



u očekivanju medijske strategije ...

Kritički glasovi za integritet medija

—

u očekivanju medijske strategije

Izdavač:

Kuća ljudskih prava Zagreb
Selska cesta 112a/c
10000 Zagreb

Za izdavača:

Milana Romić

Dizajn i prijelom:

Mladen Katanić



Projekt i e-publikacija realizirani su zahvaljujući financijskoj potpori regionalne inicijative South East European Media Observatory financirane od strane Instrumenta Europske Unije za predpristupnu pomoć (IPA), Civil Society Facility (CSF) programa. Stavovi izraženi u ovoj publikaciji ne odražavaju nužno stavove Europske Komisije.

SEE Media Observatory: Zašto nadgledati medije u jugoistočnoj Europi?¹

Današnje novinarstvo na Balkanu funkcionira više kao produžetak politike nego kao zastupanje javnog mnijenja te znatan dio medija nastavlja biti kontroliran od strane moćnih političkih skupina.

South East European Media Observatory je regionalna inicijativa i partnerstvo organizacija civilnog društva koje za cilj imaju rješavanje prepreka u demokratskom razvoju medijskih sustava.

Već više od desetljeća organizacije civilnog društva spojene u Mrežu za profesionalizaciju medija u jugoistočnoj Europi (SEENPM) rade na promociji i zaštiti vrijednosti slobodnih, neovisnih i odgovornih medija u vlastitim zemljama te na regionalnoj razini. Neke od njih, poput Albanskog medijskog instituta, Mediacentra Sarajevo, Novosadske novinarske škole ili Centra za neovisno novinarstvo iz Budimpešte, bile su dio tih nastojanja od sredine 1990-ih.

Pred kraj 2012., inicijativa koja je uključivala sedam članica Mreže za profesionalizaciju medija u jugoistočnoj Europi, stekla je potporu Europske komisije s ciljem rješavanja trenutnih problema vezanih za slobodu medija i pluralizam u regiji.

„Današnje novinarstvo na Balkanu funkcionira više kao produžetak politike nego kao zastupanje javnog mnijenja te znatan dio medija nastavlja biti kontroliran od strane moćnih političkih skupina“, rekao je Remzi Lani, direktor Albanskog medijskog instituta.

South East European Media Observatory je regionalna inicijativa i partnerstvo organizacija civilnog društva koja za cilj ima rješavanje prepreka u demokratskom razvoju medijskih sustava pružajući regionalne instrumente za istraživanje i nadzor medija te potporu istraživačkom novinarstvu i civilnodruštvenom angažmanu. Inicijativa također pruža regionalni okvir za debate, savjetovanja i koalicije među ključnim dionicima, nastojeći informirati te utjecati na procese u reformi medija.

1 Članak je u engleskoj verziji objavljen na web stranici <http://mediaobservatory.net>. Hrvatski prijevod nastao je u sklopu projekta Raising critical voices for media integrity kojeg provodi Kuća ljudskih prava Zagreb.

SEE Media Observatory posebno se bavi problemima integriteta medija i novinarstva u regiji, fokusirajući se na obrasce vezane za vlasništvo nad medijima i financije u medijima.

U 2013. i 2014. SEEMO se koncentrirao na pitanja medijskog integriteta u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Makedoniji i Srbiji.

SEE Media Observatory bavi se rješavanjem problema identificiranih kroz nacionalna i regionalna istraživanja, monitoringom i debatama organiziranim u prošlom desetljeću od strane mreže SEENPM i ostalih aktera, a sve naglašava u izvješćima i diskusijama o slobodi medija u regiji.

Integritet medija

SEEMO koristi pojam „integriteta medija“ kako bi opisao cijeli niz pokazatelja kvalitete medijskog sektora koji su ključni za služenje javnom interesu i demokratskim procesima. Kako bi se shvatili razmjeri pitanja obuhvaćeni konceptom medijskog integriteta, identificirani su pokazatelji rizika na razini strukture medija te institucija, kao i na razini medijskih sadržaja i prakse. Unutar tog analitičkog okvira, SEEMO istraživanje integriteta medija stavit će poseban naglasak na vlasništvo nad medijima i financije, ali i ispitati položaj novinara.

