



INTERVJU

## NINA OBULJEN KORŽINEK

Ministrica kulture i medija u velikom intervjuu Globusu govori o teškoj materijalnoj i finansijskoj situaciji u kojoj su se zbog koronakrise i oštih epidemioloških restrikcija našli novinski izdavači te otkriva što Vlada kani poduzeti da bi se sačuvale novine bez kojih nije moguće zamisliti objektivno informiranje i medijski pluralizam u Hrvatskoj

# MORAMO PRONAĆI MODELE POTPORE ZA TISKANE MEDIJE

**...svjesni smo da su u ovoj krizi samo oni ostali bez ikakve pomoći**

RAZGOVARAO ZDRAVKO MILINOVIC | SNIMILA IVANA NOBILLO CROPIX

**N**ina Obuljen Koržinek ministrica je kulture već pet godina. Slovi za jednu od najstabilnijih političkih figura u kabinetu Andreja Plenkovića, ministrica koja uživa veliko osobno povjerenje premijera. Godinama je radila u Ministarstvu kulture kao pomoćnica ministra i državna tajnica. Nakon posljednjih izbora i promjena u Vladi promijenio se i naziv njezina resora. I po imenu, proširio se na medije. Upravo je položaj medija u vrijeme koronakrise, pogotovo tiskanih medija koji

su najpogodeniji lockdownnom, bio osnovna tema razgovora za Globus.

■ Ima li Ministarstvo kulture i medija uvid u trenutno stanje ili procjenu štete koju je pandemija covid-19 izazvala u hrvatskim medijima? Kakve su posljedice nakon ovog drugog djelomičnog lockdowna?

- Nemamo cijeloviti uvid, ali i prorano je govoriti o preciznim podacima. Nedavno smo imali razgovor s predstavnicima novinskih nakladnika i dogovorili se da zajedno napravimo analizu koliko je ova kriza utjecala na medije. Međutim, ako brzo ne izademo iz ovog stanja, a to su nas naučile prethodne krize, jasno je da će onda pro-

blemi za medije biti dublji i ozbiljniji nego u ostatku gospodarstva. Jasno je da kad god dode do racionalizacije poslovanja, tvrtke ponajprije odustaju od oglašavanja, što je osnovni prihod najvećeg broja medija. Na tiskane medije posebno je nepovoljno djelovalo zatvaranje jer se otkazuju pretplate u ugostiteljskim i drugim objektima.

■ Vlada je 2021. proglašila godinom čitanja. Iz perspektive nakladnika i izdavača postavlja se pitanje hoće li se na kraju imati što čitati. Izdavačke kuće su na koljenima jer se knjige ne prodaju, a novinski izdavači su očajni. U Sto će biti uloženo 40 milijuna kuna koje namjeravate utrošiti za obilježavanje Godine čitanja?

- Godina čitanja odnosi se u prvom redu na provedbu Vladine Strategije poticanja čitanja i ipak se primarno misli na čitanje knjiga. Slažem se, treba čitati sve. Ali, za razliku od medija, koji se mogu konzumirati i na druge načine, gledanjem i slušanjem, knjigu i književnost u pravilu se mora čitati. Uza sve naše redovito financiranje i pomoći izdavačima, knjižarima, knjižnicama, stipendije piscima, 23. travnja, na Dan knjige, lansirat ćemo veliku kampanju za poticanje i promociju čitanja. Dodatna 42 milijuna kuna osigurali smo iz Europskog socijalnog fonda za projekte poticanja čitanja koja će se početi realizirati ove godine.

■ Govorili ste javno i o potpori tiskanim medijima koji su danas najpogodeniji. Kakve potpore planirate?

- I u programu Vlade, a i u predizbornom programu HDZ-a rekli smo kako smo svjesni da su jedino tiskani mediji ostali bez ikakve potpore i da moramo pronaći modele potpore. Tržište je malo, a distribucija skupa, pa zato razgovaramo s novinskim nakladnicima kako bismo našli neutralni model potpore, u kojem neće Ministarstvo odlučivati kojem mediju pomoći, a kojem ne. Moramo se dogovoriti treba li to biti kroz potpore pretplatni ili kroz pomoći u trošku tiskanja ili distribucije ili kroz neke druge oblike rasterećenja.

■ Dnevne novine i magazini su u vrijeme lockdowna u najtežem položaju. Otkazuju se pretplate zbog zatvorenih kafića. O kakvim oblicima subvencioniranja pretplate razmišljate?

