

IZVJEŠĆE O PROVEDENOM SAVJETOVANJU SA ZAJINTERESIRANOM JAVNOŠĆU

Naslov dokumenta	Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima	
Stvaratelj dokumenta, tijelo koje provodi savjetovanje	zajednica zainteresiranih neprofitnih medija, Ministarstvo kulture	
Svrha dokumenta	Predloženim Programom provest će se Mjera 13. – poboljšati uvjete za djelovanje neprofitnih medija – Nacionalne strategije stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva od 2012. do 2016. godine i intenzivirati rad na provedbi odredbe Zakona o medijima (NN 59/04) koja Republiku Hrvatsku obavezuje na poticanje “novih tiskanih medija, osobito lokalnih i neprofitnih medija, te medija nevladinih udruga” (članak 5, stavak 2: alineja 11.	
Koji su predstavnici zainteresirane javnosti bili uključeni u postupak izrade odnosno u rad stručne radne skupine za izradu nacrtu?	Nacrt Programa dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima rezultat je kooperativnog rada svih zainteresiranih predstavnika neprofitnih medija, medijskih radnika, aktivista civilnog društva i pripadnika akademske zajednice iz cijele zemlje.	
Je li nacrt bio objavljen na internetskim stranicama ili na drugi odgovarajući način?		<i>Internetska stranice Vlade</i>
	X	<i>Internetske stranice tijela nadležnog za izradu nacrtu stranice</i>
	X	<i>Neke druge internetske stranice (prethodne, radne verzije nacrtu dopunjavale su se putem rasprave na mailing listi neprofitni@googlegroups.hr kojoj su mogli pristupiti svi zainteresirani)</i>
	Nacrt Programa objavljen je na mrežnim stranicama Ministarstva kulture 23. travnja, a savjetovanje je potrajalo do 7. svibnja 2013. godine.	
Ako jest, kada je nacrt objavljen, na kojoj internetskoj stranici i koliko je vremena ostavljeno za savjetovanje? Ako nije, zašto?		
Koji su predstavnici zainteresirane javnosti dostavili svoja očitovanja?	<p>Očitovanja su dostavili:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nora Krstulović, urednica neprofitnog medija Teatar.hr - Marko Matijević – www.srednja.hr - Info zona i Zajednica informativnih centara za mlade u Hrvatskoj - Jelena Kovačić, portal Klinfo.hr - Mladen Malik, eZadar.hr - Secret Zagreb Walks blog, www.secret-zagreb.com - Marina Franolić, portal Pogledaj.to - Ivan Kralj, Kupus.net - Kurziv – Platforma za pitanja kulture, medija i društva - Moderna vremena Info d.o.o. 	

ANALIZA DOSTAVLJENIH PRIMJEDBI	
Primjedbe koje su prihvaćene	
Trebalo bi povećati broj mogućih bodova prema kriterijima za istinitost informacija i količinu sadržaja vlastite proizvodnje.	Broj bodova prema kriterijima za istinitost informacija i količinu sadržaja vlastite proizvodnje povećan je s 8 na 12.
Predlagatelj mora zauzeti jasan stav želi li ovim natječajem financirati i neprofitne medije koji su specijalizirani za jedno ili manji broj tematskih područja.	Afirmacija specijaliziranih medija jasno je izražena već u ciljevima Programa. Dodatno, precizirano je da će se uvažavati opće, specijalizirane i nove medijske projekte i raznolikost tehnoloških platformi putem sljedećih općih kriterija tako da budu zastupljeni: <ul style="list-style-type: none"> - najmanje tri korisnika iz kategorije općih medija - najmanje tri korisnika iz kategorije specijaliziranih medija - najmanje tri korisnika iz kategorije novih medijskih projekata - najmanje jedan internetski portal - najmanje jedan tiskani medij - najmanje jedan televizijski medij (televizijska postaja ili proizvođač programa) - najmanje jedan radijski medij (radijska postaja ili proizvođač programa).
