

Monitoring medija, 1/2012.

Medijski sustav i medijska politika u Hrvatskoj 2010-2011.

prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja

Zrinjka Peruško ·

U ovom tekstu analizira se razvoj medijskog sustava u Hrvatskoj upotrebom UNESCO-ovih indikatora medijskog razvoja. UNESCO-ovi indikatori obuhvaćaju pet strukturnih kategorija koje opisuju medijske sustave a možemo ih pod različitim nazivima naći i u većini teorijskih modela (usporedi Peruško, 2011a). To su sljedeće kategorije:

1. Sloboda izražavanja
2. Pluralizam i raznolikost medija
3. Mediji kao platforma za demokratski dijalog
4. Novinarska profesija
5. Tehnološka infrastruktura

UNESCO-ovi indikatori u svakoj od ovih dimenzija analiziraju i medijsku politiku i strategiju države sadržanu u zakonima i propisima te njihove primjene i posljedice u medijskim sustavima. Glavne normativne ciljeve medijske politike UNESCO-a označavaju indikatori i dimenzije koje ih opisuju, a to su sloboda i pluralizam medija, neovisnost i sigurnost novinara i izvještavanja te adekvatna dostupnost tehnološke infrastrukture i pristupa publikama. Medijska politika i medijski sustav ovdje se promatraju u kontekstu njihovog doprinosa demokratskoj vladavini.

Ovu metodologijsku matricu najprije smo primijenili u analizi hrvatskog medijskog sustava¹ 2008. i 2009. godine te je objavili na hrvatskom jeziku u knjizi *Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja*, Peruško, Z., Perišin, T., Topić, M., Vilović, G., Zgrabljic Rotar, N. 2011. Dodatna analiza koja je obuhvatila događaje do studenog 2010. godine završena je na engleskom jeziku u studenom 2010. godine (Peruško, 2010).

Ova analiza medijskog razvoja Hrvatske obuhvaća najvažnije promjene koje su se dogodile 2010. i 2011. godine a nastavlja se na ranije objavljene radove bez ponavljanja tema koje se obrađene u ranijim izještajima a u kojima nije došlo do značajnijih pomaka.

Osnovne promjene opisane u 1. poglavlju odnose se na više zakonskih novela u medijskom sustavu, uključujući reguliranje emitiranja i slobode izražavanja te njima konkurentskih sloboda (tj. pravo na privatnost i ugled). Promjene sadrži i 2. poglavlje, u kojem su vidljive posljedice zakonskih promjena u pogledu organizacije medijskog vlasništva, a također i u vezi raznolikosti TV programa nakon potpune digitalizacije televizijskog emitiranja u 2010. kao i neke vlasničke promjene. Poglavlje 3 također analizira novosti koje je donio novi Zakon o HRT-u i njegova primjena, te osnivanje samoregulatornog Vijeća za medije kao veliki korak prema zajedničkom provođenju profesionalnih standarda. U 4. poglavlju stanje u profesiji ne pokazuje značajan napredak a novinari smatraju da je stanje profesionalnog razvoja uglavnom loše. Poglavlje 5 govori o povećanju broja korisnika interneta te o novim medijskim navikama hrvatskih publika.

* Zrinjka Peruško je redovna profesorica na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu i predstojnica Centra za istraživanje medija i komunikacije www.cim.fpzg.hr. Kontakt zperusko@fpzg.hr.

Uvod – ekonomski i politički kontekst

Bruto nacionalni proizvod *per capita* Hrvatske u 2010. godini pao je na 13.772\$ (procjena, u tekućim cijenama, DZS 2011). Usprkos tome, prema Human Development Index-u koji godišnje objavljuje UNDP, Hrvatska se i za 2010. i 2011. godinu može ubrojiti u zemlje s vrlo visokim indeksom ljudskog razvoja, iznad regionalnog prosjeka, te zauzima 46. mjesto među 187 analiziranih zemalja. Indeks čine tri područja indikatora koji opisuju stanje ljudskog razvoja – obrazovanje, zdravstvo, i prihode.²

Hrvatska je u prosincu 2011. godine potpisala Pristupni ugovor s Europskom unijom, čime je okončala višegodišnji proces prilagodbi za pristupanje u članstvo Europske unije. Nakon referenduma o članstvu održanog 22. siječnja 2012. godine na kojem su građani Hrvatske s oko 67% (izašlih građana) podržali ulazak u EU, i procesa ratifikacije Pristupnog ugovora u zemljama članicama koji treba uslijediti, Hrvatska će –očekujemo- poslati 28. članicom Europske unije 1. 7. 2013. Ovom činjenicom međutim nikako ne prestaje potreba analize razvoja i napretka hrvatskog medijskog sustava i medijske politike jer se izazovi njegovoj slobodi, raznolikosti i pluralizmu, neovisnosti regulatornih tijela i uređivačkih politika nastavljaju bez obzira na članstvo u EU (kao što jasno pokazuju noviji mađarski i stariji talijanski primjeri).

U prosincu 2011. održani su i parlamentarni izbori. HDZ je drugi puta u 21 godinu izgubio vlast koju je ponovo preuzela lijeva demokratska koalicija na čelu sa Socijaldemokratskom partijom (SDP, u suradnji s HNS, IDS, HSU). Tijekom SDP-ove (također koalicijske) vlade 2000-2003. godine započete su značajne demokratske promjene u strategiji, zakonodavstvu i praksi medijskog sustava Hrvatske. Danas su pozitivna očekivanja od politike manja, ali strategija države u ovom području neće zato biti manje važna. U prvim istupima resorna ministrica kultura Andrea Zlatar naglasila je postojeće probleme u medijskom sustavu te namjeru Vlade da ih rješava, uključujući zakonodavne promjene i u odnosu na javnu televiziju te izradu medijske strategije koju smatra jednako važnom kao i obrazovnu politiku.³

Kvaliteta hrvatske demokracije u 2011. godini ocijenjena je prosječnim indeksom 6.73 od mogućih 10, što nas smješta na 53. mjesto među 167 analiziranih zemalja u istraživanju Indeks demokracije koje provodi The Economist Intelligence Unit⁴. Takvim se rezultatom (tj. prosjekom manjim od 8) Hrvatska nalazi u grupi zemalja oštećene demokracije (flawed democracy), s većinom novih europskih post-socijalističkih demokracija a jedino je Češka među njima svrstana u pune demokracije. U hrvatskom slučaju najbolje je ocijenjen izborni sustav i pluralizam (9,17) te građanske slobode (8,24), što govori o uspješnoj ugradnji formalnih pretpostavki demokracije i odsustvo državnog pritiska na pojedince, ali i slobodi medija. Ovaj indikator, uz neke druge kategorije građanskih sloboda, uključuje i slobodu govora, izražavanja i medija, pluralizam i raznolikost medija uključujući i pristup internetu, postojanje javne rasprave u medijima uz sudjelovanje i manjinskih stajališta, slobodu okupljanja, političkog udruživanja, vjeroispovjesti. U tri indikatora koja se odnose na funkcioniranje vlade (5,57), političku participaciju (5,56), i političku kulturu (5), prošli smo daleko slabije. Posljednja dva aspekta značajno utječu i na karakter medijskog sustava (Hallin i Mancini, 2004, usporedi Peruško, u tisku). Hrvatska je u odnosu na 2010. godinu zadržala isto mjesto u odnosu na druge zemlje ali joj se prosječni indeks neznatno smanjio. Prema ovom istraživanju, mnoge druge zemlje i zapadne i istočne Europe nazadovale su u demokraciji, što autori povezuju s ekonomskom krizom koja od 2008. godine negativno utječe i na demokraciju u Europi. U istočnoj Europi nije vidljiv samo pad ukupnog demokratskog ostvarenja nego se u različitim ispitivanjima javnog mnijenja vidi razočaranje demokracijom pa samo 50-ak posto ispitanika podupire demokraciju u 11 ispitanih europskih tranzicijskih zemalja (Life in Transition Survey 2010, prema The Economist, 2011:20).

1. Sloboda izražavanja – država i mediji

Indikator 1. Zakonodavstvo i medijska politika pridonose slobodi izražavanja, pluralizmu i raznolikosti medija

Zakonodavstvo: prvi kriterij analizira je li sloboda izražavanja zajamčena zakonom i poštuje li se u praksi; zakonodavstvo o pristupu informacijama i provedba toga prava; zakonsko uređenje i provedbu uredničke neovisnosti; zakonsku zaštitu i primjenu prava novinara da zaštiti svoje izvore te sudjelovanje javnosti i organizacija civilnog društva u oblikovanju javne politike prema medijima.