- Vlada je u sklopu svojih mjera pomoći poduzetnicima već omogućila da se pretplate za tisak pravduju kao opravdani troškovi. Time smo ih željeli stimulirati da ne otkazuju pretplate.

■ Bojim se da od toga nema puno koristi jer, kad nema novca, tvrtke u pravilu najprije ukidaju pretplate na novine. Nažalost, to čine čak i javna i ►

državna poduzeća, neka ministarstva i javne ustanove. Nama u medijima to izgleda kao puka demagoška i kampanjska priča o štendni koja završi s otkazivanjem preplate.

- Niste u pravu. Svi koji racionalno upravljaju pokušavaju pronaći prostor za uštade. Moj je interes kao ministrici zadužene za medije, a mislim da je to i javni interes, da pronademo mehanizam kojim ćemo pomoći održivosti nakladništva tiskanih medija u Hrvatskoj. Naravno, ujednom trenutku će se uplesti tržište i pokazat će se da ne mogu svi opstati. Ali moramo osigurati opstanak većeg broja dnevnih novina, magazina i specijaliziranih časopisa jer je to preduvjet za postojanje pluralne scene tiskanih medija. O tome koji će opstati odlučuje publika i tržište.

■ Nije li upravo neki oblik subvencioniranja preplate taj neutralni model koji prijelekujete?

- Mi smo najbliži odluci da idemo prema subvencioniranju preplate, ali dogovorili smo se s predstvincima nakladnika tiskanih medija da nam daju zajednički prijedlog. Takvi oblici subvencije moraju proći notifikaciju jer se radi o državnim potporama, trebaju se osigurati sredstva, ali i osmisli održiv sustav. Pred nama je i donošenje Zakona o medijima, pa je moguće i u njemu predvidjeti neki model neutralne potpore tiskanim medijima oko kojeg moramo postići široki konsenzus.

■ Postoji li mogućnost da se tiskanim medijima pomogne i preko fondova EU i Nacionalnog programa oporavka i otpornosti?

- Svakako. U sljedećoj finansijskoj perspektivi otvorit će se ono što smo planirali i prije ove krize, a to je finansijsko stimuliranje kvalitetnog novinarstva i financiranje projekata medijske pismenosti iz programa Kreativna Europa. Svjesni smo da su kreativne industrije, čiji su dio i mediji, jedan od onih segmenata gospodarstva, nakon avioindustrije i prometa, koji je najviše stradao. Očekujemo da ćemo kroz Program oporavka i otpornosti omogućiti određeni tip potpora medijima.

■ Kad govorite o "kvalitetnom novinarstvu", što pod tim razumijevate?

- Znamo definiciju, kvalitetno i objektivno novinarstvo je ono koje slijedi najviše standarde novinarske profesije i etike, profesionalno i odgovorno. Prošle godine smo kao pilot-projekt putem Vijeća za električne medije prvi put raspisali natje-



## Moramo osigurati opstanak većeg broja dnevnih novina, magazina i specijaliziranih časopisa jer je to preduvjet za postojanje pluralne scene tiskanih medija

čaje za profesionalno i kvalitetno novinarstvo. Taj instrument namijenjen je autora, a stimulira se vrhunsko novinarstvo, uključujući kompleksnije novinarske forme.

■ U Saboru je pred drugim čitanjem novi Zakon o električnim medijima. Kako se suprotstaviti govoru mržnje u medijima, pogotovo na internetu? Kako komentirate jednu od najčešćih primjedbi na Prijedlog Zakona da se njime gotovo sva odgovornost prebacuje na nakladnike?

- Već neko vrijeme pokušavamo demantirati takve teze koje su plasirane u javnosti. Odgovornost izdavača je postojala i do sada – ona izvire iz Zakona o medijima i Zakona o električnim medijima. Nakladnik svakog električnog medija odgovoran je za sadržaj – dakle na isti način nakladnik radija, televizije ili električne publikaci-

je, odnosno portala. Evropska direktiva s kojom se ovaj Zakon uskladjuje eksplicitno uvodi odgovornost nakladnika za sadržaje koji se generiraju na uslugu na zahtjev. I to je logično jer kao nakladnik vi monetizirate – dakle nudite oglašivačima cijeli svog sadržaja – kako onaj sadržaj koji stvaraju novinari, tako i one sadržaje koje generiraju korisnici – dakle komentare.