Redakcijska demokracija ne bi trebala biti kriterij za ocjenjivanje, nego uvjet za prijavu.	Primjedba je djelomično prihvaćena, pa je statut medija jedan od uvjeta za prijavu u drugom krugu Javnog poziva. Međutim, statut može na različite načine urediti sudjelovanje redakcije u izboru glavnih urednika. Moguće je, recimo, da mišljenje novinara bude savjetodavno, ili obvezujuće, o prijedlogu uprave, ali je isto tako moguće da novinarka i novinari sami predlažu i biraju urednice odnosno urednike. Prema tome, redakcijska demokracija ipak treba biti predmetom ocjenjivanja, je li veća ili manja.
Primjedbe koje nisu prihvaćene	Razlozi
Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima ne bi se trebao odnositi na neprofitne medije, nego bi trebao omogućiti aplikaciju također i trgovačkim društvima odnosno medijskim poduzetnicima.	Program dodjele bespovratnih sredstava neprofitnim medijima proizlazi iz Državnog proračuna Republike Hrvatske (NN139/12), gdje su bespovratna sredstva ovoga programa planirana na poziciji "A 781 008 – neprofitni mediji". Budući da je Državni proračun usvojen u Hrvatskom saboru, njegove stavke se ne mogu mijenjati u javnoj raspravi o ovom pitanju. Temeljem Uredbe Vlade Republike Hrvatske o kriterijima za utvrđivanje korisnika i načinu raspodjele dijela prihoda od igara na sreću za 2013. godinu (NN 144/12) dodjela navedenih sredstava za neprofitne medije povjerava se Ministarstvu kulture. To proizlazi već iz Nacionalne strategije stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva od 2012. do 2016. godine, o kojoj je javna rasprava provedena u svibnju 2012. godine, a koja Ministarstvo kulture obvezuje na provedbu Mjere 13. – poboljšati uvjete za djelovanje neprofitnih medija. Respektirajući doprinos medijskih poduzetnika javnom informiranju, posebno u često zanemarenoj sferi umjetnosti i kulturnih industrija, ovaj program se ipak odnosi na neprofitne medije, dok Ministarstvo kulture i druga javna tijela raspolažu različitim programima poticanja javne komunikacije na koje mogu aplicirati i trgovačka društva.

Neprofitnim medijima bi se trebali smatrati i mediji izdavača koji nije registriran kao neprofitna organizacija.

Odredba Programa da korisnici bespovratnih sredstava mogu biti "neprofitni mediji upisani u Registar neprofitnih organizacija kod Ministarstva financija" proširena je tako da korisnici mogu biti i drugi neprofitni mediji, pod uvjetom da ne ekstrahiraju dobit, odnosno profit. U Zakonu o elektroničkim medijima (NN 153/09, 84/11) određeno je da neprofitni mediji mogu biti "obrazovne i manjinske ustanove, studentske udruge, školske udruge te udruge građana i druge nevladine udruge s **pravnom osobnošću**" (članak 48: stavak 2), a "dobit smiju koristiti samo za unapređenje i razvoj vlastite djelatnosti" (članak 48: stavak 3), što znači sav eventualni višak prihoda u odnosu na rashode mora biti utrošen za "zadovoljavanje informativnih, obrazovnih, znanstvenih, stručnih, umjetničkih i kulturnih" komunikacijskih potreba javnosti (članak 48: stavak 2). Pritom plaće i naknade u neprofitnim medijima ne mogu premašiti iznos propisan za javne ustanove koje se financiraju iz državnog proračuna (članak 48: stavak 4). Dok se konstitutivna određenja javne komunikacijske funkcije preciznije razrađuju u tekstu Obrazloženja programa, iz navedene zakonske norme proizlaze tri momenta koji pravno i financijski određuju neprofitne medije: neprofitni medij je pravna osoba (postavlja se jednakost između npr. novina i npr. udruge koja ih objavljuje), neprofitni medij ne iskazuje dobit, a plaće su limitirane.