Istraživanje medijskog integriteta rukovodit će se sljedećim ključnim istraživačkim pitanjima:

Hoće li i na koji način medijski sustavi u zemljama jugoistočne Europe integrirati rizike institucionalne korupcije i političkog klijentelizma? Kako ti rizici utječu na sposobnost medija da služe javnom interesu te imaju demokratsku ulogu? Napose, kako se manifestiraju u četiri područja: razvoju i implementaciji medijskih politika, medijskim strukturama i institucijama (posebno vlasništvu nad medijima, financijama i javnom RTV servisu), te pitanju novinara i medijskih praksi (sadržaja)? Koje se politike, strukture i prakse mogu smatrati „čimbenicima promjene“ u smislu zaštite integriteta medija i unaprjeđenja reformi demokratskih medija?

Primjenom koncepta medijskog integriteta, SEEMO će:

1. **Ispitivati** polje medijskog integriteta kroz istraživanja te istraživačko novinarstvo
2. **Predstavljati** rezultate putem online i tiskanih platformi

3. **Raspravljati** o nalazima zajedno s ključnim dionicima putem online platformi te na javnim događajima na nacionalnoj i regionalnoj razini
4. **Mijenjati** područje – utjecati na medijske reforme kroz zagovaračke aktivnosti organizacija civilnog društva koje su uključene u regionalna partnerstva, ali i kroz druge civilnodruštvene medije koji će primati financijsku potporu za njihove kampanje.

Podrška istraživačkom novinarstvu i civilnom društvu

Dve **sub-granting sheme** bit će osigurane od strane SEEMO-a: u 2013., pet potpora će se dodijeliti timovima istraživačkih novinara, dok će se u 2014. pet potpora dodijeliti organizacijama civilnog društva za aktivnosti usmjerene zaštiti i promicanju integriteta medija.

SEEMO će podupirati istraživačke novinare u otkrivanju korupcije koja narušava pravilno funkcioniranje slobodnih, neovisnih, pluralističkih i održivih medija u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Makedoniji i Srbiji. U suradnji s Guardian Foundation osigurat će i **regionalnu radionicu za istraživačke novinare**.

SEEMO će pokrenuti i nekoliko drugih regionalnih sastanaka čiji je cilj jačanje kapaciteta relevantnih aktera te razmjena znanja i iskustava, kao i javna rasprava o nalazima istraživanja medijskog integriteta te nalazima istraživačkog novinarstva. Uključivat će inicijativu SEEMO za **regionalni sastanak** antikorupcijskih tijela na temu medijskog integriteta.

Web stranica, knjige, rasprave

Regionalna **web stranica SEEMO** služit će kao online platforma za objavljivanje i promociju ideja, dokumenata i izvješća projektnog partnerstva, ali i kao mjesto pokretanja rasprava i razmišljanja od strane drugih sudionika.

Rezultati istraživanja SEEMO-a bit će također objavljeni u **knjigama** u svakoj državi posebno, kao i u jednoj zajedničkoj knjizi.

Ideje, nalazi istraživanja i istraživačkih novinara, kao i preporuke za promjene politike, bit će promovirane kroz **rasprave i zagovaračke akcije** na nacionalnoj, regionalnoj i europskoj razini.

Tko smo mi?

Regionalno partnerstvo uključuje najvažnije i vitalne nacionalne organizacije civilnog društva u pet država koje teže članstvu u EU (Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija i Srbija) te dvije susjedne države članice EU (Mađarska i Slovenija) koje su angažirane u nastojanjima za profesionalizacijom medija i promjenama medijskih politika u vlastitim zemljama. Partneri su: Mirovni Institut, Ljubljana (voditelj projekta); Albanski medijski institut, Tirana; Mediacentar Sarajevo; Centar za istraživačko novinarstvo, Zagreb; Centar za neovisno novinarstvo, Budimpešta; Makedonski institut za medije, Skopje i Novosadska novinarska škola.

Partnerstvo također uključuje organizacije civilnog društva iz dodatne tri zemlje (Kosovo, Crna Gora i Turska) kao promatrače u prvom razdoblju, s planom za proširenje alata i aktivnosti i u ove zemlje u sljedećem razdoblju (2015. i 2016.). U dijelu koji je usmjeren na jačanje istraživačkog novinarstva SEEMO uključuje peer-to-peer podršku Guardianovih istraživačkih i data novinara, kroz Guardian fondaciju, koja je više od deset godina pobornik i partner organizacija civilnog društva povezanih s regionalnom mrežom SEENPM.

