

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	Nora Krstulović
Interes, odnosno kategorija i brojnost korisnika koje predstavljate	urednica neprofitnog medija Teatar.hr
Ime i prezime osobe (ili osoba) koja je sastavljala primjedbe ili osobe ovlaštene za predstavljanje predstavnika zainteresirane javnosti	Nora Krstulović
Datum dostavljanja	5.5.2013.

Predloženi Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima [u daljnjem tekstu Program] ne samo da je neprihvatljiv, već je i opasan za budućnost ukupne medijske scene u Hrvatskoj. Umjesto najavljene i proklamirane reforme medija njime se zapravo uspostavlja vazalski sustav medija u potpunosti ovisnih o sredstvima iz javnih fondova; obeshrabruje bilo kakve tržišna utakmica te u konačnici stvara prostor još veće korumpiranosti ukupne medijske scene. Programom, nadalje, nije riješen niti jedan od gorućih problema domaće medijske industrije, već posve obratno – predlagatelj namjerom da normira npr. cijenu i uvjete rada njime zapravo stvara i nove probleme na medijskoj sceni.

Program kao i njegovo Obrazloženje toliko su problematični da bi na nabranje svih njihovih mana oduzelo isuviše prostora i vremena, pa evo samo nekih od njih:

1. 'profitni' vs 'neprofitni'

Ključna pretpostavka Programa jest 'neprofitnost' medija, a koja se definira registracijom izdavača. Ili jednostavnije – ukoliko izdavač nije registriran kao neprofitna organizacija, predmnijeva se da je isto i s medijem kojeg izdaje.

To je – naravno – posve diskriminatorna i nesuvisla odredba, koja u pitanje dovodi i neka ustavna načela, ali i omogućava apsurdne poput onog da se bilo koji od izdavača komercijalnih medija preregistrira u udrugu i potom aplicira za Program.

Uz to, takva formulacija iz Programa odmah diskvalificira cijeli niz medija čiji izdavači eventualno ostvarenu dobit iz svojih drugih djelatnosti usmjeravaju u neprofitne medije (npr. Moderna vremena Info, Znanost.com, Radio 808, eZadar...). Ista ne uvažava niti specifičnosti tržišta, primjerice tiskanih medija kojima je zbog eko-sustava u kojem djeluju 'd.o.o.' registracija najbolje rješenje zbog mogućnosti odbitka pretporeza i sl. (npr. Zarez).

Istina je i da udruge mogu ući u sustav PDV-a, ali tek nakon što im ukupna godišnja vrijednost isporučenih dobara i usluga, koje bi bile oporezive, prijeđe vrijednost od 230.000 kuna, što bi značilo da se od npr. izdavača novopokrenutih tiskanih medija u startu očekuje da prvu godinu posluju s gubitkom. A upravo su tiskani mediji apostrofirani u članku 5. Zakona o medijima (NN 59/04)!

Profit se pri tome u cijelom tekstu Programa anatemizira, iako su upravo sredstva koja se njime žele dijeliti, osigurana iz profita.

Suprotno formulacijama i tumačenju predlagatelja, Ured za udruge Vlade RH, pak, kaže¹:

„...neprofitnost udruge ne znači da se udruga mora uzdržavati od obavljanja djelatnosti koje donose prihod. Međutim, svaki prihod koji udruga ostvari mora se utrošiti isključivo za obavljanje i unapređenje djelatnosti kojima se ostvaruju njezini ciljevi utvrđeni statutom. Ukoliko postupa na izloženi način, udruga može obavljati dohodovnu djelatnost i ostvariti neograničeno visoki prihod. Pritom treba napomenuti da načelo zabrane stjecanja dobiti za članove i treće osobe udrugu ne sprečava da podmiri troškove ili na odgovarajući način nagradi članove i druge osobe koje za nju obavljaju određene poslove koji pridonose ostvarivanju cilja udruge.”