S druge strane, prema Zakonu o trgovačkim društvima (NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 152/11, 111/12, 144/12, 68/13), trgovačko društvo je "pravna ili fizička osoba koja samostalno trajno obavlja gospodarsku djelatnost radi ostvarivanja dobiti proizvodnjom, prometom robe ili pružanjem usluga na tržištu" (članak 1: stavak 1). Prema tome, ako trgovačko društvo – na primjer među ostalim gospodarskim djelatnostima posvećenim stjecanju dobiti – posjeduje i neki medij koji smatra neprofitnim (jer je, recimo, posvećen javnoj komunikaciji, na koju troši sve prihode tog medija), onda bi to društvo isti medij, želi li da ga se i u smislu pravno-financijske norme smatra neprofitnim, trebalo izdvojiti u zasebnu neprofitnu pravnu osobu. U protivnom bi tijelima zaduženim za provedbu propisa bilo nemoguće utvrditi poštuju li se; ne bi bilo jasno koriste li se resursi "neprofitnog" medija i za druge gospodarske djelatnosti tog društva. To ne podrazumijeva jednakost "jedan neprofitni medij – jedna udruga". Neka organizacija može objavljivati i više neprofitnih medija: ako je ona neprofitna (udruga ili ustanova), onda su i svi njeni mediji neprofitni. Toliko o pravnoj i financijskoj normi koja, da bi se mogla primjenjivati, mora biti egzaktna. Što se tiče funkcijskog određenja neprofitnih medija, u smislu posvećenosti javnom komunikacijskom dobru, ono proizlazi iz razumijevanja motiva da se medijski radnici bave javnom komunikacijom. Ako njihov motiv nije profit, onda je to, očigledno, potreba za obavljanjem javne komunikacijske funkcije, potreba da nešto kažu, posebno ono što u postojećem medijskom prostoru nije rečeno, ili barem nije rečeno na "njihov" način i u njihovo ime. Takva definicija neprofitnih medija, naravno, ne isključuje mogućnost da je i medijskim poduzetnicima jedan od motiva upravo javno interes.

<p>Javnosti ne bi trebalo omogućiti da odlučuje o dodjeli bespovratnih sredstava novinarkama i novinarima u sklopu Pilot-programa javne nabave novinarskih radova. Javna nabava je jedini poticaj medijima da dosegnu do šire publike.</p>	<p>Pilot-program javne nabave novinarskih radova sastoji se u tome da novinarka i novinari predlože teme, a da zainteresirana javnost glasuje o kojima od njih želi čitati, gledati odnosno slušati. Uvjet za prijavu je pismo namjere neprofitnog medija da novinarski rad objavi i prenese bespovratna sredstva autorici odnosno autoru. Tako se urednička funkcija ne dovodi u pitanje, a prijave su anonimne, pod šifrom, kako bi se osigurao fokus na teme i pristupe koji u medijskom prostoru nedostaju, a ne osobe. Po provedenoj javnoj raspravi, glasovanje će biti organizirano putem interneta kako bi se izbjeglo da njegovi troškovi budu viši od sredstava koja se dodjeljuju, a načelo "jedan OIB – jedan glas" jamči dovoljnu sigurnost glasovanja od zloupotreba.</p> <p>Ciljevi ovog Pilot-programa su: (1) da se zainteresiranoj javnosti omogući sudjelovanje u sastavljanju medijskog dnevnog reda, (2) da se u odlučivanje o dodjeli javnih sredstava medijima uključe oni čija su ta sredstva, (3) da se proširi krug publike neprofitnih medija i pritom (4) novinarkama i novinarima, sve češće nezaposlenima ili slabo plaćenima, omogući bavljenje temama iz domene istraživačkog novinarstva koje iz različitih razloga u medijima uglavnom ostaju prešućene.</p> <p>Poticaj neprofitnim medijima da prošire svoje publike izražen je putem kriterija dosega.</p>