SEEMO je finacijski podržan od strane **Instrumenta Europske Unije za predpristupnu pomoć, Civil Society Facility programa.**

U 2013. i 2014. aktivnosti SEEMO-a bile su podržane od strane **Zaklade Otvorenog Društva - Programa za neovisno novinarstvo, Konrad Adenauer Stiftung Media programa za jugoistočnu Europu, Zaklade Otvoreno Društvo Srbija, Ureda za suradnju s civilnim organizacijama unutar Vlade Republike Hrvatske, Vlade Autonomne pokrajine Vojvodine, Odjela za politiku međunarodnog razvoja i suradnje Republike Slovenije i Guardian fondacije.**

Relevantni projekti iz prošlosti:

Prethodna zajednička istraživanja politika i zagovarački projekti SEENPM povezani s radom SEEMO-a uključuju:

- Vlasništvo nad medijima i utjecaj na slobodu i neovisnost medija u postsocijalističkim zemljama jugoistočne i srednje Europe (2003/2004); regionalno istraživanje i zagovarački projekt mapiranja obrazaca vlasništva nad medijima te utjecaja na slobodu i neovisnost u 18 postsocijalističkih zemalja jugoistočne, srednje i istočne Europe. Projekt je bio koordiniran od strane Mirovnog instituta kao člana SEENPM.
- Radni odnosi u medijima u jugoistočnoj Europi (2004); regionalno istraživanje i zagovarački projekt s ciljem otkrivanja problema u radnim odnosima u medijima u regiji.
- Posao etike, etika posla u jugoistočnoj Europi (2005); istraživanje i zagovarački projekt s ciljem otkrivanja dobrih i loših praksi u medijskom poslovanju u regiji.
- Etika i novinarstvo u jugoistočnoj Europi (2006); regionalno istraživanje i zagovaranje s ciljem pružanja komparativne analize novinarske profesije na temelju istraživanja o profesionalnoj etici među novinarima u 6 zemalja regije.
- Sloboda govora u jugoistočnoj Europi – Medijska neovisnost i samoregulacija (2007); komparativni istraživački projekt o samoregulaciji i regulaciji klevete i zaštite izvora u regiji.
- Obrasci političke instrumentalizacije i klijentelizam u medijima u jugoistočnoj Europi (2007); projekt s ciljem istraživanja obrazaca političke instrumentalizacije u medijima u zemljama bivše Jugoslavije kroz proizvodnju kratkih TV reportaža i regionalnih sastanaka dionika. Koordiniran od strane Instituta za mir kao člana SEENPM.
- Profesionalno novinarstvo i samoregulacija: Novi mediji, stare dileme u jugoistočnoj Europi i Turskoj (u suradnji s UNESCO-m, 2011.) itd. Regionalni projekt s ciljem jačanja profesionalnog novinarstva i samoregulacije u regiji, pružajući analizu zemlje i niz nacionalnih i regionalnih rasprava.

Medijska strategija – kritički glasovi

Dugogodišnju šutnju o medijskoj politici, koja nažalost još uvijek nije u potpunosti nestala, na trenutak je poremetila najava donošenja medijske strategije. Ministarstvo kulture osnovalo je i zasebni Odjel za medije koje je zaduženo za izradu strategije. Šutnju je razbio tjednik *Novosti* koji je tijekom ljeta 2014 počeo objavljivati segmente *Radnih materijala za raspravu o medijskog politici*. I dok još uvijek čekamo tekst medijske strategije, možemo osluhnuti dosadašnje kritičke glasove sačinjene od profesora/ica, teoretičara/ki, aktivista/kinja, medijskih djelatnika/ica te onih koji su aktivno sudjelovali u izradi ovog važnog dokumenta.

“Medijska reforma mora biti agresivna. Ključno je uključiti se u medije kako bismo transformirali medije, odnosno moramo ‘upoznati medije, biti mediji, promijeniti medije’. Niti jedna reforma neće naići na odobravanje u medijima, zato moramo biti pragmatični, govoriti razumljivim jezikom, jasnim podacima, ali moramo biti i radikalni. Ako javna televizija i dalje ne ispunjava svoju funkciju, možda nismo bili dovoljno radikalni u mobilizaciji ljudi”.

