

OBRAZAC
sudjelovanja u savjetovanju

Važna napomena:

Popunjeni obrazac s prilogom zaključno **do 7. svibnja 2013.** dostaviti na adresu elektronske pošte: neprofitni@min-kulture.hr

Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima – nacrt za javnu raspravu

Ministarstvo kulture

<i>Početak savjetovanja: 23 .4. 2013.</i>	<i>Završetak savjetovanja: 7. 5. 2013.</i>
Naziv predstavnika zainteresirane javnosti koja daje svoje mišljenje, primjedbe i prijedloge na predloženi nacrt	Moderna vremena Info d.o.o.
Interes, odnosno kategorija i brojnost korisnika koje predstavljate	Urednik neprofitnog medija – portala za knjigu & kulturu Moderna vremena Info; cca 40.000 – 50.000 jedinstvenih posjetitelja mjesečno
Ime i prezime osobe (ili osoba) koja je sastavljala primjedbe ili osobe ovlaštene za predstavljanje predstavnika zainteresirane javnosti	Nenad Bartolčić
Datum dostavljanja	7.5.2013.

Načelne primjedbe:

Bez obzira na javnost daljnje rasprave, u pripremi samog nacрта Programa omogućeno je sudjelovanje isključivo jednoj užoj interesnoj grupi potencijalnih korisnika Programa, pri čemu prethodno uopće nisu razjašnjene definicije, niti „neprofitnih medija“, niti „javnog interesa“ i dr.

Primjedbe na pojedine dijelove Programa:

VAŽNO: Kao prvo, da izbjegnem nepotrebna ponavljanja, slažem se u potpunosti s primjedbama koju je na ovu raspravu uputila Nora Krstulović, urednica portala Teatar.hr

Drugo, ovakvom predloženom „strategijom“ koja se iščitava kroz ovaj Prijedlog, ne samo da se **krše prethodno navedena strateška opredjeljenja Ministarstva kulture, dakle istog ministarstva** iz kojeg dolazi ovaj nacrt/prijedlog, što je krajnje neshvatljivo ali i neprihvatljivo jer upravo Ministarstvo kulture u svom strateškom dokumentu ističe **potrebu poticanja različitih oblika poduzetništva u sferi kulture** (posredno i obrazovanja), ne dajući pri tome ekskluzivitet bilo kome na osnovu njegove tzv. pravne osobnosti.

A danas u Hrvatskoj postoje brojna i raznovrsna poduzeća u kreativnim industrijama (proizvodni pogoni, servisne agencije, obrti – stari zanati, trgovačko-umjetnička poduzeća, agencije za obrazovne usluge, arhitektura, oglašavanje, dizajn, kao i **elektronski mediji (privatne tv i radijske kuće, elektroničke publikacije i web portali)** koji svi u svojim pozitivnim primjerima pokazuju snagu privatnih inicijativa, privatnog kapitala i snalažljivosti i kreativnosti onih koji imaju viziju, znanje i talent za prepoznati "ono što nedostaje suvremenom hrvatskom društvu. Uspješnost kreativnih poduzeća ovisi isključivo o sposobnostima poduzetnika da svoje ideje i talent kanalizira na ekonomski isplativ način.

Na žalost, percepcija kreativnih industrija u Hrvatskoj još uvijek je vrlo je slaba. A to pokazuju i predložene izmjene i dopune Zakona o elektroničkim medijima, koji uopće ne prepoznaje tj. ne daje mogućnost za održavanje poduzetničkih projekata u kulturi, znansoti i obrazovanju.

Predloženim Prijedlogom se sve to potire, favorizirajući npr. udruge u odnosu na d.o.o. zaboravlja se da unatoč tome što zakon to omogućuje, danas vrlo mali broj udruga ima u svom vlasništvu poduzeća, iako bi upravo **poduzetničkim pristupom** mogle osigurati dodatno financiranje djelatnosti udruge i proširiti aktivnosti. Na žalost, kako praksa često ne slijedi teoriju (ili obratno), zbog nedovoljne podrške poduzetništvu, i u financijskom i u organizacijskom/strateškom smislu, a naročito u nekim granama kreativnih industrija, pa se događa da poduzetnici zatvaraju tvrtke i sele svoje aktivnosti u udruge. A razloga za to je više: lakše je administriranje, lakše je dobiti potporu (daleko veći broj potencijalnih subvencija i sl.), manje su odgovornosti, a nije ni problem regulirati intelektualno i materijalno vlasništvo, no posljedica tome je i slabljenje poduzetničkog impulsa, samoodrživosti i razvoja, stvaranje veće ovisnosti o potporama i sl.

Dakle, ovako se samo dodatno potiče prebacivanje djelatnosti na „format“ udruge. Ključni razlikovni moment koji jedini može biti kriterij prema kojemu će se određivati kome će se dodijeliti a kome neće dodijeliti sredstva jest **SADRŽAJ i izvedbena KVALITETA projekta, tj. njegov doprinos javnom interesu**. I sve se to može uz kvalitetnu obradu i valorizaciju prijavljenih projekata, precizno bodovanje i slično (dakle, uz do u detalj razrađene kriterije) osigurati.

Jer osnovati udruhu, prebaciti dio poslovanja na format udruge krajnje je jednostavno, a u konačnici i potencijalno netransparentno.

Ali, ovako se narušava i elementarna **ravnopravnost na medijskom tržištu**, jer se na ovaj način **preferira samo jedan broj nakladnika elektroničkih publikacija tj. njihove projekte, isključivo po kriteriju pravne osobnosti nakladnika**, pri čemu se kroz vrlo maglovita obećanja promjene medijske strategije i pratećih zakonskih akata ova neprincipijelnost namjerava (?) ispraviti u nekom neodređenom periodu.

Umjesto da se subvencioniranjem tek dijela troškova potiče veći broj nakladnika (nositelja kvalitetnih projekata) da i sami iznalaze uspješne poslovne modele koji bi im uz eventualne subvencije omogućavali i što veću razinu samoodrživosti, na ovaj se način potire **ideja i praksa poduzetništva**, a pogotovo **poduzetništvo u kulturi, obrazovanju i znanosti**. A sve se to događa u situaciji kada je profit takovih poduzetnika i njihovih projekata u najvećem broju slučajeva izrazito malen, jer su niski i nestabilni prihodi u kulturi, te poduzeća u kreativnim industrijama rade na rubu održivosti.