<p>Izveštavanje tijekom realizacije Programa bi trebalo biti manje učestalo do tromjesečnog.</p>	<p>Ukoliko se narativni i financijski izvještaj o realizaciji Programa sastavljaju svaka tri mjeseca, izrada završnog izvještaja će na kraju razdoblja korištenja sredstava biti lakša, a ne teža. Osim toga, članovi Povjerenstva za neprofitne medije će aktivno sudjelovati i pomagati u sastavljanju izvještaja, kako bi se osiguralo kvalitetnije praćenje i vrednovanje provedbe Programa, te njegove pravovremene korekcije ukoliko se ukaže potrebnim. Nedostatak takvih mehanizama je uobičajena boljka provedbe mnogih javnih politika koja se aktivnijim izvještavanjem i vrednovanjem želi otkloniti. Povjerenstvo niti Ministarstvo kulture pritom se ni na koji način ne mogu miješati u uređivanje medija.</p>
<p>"Mainstream" mediji nisu definirani.</p>	<p>Procjena otklona neprofitnih medija od dominantnog medijskog prikaza zadaća je članica i članova Povjerenstva za neprofitne medije.</p>
<p>Kriterij doprinosa afirmaciji ljudskih prava diskvalificira medije koji se bave knjigom, glazbom ili kazalištem.</p>	<p>Pravo na obrazovanje i sudjelovanje u umjetničkoj komunikaciji je jedno od temeljnih ljudskih prava, izraženo u mnogobrojnim deklaracijama ljudskih prava. Tako se, na primjer, u članku 15. Međunarodne povelje o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima (UN, 1966) navodi da svatko ima "pravo na sudjelovanje u kulturnom životu i dobiti znanosti i umjetnosti".</p>
<p>Nije precizirana razlika između medijske "denuncijacije" i "watchdog" funkcije medija.</p>	<p>Jedno od osnovnih obilježja kritičkih određenja medija kao javnog dobra je ispunjavanje nadzora ekonomski i politički moćnih. Nedostatak te funkcije se, nažalost, često slabo maskira denuncijacijskim bavljenjem privatnim životima javnih osoba. Tako publike – umjesto nadzora moguće loše politike – u medijima ponekad mogu pratiti tek vijesti o eventualnom lošem ukusu pojedinog političara za odabir odjeće. Takva vrsta tabloidne denuncijacije može prikriti važne probleme, a njeno razlikovanje od stvarne nadzorne funkcije zadaća je Povjerenstva.</p>

<p>Kriterij informativne "širine" informacija ne ide na ruku specijaliziranim medijima, a za kriterij kontekstualne "dubine" je predviđen manji broj bodova nego za kriterij dosega do publika. Raznolikost formi i žanrova se ne bi trebala ocjenjivati.</p>	<p>Brojevi bodova uz pojedine kriterije rezultat su javne rasprave zainteresiranih. Tijekom te rasprave se veći broj prijedloga odnosio na povećanje broja bodova za doseg, iako ga je, izuzev internetskim i tiskanim medijima, teško mjeriti. Kriteriji širine informativnog spektra i analitičkog obuhvata pozadine informacija su komplementarni, a razrada čak 15 različitih kriterija i mnogobrojnih indikatora svjedoči o tome da bilo koji medij teško može biti "diskvalificiran": onaj medij koji eventualno od ocjenjivača dobije manji broj bodova prema jednom kriteriju, može biti veoma dobro ocijenjen prema nekim drugima; u tome je i smisao razrade kriterija.</p>
