

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	Jelena Kovačić
Interes, odnosno kategorija i brojnost korisnika koje predstavljate	Urednica portala Klinfo.hr
Ime i prezime osobe (ili osoba) koja je sastavljala primjedbe ili osobe ovlaštene za predstavljanje predstavnika zainteresirane javnosti	Jelena Kovačić
Datum dostavljanja	7.5.2013.

Načelne primjedbe:

Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima (u daljnjem tekstu: Program) počiva na diskriminirajućim i pogrešnim pretpostavkama.

Bez obzira na dugi elaborat u kojem se želi opravdati kriterije za dodjelu sredstava, sve se svodi na to da je cilj Ministarstva kulture dodjeljivati sredstva prema sljedećim kriterijima:

1. Obliku registracije

U obrazloženju Programa stoji da su neprofitni mediji po definiciji mediji koji "reinvestiraju eventualni višak sredstava u proizvodnju", čime se aludira i generalizira da su svi mediji registrirani kao d.o.o. vođeni isključivo profitom kao glavnim motivom produkcije sadržaja, da su orkestrirani od strane oglašivača i političkih grupa te da ostvaruju velike profite (što je za većinu d.o.o. medija daleko od istine, te se, štoviše, medij često drži na životu pretakanjem sredstava iz drugih djelatnosti tvrtke) .

Općenito se kompletni Program temelji na dualizmu: neprofitni mediji - mediji vođeni profitom, čime se bez ikakvih dokaza, argumenata, brojaka ili činjenica, tzv. "mediji vođeni profitom" (!) prikazuju u negativnom svjetlu. Svakom ozbiljnom izdavaču itekako je stalo reinvestirati eventualnu dobit, ulagati u medij i oplemeniti svaku teško zarađenu kunu. Na kraju krajeva, kompletna sredstva fonda dolaze upravo iz tog "nepoželjnog" profitnog sektora. Ovakvim formulacijama Program šalje sljedeću poruku „ne želimo podržavati profitne medije pa čak ni ako imaju kvalitetan sadržaj, pridonose pluralizmu i afirmaciji socijalnih i drugih prava, jer je profit jednostavno nešto što je za nas negativno, ali s druge strane mi zapravo trebamo profitne pravne subjekte jer fonda bez njihovog profita ne bi ni bilo“.

Nadalje, u obrazloženju stoji *"da je temeljna odrednica koja neprofitne medije čini "neprofitnima" njihov odmak od medija srednje struje: kako komercijalnih, tako i onih javnih (u vlasništvu države)"*, čime se ponovno aludira da su mediji iza kojih stoji pravni oblik d.o.o., uvijek i bez iznimke sadržajno komercijalni, „srednjestrujaški“, "mainstream" ili "vođeni (isključivo) profitom".

Sljedeće rečenice i objašnjenja iz dokumenta smatram neprihvatljivima i diskriminirajućima, tvrdnje nisu potkrijepljene argumentima, provjerenim činjenicama na terenu niti ikakvim brojkama:

"Mediji vođeni motivom profita, pokazalo se, nisu uspjeli ponuditi svojedobno najavljivani visoki stupanj pluralizma društvenih pozicija i stavova. Uloga neprofitnih zbog toga je iznimno značajna za medijsko polje u cjelini."

"Ovdje se polazi od ranije predložene definicije neprofitnih medija koja pokušava odgovoriti na pitanje što to – izuzev obaveze reinvestiranja eventualnog viška sredstava u proizvodnju – konstituiraju naše iskustveno poimanje "neprofitnih" medija. Ako to nije profit, što bi mogao biti osnovni motiv za medijsku proizvodnju?"

2. Pogrešnom stavu da samo neprofitni mediji nude visoki stupanj pluralizma društvenih pozicija i stavova

Osim što se ponovno forsira crno-bijeli prikaz medijske slike u Hrvatskoj, ono što bi se moglo dogoditi je da skupina neprofitnih medija koju se ovim Programom želi napraviti ovisnima o sredstvima fondova koje dodjeljuju državne institucije, upravo „olabave“ svoje društvene pozicije i stavove, posebno svoju „kritičku "watchdog" orijentaciju u odnosu na pozicije moći – političku državnu vlast i političke elite, ali svakako i na pozicije ekonomske, medijske, znanstvene, kulturne itd. moći“. Može se dogoditi da neće htjeti gristi ruku koja ih hrani, isplaćuje plaće i plaća režije.

3. Pogrešnom stavu da neprofitni mediji jedini promiču opća ljudska prava

U Programu stoji da *"tek treći medijski sektor u punoj mjeri afirmira ljudska prava "treće generacije": ona koja se ponekad nazivaju i socijalnim, ekonomskim i kulturnim pravima čovjeka, poput prava na obrazovanje, stanovanje i primjeren životni standard, zdravlje, zaposlenje i očuvan okoliš. Drugim riječima, zalaganje za socijalna ljudska prava na neki način samo po sebi svjedoči o onom odmaku od dominantnog stava i njegove medijske reprezentacije"*, čime se ponovno generalizira, bez i najmanje mogućnosti da neki medij,

registriran kao d.o.o., sadržajno itekako promiče i ljudska i socijalna i ekonomska i kulturna prava čovjeka.

4. Pogrešnom stavu da neprofitne medije treba sustavno novčano pomagati da se profesionaliziraju, počnu ozbiljno raditi i počnu pisati kvalitetne sadržaje šire tematike

Umjesto da se nađe model prema kojem će se medije poticati da budu samoodrživi, ovim Programom stvara se "vojska" neprofitnih medija ovisnih o fondovima i sredstvima proračuna. To ne samo da otvara prostor korupciji, već u potpunosti eliminira tržišnu utakmicu koja zasigurno neće voditi željenom cilju, a to je kvaliteta sadržaja, pluralizam i kritičko mišljenje.

U sljedećem citatu jasno se iščitava da na neki način nije poželjno da neprofitni mediji osmišljavaju alternativne poslovne modele i izvore financiranja. Ministarstvu bi trebalo biti stalo da neprofitni mediji postaju financijski neovisniji o državnim fondovima, da pronađu i druge izvore financiranja, jer je to jedini način pomoću kojeg mogu poboljšati kvalitetu sadržaja i produkcije koju će čitatelji prepoznati, pa neće ni morati „neuspješno“ tražiti svoju publiku i živjeti u neizvjesnosti.

"Velika prednost neprofitnih medija, prema tome, u njihovom je podrijetlu. 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, neuspio pokušaj traženja čitatelja, gledatelja i slušatelja - asocijacijski mediji rastu i mijenjanju se sa svojim publikama."

* * *

Ovdje su navedene primjedbe koje se odnose na kriterije i definicije navedene u Programu, pa obzirom da već u samim temeljima postoji niz upitnih i pogrešnih teza, pretpostavki i nečinjeničnih zaključaka, ostatak dokumenta (kriterije za dodjelu, nadzor, raspored sredstava), ovdje neću dalje komentirati.