Regulatorni sustav za radijsko i televizijsko emitiranje: je li neovisnost regulatornog sustava zajamčena zakonom i poštuje li se u praksi; osigurava li regulatorni sustav i u praksi medijski pluralizam i slobodu izražavanja i informiranja.

Zakoni protiv klevete i druga ograničenja novinara: postavlja li država neopravdana zakonska ograničenja pred medije ili zakoni protiv klevete postavljaju samo takva ograničenja kojima se štiti ugled pojedinca; kakva su druga ograničenja slobode izražavanja, npr. zbog nacionalne sigurnosti, govora mržnje, zaštite privatnosti, nepoštivanja suda ili povrede ćudoređa, koja moraju biti jasno i usko zakonski propisana i opravdana u demokratskom društvu, u skladu s međunarodnim pravom.

Cenzura: cilj je da mediji ne podliježu prethodnoj cenzuri ni prema zakonima, ni u praksi, i da država ne nastoji blokirati ili filtrirati sadržaje na internetu koje smatra osjetljivim ili štetnim.

Na Indeksu slobode tiska Freedom Housea Hrvatska i dalje pada u ocjeni slobode medija te je ocijenjena kao zemlja s djelomično slobodnim medijima s ukupnom ocjenom 41 (skala ide od 1 – potpuno slobodno – do 100 – najmanje slobodno)⁵. Najbolji rezultat Hrvatska je ostvarila u razdoblju 2000-2004. kad je dostigla 33 boda (skoro na granici slobodnog tiska od 30 bodova), no taj je trend preokrenut 2007. godine, od kada dobiva sve slabije ocjene.

Zakonodavstvo

Hrvatski medijski sustav u posljednjih 21 godinu doživljava stalne promjene zakonodavstva i prilagodbe medijske politike (medijskom politikom ovdje zajednički nazivam zakonska i druga regulatorna rješenja i mjere kojima se uređuju odnosi, ponašanje i standardi u medijskom sustavu Hrvatske, bez obzira što su se oni donosili bez prave strategije (*policy*) razvoja područja pa bi se moglo postaviti pitanje radi li se zaista o medijskoj politici ili samo o skupini *ad hoc* mjera pod utjecajem vanjskih zahtjeva tj. onih Europske Unije).

Tako su u protekle dvije godine ponovo izmijenjeni ili nadopunjeni ključni zakoni koji uređuju medijski sustav. Prvo je u prosincu 2009. godine donesen Zakon o elektroničkim medijima (NN 153/09), godinu dana kasnije Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (NN 137/10), Zakon o izmjenama i dopunama zakona o medijima (NN 84/11) i Zakon o izmjenama i dopunama zakona o elektroničkim medijima (NN 84/11), Zakon o izmjenama i dopunama zakona o pravu na pristup informacijama (NN 144/10, NN 77/11), Zakon o izmjenama i dopuni zakona o audiovizualnim djelatnostima (NN 90/11), Kazneni zakon (125/11). Ti zakoni su donijeli neka potpuno nova rješenja, čiji efekti će se u nekim slučajevima vidjeti tek u budućnosti, a neke možemo očitati već danas.

Regulatorni sustav za radijsko i televizijsko emitiranje

Zakon o elektroničkim medijima, donesen u prosincu 2009. godine, ugradio je u hrvatsko zakonodavstvo EU Audiovisual Media Services Directive (AVMSD⁶) uz rok od 6 mjeseci sudionicima tržišta elektroničkih medija da usklade svoje poslovanje s novim zakonskim odredbama. Zakon je dao i rok od 3 mjeseca Vijeću za elektroničke medije (VEM) da donošenjem podzakonskih akata omogući njegovu primjenu. Prema zakonu iz 2009. godine VEM je zadužen i za nelinearne audiovizualne medijske usluge ali ne i za telekomunikacijske usluge ili druge aspekte regulacije telekomunikacijskog spektra, o čemu se brine HAKOM (Hrvatska agencija za

poštu i elektroničke komunikacije). Novi Zakon je proširio zakonske mogućnosti za financijsku i organizacijsku samostalnost nezavisnog regulatora u području elektroničkih medija, Vijeća za elektroničke medije (VEM, kojemu je, već zakonom iz 2007. godine, pridružena Agencija za elektroničke medije).

Uz neke pozitivne pomake u transparentnosti rada regulatora (npr. dostupnost zapisnika sjednica na web stranici, iako se radi o vrlo šturim popisima donesenih odluka bez informacija o sadržaju rasprava) u 2010. i 2011. rad VEM-a još uvijek ne pokazuje spremnost za rješavanjem glavnih problema u hrvatskom prostoru elektroničkih medija.

Jedan od problema proizlazi iz još uvijek neuvedenog redovitog monitoringa programa radija i televizija te neizricanje kazni medijima koji se ne pridržavaju programske osnove temeljem koje su dobili koncesiju. U ovome se često u stručnoj javnosti ističe RTL Televizija (iako se ni NOVA TV evidentno ne pridržava zakonskih odredaba o raznolikosti programa, Peruško 2009), koja se ne pridržava koncesijskog ugovora iz 2003. godine⁷. Iako je VEM hrvatskome RTL-u izrekao tri opomene (zbog odstupanja od programske osnove većeg od 10%, posebno se naglašava nedovoljna zastupljenost informativnog programa), do početka veljače ništa se nije promijenilo u programskoj shemi (više o raznolikosti televizijskih programa u 2. poglavlju). U veljači 2012. VEM je odlučio isključiti RTL iz etera jer ni nakon produženog roka ta TV kuća nije udovoljila zahtjevu da uskladi svoj program s onim na koji su obvezali na natječaju za koncesiju. Nakon takve odluke u hrvatskim tiskanim medijima mogu se naći mnogi kritički napisi o VEM-u i njegovoj nestručnosti, što treba tumačiti ne kao brigu novina za hrvatski audiovizualni prostor, nego kao podršku RTL televiziji (koja je, kao i tisak koji ju brani, u stranom vlasništvu, a u jednom dijelu i u vezanom vlasništvu jer dio dionica RTL-a i EPH-a posjeduje isti vlasnik). Tek ćemo vidjeti hoće li RTL zaista biti isključen, pa makar i na jedan dan, ili će VEM opet popustiti pritiscima i ponovo omogućiti vrijeme za usklađenje (dok ovo pišem rok isključenja već je produljen za tjedna dana, u kojem će VEM nadzirati program.⁸)

Početak redovitog programskog monitoringa obaveza je VEM-a i radi provedbe AVMSD a u programskim aspektima nadležan je i za kontrolu provedbe istih odredbi i od strane HRT-a (uz one koji su navedeni i u posebnom zakonu o HRT-u). Do danas VEM nije objavio ni jedan izvještaj o programskoj analizi koju je proveo, a kamo li neki strateški dokument u kojem bi definirao svoju srednjoročnu ili dugoročnu strategiju razvoja sektora elektroničkih medija, gdje bi se osvrnuo na neka pitanja koja se pojavljuju u Europi i svijetu – na primjer kako osigurati slobodu izražavanja na internetu ali i zaštitu privatnosti i autorskih prava; kako osigurati programsku raznolikost audiovizualnih sadržaja i u uvjetima multikanalnih medija, kako razvijati medijsku pismenost i participaciju potrošača (tj. publika koje su istovremeno proizvođači i potrošači).

Djelovanje VEM-a (kroz opomene i prekršajne naloge televizijama i radijima o sadržajima koji krše programske pretpostavke, npr. o privatnosti ukućana Big brother programa, emitiranju u neadekvatno doba dana prikaza seksa ili nasilja u dramskim programima) nije utemeljeno u posebnoj strategiji nego u ad hoc tumačenju zakona, koje je često neadekvatno. Najnoviji primjer takve opomene koja se odnosila na obavezu emitiranja programa na hrvatskom jeziku uzburkala je javnost i izazvala podsmijeh, jer je upućena RTL Televiziji temeljem prigovora jednog gledatelja zbog emitiranja serije «Žikina dinastija» na srpskom jeziku bez prevođenja na hrvatski.⁹ I ovaj primjer pokazuje pomanjkanje stručne osposobljenosti članova VEM-a za obavljanje vrlo osjetljivog posla, koji ima dugoročne i ozbiljne posljedice. Do sada je VEM vodio računa najviše o jednoj vrsti posljedica, koja se odnosi na prosperitet nakladnika tj. vlasnika medija, dok je zanemario drugu posljedicu, naime hrvatski audiovizualni prostor. Ta se tvrdnja može potkrijepiti usporedbom raznolikosti emitiranog programa komercijalnih televizija na nacionalnoj razini, RTL Televizije i Nova TV, sa zakonski definiranim obavezama emitiranja kulturnog i informativnog programa te programa iz domaće audiovizualne produkcije. Vijeće prvi puta reagira s tim u vezi krajem 2011. godine, a ishod još ne znamo. Druga potvrda ove tvrdnje može se razaznati iz tipa specijaliziranih digitalnih televizijskih kanala koji su dobili koncesije za emitiranje u 2011. godini. I RTL i NOVA TV dobili su koncesije za još jedan kanal, RTL 2 i Doma TV (oba imaju gledanost otprilike 4% u 2011. godini). Oba kanala su specijalizirana za zabavu.