<p>Istinitost informacija ne bi trebala biti kriterij za ocjenjivanje, nego bi se mediji koji objave neistinitu informaciju trebali diskvalificirati.</p>	<p>Cilj programa ni u kojem slučaju nije podrška medijima koji intencionalno objavljuju lažne informacije, nego obratno, podrška onim medijima koji omogućuju publikama da razluče istine od laži. Uspjeh u tome ovisi i o naporima koje redakcije ulažu u provjeru informacija iz različitih izvora, što se ocjenjuje putem ovog kriterija.</p>
<p>Iz kriterija vrednovanja količine vlastite proizvodnje proizlazi stimulacija medijima koji je imaju malo ili uopće nemaju.</p>	<p>Upravo suprotno, ovaj kriterij je poticaj medijima da više sredstava ulažu u proizvodnju originalnih, vlastitih sadržaja.</p>
<p>Objašnjenje uz kriterij koji se odnosi na oblikovanje i opremu sadržaja nije jasno.</p>	<p>Indikatori za ovaj kriterij upućuju na ocjenjivanje je redakcijska oprema u skladu sa sadržajem te unose li oprema i oblikovanje inovacije u komunikaciji, što je tradicionalno bilo jedno od glavnih obilježja medija trećeg sektora, još od vremena tzv. omladinskog tiska. Također se procjenjuje tehnički kvalitet zvuka, slike, itd.</p>
<p>Ocjenjuje se usklađenost teksta s jezičnim standardima, iako u Hrvatskoj ne postoji jedinstveni pravopis.</p>	<p>Inicijativa za donošenje jedinstvenog pravopisa je u tijeku, no i bez njega je moguće procijeniti jezičnu kompetenciju autora i lektora s obzirom na to pridržavaju li se dosljedno odabrane norme, ili ih miješaju i zanemaruju.</p>

<p>Nije jasna formulacija "slobodna distribucija sadržaja".</p>	<p>Tijekom javne rasprave o ciljevima, pravilima i kriterijima ovoga Programa konsenzualno je utvrđeno da je besplatna dostupnost i mogućnost prenošenja sadržaja po određenim uvjetima Programom trebalo uvjetovati. To je propisano na sljedeći način: korisnici bespovratnih sredstava dužni su omogućiti u određenom roku koji se precizira u daljnjem tekstu, besplatnu javnu dostupnost, korištenje i prenošenje, uz jasno navođenje izvora ("dozvoljeno prenošenje sadržaja uz objavu izvora i autora/ice") ili postojećih mogućnosti alternativnog sustava licenciranja u digitalnom okruženju svih sadržaja medija.</p> <p>Internetski mediji: otvoren i slobodan pristup svim informacijama koje internetski medij nudi. Osiguravanje mogućnosti slobodnog korištenja i daljnje nekomercijalne distribucije sadržaja proizvedenih za portal.</p> <p>Tiskani mediji: javna dostupnost i mogućnost daljnje nekomercijalne distribucije cjelokupnog sadržaja izdanja (broja) tiskanog medija na internetu najkasnije 48 sati po objavljivanju sljedećeg broja.</p> <p>Televizijski i radijski sadržaj: javna dostupnost i mogućnost daljnje nekomercijalne distribucije svih radijskih i televizijskih sadržaja na internetu 7 dana poslije premijernog emitiranja. Iznimno, proizvođači televizijskog odnosno radijskog programa mogu zatražiti odobrenje za produljenje razdoblja festivalske i komercijalne eksploatacije od najviše godinu, a po isteku odobrenog roka sadržaji trebaju biti besplatno dostupni.</p>
<p>Redakcijska demokracija nije poželjan kriterij.</p>	<p>Sudjelovanje novinara i autora u izboru glavnih urednika određeno statutom medija obavezno je prema članku 26. Zakona o medijima (NN 59/04, NN 84/11).</p>
<p>Prostorni, tehnički i financijski kapaciteti medija nisu poželjan kriterij.</p>	<p>Veličina prostora i drugih resursa kojima neka redakcija raspolaže i nisu kriterij za ocjenjivanje u ovom Programu.</p>