Dapače, prema istom izvoru udruge mogu biti obveznici poreza na dobit iliti profit:

*„Udruge načelno nisu obveznici **poreza na dobit**. Međutim, ako obavljaju neku gospodarsku djelatnost trajno i radi ostvarivanja dobiti ili drugih gospodarstveno procjenjivih koristi, a neoporezivanje te djelatnosti bi dovelo do stjecanja neopravdanih povlastica na tržištu, Porezna uprava će na vlastitu inicijativu ili na prijedlog drugih poreznih obveznika, odnosno druge zainteresirane osobe, rješenjem utvrditi da su navedene osobe obveznici poreza na dobit za tu djelatnost (Zakon o porezu na dobit NN 177/04 do 80/10, članak 2. stavak 6. i 7.)...*

... Dakle, sukladno poreznim propisima, ustrojstveni oblik pravne osobe nije od presudnoga značaja za utvrđivanja obveze plaćanja poreza na dobit. Za porezne svrhe je bitno da li određena udruga obavlja gospodarske djelatnosti trajno i radi ostvarivanja dobiti ili drugih gospodarstveno procjenjivih koristi, te da li prihode stječe razmjenom dobara ili usluga na tržištu, neovisno o tome što je utvrđeno aktima o osnivanju udruge.”

Portal Teatar.hr već više od godinu dana živi bez subvencija i bez major oglašivača, pogonjen isključivo interesom svojih čitatelja, a istovremeno već mjesecima otkriva i publicira teme od neupitno javnog interesa – od financiranja središnje nacionalne kazališne kuće do petogodišnjeg sukoba interesa aktualne ministrice kulture.

Činjenica da za to naplaćuje 'ulaznicu' ne čini ga profitnim niti komercijalnim, a podatak da se istim temama nije bavio niti jedan 'debelo' iz javnih fondova sufinancirani medij

¹ <http://www.uzuvrh.hr/stranica.aspx?pageID=176>

samo dokazuje da je definicija javnog interesa (a kojom se Program ne bavi), ključna u uspostavi 'pravila igre'.

Iz svega navedenog, vjerujem, proizlazi da je temeljna pretpostavka o 'neprofitnosti' medija temeljem registracije izdavača potpuno pogrešna, diskriminatorna i nesuvisla, te da na njoj nije moguće temeljiti podjelu sredstava kako ih predlaže Program.

2. pluralizam financiranja vs ovisnost o javnim fondovima

Nastavno na temeljnu pretpostavku o profitu kao 'zlu', Program nigdje niti jednom jedinom riječju ne pretpostavlja, očekuje niti traži od medija koji će primati subvencije da se s vremenom makar i u najmanjoj mjeri emancipiraju od potpunog financiranja iz javnih fondova, niti potiče diversifikaciju izvora financiranja.

Time se – najkraće rečeno – stvara preduvjet da dio domaće medijske scene trajno bude ovisan isključivo o sredstvima iz javnih fondova, te da iste iscrpljuje do u nedogled, bivajući nužno, izravno ili neizravno, ovisan o volji političkih elita koje sredstva iz Programa dodjeljuju posredstvom odabranog povjerenstva.

Dapače, u **Obrazloženju Pravila, ciljeva i kriterija dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima** doslovno stoji:

"Umjesto da nastaju u nekom zrakopraznom prostoru pokušaja osmišljavanja poslovnih modela prilagođenih interesima oglašivača, ili pak traženja općevažećih komunikacijskih standarda javne sfere - osuđenih na neizvjestan i, često, neuspjeh pokušaj traženja čitatelja, gledatelja i slušatelja - asocijacijski mediji rastu i mijenjanju se sa svojim publikama."