Emitiraju uglavnom reprize prastarih serija i filmova, a njihov doprinos raznolikosti hrvatskog audiovizualnog prostora je ništavan. U isto vrijeme prijedlozi domaćih kanala koji su predlagali originalnu audiovizualnu produkciju nisu usvojeni.

Iako se mora priznati značajan pomak od situacije u '90-ima, neovisnost regulatornih tijela u Hrvatskoj i dalje je pod upitnikom jer iako je VEM financijski i organizacijski neovisan od resornog ministarstva kulture (ali ne treba zaboraviti da je politika imala glavnu ulogu u imenovanju članova), njegove odluke ne čine se neovisnima od komercijalnog sektora koji treba nadzirati i regulirati. Ipak se čini da VEM u posljednje vrijeme više inzistira na provedbi kvota informativnog programa na komercijalnim televizijama, što je čini se rezultiralo i povećanjem broja i trajanja emisija vijesti (i RTL i Nova TV uveli su dodatne emisije vijesti u popodnevnim i kasnovečernjim satima). Taj pravac djelovanja VEM-a svakako treba pozitivno vrednovati.

Neovisnost tijela koja upravljaju i nadziru javnom radiotelevizijom, HRT, došla je ponovo pod veliki upitnik u 2011. godini, što je kulminiralo pozivom za smjenu i ostavke svih upravljačkih i nadzornih tijela HRT-a, te ostavkom više članova Vijeća HRT-a.

Iako se prema nekim istraživanjima Hrvatska nalazi u vrhu zemalja po kvaliteti i garanciji transparentnosti javnih informacija, na šestom mjestu u svijetu (doduše, iza Srbije, Slovenije, Indije, El Salvadora, Liberije, tim redosljedom od prve nadalje¹⁰ različite udruge u Hrvatskoj izvještavaju o potpuno drugačijim iskustvima. Udruga za nezavisnu medijsku kulturu i HND proveli su istraživanje o primjeni Zakona o pravu na pristup informacijama u okviru kojega su od VEM-a zatražili podatke o Očevidniku elektroničkih publikacija. Odgovor nikad nisu dobili i nisu ga uspjeli ishoditi ni sudskim putem.¹¹ Transparency International Hrvatska i Gong su izvjestili da je u 2010. godini, u kojoj je pravo na informaciju definirano i kao ustavna kategorija, samo 22% tijela javne vlasti podnijelo izvještaj o primjeni zakona Agenciji za zaštitu osobnih podataka a manjkavost u provedbi je uočena u mnogim slučajevima, od oglašivanja na upite građana, do prekomjerne cijene za zatraženu informaciju (i do 50 kuna).¹² I međunarodna analiza kvalitete zakona (iz 2003. godine, izmjene zakona donesene 2010. i 2011. nisu analizirane) najslabije ocjenjuje proces žalbe te traženja informacije (CLD, 2011).

Zakoni protiv klevete i druga ograničenja novinara

Zakon o medijima uključuje zaštitu od klevete i uvrede (osim sudskim putem, uključuje i institut ispravka i obaveze objavljivanja presude u odgovornom mediju), a i Kazneni zakon također se bavi povredama ugleda i časti. Zatvorska kazna za klevetu je ukinuta izmjenama KZ-a iz 2007. godine, a novi Kazneni zakon koji je usvojen u listopadu 2011. godine, na zadnjoj sjednici starog saziva Sabora prije parlamentarnih izbora, uveo je i novi institut «sramoćenja» (NN 125/11). Novi zakon stupit će na snagu 1. siječnja 2013. Za razliku od klevete, koja se odnosi na iznošenje «neistinite činjenične tvrdnje koja može naškoditi ugledu i časti, znajući da je neistinita», a smatra se težim djelom s većom kaznom ako se dogodila u medijima (500 dnevnih dohodaka prema 360 ako se ne radi o medijima, čl. 149), za novu inkriminaciju «sramoćenja» (čl. 148) u medijima predviđena je kazna od 360 dnevnih dohodaka. Obrana istinitošću tvrdnje u ovom slučaju je moguća samo ako inkriminacija nije iznesena radi namjere sramoćenja nego radi ostvarivanja javnog interesa. Kako je u ovom slučaju vrlo široko polje interpretacije namjere i javnog interesa u odnosu na zaštitu privatnosti i prava pojedinca (V. Alaburić, prema T-portalu¹³), ove odredbe moguće je tumačiti kao sužavanje slobode izražavanja novinarima.

Cenzura

U Hrvatskoj u 2010. i 2011. ni dalje ne postoji prethodna cenzura ni medija, ni interneta od strane države. Hrvatska još nije potpisala Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) niti se politika uopće o tome izjašnjava. Kako su u nekim zemljama članicama EU izbili nemiri i prosvjedi nakon potpisivanja sporazuma (koji su potaknuli izdavači i druge korporacije) radi sprečavanja kopiranja, s obzirom na slobodan protok informacija na internetu mnogi taj sporazum smatraju početkom cenzure na internetu pa se očekuje da bi prihvaćanje ovog plurilateralnog¹⁴ sporazuma u Europskom parlamentu (koje se očekuje u ovoj godini) moglo izazvati organizirani otpor.¹⁵

Organizacije civilnog društva u protekle su dvije godine najviše pažnje posvećivale javnoj radioteleviziji odnosno javnim sadržajima u audiovizualnim medijima. Osim što je udruga Knjižni blok 2011. pisala VEM-u s pritužbom o nepostojanju programa o kulturi na komercijalnim televizijama, grupa udruga je potaknula i Apel za spas javne televizije.

2. Raznolikost i pluralizam medija – medijsko tržište

Indikator 2. Raznolikost i pluralizam medija, ekonomska ravnopravnost i transparentnost vlasništva

Koncentracija medija: poduzima li država pozitivne mjere za promicanje pluralizma medija i njihovo provođenje, postoji li raznolikost javnih, privatnih i lokalnih medija koju država aktivno potiče, je li regulatorni sustav neovisan i transparentan, potiču li i država i civilno društvo medije zajednice (ne-profitne medije).

Licenciranje i dodjela frekvencija: osigurava li državni frekvencijski plan optimalno korištenje frekvencijskog spektra u javnom interesu, promiče li on raznolikost vlasništva i sadržaja, je li regulatorni sustav neovisan i transparentan.

Oporezivanje i regulacija poslovanja: primjenjuje li država oporezivanje i regulaciju poslovanja za poticanje medijskog razvoja bez diskriminacije.

Oglašavanje: očekuje se da država ne diskriminira medije politikom oglašavanja te da postoje djelotvorni propisi koji reguliraju oglašavanje u medijima.

Osim zakonskih promjena koje su utjecale na odnose na medijskom tržištu – a riječ je o novom statusu javne televizije povodom novog tumačenja pretplate tj. pristojbe u svjetlu europskih odredbi o javnim potporama, odnosu javne i privatnih televizija koji je uspostavljen novim Zakonom o HRT-u koji je javnoj televiziji znatno smanjio mogućnost prihoda iz reklama, promjenama Zakona o elektroničkim medijima kojima je zabranjen prijenos koncesija elektroničkih medija – protekle su dvije godine svjedočile vlasničkim promjenama u medijskom sustavu, stečajevima (Radio 101), korupcijskim aferama vezanim uz državno oglašavanje u medijima (afera Fimi Media).

