



Republika
Hrvatska
Ministarstvo
kulture
*Republic
of Croatia
Ministry
of Culture*

verzija od 20. siječnja 2015.

**Radni materijali za raspravu o
medijskoj politici Republike Hrvatske 2015 – 2020**

Prvi dio

Nacionalni izvještaj o medijima

Nekoliko činjenica i jedna ideja

Ovim istraživanjem željeli smo, prije svega, prikupiti dostupne činjenice o stanju hrvatskih medija, kao i rekonstruirati procese, u posljednjih dvadesetak godina, koji su do njega doveli. Nije nas na motivirala samo novinarska i znanstvena znatiželja, nego također i potreba, izražena sredinom 2012. godine u Ministarstvu kulture Republike Hrvatske, da se pristupi temeljitoj reviziji medijske politike, odnosno da se nagomilani problemi hrvatskih medija započnu sustavno rješavati. Popis kriznih žarišta već tada je sadržavao dugotrajne učinke komercijalizacije i koncentracije medija, gubitak i nesigurnost radnih mjesta novinarki i novinara izloženih prijetnjama, tužbama, pritiscima, pa čak i nasilju, nastavak erozije ugleda i progresiju sumnji na političku pristranost javnih medija, probleme lokalnog informiranja i nezavisne medije uvijek na rubu opstanka. Te godine je, u neprekinutom nizu ugašenih medija, još stotinjak medijskih radnika ostalo bez posla kada je prestao izlaziti Vjesnik, kulturna institucija sa tradicijom dugom 72 godine. Prosvjedi su doveli do smjene još jedne uprave HRT-a, a novinski izdavači su zatražili da im država ponovno pomogne, još jednim sniženjem stope PDV-a...

Imajući u vidu da su mali zakonodavni popravci prošlih godina rijetko koji problem uspjeti riješiti, a vjerojatno stvarajući neke nove, kao i da zakonodavni instrumenti predstavljaju – ma koliko važan – tek dio ukupne medijske politike, orijentirali smo se prema nekoj vrsti dogovora o tome što građani Hrvatske od svojih medija očekuju, odnosno kako će, od koga, kojim sredstvima i u kojim rokovima, to i dobiti. Drugim riječima, prema izrazu dugoročne medijske politike (ili, kao što neki kažu, strategije). Pritom nam je od početka bilo jasno da takva deklaracija nema mnogo smisla ako nije rezultat – ma koliko po definiciji sporne – javne rasprave svih onih koji bi je trebali provoditi, i onih koji bi putem medija trebali moći komunicirati; inače bi se lako moglo dogoditi da provedba izostane, a javna komunikacija prepusti svojoj šutljivoj sudbini. Otuda potreba za prikupljanjem činjenica i uvida izloženih u ovim Radnim materijalima: kako bi u raspravi mogli sudjelovati i oni koji se ne bave svakodnevno medijima, ili im detaljni pokazatelji medijskog rada nisu poznati, ili su iz drugih razloga ušutkani; zato da bi se, osim problema, detektirali i njihovi uzroci; kako bi rasprava bila strukturirana, a ne da svi govore uglas i što im padne na pamet;

napokon, zato da bi se vidjelo, kao što je napisao John Maynard Keynes, “da je snaga ličnih interesa neizmjenjivo preuveličana u odnosu na postupno prodiranje ideja”. Prvi dio Radnih materijala smo nazvali Nacionalnim izvještajem o medijima, inspirirani radom Vjerana Katunarića, koji je 1998. godine, u sklopu pripreme i rasprave o Strategiji kulturnog razvitka, objavio Nacionalni izvještaj o kulturnoj politici, koji uključuje i poglavlje o medijima.¹

Ondanda su se, međutim, mnoge činjenice promijenile. Transformacija državnih glasila u javne i razvoj komercijalnih medija, koji su im trebali osigurati protutežu medijskog pluralizma i raznolikosti, tada su ulijevali barem umjereni optimizam: očekivalo se da, ako i ne budu odmah bolji, hrvatski mediji neće biti niti gori, budući da je prethodno desetljeće ljestvicu slobode izraza postavilo poprilično nisko. Nakon kratkotrajnog razdoblja rasta medijskog tržišta, koje je koincidiralo s ekonomskim “balonima” na tržištu nekretnina i drugdje, krizni procesi su izašli na vidjelo u svim svojim posljedicama za rad u medijima, i posebno, novinarstvo. To je tema prva dva radna materijala, koji donose prikaz dimenzija krize medija i njenih učinaka na demokratsku funkciju medija, referirajući se posebno na perspektivu medijskih radnika, koju i sami dijelimo. Uz prikupljanje podataka iz oskudnih izvora, mnogobrojne strukturirane intervjuje, pisana svjedočanstva, znanstvene radove i javne rasprave u kojima smo sudjelovali, a neke i sami pokrenuli, poslužili su nam i odgovori novinarki i novinara na opsežan anketni upitnik o njihovim iskustvima i stavovima.