Autori Programa, dakle, misle da je traženje novih poslovnih modela 'uzaludan ljubavni trud', kao i da su to pokušaji traženja čitatelja, gledatelja i slušatelja. Ukratko – prikopčajte se 'na državnu sisu', i 'baš nas briga konzumira li vas itko'. U kombinaciji s miješanjem 'krušaka i jabuka' u kriterijima (o čemu niže), to se još da protumačiti i kao : *"ne inovirajte i ne smišljajte nove poslovne modele, a posebno nemojte pokušavati postići veći doseg jer vas isti automatski diskvalificira"*

Takva praksa ne samo da neće doprinijeti pluralizmu domaće medijske scene, već će u kombinaciji s kriterijima koji jednako boduju doseg i broj uposlenih ili ekonomski izravno ovisnih o određenom mediju, u konačnici dovesti do stvaranja novih mastodonata koji će u nepovrat iscrpljivati javne fondove, stvarajući vojsku podobnih i o njima ovisnih.

Stoga držim apsolutno nužnim uvesti i diversifikaciju izvora financiranja i poticati emancipiranje izdavača od javnih fondova, uz – naravno – trajno inzistiranje na proizvodnji sadržaja od javnog interesa i kvaliteti istog.

3. čemu služi javnost?

Kriza domaćih (ali i svjetskih medija), posljedica je ne samo okoštalog sustava organizacije medijske industrije, već i kontinuiranog parazitiranja iste na najnižim pobudama konzumenata.

Stoga niti jedna reforma medijske industrije ne može uspjeti ukoliko za cilj nema i nastojanje da donekle reformira i potencijalne konzumente, odnosno da u javnosti potakne i rasplamsa potrebu za kvalitetnijim medijskim sadržajima, stvori društvenu klimu u kojoj će isti biti smatrani nužnim segmentom kvalitete života.

U suprotnom, koliko god novca usmjerili u pojedine medije, konzumirat će ih uvijek isti, premali broj krajnjih korisnika, i njihov konačni učinak nikako neće predstavljati javni interes, već će isti – nažalost – biti izjednačen s onim što javnost interesira, a što nikako nije jedno te isto.

Predlagač programa višekratno miješa baš te dvije stavke, pa tako javnosti odriče pravo na važnost kad doseg medija miješa sa brojem njegovih zaposlenika, ali istovremeno očekuje od javnosti ne samo da sudjeluje već i određuje koje će to teme biti subvencionirane putem platforme *public commissioning*!

Javnost je, ispada iz prijedloga Programa, posve nekompetentna i nevažna kad je u pitanju ukupan broj konzumenata pojedinog medija, ali je iznimno važna, pače najkompetentnija, kad je u pitanju odabir tema kojima će se isti ti mediji baviti!?!?

Predlagač, naime, planira izdvojiti 250.000 kuna za teme koje će novinari sami predlagati redakcijama, a o kojima će potom internetskim glasanjem odlučivati javnost?!?!?

Znači li to da je internet ipak važniji medij od ostalih? Zašto u glasanju ne bi, posredstvom istih, sudjelovali konzumenti radijskih, televizijskih i tiskanih medija? Kako se misli osigurati sigurnost sustava glasanja i njegova vjerodostojnost? Tko će isti, kad, kako i za koji novac proizvesti? I zašto uopće javnost treba sudjelovati u odabiru tema, ako je novinar – prema prijedlogu Programa – njihovo publiciranje dogovorio s nekom redakcijom? Nije li takav prijedlog sam po sebi kontradiktoran?

Tko će i na koji način spriječiti 'profitne' medije da temeljem tog sustava glasanja preteknu 'neprofitne' izdavače i sami objave priču? I što je možda najvažnije u slučajevima istraživačkog novinarstva koje ovaj Program – za divno čudo – uopće ne spominje, neće li javna obznana poželjnih tema alarmirati one u njih involvirane da na vrijeme 'zametu tragove'?

Predlagač, međutim niti u jednom segmentu Programa, osim u nebuloznom *public commissioningu* ne potiče izdavače da dopru do što šire javnosti, ne predviđa uopće mogućnost da se promišljenim upravljanjem medijima uopće može doći do širih slojeva iste, osim u osobito problematičnim stavkama 'prisutnosti na društvenim mrežama' za koje ne navodi niti metodologiju niti alate mjerljivosti, pa je valjda u konačnici dovoljno 'kupiti' određeni broj *fanova* ili *followera* npr. nagradnim igrama ili plaćenim oglasom, bez obzira koliki broj njih zapravo na koncu biva i krajnjim korisnikom usluga pojedinog medija.