Koncentracija medija

Izmjenama Zakona o medijima i Zakona o elektroničkim medijima 2011. godine «pooštrene» su mjere u zaštiti transparentosti medijskog vlasništva tako što su nakladnici ponovo obavezani da Hrvatskoj gospodarskoj komori (koja vodi upisnik medija) prijave svaku promjenu vlasničke strukture veću od 1% dioničkog udjela. Također je izrijekom zabranjeno sklapanje tajnih vlasničkih odnosa. U Zakonu o elektroničkim medijima još je uvedena zabrana prenošenja koncesije za radijsko i televizijsko emitiranje, što se u medijskim krugovima smatra glavnim razlogom izmjene oba zakona. Naime, jedina do sada vidljiva posljedica zakona bilo je sprečavanje prodaje Radija 101 kompaniji Mediaservis koja je stvorila nacionalnu mrežu povezivanjem lokalnih radijskih stanica. Iako se u novinarskim krugovima ove promjene (koje su donesene bez puno objašnjenja i po hitnom postupku u srpnju 2011. godine, bez javne rasprave i bez sudjelovanja resornog Ministarstva kulture) ne tumače u pozitivnom svjetlu (pa je HND održao okrugli stol na kojemu se raspravljalo o ovoj temi), zabranu prodaje koncesija 2008. godine tražili su sami novinari (uključujući i urednika na Radiju 101 Željka Matića, a uz podršku i Hrvatskog helsinškog odbora za ljudska prava) koji su se protivili da se koncesije lokalnih radija i televizija prodaju kompaniji (spominjao se TV Pink) koja bi ih umrežila i pretvorila u nacionalnu mrežu te su se zalagali za opstanak lokalnih i regionalnih medija u onom obliku u kojemu su dobili koncesije.¹⁶

Novi list je u studenom 2011. prodan Albertu Faggianu, vlasniku *Glasa Istre* i lanca prehrambenih trgovina Puljanka. *Novi list* je bio u vlasništvu tvrtke Dioki čiji je vlasnik Ježić u istražnom zatvoru osumnjičen za sudjelovanje u korupcijskim aferama, a tvrtka je zadužila novinu radi pokrivanja

svojih dugova te ju je banka kao zalog stavila na prodaju. Kupio ju je jedini ponuditelj, iako se neko vrijeme u javnosti govorilo o namjeri nove SDP-ove vlasti da sama preuzme vlasništvo nad novinom putem konzorcija tvrtki iz Rijeke, što se ipak izgleda nije ostvarilo.¹⁷ Novina koju je prije 102 godine utemeljio Frano Supilo kao prvi informativni dnevni list u Hrvatskoj, proteklih godina nalazila se u znatnim financijskim teškoćama, ne zbog manjeg interesa javnosti nego zbog poslovnih praksi koje su i dalje dozvoljene u Hrvatskoj, u kojima vlasnici tvrtki mogu podizanjem kredita koje troše na trećoj strani upropastiti zdrava poduzeća.

Radio 101 početkom 2011. godine otišao je u stečaj zbog prezaduženosti a početkom 2012. ponovo se najavljuje interes kupca. U postupku prodaje radija u 2011. godini donesena je izmjena Zakona o elektroničkim medijima kojom se zabranjuje prijenos koncesije na drugu pravnu osobu.

Kretanje medijskih tržišta

Potpunom digitalizacijom televizijskog emitiranja prestala je analogna televizijska era a digitalne koncesije dobili su i novi «specijalizirani» televizijski kanali. Kao što je već spomenuto u prvom poglavlju, koncesiju su dobila dva specijalizirana zabavna kanala, a uz njih jedan sportski (nakladnik je Hrvatski olimpijski odbor), Kapital net (kao informativni kanal), i CMC tj. Croatian Music Channel.

Tablica 1. Udio televizija s nacionalnom koncesijom u tržištima publika (%) (*share*)

Televizija \ Godina	2002*	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
HTV 1	54,6	42,8	39,1	38,2	34,6	33,2	32,6	31,5	26,9	21,2
HTV 2	21,2	19	17,8	15,8	17,7	16,1	14,0	12,3	11,3	8,9
HTV 3**	11,3	9,6	1,9	-	-	-	-	-	-	-
Nova TV	-	15,6	14,3	13,5	15,1	17,6	19,5	20,6	23,2	23,6
RTL***	-	-	16,7	24,8	24,6	23,8	22,8	22,2	21,4	17,4
Doma TV	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1
RTL 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1
Kapital, Sportska TV, CMC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5

Izvor: 2003 – 2011 AGB Nielsen. Populacija iznad 4 godine.

* 10-74 godina. Izvor: Yearbook 2005, Volume 2, p 90., European Audiovisual Observatory.

Ulaskom novih konkurenata smanjena je koncentracija tržišta televizijskih publika (C3 je pao sa 75 u 2009. godini na 62 u 2011.).

Medijska tržišta nastavila su padati u 2010. godini kad je prosječna godišnja naklada iznosila 492.747.000 primjeraka za 17 dnevnih novina (prema 550.000. tisuća u 2009. godini). Pad naklade posljedica je i gašenja besplatnog dnevnika *Metro Expressa* pa na hrvatskom tržištu ostaju još dva takva lista čija su ipak primarna izdanja koja se prodaju – *24sata* (popodnevna verzija, jutarnja se prodaje za polovicu cijene drugih novina), i list talijanske nacionalne manjine, *La Voce del Popolo* (Vozab, 2011).

Prema podacima Hrvatske gospodarske komore 2010. je ugašeno 66 novina i časopisa dok je najveći broj ugašen 2009. godine, čak 116.

Tablica 2. Prosječna naklada po broju, 2010 (u tisućama, 000)

Svi dnevnici	492,747
Svi plaćeni dnevnici	439,011
Svi besplatni dnevnici	53,736
Nacionalni plaćeni dnevnici	344,983
Regionalni i lokalni plaćeni dnevnici	94,028

Izvor: Hrvatska gospodarska komora, prema Vozab, 2011.

Tablica 3. Plaćeni dnevnici prema prosječnim nakladama, 2010 (u tisućama, 000)

	Naslov	Naklade
1	24sata	151,666
2	Večernji list	76,035
3	Jutarnji list	66,337
4	Slobodna Dalmacija	37,331
5	Novi list	31,066
6	Sportske novosti	20,477
7	Vjesnik	20
8	Glas Istre	12,466
9	Glas Slavonije	9,897
10	Poslovni dnevnik	5,5

Izvor: Hrvatska gospodarska komora, prema Vozab, 2011.

Treba voditi računa da su ovdje prikazani podaci dostavljeni od samih izdavača i nije poznato radi li se o planiranoj, tiskanoj, ili prodanoj nakladi (jer je i zakon u tom smislu neodređen tj. neprecizan). Posebno se čini diskrepantan podatak o nakladi lista Vjesnik, za koji se u javnosti spominje naklada od oko 2.000 do 3.000 primjeraka. Ipak, novinske naklade višestruko su manje nego li u ranijim desetljećima, kad su naklade Večernjeg lista dosezale i 200.000 primjeraka. U 2010. godini je ukupno čitateljstvo novina u Hrvatskoj činilo 1.567.000 građana (47% žena, a 53% muškaraca, a najbrojnija dobna skupina od skoro 20% je od 40-49 godina) (Vozab, 2011).

Medijske publike u Hrvatskoj mijenjaju posljednjih godina svoje preferencije pa doseg (reach) svim medijima pada, osim internetu, koji je narastao s 34% u 2005. godini na 53% u 2010. (MEDIAPuls, 2010, prema Vozab, 2011). Televizija je na prvom mjestu sa 76% dnevnog dosega (tj. 76 % svih građana su barem kratko svaki dan gledali televiziju), dok je najveći pad u dosegu novina, sa 72% u 2005. godini pao je u 2010. na 49%, što znači da je manje od polovice građana u prošloj godini uopće čitalo novine.

Uz pad tiskanih naklada čitatelji novina na internetu su u porastu, kao i broj novinskih portala.

Osim označena tri portala koja tiskaju dnevne novine kao svoju primarnu djelatnost (a dokad će multimedijско izdanje biti sekundarno tiskanom teško je prognozirati), index.hr, tportal.hr, i dnevnik.hr su portali vijesti, blog.hr i forum.hr su participativni diskusijski portali (iako uglavnom svi internetski portali omogućavaju komentare), dok su net.hr i njuškalo.hr uglavnom namijenjeni kupovini.

Tablica 4. Najposjećenijih 10 portala u Hrvatskoj (Real Users) - prosinac 2011

Rang.	Ime	Posjetitelja (u prosincu)	Doseg
1.	net.hr	948 560	46%
2.	index.hr	928 533	45%
3.	tportal.hr	893 871	43%
4.	24sata.hr	828 545	34%
5.	njuskalo.hr	776 243	37%
6.	jutarnji.hr	753 691	36%
7.	forum.hr	687 916	33%
8.	dnevnik.hr	575 330	28%
9.	vecernji.hr	571 958	28%
10.	blog.hr	494 187	25%

Izvor: Gemius/Valicon, gemiusAudience, December 2011

Na forum.hr najviše postova (skoro 2 milijuna) posvećeno je temi «politika», slijedi «ženski kutak» s oko 1.500.000 postova i «nogomet» s oko 1.400.000, te televizija s oko 1.200.000. Sve ostale teme su puno manje zastupljene.