<p>Autori blogova bi se također trebali moći prijaviti za bespovratna sredstva u ovom Programu.</p>	<p>Prema pravilima Vladnog ureda za udruge, za bespovratna sredstva od igara na sreću ne mogu aplicirati fizičke osobe, tako da se blogovi mogu prijaviti na Javni poziv koji će prema ovom Programu biti objavljen tako da vlastite radove, prema propozicijama, prijave na Pilot-program javne nabave novinarskih radova, ili u slučaju da su pravne osobe (udruge ili ustanove).</p>
<p>Indikatori u kriterijima koji se odnose na kut gledanja i utjecaj su podložni subjektivnoj procjeni.</p>	<p>Mnogi indikatori su doista podložni subjektivnoj procjeni članice ili člana Povjerenstva. Unatoč pokušajima da se podloga za ocjenjivanje učini što objektivnijom, kvantifikacija kriterija ocjenjivanja medija nije se pokazala mogućom.</p>

Potrebno je jasno odrediti koji su marginalizirani društveni subjekti koji se navode u kriteriju doprinosa pluralizmu društvenih subjekata, a ocjenjivanje bodovima je neprimjereno. Potrebno je odrediti tematske prioritete, a među njima posebno mjesto trebaju zauzimati teme od interesa mladih.	<p>Određivanje prioriteta za financiranje od strane ugovornog tijela moglo bi se smatrati ograničavanjem medijskih sloboda. Odabir prioretnih društvenih skupina koje mediji reprezentiraju, a tako i tema od njihova interesa stvar je uredničke koncepcije pojedinih medija u koju se država ne bi trebala miješati. Kriteriji ovog Programa koncipirani su tako da pozitivno vrednuju sve teme i subjekte u dominantnom medijskom prikazu slabije ili nikako zastupljene.</p> <p>Mladi, a tako i teme od interesa mladih, poprilično su nehomogene. Iako visoka stopa nezaposlenosti mlade populacije zasigurno jest zajednički problem, i to ne samo mladih, mladi se prema svom socijalnom, obrazovnom i geografskom položaju veoma razlikuju.</p>
Potrebno je odrediti jasnu normu broja tekstova ili minuta koju medij može ostvariti.	Mogućnosti opsega proizvodnje ovise o resursima, a veći opseg originalnog medijskog sadržaja se stimulira odgovarajućim kriterijem.
Trebalo bi izostaviti kriterij dosega, dostupnosti i utjecaja medija u prvoj godini Programa.	Tijekom javne rasprave suprotstavljeni su bili stavovi za i protiv ovoga kriterija. Dok su jedni sudionici bili za izostavljanje ovog kriterija, drugi su smatrali da bi prema tom kriteriju trebalo dodjeljivati kudikamo veći broj bodova, tako da je kriterij zadržan, ali se broj bodova nije povećao.
Medijima koji postoje dulje od tri godine treba dodijeliti dodatne bodove.	Osnivanje novih neprofitnih medija jedan je od ciljeva ovog Programa i temeljnih pretpostavki pluralizma medija. Ukoliko bi program isključivao nove medijske inicijative, mogući dugoročni učinak bi bila reprodukcija postojećeg stanja, što je suprotno društvenoj ulozi trećeg medijskog sektora.
Broj radnika ne bi trebao biti kriterij za ocjenjivanje medija.	Poticaj zapošljavanju, odnosno profesionalizaciji novinarskog rada u sektoru je jedan od ciljeva ovog Programa.
Nekorektno je zanemariti utjecaj medija na poticanje samoorganiziranja građana, održavanja javnih rasprava, pokretanje postupaka, reakciju vlasti.	Suradnja neprofitnih medija u različitim društvenim aktivnostima izrijeком se navodi u obrazloženju kriterija koji se odnosi na doseg, dostupnost i utjecaj medija.
Troškovi provedenog savjetovanja	Izvan redovnih aktivnosti Ministarstva kulture, troškova nije bilo.