Des Freedman²

“Takozvana medijska strategija koja hara internetom bila bi politički skandal, samo da itko osim stručne javnosti uopće registrira što radi Ministarstvo kulture. S aspekta struke, fascinatno je već to da se dokument naziva medijska strategija, a zapravo je riječ o novinarstvu. Na političkoj razini, strašna je sramota da neki nedovršeni dokument kola neslužbenim kanalima godinu dana prije parlamentarnih izbora i da ministrica kulture još kaže da se time nanosi velika šteta, jer će dokument biti prepravljn. Dakle, ništa od nekakvog strateškog dokumenta i akcije ove Vlade u odnosu na novinske medije. Sam

2 Miloš, V. (2014) Odnosi moći i iluzije slobode. U: *Kulturpunkt.hr*, 28. Travnja 2014., dostupno na: <http://www.kulturpunkt.hr/content/odnosi-moci-i-iluzije-slobode>

sadržaj na ukupno 308 stranica je posve neprimjeren, a žanrovski je to kompilacija loše imitacije znanstvenog rada, predugog novinarskog izvještaja o novinarstvu i frejminga zasnovanog - uglavnom - na teoriji **Roberta W. McChesneya**. Ukratko, autor ili autori iznose ili prepričavaju kritiku tržišnom pristupu novinarstvu. Taj moment je užasno važan. Zamislite, Ministarstvo kulture je potrošilo tri godine na pisanje jednog neadekvatnog dokumenta koji obilato citira McChesneya i kritizira tržišni pristup novinarstvu, ali je zato ostavilo višemilijunske materijalne tragove izdašne pomoći korporativnom novinarstvu, poput smanjenja PDV-a i toleriranja zloupotrebe novinarskih radničkih prava preko RPO-a. Tamo je lijevo pero prolilo litre tinte na ideološki obračun s novinarskim kapitalistima, dok je desno jednim potezom potpisalo pakt s njima. Neki su filozofi tamo zaključili da nije važno kako će tumačiti medije, nego da se oni ne promijene i toga su se, zaključno s ovim dokumentom, vrlo čvrsto držali.”

Nataša Škaričić³

“Najkonkretniji i najkorektniji je naslov ‘Radni materijali za raspravu o medijskoj politici RH 2015.-2020’.” A sadržaj? Samo još nedostaje vox populi tj. anketa tipa: ‘Izašli smo ispred zgrade Ministarstva kulture i pitali građane što misle o medijima u Hrvatskoj.’ Evo, to je stručna razina ovog teksta. Stil pisanja je potpuno novinarski, a autori ubacuju čak i izjave novinara, npr. - evo što nam **Slavica Lukić**, potpredsjednica HND-a kaže o koncentraciji medijskog tržišta. Ili, u jednoj fusnoti objave golemi paragraf iz teksta **Viktora Ivančića**. Novinarskim tekstovima uopće nije mjesto u dokumentu Ministarstva kulture. Međutim, najviše sam zgrožena nelogičnostima, pa tako dok na početku teksta autori pišu da komercijalni mediji forsirajući građansko novinarstvo uništavaju struku, s čime se apsolutno slažem, u dijelu o HRT-u predlažu da se HRT preustroji u smjeru da građani sudjeluju u stvaranju programa i upravljanja

3 Škaričić, N. (2014) Intervju. Zašto sam napustila novinarstvo. U: H-alter, 4. studenog 2014., dostupno na: <http://www.h-alter.org/vijesti/zasto-sam-napustila-novinarstvo>

HRT-om, što je zagovaranje amaterizma. Dakle, oni koji se tobože “Čvrsto smo uvjereni da u mandatu ove vlade nije bilo ni najmanjeg političkog pritiska na novinarku i novinare Hine.”