Hrvatsko medijsko zakonodavstvo uključuje različite poticaje programskoj raznolikosti i ograničenja strukturalnim vlasničkim monopolima (detaljnije opisano u Peruško i drugi 2011, i Peruško 2011), ali ne postoje službeni podaci koji bi pokazivali dosegnutu programsku raznolikost i pluralizam medija i poštivanje zakonskih odredaba u ovom području. Istraživanje djelovanja televizija u odnosu na javni interes i reflektivnu raznolikost pokazalo je manjak emitiranog informativnog programa i vijesti, posebno na komercijalnim televizijama s nacionalnom koncesijom kao i puno veću programsku raznolikost na javnoj televiziji, te tako i njezin veći doprinos javnom interesu (Peruško 2009). Daljnja istraživanja pokazala su da se na hrvatskim nacionalnim televizijama emitiraju vrlo mali udjeli domaćih i europskih audiovizualnih ostvarenja - RTL TV i Nova TV emitirali su samo 4 tj. 7 posto originalnih audiovizualnih hrvatskih programa u svom ukupnom programu u 2009. godini, dok je HTV emitirao 16 posto, a emitirali su po 12, 4, tj. 3 posto ostalog europskog programa (Peruško, Čuvalo 2010). Isto istraživanje, koje je analiziralo promjene u emitiranim programima na HTV-u od 1959. godine, pokazalo je da se povećanje ukupnog informativnog programa i programa vijesti nije dogodilo nakon dolaska kapitalizma, demokracije, i komercijalnih televizija. Programi vijesti zauzimaju i dalje 15% ukupno emitiranog televizijskog programa na nacionalnoj razini (podaci se odnose na 2009. godinu, uključuju javnu i komercijalne televizije, Peruško, Čuvalo 2010), iako se kao pozitivan trend mora istaći posljedična povećana raznolikost izvora izvještavanja čime je povećana vanjska pluralnost političkog izvještavanja i smanjena vjerojatnost politički dirigitiranog uređivanja informativnog programa.

Oglašavanje

Ukupni troškovi oglašavanja također su smanjeni u 2010. godini na 0,52% BDP-a, prema podacima Hrvatske udruge reklamnih agencija (HURA), s nešto iznad 1% u 2008. godini (Peruško, 2011).

Tablica 5. Troškovi oglašavanja po medijima u Hrvatskoj (u milijunima HRK)

	2008	2009	2010
TV	950	790	770
Radio	250	225	213
Tisak	785	615	545

Outdoor	220	165	151
Drugo	20	20	20
Internet	30	35	36
Ukupno	2255	1850	1735

Izvor: HURA, <http://hura.hr/hura-info/hura-adex>, prema Vozab, 2011

Primjetan je porast oglašavanja jedino na internetu.

U Hrvatskoj su najveći oglašivači u novinama ujedno i novinski izdavači ili vlasnici distribucijskih mreža za tiskane medije – na prva tri mjesta su Europapress Holding (izdavač Jutarnjeg lista i Slobodne Dalmacije, tjednika Globus, revije Glorija, i mnogih drugih revijalnih izdanja), Konzum (tvrka u vlasništvu Agrokora koji je vlasnik distribucijske mreže i kioska Tisak), i Styria Medien AG (izdavač Večernjeg lista i 24 sata) (Vozab, 2011).

Početkom veljače 2012. godine Optužno vijeće prihvatilo je optužnicu u slučaju Fimi Medije, a još nije poznato kad će započeti suđenje. To je tvrtka preko koje su fiktivnim računima, prema informacijama iz istrage koje se objavljuju u medijima, navodno bivši premijer Ivo Sanader i drugi članovi HDZ-a izvlačio novac iz javnih poduzeća. Ovaj slučaj razotkriven u 2009. godini ima značajne implikacije za medijski sustav u Hrvatskoj jer se kao dio inkriminacija u javnosti navodilo da su mediji navodno bili pod pritiskom da s Fimi Mediom sklapaju reklamne/oglašivačke ugovore države i javnih poduzeća po puno nižim cijenama od uobičajenih. Slučaj također ukazuje na moguću koncentraciju reklamnog novca države kroz jednu agenciju, što je moglo rezultirati državnim utjecajem na uređivačke politike. Javnost prati događaje oko istrage i vjerojatnog skorog suđenja, pa se očekuje da će biti poznato i više informacija o eventualnim implikacijama slučaja u medijskom prostoru.

3. Mediji kao demokratski forum

Indikator 3. Mediji kao platforma za demokratsku raspravu

Mediji reflektiraju raznolikost društva: zadovoljavaju li mediji - javni, privatni i mediji zajednice – potrebe društvenih grupa; odražavaju li medijske organizacije raznolikost društva kroz prakse zapošljavanja.

Javna radiodifuzija: jesu li ciljevi javne radiodifuzije zakonski definirani i zajamčeni tako da javna radiodifuzija ni u jednom kontekstu ne doživljava diskriminaciju u poslovanju, je li sustav upravljanja neovisan i transparentan, surađuje li javna radiodifuzija s publikama i organizacijama civilnog društva.

Samoregulacija medija: imaju li tisak i elektronički mediji učinkovite mehanizme samoregulacije, prakticiraju li mediji kulturu samoregulacije.

Uvjeti za pravednost i nepristranost: jesu li efikasni propisi za emitiranje koji utvrđuju uvjete za pravednost i nepristranost, je li učinkovita primjena etičkih propisa u radiodifuziji.

Razina javnog povjerenja u medije: pokazuje li javnost visoku razinu povjerenja u medije, reagiraju li medijske organizacije na javnu percepciju svog rada.

Sigurnost novinara: mogu li novinari, pridruženo osoblje i medijske organizacije raditi u sigurnosti; je li medijska djelatnost narušena klimom nesigurnosti.

Javna radiodifuzija

U prosincu 2010. godine usvojen je nakon višemjesečne opsežne rasprave novi Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (NN 137/10). Zakon je donesen dogovorom vladajućih i opozicije te je predstavljen kao zakon koji je ostvario široki konsenzus. Iako se kao glavni razlog za donošenje zakona

navodila baveza primjene odredbe Europske komisije o državnim potporama u radiodifuziji (NN 68/08, NN 31/10), u tom je trenutku time motivirana hrvatska izmjena zakona bila bez presedana u zemljama članicama EU¹⁸. Naime, osim što se financiranje javne radiotelevizije putem dugogodišnjeg modela pretplate (koji je u Hrvatskoj na snazi od '60-ih godina) može, prema dotičnoj odredbi, smatrati zatečenim potporama koje ne zahtijevaju promjenu, niti jedna druga zemlja nije požurila na svom medijskom sustavu testirati nove propise Europske komisije u ovom području, vjerojatno zato što se očekivalo da budu modificirane i ublažene. Za stvarnu primjenu obaveze o transparentnosti i razdvajanju javnog i komercijalnog financiranja nije bilo potrebno donositi novi zakon, bili bi dovoljni podzakonski akti samog HRT-a, kao što je to konačno i učinjeno nakon donošenja novog zakona.

Novi Zakon o HRT-u uveo je značajne novine u upravljanje javnom radiotelevizijom, njezinu financijsku stabilnost, obaveze u pogledu načina ispunjavanja javnog interesa i razvojne mogućnosti. Kao i u ranijim zakonskim rješenjima¹⁹ HRT se definira kao javna ustanova čiji osnivač je Republika Hrvatska, a Vlada ostvaruje osnivačka prava. U svibnju 2011. godine Sabor je usvojio i novi Statut HRT-a (NN 56/11).

Zakonom se definira opseg djelatnosti koji se uključuje u javnu uslugu kao «proizvodnju radijskog, audiovizualnog i multimedijskog programa, glazbenu proizvodnju, pružanje audio i audiovizualnih medijskih usluga, multimedijskih usluga i usluga elektroničkih publikacija» (članak 3, stavak 1). Ove djelatnosti ostvaruju se putem triju radijskih kanala na državnoj i 8 na regionalnoj razini, dvaju općih televizijskih kanala te dvaju specijaliziranih televizijskih kanala u digitalnoj radiodifuziji, pri čemu ovo posljednje treba tek dogovoriti Ugovorom (članak 3, stavak 2). HRT može obavljati i komercijalnu djelatnost, uključujući prodaju prostora za reklame, prodaju programa, javno izvođenje i druge priredbe, programske usluge uključujući interaktivne, prodaju arhivske građe koja nije dio javnih usluga (članak 4). HRT može za obavljanje komercijalnih djelatnosti osnivati i posebne tvrke kćeri, ali samo uz prethodnu suglasnost Vlade.