4. nadzor

Predloženi prijedlog Programa traži od potencijalnih korisnika da izvješća o odobrenim sredstvima podnose svaka 3 mjeseca, a istovremeno povjerenstvu odabranom za provođenje Programa daje ovlasti da se tijekom provedbe izravno miješaju u uređivačku politiku medija koje Program podupire.

Tim se odredbama s jedne strane stvara potreba da mediji umjesto na 'proizvodnim', odnosno 'core' poslovima uposle još barem jednu osobu koja će se baviti samo izvještavanjem (jer je iz mog iskustva, posebno u malim redakcijama, nemoguće obavljati redovitu djelatnost i izvještavati na rečenoj razini), a s druge strane omogućuje političkim elitama na vlasti (a koje – ne zaboravimo – temeljem javnog natječaja biraju članove povjerenstva), da zapravo dnevno utječu na uređivačku politiku subvencioniranih medija.

Primjerice, ukoliko pojedini medij odluči istraživati temu koja povjerenstvu nije 'po volji', Povjerenstvo mu može ukinuti subvenciju do konca godine i tako izdavača dovesti u situaciju da odgovara za prethodno preuzete obveze premda više nema na raspolaganju izvore financiranja temeljem kojih je obveze u startu i preuzeo.

O dnevno-političkim utjecajima posve je bespredmetno trošiti riječi - ovakva regulacija dovodi do stalnog nadzora nad medijima i ukida i minimum njihove autonomije.

Dapače, Povjerenstvo može unatrag zatražiti povrat već odobrenih sredstava čime se zapravo na mala vrata uvodi cenzura: što ako politički stavovi članova povjerenstva ne budu u skladu s onima urednika subvencioniranih medija? Neće li sve to svaka tri mjeseca dolaziti na naplatu?

5. kriteriji: Doprinis pluralizmu medijskog predstavljanja društvenih subjekata

Predlagač polazi od nesuvisle pretpostavke da činjenica kako neki društveni subjekt ili skupina nije predstavljen u *mainstream* medijima, istog automatski kvalificira za puno prostora na tzv. neprofitnoj sceni. Predlagač – koji nije detaljno ustvrdio kriterije javnog interesa – time, da budemo radikalni, otvara prostor da bodove u procesu subvencioniranja - primjerice – dobije časopis ljubitelja gangrenoznih nogu jer isti nisu reprezentirani u *mainstream* medijima (iako predlagač, nikad i NIGDJE, niti jednom riječju ne definira mainstream, pa je i to otvoreno oportunističkoj procjeni).

6. kriteriji: Doprinis pluralizmu društvenih tema u medijima

Prijedlog Programa predviđa ozbiljnu razliku u bodovanju za obrađivanje tema koje su u medijima prisutne i onih koje nisu. No, što to zapravo znači? Ne bi li kriterij trebao biti – javni interes, a ne kvantitativna prisutnost?

Ili još jednostavnije rečeno – ovim kriterijem isključuju se iz područja djelovanja medija koji nisu interesno ovisni o oglašivačima i tržištu - sve one teme koje tržištem i rečenim medijima upravljaju. Posljedično – reforma cijelog sustava postaje nemoguća misija.

7. kriteriji: Različitost kuta gledanja odnosno pristupa u prikazu pojedinoj temi

Obrazloženje za ovaj kriterij kaže doslovno: „procjena strateške orijentacije na otklon od dominantnih pristupa, u rasponu od najmanjeg broja bodova za perpetuaciju etabliranih kutova gledanja, pa do najvećeg za uvođenje posve novih pristupa.”

Za početak – ne postoji normirani sustav „etabliranih kutova gledanja” pa utoliko ni normirani sustav otklona od istog. Mjerila rečenih spadaju u diskreciono polje članova povjerenstva, kojima, dovruga i bestraga, natječaj ne propisuje koje medije trebaju ili moraju konzumirati. Pa će se možda dogoditi da neki od njih bavljenje LGBT temama smatraju – etabliranim, a drugi - proskribiranim.