“Neki dijelovi pokušavaju glumiti znanstveni tekst pa se navode citati ili prepričavaju dijelovi nekoliko odabranih knjiga i članaka, ali i to je na razini nevještog seminarskog rada studenata prve godine novinarstva. Iz ovog teksta jasno je da autori ne znaju definicije medijske politike i medijske strategije. Tekst ne zadržava fokus na konkretnoj temi nego autori krenu pisati o jednome, a onda imaju stotinu upadica, referiraju se na situacije iz hrvatskog društva koje uopće nemaju veze s medijima ili, pak, na tv seriju Newsroom. Nadalje, podaci koje koriste u grafikonima često nisu čitljivi budući da im nedostaje temeljne metodološke preciznosti, primjerice ne navode veličine uzorka. Nažalost, vidi se da su taj dokument pisale nestručne osobe. Autori se upuštaju u elaboriranje ekonomske situacije i u političku ekonomiju, a očigledno je da ne barataju ekonomskim pojmovima, nego neuspješno intelektualiziraju. Također, često uopće ne navode izvore, nego imaju paušalne ocjene tipa: “mnogi misle”, “većina se slaže”, a čitatelju nije jasno na temelju čega to zaključuju? Nižu gomilu neutemeljenih generalizacija tipa – vlasnici i menadžeri misle ovo, novinari misle ono, a da nisu proveli anketna istraživanja na temelju kojih bi to zaključili. Također, brkaju terminologiju: mediji, platforme, formati, žanrovi... ne rade razliku između ovih termina. Ne kažem da je sve loše, dalo bi se tu izvući možda dvadesetak suvislih kartica teksta i grafikona s vrijednim podacima, ali ni tu ne nalazim izvorna istraživanja, sve je to već negdje objavljeno. Ako je ideja bila objediniti sva postojeća istraživanja medijskog sustava i medijskog tržišta u Hrvatskoj, mogli su zatražiti autore originalnih istraživanja da naprave zajednički sažeti pregled.”

“Prvih 104 stranica teksta zapravo je potpuno nepotrebno, pisano je baš kao za blog. Kasnije u jednom dijelu autori doslovce dociraju i time vrijeđaju čitatelja. Obraćaju mu se s visine koristeći fraze tipa: “Smatrate li” ili “vaši interesi će se poklapati”, „bit ćete slabo informirani“...imaju taj, „mi znamo najbolje“

pristup. Autori pokušavaju biti i duhoviti, što je sasvim neprimjereno dokumentu Ministarstva kulture, pa tako pišu npr: “Linearna televizija se, hvala na pitanju, sasvim solidno drži.”?!

“Ovo nije medijska strategija niti su u ovom dokumentu dane smjernice. Eventualno bi se dalo izvući dvadesetak stranica za raspravu, (dakle, približno koliko najavljuje i ministrica u Opatiji za grand finale, op.a.) ali iz ovog teksta, koji su autori tako dugo radili, pokušati sada napraviti sažetak – ne znam koliko to ima smisla. Jednostavno je od početka trebalo pozvati stručnjake za medijsko pravo, za medijske sustave, za političku ekonomiju, za medijsku politiku, za strategiju, i kvalitetan dokument bi već odavno bio napisan. Ako trebam navesti dobre dijelove - solidan dio dokumenta je analiza rada HINA-e, taj dio teksta je fokusiraniji, daje neke ciljeve i navode se smjernice koje bi mogle ići na javnu raspravu. Ali, opet, autori predlažu da se i HINA financira iz pristojbe, a ne navode koliko bi ta pristojba trebala iznositi, mogu li građani podnijeti povećanje pristojbe? Uopće, dio koji se odnosi na financiranje medija od javnog interesa samo je idejno načrt, kao prijedlog za neku buduću raspravu, nema konkretnih modela koji bi bili primjenjivi u Hrvatskoj“

“Autori izrazito kritiziraju tržišni model, pritom se uglavnom pozivaju na radove **Roberta W. McChesneya**. McChesneya prepričavaju kao da pišu prikaz njegovih radova, a posebno knjigu Bogati mediji, siromašna demokracija, mislim da bi mu trebali platiti autorska prava. Ako su se autori već htjeli upustiti u teorijsku raspravu i kritiku, kojoj, opet ponavljam, nije mjesto u ovakvom dokumentu, trebali su onda pročitati knjige i drugih relevantnih medijskih teoretičara i teoretičarki. Budući da sva citirana literatura pripada istoj ideološkoj liniji - izostala je šira slika i kontekst medijskih sustava te ozbiljna kritika modela razvoja medijskih sustava i medijskih tržišta. Ideološka obojenost teksta meni čak ne bi smetala kada bi bila konstruktivna! Ali ovo je fantaziranje! Zaključci su preopćeniti. “Mi se zalažemo za novinarske slobode!”, Da? I? Pa to je već napisano u deklaracijama i deklaracijama! A onda im se omakne čista politička propaganda, pa tako u poglavlju o HINA-i pišu: “Čvrsto smo uvjereni

da u mandatu ove vlade nije bilo ni najmanjeg političkog pritiska na novinarke i novinare Hine.“ - “Halo? Otkud sad to u dokumentu Ministarstva kulture?”

