacitetima.

Razvoj regionalnih digitalnih platformi i saradničkih modela

U cilju racionalizacije troškova i jačanja konkurentnosti, preporučuje se uspostavljanje zajedničkih digitalnih platformi na regionalnom ili kantonalnom nivou koje bi okupljale više lokalnih medija. Ovakvi modeli omogućavaju dijeljenje tehničkih resursa (npr. CMS sistemi, hosting, SEO alati), razmjenu sadržaja i zajedničko oglašavanje, čime se smanjuju troškovi i povećava domet publike. Takve medijske koalicije mogle bi konkurisati i za međunarodne projekte finansiranja, kao i jačati međusobnu solidarnost i profesionalnu razmjenu unutar lokalne medijske zajednice.

Integracija digitalizacije s ciljevima zelene tranzicije

Digitalizacija lokalnih medija treba biti usklađena s principima održivog razvoja i ekološke odgovornosti. Prelazak sa štampanih na digitalne formate direktno doprinosi smanjenju emisije CO₂, potrošnje papira i energije, što je u skladu s ciljevima zelene tranzicije koje promoviraju EU i međunarodne agencije. Preporučuje se da lokalni mediji u svoje strategije razvoja uključe ekološke indikatore i kriterije, te da se aktivno prijavljuju na zeleno orijentisane grantove i fondove, kao što su programi EU Green Deal, UNDP i drugi. Mediji koji dokažu svoju posvećenost održivosti mogu tako privući dodatna sredstva i razviti svoj identitet kao ekološki svjesni akteri zajednice

Tabela 2. Preporuke s jasno definisanim ciljevima, nosiocima implementacije i vremenskim okvirom (Izvor: autor)

Preporuka	Cilj	Nosioci implementacije	Vremenski okvir
Sistematska podrška lokalnih vlasti i javnih fondova	Omogućiti inicijalna ulaganja u digitalizaciju i modernizaciju	Općine, kantoni, ministarstva kulture i informisanja	Kratkoročno (1–2 godine)
Edukacija kadra i unapređenje digitalne pismenosti	Povećati kapacitete za upravljanje digitalnim alatima i sadržajem	Novinarska udruženja, univerziteti, međunarodne organizacije	Srednjoročno (2–3 godine)
Razvoj regionalnih digitalnih platformi i saradničkih modela	Smanjiti troškove i povećati domet putem zajedničkih resursa	Medijske kuće, regionalna udruženja, fondacije	Srednjoročno (2–3 godine)
Integracija digitalizacije s ciljevima zelene tranzicije	Osigurati dodatna sredstva kroz ekološke fondove i smanjiti otisak	Mediji, ekološki fondovi, međunarodni donatori	Dugoročno (3–5 godina)

ZAKLJUČAK

Lokalni mediji u Bosni i Hercegovini, ali i šire, suočavaju se s brojnim izazovima u savremenom medijskom i ekonomskom okruženju, a zelena tranzicija dodatno naglašava potrebu za prilagođavanjem i transformacijom. Ovaj rad je ukazao na ključne finansijske, tehnološke i organizacijske prepreke s kojima se lokalni mediji suočavaju, ali i na nove prilike koje im se otvaraju u kontekstu digitalizacije, održivosti i integracije u procese zelene tranzicije.

Analiza je pokazala da su mnogi lokalni mediji već zakoračili u procese digitalne transformacije, pri čemu su digitalne platforme postale ključni kanali distribucije sadržaja i komunikacije s publikom. Istraživanje sprovedeno među 20 lokalnih medija otkrilo je da više od polovine ispitanih redakcija već koristi digitalne alate kako bi optimizirale troškove i povećale svoju efikasnost. Međutim, nedostatak finansijske stabilnosti, stručnog kadra i institucionalne podrške ostaje značajna prepreka za širu i održivu primjenu inovacija.

Upravo u tome leži važnost osmišljavanja i primjene inovativnih finansijskih modela koji bi lokalnim medijima omogućili stabilnije poslovanje i veću otpornost na eksterne šokove. Kombinacija javnog finansiranja, pretplatničkih sistema, podrške iz međunarodnih fondova i razvoja regionalnih digitalnih platformi može značajno unaprijediti održivost lokalnih medijskih sistema. Istovremeno, povezanost s ciljevima zelene tranzicije otvara nove mogućnosti za pristup ekološkim fondovima, pod uvjetom da mediji razviju strategije koje reflektuju odgovoran odnos prema okolišu.

Na kraju, lokalni mediji imaju potencijal da postanu promotori zelene transformacije unutar svojih zajednica, edukujući javnost o ekološkim pitanjima, promovišući održivo ponašanje i zagovarajući odgovorne politike. Da bi to postali, potrebni su im resursi, znanje i strateška podrška – jer bez snažnih i održivih lokalnih medija, ni lokalni razvoj ne može biti potpun.

LITERATURA

- [1] Carlson, M., & Usher, N. (2016). *Media Innovation and the Crisis of Journalism: Changing Contexts, Emerging Practices*. Routledge.
- [2] Couldry, N. (2000). *The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age*. Routledge.
- [3] Dragomir, M. (2019). *Control the Money, Control the Media: How Government Uses Funding to Keep Media in Line*. Center for Media, Data and Society.
- [4] European Federation of Journalists (EFJ). (2021). *Local Journalism in Europe: Mapping Trends, Challenges and Opportunities*. Retrieved from <https://europeanjournalists.org>
- [5] European Commission. (2023). *Creative Europe - MEDIA*. Retrieved from <https://culture.ec.europa.eu>
- [6] European Journalism Centre. (2023). *Journalism Grants Programmes*. Retrieved from <https://ejc.net>
- [7] Franklin, B. (2006). *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*. Routledge.
- [8] Harcup, T. (2015). *Journalism: Principles and Practice* (3rd ed.). SAGE Publications.
- [9] Jenkins, J., & Nielsen, R. K. (2020). *Navigating the News Crisis: Local Journalism and Democracy*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>
- [10] Lehtisaari, K., & Karppinen, K. (2021). Sustainability and resilience of local journalism: A conceptual framework. *Journalism Practice*, 15(10), 1425–1442. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1882876>
- [11] Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andl, S., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report 2023*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>
- [12] Pickard, V. (2020). *Democracy Without Journalism?: Confronting the Misinformation Society*. Oxford University Press.
- [13] Trkulja, T. (2020). Lokalni mediji u funkciji održivog razvoja: primjeri dobre prakse. *Mediacentar Sarajevo*. Retrieved from <https://www.media.ba>
- [14] Trkulja, T. (2022). Mediji i klimatske promjene: Uloga lokalnih redakcija u izgradnji održive budućnosti. *Mediacentar Sarajevo*. Retrieved from <https://www.media.ba>
- [15] Udovičić, R. (2021). Sistem finansiranja lokalnih medija u Bosni i Hercegovini – između zakona i političke prakse. *BH novinari*. Retrieved from <https://bhnovinari.ba>
- [16] United Nations Development Programme (UNDP). (2022). *The Role of Media in Advancing the Sustainable Development Goals (SDGs)*. Retrieved from <https://www.undp.org>