Treći radni materijal promatra stanje hrvatskih medija u kontekstu ekonomskih i tehnoloških procesa, kako bi se što preciznije locirali uzroci problema, dok četvrti i peti radni materijal analiziraju utjecaje koje su na njega ostavile hrvatske, odnosno europske medijske politike. Njihova orijentacija na tržišne mehanizme kao glavne “alokatore resursa”, mjerila pluralizma i kvalitete, prema mišljenjima konvencionalne

¹ Rad preko dvadeset suradnika, nastao unutar Europskog programa vrednovanja nacionalnih kulturnih politika, uredili su Vjeran Katunarić i Biserka Cvjetičanin, a izdalo Ministarstvo kulture (Katunarić i dr. 1998). Uslijedila je deklaracija ciljeva i zadataka kulturne politike Strategija kulturnog razvitka: Hrvatska u 21. stoljeću, također u izdanju Ministarstva (Katunarić i dr. 2003).

ekonomske analize, nije bila prikladna medijima kao prvorazrednom javnom dobru, iz razloga prikazanih u šestom radnom materijalu.

Koncept javnog interesa se u raspravi o medijskoj politici koristi za legitimacijski oslonac, podjednako učestalo, kao i neodređeno. Njegove različite izvedenice, iz osnovnih normativnih modela demokracije, kao i pripadajuće koncepcije medijskih sustava, prikazane su u sljedećem radnom materijalu.

Osmi, deveti i deseti radni materijal prikazuju tri medijska sektora: onog javnih medija (HRT-a i Hine), komercijalnih (radija, televizija, i medija novinarstva u pisanoj formi) i medija tzv. trećeg sektora (neprofitnih, nezavisnih ili medija zajednice). Uz prikaz strukturnih pokazatelja o broju medija u pojedinom sektoru, radu, financijama i programskoj proizvodnji, svaka izvještajna dionica se fokusira samo na probleme koje smo smatrali ključnima za situaciju u pojedinom sektoru, donoseći i kratke preglede relevantnog zakonodavstva.

Uz same medije i respektabilan korpus istraživanja o hrvatskih medijskih znanstvenica i znanstvenika, naši izvori podataka uključuju Državni zavod za statistiku, Hrvatsku gospodarsku komoru, Agenciju za elektroničke medije i Agenciju za zaštitu tržišnog natjecanja, kojima zahvaljujemo. Te su ustanove različitim zakonima zadužene za prikupljanje, obradu i objavu pokazatelja o hrvatskim medijima. One to i čine, s različitim sredstvima, mandatima, metodologijama, pa i voljom da podatke podijele, tako da su mnogi uvidi Izvještaja ograničeni mogućnostima njihova prikupljanja i provjere. Naš interes se nije odnosio na poslovanje pojedinih medijskih kuća, nego na strukturne pokazatelje sektora kojem pripadaju. Unatoč tome, kod mnogih među njima nismo naišli na suradnju u pogledu prikupljanja podataka. Ipak, u nekim situacijama, čak i kad su izvori bili ograničeni, na nekim adresama, poput Fine, naišli smo na razumijevanje i ohrabrenje našeg pokušaja da rasprava o politici bude informirana.

Njega, prije svega, ne bi bilo bez podrške ministrice, profesorice dr. sc. Andree Zlatar Violić, i mnogih njenih suradnika u Ministarstvu kulture. Hvala posebno Dijani Haramini Futivić i Leli Vujanić, koje su nam pomogle u različitim fazama projekta i podijelile obaveze kontinuiranog rada u medijskoj politici. Profesorici dr. sc. Zrinjki Peruško s Fakulteta političkih znanosti zahvaljujemo na usklađivanju anketnog upitnika sa studijom *Worlds of Journalism*, a dr. sc. Primožu Krašovcu sa Sveučilišta

u Ljubljani na metodološkim savjetima i dragocjenim usmjerenjima na neke od najvažnijih procesa u novinarstvu. Prof. dr. sc. Deanu Dudi i dr. sc. Heleni Popović dugujemo zahvalnost za sve savjete i upozorenja na mnogobrojne propuste i redundantnosti u tekstu; većinu smo, nadamo se, popravili, a za one ostale, odgovornost je samo naša.