Programske odrednice i Ugovor o javnom interesu

Na HRT se odnose i odredbe o programu radija i televizija iz Zakona o elektroničkim medijima, uključujući i one o provedbi AVMSD u Hrvatskoj. VEM je novim Zakonom o HRT-u dobio mnogo veće ovlasti nad javnom radiotelevizijom. Osim u programskom smislu, VEM odlučuje i o razvojnim pitanjima (o osnivanju novih digitalnih televizijskih kanala) i o financijskim pitanjima (procjenjuje je li zadovoljen Ugovor o javnom interesu te može li HRT i u idućoj godini ostvariti jednaku visinu pretplate).

Zakon detaljno navodi programska načela koja HRT mora ostvarivati da bi zadovoljio interese javnosti (od lokalne do nacionalne razine) kroz «odgovarajuću zastupljenost informativnog, umjetničkog, kulturnog, obrazovnog, dječjeg, zabavnog, sportskog i drugog sadržaja» (članak 5). U ovim načelima ne postoje značajna odstupanja od ranijih očekivanja od javne radiotelevizije, uključujući informativnu raznolikost, pluralizam ideja i svjetonazora, nepristranost, poštivanje profesionalnih standarda o provjeri izvora informacija, odjeljivanje informacija od komentara.

U Zakonu se detaljnije nego ranije definiraju sadržaj i funkcije javnih usluga, čime se počinju uvoditi prva ograničenja u opsegu emitiranog sadržaja. Naime premijski sportski sadržaj ne smije prijeći 10% godišnjeg vremena emitiranja no iz zakonske formulacije nije jasno odnosi li se to na udjel u emitiranom sportskom programu ili ukupnom programu HRT-a. HRT također ne smije emitirati premijski sportski sadržaj na eventualnom novom specijaliziranom televizijskom sportskom kanalu.

Zakonom se također obavezuje HRT da potiče i njeguje te suproizvodi različite oblike audiovizualnog i multimedijskog stvaralaštva a europska djela moraju činiti većinu godišnjeg objavljivanja, od čega najmanje 40% treba biti na hrvatskom jeziku. Zakon je povećao i obavezni minimalni udjel europskih djela neovisnih proizvođača (15% godišnjeg programskog proračuna, od čega polovica treba biti proizvedena na hrvatskom jeziku - članak 10). Izvještaj o provedbi ove odredbe, koja je dio i europske AVMS direktive, Uprava HRT-a treba do 31. ožujka svake godine uputiti Vijeću HRT-a (što je službeni naziv programskog vijeća) te Vijeću za elektroničke medije.

Obaveza poticanja medijske pismenosti uključena je u programske obaveze kao javni interes, ali nije navedeno kako bi se ta odredba trebala provoditi.

U programskog smislu (s implikacijama za dugoročno financiranje) najveća novost ovog zakona nalazi se u institutu programskog Ugovora kojime treba precizirati ovdje navedene programske obaveze od javnog interesa te predvidjeti konkretni troškovi za njihovu realizaciju.

Privremeni ugovor između Vlade Republike Hrvatske i HRT-a (uz potpis privremenog glavnog ravnatelja) sklopljen je u 6. ožujka 2011. godine a traje do 1. siječnja 2013.²⁰ Privremeni ugovor nije prošao javnu raspravu niti ga je prihvatilo Vijeće HRT-a. Ugovor je sadržajem uglavnom općenit, ali predviđa da bi se do njegovog isteka trebali pokrenuti novi specijalizirani televizijski kanali – jedan namijenjen obitelji, a drugi s informativnim i dokumentarnim programskim sadržajima. Uz domaće kanale, Privremeni ugovor predviđa i emitiranje novog televizijskog kanala za inozemstvo a u troškovima emitiranja treba sudjelovati i proračun Republike Hrvatske.²¹ Privremeni ugovor također predviđa osnivanje više specijaliziranih portala HRT-a na internetu (glazba, mladi, vijesti, sport, itd.). Također se navode i vrste programa koje će se proizvoditi, i njihov broj (na primjer 600 emisija dokumentarnog sadržaja a uz to barem 200 emisija o očuvanju hrvatske kulture, barem 5.000 minuta televizijskog programa namijenjenog nacionalnim manjinama, 10.000 minuta o religijskoj kulturi, Hrvatski radio emitirat će jednu emisiju tjedno -od otprilike 4.500 minuta godišnje- o pitanjima ravnopravnosti muškaraca i žena, itd.) Ovi elementi ilustriraju karakter Ugovora o javnom interesu, koji uključuje i zabavne sadržaje u javni interes, te tako srećom osigurava da javna radiotelevizija ne postane geto suhoparnog programa. U ugovoru je istaknuta potreba visoke kvalitete programa zabavnog i revijalnog tipa. Privremeni ugovor vrlo se kratko osvrće na audiovizualno stvaralaštvo, bez navođenja broja emisija i minuta koje će HRT posvetiti emitiranju ovakvih originalnih programa ali ne propušta navesti obavezu redovitog uplaćivanja sredstava HAVC-u. U okviru «strateških projekata» navedeno je da će se proizvesti jedna dramska serija prema književnom tekstu, jedna s tematikom Domovinskog rata i jedna dječja. Među strateškim projektima navedena je i digitalizacija programa, ali bez ikakvog mjerljivog cilja. Privremeni ugovor također malo detaljnije nego zakon opisuje elemente i mogući način primjene testa javne vrijednosti (na primjer veličinu i vrstu publike, cijenu) ali iz formulacija ugovora teško je zamisliti kako bi taj proces trebao izgledati. Prvi izvještaj o provođenju ugovora HRT treba podnijeti najkasnije do lipnja 2012.

Zakon predviđa mogućnost da se ugovor koji je HRT dostavio Vladi ne potpiše na vrijeme, u kojem slučaju se on primjenjuje kao samo-regulativni akt, ali jedino ako ga VEM odobri te ako on nije u suprotnosti s pravilima o državnim potporama. Vijeće za elektroničke medije također može spriječiti da HRT osnuje novi radijski ili televizijski kanal ili da obavlja drugu djelatnost jer nije dovoljno da to HRT precizira u Ugovoru koji sklapa s Vladom, već je nakon toga potrebna i dozvola VEM-a (čl. 13). U članku 15. precizira se da se «značajno nove usluge» (takve koje se uvode po prvi put i koštaju više od 2% godišnjeg proračuna HRT-a namijenjenog javnim uslugama), a koje se preciziraju Ugovorom temeljem članka 13. Zakona, mogu uvesti «samo ako je njihov sveukupni utjecaj na tržište opravdan dodanom vrijednošću u smislu ispunjavanja demokratskih, socijalnih i kulturnih potreba društva». Takva nova usluga treba odgovarati popisu programa od javnog interesa navedenom u članku 9. (koji se u ovom trenutku čini dovoljno širok da obuhvati svaku moguću programsku inovaciju zamislivu u ovom trenutku) ali treba «uzeti u obzir mogući utjecaj tih usluga na tržišne uvjete i tržišno natjecanje» pa predlagači, uz troškovnik, način financiranja, opravdanost uvođenja i predviđenu ciljanu publiku (ovo je jedno od rijetkih mjesta gdje se izrijeком u Zakonu spominje publika, iako u tržišnoj sintagmi «skupine korisnika»), trebaju priložiti i «ocjenu mogućeg utjecaja na konkurentnost na mjerodavnom tržištu te mogućnost pružanja raznolike ponude za korisnike». Daljnja procedura uključuje i Agenciju za tržišno natjecanje koja treba utvrditi utjecaj takve nove usluge na tržišno natjecanje. Kako je ova agencija već (u slučaju spajanja EPH i Slobodne Dalmacije) pokazala nerazumijevanje osnovnih pretpostavki odlučivanja u ovom slučaju tj. koncepta mjerodavnog tržišta u medijskom sektoru, a u svom sastavu nema ni stručnjake koji se bave medijima, teško je očekivati da će biti u stanju donijeti odluku temeljem razumijevanja medijskog tržišta. Uz to, prije odluke (koju, podsjećam, donosi VEM) treba provesti javnu raspravu u kojoj sve zainteresirane strane (tj. i

komercijalna konkurencija) imaju pravo iznijeti svoje stavove. U iskustvu koje imamo s hrvatskim regulatornim tijelom, Vijećem za elektroničke medije, ono neće donijeti ni jednu odluku koja mu se čini kontroverznom i koja bi mogla razljutiti komercijalne televizije. Ovaj stav slijedi iz velikih ustupaka koje je VEM već učinio komercijalnim televizijama koje ne poštuju zakonske odredbe o preuzetim programskim obavezama. Zaključimo: zakonska procedura za pokretanje bilo kakve nove usluge ili programa za javnu radioteleviziju je toliko komplicirana tj. uključuje nove procedure i tijela koja nisu do sada pokazala potrebne kompetencije za takvu vrstu odluke, da je teško očekivati da će biti odobrena.