Jednako tako, nije propisan ni „dominantni pristup”, jer – ruku na srce – nemamo nikakve znanstvene podloge kojom bismo ustvrdili koji je to diskurs dominantan u domaćim medijima danas, ili se barem na takvu podlogu ovaj Program ne poziva.

Stoga, primjerice članu Povjerenstva koji odlučuje o potporama iz Programa, ovisno o njegovim konzumentskim navadama bilo koji pristup može izgledati „etabliranim kutom gledanja”.

Dobrodošli u *Whishfulthinkingeldorado*.

8. kriteriji: Doprinos afirmaciji građanskih, političkih i socijalnih ljudskih prava

Ovaj kriterij unaprijed diskvalificira medije specijalizirane za uža područja, poput primjerice knjige, glazbe ili kazališta, te se nastavlja na pretpostavku iznesenu u uvodu *Obrazloženja* po kojem su mediji na koje Program računa isključivo – aktivistički.

9. kriteriji: Ispunjavanje funkcije nadzora ekonomski i političkih moćnih

Obrazloženje kaže ovako:

Indikator: kritička (ali ne denuncijacijska) “watchdog” orijentacija medija u odnosu na pozicije moći – političku državnu vlast i političke elite, ali svakako i na pozicije ekonomske, medijske, znanstvene, kulturne, itd., moći.

Tko će, kada, kako i po kojim kriterijima odrediti je li neki medij denuncijant ili *watchdog*? Recimo, kad Teatar.hr napiše kako je ministrica kulture u vrlo evidentiranom i vrlo očitom sukobu interesa već pet godina, jesmo li denuncijanti ili *watchdog*? Ako pišemo da je ovaj Program napisan za pojedine interesne grupe, i opet – gdje spadamo? I – najvažnije – tko tu podjelu određuje?

10. kriteriji: Informativna “širina” komunikacije

Predlagač kao da želi što veći broj medija ‘opće prakse’ koji zbog ‘širine’ ne zadiru u ‘dubinu’.

11. kriteriji: Kontekstualna “dubina” komunikacije

Kontekst i ‘uzemljenje’ informacije tri su puta manje vrijedni u ukupnom bodovanju od dosega u kojem se pak s javnošću izjednačavaju i oni koji su o promatranom subjektu izravno ekonomski ovisni?!?!

12. kriteriji: Istinitost informacija

Kriterij za koji je uopće sramotno da postoji. Ukoliko medij objavljuje informacije koje nisu istinite valjda se automatski diskvalificira iz svakog natječaja za subvencije javnih fondova. Kako je moguće da medije rangiramo po većoj ili manjoj ‘istinitosti’ informacija? Informacija je istinita ili nije.

13. kriteriji: Raznolikost novinarskih formi i žanrova

Temeljno je pitanje ovog kriterija – zašto? Moraju li baš svi mediji koristiti sve raspoložive forme? Nisu li neke od najuglednijih svjetskih publikacija današnjice vlastiti ugled izgradile samo na jednoj formi? Što fali magazinu koji objavljuje samo intervjue? Reportaže? Vijesti? Zašto se svi moraju baviti svime?

14. kriteriji: Količina vlastite proizvodnje

Prema ovom kriteriju, možete dobiti značajna sredstva subvencije čak i ako samo prenosite tuđi sadržaj uz par rečenica komentara, čak i bez njega. Zašto? Kuriranje sadržaja jest zanimljiva i za javnost interesantna kategorija, no onda je treba zasebno definirati, a ne omogućavati medijima da parazitiraju na tuđem sadržaju i pukom posredovanju koje se u konačnici pretvara u feud. Mediji koji ne proizvode vlastiti sadržaj ne mogu i ne smiju biti financirani iz javnih izvora. I to bez iznimke.