Ovaj načrt Zakona predviđa sankciju – ne novčanu, kako se nameće u javnosti – za one sadržaje koje generiraju korisnici, a

koji predstavljaju teška kršenja Kaznenog zakona: dječja pornografija, sprečavanje zaštite maloljetnika, širenje ksenofobnih, rasističkih, fašističkih teza, poziv na mržnju, na zločin... to su sve teška kaznena djela. S nakladnicima razgovaramo oko metode koju bi preuzezeli za uklanjanje ili one-mogućavanje takvih sadržaja. Primjera je puno kako to rade mediji u drugim državama. Može se na ekranu vidjeti anonimni komentar na tekst, ali je preduvjet za objavu komentara registracija, uključujući provjeru identiteta. Može se utvrditi određeno razdoblje u kojem ste dužni takav sadržaj ukloniti, recimo do 72 sata. Postoje portalni koji se odlučuju moderirati komentare, ne kroz angažman administratora koji uklanjuju komentare, nego kroz angažman ljudi koji poput nekadašnjih urednika objavljaju pisma čitatelja. Urednik pisama birao je koje će pismo objaviti kao relevantno. Zajedno s nakladnicima odabrat ćemo za hrvatske prilike najprimjerenu metodu. Generalno, postoji suglasje u javnosti da govor mržnje treba suzbijati, a najbolje se suzbija sustavnim poticanjem medijske pismenosti.

■ Problem je što svako ograničavanje

slobode na internetu udara na samu

bit interneta kao najotvoreniјeg i

najdemokratičnijeg medija.

Društvene mreže nisu predmet medijskih zakona – dakle ne govorimo o ograničavanju interneta. Ali električne publikacije su medij kao i vaš ukoričeni magazin za koji ste odgovorni jednakako kao urednik ili voditelj na radiju ili televiziji, koji je u izravnom kontaktu sa slušateljem ili gle-

## Mi smo najbliži odluci da idemo prema subvencioniranju preplate, ali dogovorili smo se s predstvincima nakladnika da nam daju zajednički prijedlog

Na tiskane medije posebno je nepovoljno djelovalo zatvaranje jer se otkazuju preplate u ugostiteljskim i drugim objektima

dateljem dužan prekinuti kad osoba počinje izgovarati nešto što bi bilo kvalificirano kao govor mržnje. Ista je odgovornost i električnih publikacija. To je doseg demokratskog društva, posebno ako se ugrožavaju ranjive ili manjinske skupine. Neistinita je teza da će Zakon dovesti do cenzure i sankcioniranja onih koji kritički govore ili se izruguju političarima. Toga u načrtu zakona nema.

■ Bilo je više od 600 primjedaba na Prijedlog Zakona. Što je od njih prihvaćeno?

- Uvijek pozivam na javnu raspravu i smatram da je dobro kad javnost reagira komentarima – tome i služi javna rasprava. Od tih, kako kažete, 600 komentara mnogi su bili istog ili sličnog sadržaja. Sve ono što je unapredovalo Zakon i što nije u suprotnosti s Direktivom usvojili smo već za prvo čitanje, a nove još možemo ugraditi za drugo čitanje u Saboru.

■ Kad bi taj zakon mogao biti na dnevnom redu Sabora?

- Morao bi biti relativno brzo jer je rok za uskladivanje s Direktivom EU prošao još u rujnu lanske godine, ali većina država zbog pandemije kasni. Očekujem da će krajem ožujka konačni prijedlog biti pred Vladom.

■ Kako komentirate primjedbe Udruge novinskih izdavača zbog drakonskih kazni, proširivanja zone odgovornosti na više od 100 prekršaja i ostavljanje mogućnosti za arbitarno tumačenje pojedinih odredaba?

- To je još jedna od teza koja, jednostav-

no, nije istinita. Visina kazni se nije mijenjala od 2003. godine do danas. Broj prekršaja za koje je predviđena kazna manji je nego u važećem zakon, samo što su pisani na drugačiji način. Nijedna kazna nije povećana i nijedna nova nije uvedena. Upravo suprotno, sa 108 smanjili smo na 104 prekršaja. Osnovni princip rada Vijeća za električne medije nije kažnjavanje. Oni najčešće izriču opomene. Sve zajedno oni godišnje ne izreknu više od 40-ak kazni i opomena. A nijednu kaznu veću od 100.000 kuna ne može izreći Vijeće za električne medije. Njih utvrđuje sud. Ovaj zakon nije osmišljen da bi se kažnjavalo urednike ili nakladnike. Uvijek ističem nužnost korekulacije i samoregulacije i zato su važne primjedbe medija i strukovnih organizacija.