“Mislim da su prošla vremena kada su se dokumenti potpisivali institucijama. Živimo u društvu u kojem se ne bismo trebali bojati potpisati tekst iza kojeg stojimo. Ako je na ovom dokumentu radilo 30 ljudi, red je da svi budu potpisani. A ovdje niti jedna osoba nije potpisana. Ne razumijem.”

“Je li moguće da se na temelju ovog dokumenta u javnoj raspravi iznjedre konkretne mjere za uspostavu “Iz ovog teksta jasno je da autori ne znaju definicije medijske politike i medijske strategije” održivog sustava javnih, komercijalnih i neprofitnih medija?” Viktorija Car odgovara: “Žao mi je, moj odgovor je NE. Ne postoji temelj za javnu raspravu jer ovo nije solidan dokument od kojeg bismo mogli započeti. Pretpostavljam da je namjera bila dobra, ali izvedba je, na žalost, zaista loša.”

Viktorija Car⁴

“U praktičnom smislu, ovaj je dokument teško tretirati kao strategiju, jer vlast uskoro ulazi u posljednju godinu mandata. Ustvari, možemo ga dijelom čitati kao predizborni dokument. Možemo ga čitati i kao podršku nekim frakcijama unutar pozicije, koji su orijentirani malo više lijevo. On vrijednosno dolazi iz pozicije otvorene, jasne ljevice unutar SDP-a i njegovih partnera. Ako pomogne da se takav tip politike profilira i u drugim poljima, on time ispunjava svoju funkciju.”

“Kao što sam rekao, prisutan je oprez. On za posljedicu ima i to što se ‘Medijska strategija’ toliko dugo čeka, pa su mnogi izgubili nadu da će se ikada i pojaviti. Zbog tog oklijevanja, sada je definitivno prekasno da bismo ovaj dokument mogli promatrati kao strategiju koju bi slijedilo ovo Ministarstvo

4 Car, V. (2014) Intervju. Strategija koja to nije. U: *H-alter*, 24. listopada 2014., dostupno na: <http://www.h-alter.org/vijesti/strategija-koja-to-nije>

kulture i sadašnja vlada. Prisutan je oprez i u stilu pisanja, koji je na nekim mjestima dosta esejističan, a ponegdje je i neobično metaforičan. Pojedine reference na ikone pop-kulture meni su osobno simpatične, ali ne znam koliko odgovaraju ovakvom tipu dokumenta. Možda se tim tipom mjestimičnog diskursa željela spriječiti eventualna birokratsko-administrativna suhoparnost stila koja često karakterizira “strateške“ dokumente pisane od strane izvršne vlasti... Da, u njemu se izbjegava direktna konfrontacija, premda se spomenuta kritika “između redaka“ ipak može jasno prepoznati. Taj oprez rezultat je osjetljivosti teme, iskustva onoga što se već dogodilo 2012. godine, kao i interesa koji se ovdje vrte, a koji daleko presežu samo medijsko polje. Moramo biti svjesni da će sve mjere koje sugeriraju smjer dodatnog oporezivanja nositelja tih interesa ili redistribucije sredstava prema naglašenijem financiranju javnog interesa, od poslovnih igrača i komercijalnih krugova itekako biti dočekane na nož.”

“Sama strategija je naslovljena kao “Radni dokument 2015. - 2020.“, pa već iz toga vidimo da se odnosi na “novu petoljetku“. Tajming objavljivanja izvoda iz Radnog dokumenta u jednom od tjednika, u vrijeme godišnjih odmora, doista je pomalo neobičan. Mjesto objavljivanja mi je razumljivije, jer radi se o tjedniku koji unatrag nekoliko godina svojim profilom najviše zadovoljava javnu kritičku funkciju u hrvatskom tisku. Posebice me zbunjuje vremenski odabir; ukoliko se željelo pustiti probne balone kako bi se dobile reakcije onih igrača koji reže na svaki pokušaj temeljitijeg rekonstruiranja odnosa interesa moći i financija na medijskom tržištu, ne znam da li se moglo očekivati da će takav efekt biti polučen objavljivanjem teksta u drugoj polovici srpnja i u kolovozu.”