U veljači 2012. ipak je ovaj proces započet, objavljivanjem odluke o osnivanju HTV 3, trećeg digitalnog televizijskog kanala HRT-a koji bi trebao emitirati kulturni i obrazovni program (istovremeno je najavljeno i osnivanje 24 satnog informativnog kanala). Sedam uglednih kulturnih institucija potpisalo je sporazum da će sudjelovati u oblikovanju programa. Pozitivan doprinos ovakvog programa kulturnoj raznolikosti i segmentu kulturnog i obrazovnog programa svakako bi bio dobrodošao, ako HRT uspije premostiti sve gore navedene prepreke stvarnom pokretanju takvog kanala. Ugovor koji je HRT potpisao s Vladom RH međutim ne predviđa osnivanje ovakvog nego «obiteljskog» TV kanala. Također ne predviđa posebno financiranje dva nova televizijska kanala, koji prema zakonu neće smjeti emitirati reklame. Kako je moguće očekivati da će HRT u 2012 godini, i nakon toga, s manje novca nego u 2010 i 2011 (smanjenjem dozvoljenih reklamnih minuta u prime timeu s 9 na 4 efektivno je HTV izbacilo kao igrača iz reklamnog tržišta tj. zbog premalenog raspoloživog vremena više nije zanimljiv ozbiljnim igračima) emitirati kvalitetan originalni programa na 4, a ne na 2 kanala? Proces koji će uslijediti oko uvođenja HTV 3 pokazat će koliko su gornja stajališta pesimistična, ili pak bojazni opravdane.

Nezadovoljstvo javnosti stanjem na Hrvatskoj radioteleviziji najvećim je dijelom potaknuto nezadovoljstvom kvalitetom programa u kojem su ukinute neke informativne emisije (Otvoreno, koje je, bez obzira na brojne zamjerke o odabiru tema, gostiju i voditelja, ipak omogućavalo dnevnu raspravu o političkim pitanjima, također nagrađena vanjskopolitička emisija Euromagazin) koje su zamijenjene infotainment emisijama («In medias res» od početka se pokazuje neozbiljnom jer ne samo da ne raspravlja ozbiljno o ozbiljnim sadržajima nego flagrantno krši etička pravila²²). Usprkos tome, i u 2011. godini raznolikost programskih kategorija i žanrova najveća je na javnoj TV, koja i dalje emitira najveći udio informativnog i dokumentarnog, znanstvenog i kulturnog, te religijskog i dječjeg programa.

Na portalima saznajemo da je u rujnu 2011. godine Nadzorni odbor prihvatio nadopunjeni i prilagođeni Plan restrukturiranja HRT-a²³ (koji je Vlada HDZ-a prije toga dva puta odbila kao nedovoljno radikalna u odnosu na smanjenje broja zaposlenika i troškova poslovanja), kojim je istovremeno i smanjen broj programskih cjelina koje uključuju Zabavni program, Obrazovni, Filmski, Dramski, Sportski i Informativni program.²⁴ Plan restrukturiranja nije dostupan javnosti pa se o njemu spominju samo neke pojedinosti, uključujući namjeru smanjenja broja zaposlenih koji se kreće od 500 do 179 ili 389 u posljednjim napisima.²⁵ Isti izvor također spominje i novu programsku strategiju HRT-a da proizvede samo informativni i sportski program te dijelove zabavnog i obrazovnog programa, dok bi se dramski i dijelovi obrazovnog programa proizvodili u vanjskoj produkciji (tzv. «outsourcing»). Nije jasno kako je takav prijedlog, koji je suprotan zakonskoj obavezi HRT-a da proizvodi i emitira sve navedene programske kategorije (što se ne može supstituirati već postojećom obavezom da se, manji dio, predviđenog proračuna troši na vanjsku produkciju), mogao prihvatiti Nadzorni odbor (nije poznato je li prijedlog prihvatila Vlada RH) pa se postavlja pitanje što će učiniti novoizabrani Sabor i Vlada da osiguraju ispunjavanje javnog interesa. Prijedlog navodno sadrži i plan osnivanja dva nova televizijska kanala, jednog obiteljskog a drugog informativno-dokumentarnog (što je već sadržano u Privremenog programskom ugovoru).

HRT-u se zakonski garantira samostalnost u programsku i uredničku neovisnost te neovisno i stabilno financiranje djelatnosti javnih usluga (članak 17). Ovo se međutim pokazuje kao upitno jer se svake godine odlučuje o proračunu HRT-a za iduću godinu, što može izazvati financijsku

nestabilnost ali i auto-cenzuru naime nastojanje da se ne-zamjeranjem i nekritičnošću osigura naklonost onoga koji donosi odluke.

Na temelju Ugovora HRT svake godine mora donijeti financijski plan i program rada.

Financiranje – javne potpore za javni interes, tržište

Uvođenjem komercijalne konkurencije i zakonskim promjena financijski resursi HRT-a znatno su izmijenjeni. Dok je u 2005. godini gotovo 35% prihoda dolazilo od reklamiranja, u 2010. godini taj udio je oko 15% ukupnog ostvarenog prihoda koji svo vrijeme iznosi približno 1,45 milijarde kuna.

Novim zakonom značajne su promjene uvedene i u financiranje HRT-a. Pristojba (koja se u Hrvatskoj plaća od 60ih godina) sad se smatra državnom potporom, te se mora koristiti u skladu s pravilima (EU) o državnim potporama u radiodifuziji.

Visina mjesečne pristojbe definirana je kao **najviše** 1,5% prosječne neto mjesečne plaće, no, stvarna sredstva koja HRT može dobiti tj. visina pristojbe za iduću godinu određuju se na temelju odluke koju svake godine donosi Nadzorni odbor a na osnovi potvrde VEM-a da je pristojba potrošena u skladu s programskim obavezama koje su prihvaćene u Ugovoru između HRT-a i Vlade Republike Hrvatske (članak 13. zakona).

Dozvoljena količina reklama također je jako ograničena u odnosu na ranije: na općim TV kanalima dozvoljeno je 9 minuta po satu dok je od 18-22 sata dozvoljeno samo 4 minute. Na specijaliziranim televizijskim kanalima koje bi HRT eventualno pokrenuo uopće neće smjeti biti reklama.

HRT treba definirati metodologiju praćenja troškova i prihoda za javne i komercijalne rashode te voditi o njima posebne knjige, a zabranjuje se da se javni prihodi koriste za komercijalne djelatnosti. Obrnuto je dozvoljeno, štoviše, komercijalni prihodi se Ugovorom definiraju kao javni prihodi. Detalje provedbe ovih obaveza HRT treba definirati statutom te općim aktom o financijskom poslovanju.²⁶ Ovakve odredbe potvrđuju početnu tezu da zbog provedbe pravila o državnim potporama u radiodifuziji EU nije bilo potrebno donositi zakon, jer će se provedba toga i tako uređivati aktima HRT-a.

Dio prihoda HRT-a izdvaja se za druge djelatnosti u audiovizualnom području: 2% godišnjeg bruto prihoda (i pristojbe i komercijalnih prihoda) za Hrvatski audiovizualni centar (članak 35, i članak 7 Zakona o izmjenama i dopuni zakona o HAVC-u, NN 90/11²⁷, koji nakon toga sam raspolaže novcima); 3% sredstava od pristojbe izdvaja VEM-u za Fond za poticanje pluralizma i raznolikosti elektroničkih medija, što je postojalo i u ranijem zakonu, i kojim se financiraju audiovizualni i radijski programi na lokalnim i regionalnim elektroničkim medijima koji pridonose pluralizmu sadržaja (vidi Peruško 2011, Peruško i drugi, 2011, Lulić 2010b). Osim ovih «prisilnih» dotacija, HRT je kao i druge tvrtke u Hrvatskoj opterećen različitim paraporezima, kao što su različite naknade za šume, članarine u organizacijama i za usluge koje nikad ne koristi, itd.