Robertu W. McChesneyju, čije nas je ohrabrenje i rad u području političke ekonomije komunikacije ne samo nadahnulo, nego i obrazovalo, dugujemo zahvalnost za ideju koja se, vjerujemo, provlači kroz sve Radne materijale o medijskoj politici: upravo onda kada se kriza čini najvećom, a sredstva oskudnima, promjena postaje mogućom. Kada se učinci i neizvjesnosti prevratničke komunikacijske tehnologije, kakvu predstavlja digitalna, preklope s krizom starih institucija, posebno novinarstva, "ulozi [postaju] veći, a raspon mogućih ishoda širi", kao što kaže McChesney: "Postoje alternativni putevi u mnogo svjetliju budućnost."²

Andrea Milat, Boris Postnikov, Igor Lasić i Milan F. Živković

² Iz knjige Digitalna isključenost: kako kapitalizam okreće internet protiv demokracije, krajem 2014. godine objavljene u hrvatskom prijevodu Domagoja Orlića i izdanju Multimedijalnog instituta i Fakulteta za mdije i komunikacije (McChesney 2014: 120 - 122).

Mapa dokumenta

Nacionalni izvještaj o medijima

Radni materijal 1 - Na redakcijskom frontu

Više pritisaka i rada, manje vremena za istraživanje

Pogubna praksa prikrivenog zapošljavanja

Broj novinarki i novinara u Hrvatskoj

Strukturne promjene u novinarstvu

Povećano radno opterećenje za manju plaću

Gubitak specijalizacije za temu

Rast pritisaka vlasnika medija

Novinarska etika kao zadnja linija obrane?

Produžena ruka vlasnika

Radni materijal 2 - Dimenzije krize medija

Pad prihoda

Pad novinarske zaposlenosti

Pad informativnosti

Erozija demokratske funkcije medija

Radni materijal 3 - Uzroci krize medija

Ekonomska kriza

Tehnološka promjena

Kriza vrijednosnog sustava

Država i medijska politika

Limiti parcijalnih perspektiva

Tenzije između privatnog i javnog

Radni materijal 4 - Hrvatska medijska politika

“Državotvorna” i “pluralistička” paradigma

Prvobitna akumulacija i snažna komercijalizacija

Prividna opreka između države i tržišta

Radni materijal 5 - Europski kontekst

Televizija bez granica: od satelita do jedinstvenog tržišta

Između kulturnog dobra i ekonomske robe

Digitalni dnevni red

Net ili not neutrality

Radni materijal 6 - Nevolje s tržištem

Problem javnog dobra

Problem oglašavanja

Znaju li kupci uvijek točno što žele?

Problem eksternalija

Problem koncentracije

Problem intelektualnog vlasništva

Radni materijal 7 - Demokracije, javnosti, njihov interes i njegovi mediji

Elitistički model

Liberalno-pluralistički model

Deliberacijski model

Gdje je nestala *javnost*?

Problem nejednakosti

Problem isključenja slabijih društvenih skupina

Problem isključenja pojedinačnih tema

Skrivanje političkoga

Model kompleksne demokracije

Mediji kao protuteža i agencija kompenzacije društvenih nejednakosti

Složeni medijski sustav čiji dijelovi služe različitim funkcijama

Aktivna medijska politika

Radni materijal 8 - Javni mediji

Radni materijal 8.1 - Hrvatska izvještajna novinska agencija

Opseg i struktura proizvodnje

Rad u Hini

Financije

Zakon o Hini

Radni materijal 8.2 - Hrvatska radiotelevizija

Rad na HRT-u

Financije

Zakoni o HRT-u

Program

Radni materijal 9 - Komercijalni mediji

Radni materijal 9.1 - Radio

Radni materijal 9.2 - Komercijalne televizije

Radni materijal 9.3 - Informativne novine i internetske stranice

Novinarstvo nakon promjena devedesetih: tranzicija i privatizacija

Komercijalizacija

Koncentracija

Radni materijal 10 - Treći medijski sektor – neprofitni mediji

Rad i financiranje u neprofitnim medijima

Pitanje naziva

Razvoj trećeg medijskog sektora u Hrvatskoj

Literatura uz Radne materijale