■ Evo, iz Hrvatskog novinarskog društva prigovorili su da je najprije trebalo donijeti krovni Zakon o medijima i njime definirati medijsku politiku. Kad se može očekivati novi Zakon o medijima?

- Zakon o električnim medijima morali smo donijeti zato što on ima svoju dinamiku uskladivanja s europskim propisima. Mislim da je postojeći krovni Zakon o medijima dobar – treba ga unaprijediti i prilagoditi današnjem vremenu i razvoju tehnologije, ali Zakon je dobar. Postoje stručnjaci koji misle da treba napisati potpuno nov zakon, ali i drugi koji traže samo minimalnu doradu. Pokrenuli smo prethodne konsultacije o Zakonu o medijima. Prvi put smo upotrijebili takav instrument i pozvali ključne dijone, udruge izdavača, novinarsko društvo i stručnjake koji prate medije da nam pošalju svoje mišljenje o tome što u važećem Zakonu o medijima treba mijenjati. Početkom ožujka formirat će se radna skupina za taj zakon, a predviđeno je da Načrt zakona bude upućen Saboru u četvrtom kvartalu ove godine.

■ Komercijalne televizije boje se poskupljenja produkcije zbog obaveze da 50 posto programa bude domaće proizvodnje i zbog obaveze da imaju pet posto udjela neovisnih produkcija u programu. Je li to udar na komercijalne televizije?

- Osnovne kvote su uredene europskom direktivom, a svaka država članica želi da i komercijalni nakladnici koji djeluju na njoj teritoriju imaju kvalitetan europski sadržaj. Unutar toga mogu se definirati sadržaji na hrvatskom jeziku. Kvota od pet posto za neovisnu produkciju je definirana, ali

uvažavamo postojeću situaciju i predviđeli smo odgodni učinak tako da će početna njihova obaveza biti dva posto, a poslije će se postupno povećavati. Interes hrvatske javnosti i hrvatskih kreativnih industrija je da televizije koje djeluju u Hrvatskoj ulažu u proizvodnju kvalitetnog sadržaja. Obvezu HRT-a su puno veće, minimalno 15 posto s ciljem dodatnog povećanja. Treba razumjeti da su te kvote uvijek instruktivne. Kad pogledate uspješne nakladnike u Europi, bez obzira na to bili oni javni ili komercijalni, oni koji proizvode kvalitetan sadržaj najčešće imaju puno viši udio neovisne produkcije od onoga definiranog kvotom. Ti isti nakladnici koji djeluju u Hrvatskoj takvu obavezu u drugim državama u kojima djeluju uopće ne dovode u pitanje. Vjerujem da će na kraju i oni biti zadovoljni što mogu doprinosisi proizvodnji kvalitetnog sadržaja.

■ Do zadnjih parlamentarnih izbora mediji u Hrvatskoj nisu imali svoje ministarstvo, barem po nazivu. Sad imamo Ministarstvo za kulturu i medije. Kako biste rekapitulirali ovaj početni period?

- I prije nego što je došlo do promjene u imenu ovo je Ministarstvo bilo zaduženo za medije. Bilo je dosta zahtjeva struke da se i mediji spomenu u naslovu ministarstva. Pred nama je razdoblje implementacije važnih strateških dokumenata Europske unije zbog konvergencije i digitalizacije medija u kojem će se još brže uskladivati medijske politike i zakonodavstvo. Sada smo prvi put u okviru Ministarstva formirali i Upravu za medije i kreativne industrije kojoj je prvenstveni cilj pomaganje u razvoju pluralnih, ali ekonomski održivih medija.

■ Gospoda Jasna Fila Vaniček nedavno je imenovana za ravnateljicu Uprave za medije. Koji će biti prioriteti rada te Uprave?

- Ona će naruže suradivati s državnim tajnikom Krešimirom Partlom, a posla, nakon donošenja Nacionalne razvojne strategije, ima jako puno. Pred nama je donošenje Nacionalne strategije za kulturu i medije, pripremamo Plan oporavka i otpornosti i visegodišnji finansijski okvir, ali i Zakon o medijima. A na početku razgovora rekli smo da je potrebno detaljno analizirati stanje i posljedice ove pandemijske krize na medijski sektor. Ministarstvo je imalo potrebu povećati svoje kapacitete i zaapsorpciju dostupnih finansijskih sredstava iz europskih fondova.