Hajrudin Hromadžić⁵

5 Hromadžić, H. (2014) Intervju. „Medijska politika“ SDP-ove ljevice. U: *H-alter*, 12. rujna 2014., dostupno na: <http://www.h-alter.org/vijesti/medijska-politika-sdp-ove-ljevice>

“Pojam javnog interesa treba se definirati kroz javnu raspravu. Moja uloga u Ministarstvu upravo je omogućavanje takve javne rasprave. Činjenica je da sustavnog rada na medijima nije bilo 23 godine. Dakle, nastojimo koncipirati problem koji je aktualan već 23 godine, pokušavamo doći do elementarnih pokazatelja, a skupljanje statističkih podataka ogroman je i izrazito zahtjevan posao. Ne želim bježati od odgovornosti, naravno. Sada radimo na izvještaju u kojem nastojimo ustanoviti što se zapravo događalo, kako bismo dobili barem dio objašnjenja zašto je stanje u medijima ovakvo kakvo jest. Bez takvog ozbiljnog istraživanja, ne bih se usudio reći što je to što ćemo pokušati provesti.”

Boris Postnikov⁶

„Ulazimo u posljednju godinu mandata ove Vlade što, objektivno, nije vrijeme u kojem se mogu očekivati značajne promjene. Možda bi medijska politika imala šanse da za nju ima simptoma političke volje, ali mislim da je previše jakih interesa protiv nje i da su oni koji donose odluke već kapitulirali pred onima kojima status quo odgovara. No nadam se da će barem podaci o stanju na medijskoj sceni biti objavljeni u potpunosti i kao takvi poslužiti za neke buduće planove.“

Jelena Berković⁷

„Prije svega zato što će se svaki lokalni moćnik koji nadzire gradski radio žestoko suprotstaviti takvom preustroju. Ministarstvo kulture bi, nakon što napokon objavi medijsku strategiju, trebalo odraditi barem još dva mandata da

6 Car, V. (2014) Hrvatska neće dobiti ozbiljnu medijsku reformu. U: *tportal.hr*, 7. lipnja 2013., dostupno na: <http://www.tportal.hr/kultura/kulturmiks/266740/Hrvatska-needobiti-ozbiljnu-medijsku-reformu.html>

7 Berković, J. i Čulić, I. (2014) Intervju. Cilj Vijeća je efikasna kontrola elektroničkih medija. U: *Novosti*, dostupno na: <http://www.portalnovosti.com/jelena-berkovic-i-ilko-culic-cilj-vijeca-je-efikasna-kontrola-elektronickih-medija>

suzbije taj otpor. Drugi problem su slabšaše kadrovske strukture većine lokalnih stanica koje jedva održavaju postojeće programe, a community radio je zahtjevniji od svega što su ikad vidjeli.“

Ilko Čulić⁸

„Očekivala se „marksistička“ medijska strategija, glasine su govore o apologiji socijalizma i samoupravljanja koja se krčka u izoliranim medijskim odsjecima Ministarstva kulture, očekivao se zagovor ideološki angažiranog novinarstva, teror neprofitnosti i agitacija u korist javnog financiranja medija.

I onda, ništa od toga. Umjesto aktivističke i površne kritike neoliberalnog kapitalizma i njegovih zloćudnih efekata na svijet (ovdašnjih) medija, stigla je najdublja i najcjelovitija analiza medijskog stanja i perspektive koja je ikad nastala u nekoj hrvatskoj državnjoj, i ne samo državnoj, instituciji. Ali što da radimo s nečim što ne možemo paušalno iskasapiti na ideološkoj osnovi i otpisati na temelju dvije-tri poluinformacije ili glasine?“