15. kriteriji: Oblikovanje i oprema sadržaja

Organizacija sadržaja mora biti “logična i inovativno organizirana”? Što to zapravo znači?

16. kriteriji: Jezična kompetencija

Obrazloženje kaže: “vodi li uredništvo medija računa o lektorskoj obradi objavljenih pisanih sadržaja”, no pri tom zaboravlja da u Hrvatskoj trenutno nema jedinstvenog važećeg pravopisa. Uz to, predlagač je po istom kriteriju mogao lektorirati i Obrazloženje ovog Programa, a ne ga objaviti s nizom pravopisnih pogrešaka.

17. kriteriji: Doseg, dostupnost i utjecaj

Ovaj kriterij ne samo da ne pravi razliku u doseg medija u kojima se citati pojavljuju (npr. Dnevnika HRT ili Lovačkog glasnika), već miješa konačne korisnike nekog medija s onima koji su o njemu ekonomski ovisni! Citiram: “neprofitni mediji svoj doseg i utjecaj mogu širiti ne najmanje putem širenja kruga suradnika i sudionika u upravljanju”.

U indikatorima se pak i opet miješaju ‘kruške i jabuke’ pa se u istu ladicu trpaju prisutnosti na društvenim mrežama (o kojoj je već ovdje bilo riječi), te “slobodna distribucija sadržaja”. Što je “slobodna distribucija sadržaja”? Misli li se na objavljivanje sadržaja pod CC licencama, postojanje RSS kanala, newslettera ili nečeg petog? Diskriminiraju li se ovim kriterijem mediji koji svoj sadržaj naplaćuju, npr. tiskani koji su – ponovimo – posebno apostrofirani i u uvodu Obrazloženja i u već spomenutom Zakonu?

18. kriteriji: Redakcijska demokracija

Osnivač svakog medija, bio on profitni ili neprofitni valjda zna kakav medij želi, iz čega proizlazi odluka da imenuje glavnog urednika koji takav medij može oblikovati. „Redakcijska demokracija” s tim niti ima niti može imati veze. Biraju li zaposlenici Ministarstva kulture ministra ili ministricu?

19. kriteriji: Prostorni, tehnološki i financijski kapaciteti medija

Obrazloženje kaže ovako: „aktualni prijedlog ide ka tome da optimalni radni uvjeti (prikladan radni prostor s dovoljno svjetla, zraka, bez buke, dostupnost javnog prijevoza, itd.) i sredstva za rad (tehnika, pokriće troškova putovanja) naprosto moraju biti zadovoljeni kako bi se neki medij kvalificirao za dodjelu bespovratnih sredstava. Za tu svrhu će tijekom ove rasprave biti potrebno utvrditi takve standarde, a povjerenstvo će prijavljenim medijima odrediti rok (i – kvalificiraju li se – sredstva) za njihovo zadovoljavanje.”

Temeljem čega će to Povjerenstvo odrediti “optimalne radne uvjete”? Što je s izdavačima koji djeluju on-line i ne nalaze ni najmanje ekonomsko opravdanje u činjenici da svoje suradnike dovlače “na radno mjesto”, kad im radno mjesto može biti bilo koji kutak planete koji ima pristup internetu? Hoće li izdavač biti odgovoran ako njegov suradnik preferira rad u bučnoj okolini ili noću kad dnevnog svjetla – nema?

Predlagač si nadalje daje pravo da određuje cijenu rada (!) i navodi: „Određeni raspon plaća i honorara također će biti potrebno odrediti”, te time izravno zadire u tržišnu utakmicu, ali si i uzima slobodu diktiranja odnosa koji nikako ne spadaju u njegove ingerencije. Zakon već propisuje iznos minimalne plaće u RH.

O navedenim kriterijima moglo bi se još nadugo i naširoko pisati, no vjerujem kako je i iz priloženog jasno da je ovakav Program ne samo nedosljedan, nepromišljen i problematičan, već potencijalno i doista opasan za budućnost medijske scene u Hrvatskoj, te ga treba u potpunosti odbaciti.