Ivica Đikić⁹

„S druge strane došlo je do komercijalizacije medijskog sadržaja, pa su se mediji počeli definirati kao roba na tržištu, odnosno kao bilo koja druga djelatnost premda to ne smiju biti. Pritom je vidljivo da manji, kritički orijentirani mediji slabo prolaze jer više nema donatora kao i 90-ima, a oglase ne mogu dobiti zbog svoje kritičnosti prema strukturama moći.“

„Naime, ključni problem današnjeg hrvatskog medijskog sustava je činjenica da su mediji izloženi samovolji vlasnika i neefikasnoj regulaciji te nesudjelovanju države u zaštiti javnog interesa, kao i izostanku djelotvornih politike koje bi bile

8 *Ibid.*

9 Đikić, I. (2014) Medijima se nismo bavili četvrt stoljeća i eto dokle smo stigli. U: *lupiga.com*, 23. rujna 2014., dostupno na: <http://www.lupiga.com/vijesti/nacrt-na-kraju-tunela-medijima-se-nismo-bavili-cetvrt-stoljeca-i-eto-dokle-smo-stigli>

u stanju medije staviti u službu javnosti kojoj pripadaju. Istovremeno, premda postoje solidni zakonski okviri, podaci o financijama medija su netransparentni, baš kao i o državnim subvencijama.“

Helena Popović¹⁰

„Medijska reforma se, kao nažalost i većina poteza koje politika povlači u domaćoj kulturi, provodi bez konkretne i ozbiljne analize situacije na terenu, pa stoga i nije čudno što umjesto da rješava probleme samo otvara nove. U njezinu pripremu su, daleko od očiju javnosti, bili uključeni neki mediji i neki novinari, odabrani - suprotno demokratskoj praksi - po nepoznatim kriterijima.

Logično je stoga da je dokument koji su iznjedrili, Program nepovratnih potpora neprofitnim medijima, podjednako - nedemokratski.

U njemu se barata brojnim proizvoljnim pojmovima, miješaju se kruške i jabuke, a teško se oteti dojmu i da je sastavljen ne kako bi unaprijedio domaću medijsku scenu, već kako bi nekim, točno odabranim sudionicima iste omogućio nastavak izdašnog financiranja iz javnih fondova. Odluka da se iz te 'utakmice' isključe izdavači registrirani kao trgovačka društva, a ne mediji u čijoj je uredničkoj koncepciji profit na prvom mjestu, samo je prva u cijelom nizu skandaloznih gluposti tog dokumenta.

Predlagач, naime, zaključuje da je medij neprofitan ako je kao takav registriran i njegov izdavač i obrnuto. Kad bi, dakle, 'Playboy' izdavala udruga, a ne d.o.o. onda bi on bio - neprofitan, ali su Moderna vremena Info profitna jer ih izdaje trgovačko društvo?“

Nora Krstulović¹¹

10 Žapčić, A. (2014), Korumpirani mediji – smrt demokracije, država kao privatna tvrtka. U: *gong.hr*, 13. listopada 2014., dostupno na: Popović, H. dostupno na: <http://gong.hr/hr/dobra-vladavina/mediji/korumpirani-mediji-smrt-demokracije-drzava-kao-pri/>

11 Krstulović, N. (2014) Intervju. Javnost je u procesu reforme medija tek 'ukras'. U: *Moderna vremena Info.*, 6. svibnja 2013., dostupno na: <http://www.mvinfo.hr/>

„Potrebno je razviti medijski sustav u održivoj kombinaciji javnih, komercijalnih i neprofitnih medija. Hrvatski medijski sustav danas je dominantno oslonjen na tržište kao mjerilo dinamizma, efikasnosti i raznolikosti, no održivo financiranje i razvoj profesionalnog novinarstva ne može se očekivati isključivo od tržišnih mehanizama. Dugotrajna kriza ekonomije medija uzrokuje krizu novinarske zaposlenosti koja uzrokuje krizu informativnosti i demokratske funkcije medija. Zbog toga je nužan oslonac i na javna sredstva kao garanciju ostvarivanja javnog interesa.“

Milan F. Živković¹²

[izdvojeno-razgovor-opsirnije.php?ppar=6951](#)

- 12 Živković, M.F. (2014) Intervju. S medijskom politikom treba požuriti. U: *STav*, 6. studenog 2014., <http://stav.cenzura.hr/milan-f-zivkovic-s-medijskom-politikom-treba-pozuriti-bez-brzopletosti/>