Politika kojom se javnoj radioteleviziji oduzima značajan postotak prihoda za djelatnost drugih organizacija i medija ne pridonosi njezinoj stabilnosti i razvojnom potencijalu. Iako uzimanje takvog doprinosa za poticanje pluralizma audiovizualnih programa lokalnih i regionalnih medija od komercijalnih televizija na nacionalnoj razini ima smisla (jer one ne pridonose programskoj raznolikosti audiovizualnih proizvoda u Hrvatskoj, iako su na to obavezane i zakonom i svojim koncesijskim ugovorima), ima manje smisla redistribuirati sredstva koja su namijenjena za proizvodnju programa javne radiotelevizije jer ona ima lokalne i regionalne programe i studije. Također bi se moglo HRT obavezati na veći broj koprodukcija s hrvatskim proizvođačima audiovizualnih sadržaja umjesto da se dio prihoda javne radiotelevizije (koja treba, kao javna ustanova, reinvestirati u osnovnu djelatnost) daje drugoj instituciji (HAVC-u), što međutim ne umanjuje potrebu da država subvencionira hrvatski film. Ovakve metode posrednog financiranja mogu biti dvojako štetne: oduzimaju ionako nedovoljna sredstva javnoj radioteleviziji, a nisu ni transparentne u smislu javnog izdvajanja za potpore audiovizualnoj proizvodnji. Bilo bi zanimljivo, na primjer, vidjeti kako bi komercijalne radio i televizije na lokalnoj i regionalnoj

razini, koje dobivaju sredstva iz Fonda za pluralizam, opravdale troškove prema pravilima EU o javnim potporama, posebno stoga što otprilike jedna trećina njih opstaje isključivo zahvaljujući tim subvencijama (Švob-Đokić, Bilić, Peruško, 2011).

U protekloj godini HRT je bio izložen i poreznim zahtjevima od strane Vlade koji se mogu smatrati i pritiscima – potraživanje duga za PDV iz 2002. godine (kojega je Račanova vlada ukinula kao obavezu jer bi to bio porez na porez), potraživanje za porez na dobit te neke poreze na dohodak starije od 13 godina, koje je država zaboravila naplatiti.²⁸ Uz smanjenje reklamnih prihoda u 2011. godini - zbog smanjenja ukupnog reklamnog tržišta uslijed krize, smanjen je broj dozvoljenih reklamnih minuta na HRT-u u *prime-time* s 9 na 4.

HRT-u je dodijeljen multipleks A za postojeća dva televizijska kanala u zemaljskoj digitalnoj radiodifuziji (na kojem su i prva dva kanala komercijalnih televizija u Hrvatskoj), dok će novi kanali koje može pokrenuti biti emitirani na multipleksu B (s manjim teritorijalnim obuhvatom). Ovo nije u skladu s preporukama EBU-a, da se javnim televizijama osigura mjesto na najboljim multipleksima.

Osim u financiranju putem programskog ugovora (koji je, nakon ovog privremenog koji traje samo 2, kratkog vijeka od 5 godina u usporedbi s koncesijama za komercijalne televizije koje se dodjeljuju na 15 godina, također na temelju «programske osnove» koja ih obavezuje) i upravljačka struktura koju je uveo ovaj zakon ima dosta ugrađenih nejasnoća. Među njima je i uloga Vijeća HRT-a.

Druga nejasnoća je u posebnom Povjerenstvu (ima 4 člana od kojih 2 imenuje Uprava HRT-a a 2 Vlada Republike Hrvatske) koje treba pratiti javnu raspravu o Ugovoru (članak 13, stavak 3). Ni u Zakonu a ni u Statutu HRT-a se ne pojašnjava kako ono to čini, kome odgovara, ima li ovlast za sankcije, itd.

Upravljanje i nadzor

HRT-om prema novom zakonu upravljaju Uprava, Nadzorni odbor, i Vijeće HRT-a tj. programsko vijeće.

Vijeće HRT-a treba osigurati odgovornost HRT-a javnosti kao i utjecaj javnosti na djelovanje HRT-a. U ovom kontekstu prikazujem i ulogu Nadzornog odbora HRT-a koji treba osigurati dobro upravljanje sredstvima.

Vijeće HRT-a ima 11 članova koji bi trebali biti «ugledni intelektualci koji su se u javnom životu istaknuli zalaganjem za poštivanje demokratskih načela i vladavinu prava, izgradnju i unapređenje najviših vrednota ustavnog poretka Republike Hrvatske, razvitak civilnog društva, obranu ljudskih prava i sloboda, promicanje kulture, znanosti i umjetnosti, kao i zaštitu slobode medija i izražavanja (stavak 9, članak 25). Oni ne smiju biti državni ili stranački dužnosnici (stavak 10, članak 25). Ipak, član Vijeća HRT-a je (na dužnosti potpredsjednika) liječnik i direktor bolnice koji se u siječnju 2011. kandidirao za predsjednika HDZ-a no nakon toga je, prema informacijama iz medija, dao ostavku na članstvo u Vijeću HRT-a, te čelnici Udruge malih i srednjih poduzetnika i Hrvatske poljoprivredne komore za čiju se djelatnost iz stavka 9. nije čulo u javnosti. Svojim djelovanjem Vijeće se također, umjesto u obranu slobode izražavanja u medijima, aktivno uključilo u njeno gušenje (traženjem odgovornosti urednika Zorana Šprajca radi emitiranja priloga o padu Vukovara, u kojemu se vidi bezosjećajnost i nezainteresiranost tadašnjeg vrha Hrvatske i predsjednika Tuđmana za stanje okupiranoga grada. Rezultat je bila Šprajcova smjena). Hrvatsko novinarsko društvo objavilo je priopćenje koje je potaknulo i okupljanje civilnih udruga te zahtjev za smjenom Vijeća HRT-a i Uprave. U veljači vijeće HRT-a broji samo 7 članova jer ih je 4 već dalo ostavku (iz različitih razloga).

Prema članku 13. Vijeće HRT-a utvrđuje način javne rasprave i donosi tekst prijedloga Ugovora o javnoj službi. To međutim čini na prijedlog uprave i nakon odobrenja VEM-a, iz čega bi se dalo zaključiti da je (konstruktivna) uloga Vijeća HRT-a više pokazna no stvarna.

Uz Programski i Nadzorni odbor (što je dobro došla novost u odnosu na prošli zakon) tijela HRT-a uključuju i Upravu, koja ima predsjednika i dva člana. Upravu na zajedničkoj sjednici biraju Vijeće

HRT-a i Nadzorni odbor. Predsjednik uprave, nakon provedenog natječaja, istom dvojnomo tijelu predlaže svoja dva suradnika, člana uprave. Uprava dalje predlaže statut HRT-a, predlaže program rada, financijski plan, prijedlog Ugovora, a sve usvaja dvojno tijelo, dok statut potvrđuje Sabor. Da bi se spriječilo da Uprava HRT-a ne bude imenovana dulje od 6 mjeseci (što se dogodilo 2010. godine, pa je više puta produljeno trajanje v.d. uprave), ovaj Zakon predviđa raspuštanje Programskog vijeća i Nadzornog odbora ako ne izaberu upravu u roku od 6 mjeseci. Ta je odredba omogućila da se ponovo, neposredno prije isteka roka za raspuštanje, u 2011. godini za predsjednika Uprave u drugom krugu glasanja izabere Josip Popovac koji je proteklih godina bio nekoliko puta izabran za v.d. ravnatelja.

Članovi Vijeća HRT-a bira Sabor temeljem javnog poziva a lista kandidata se usuglašava među klubovima političkih stranaka. Ako se ne postigne dogovor, matični saborski Odbor za medije formira konačnu listu «vodeći računa o jednakoj zastupljenosti kandidata koje predlažu klubovi saborske većine, odnosno saborske manjine» (članak 25, stavak 6). Kako Vijeće broji 11 članova, barem je jedan član više iz redova parlamentarne većine.

Uloga Vijeća HRT-a definirana ovim zakonom je dvojaka: ono bi prvenstveno trebalo predstavljati javnost i u ime javnosti nadzirati provođenje programskih zadaća, no uz to ima i određene upravljačke ingerencije. Iz te dvojnosti možda i proizlaze poteškoće u njegovom radu, koje su vidljive od prvog uvođenja institucije Vijeća do danas, a to je brz gubitak nepristranosti, samostalnosti i zastupanja javnog interesa. Uloga Vijeća HRT-a svodi se na sudjelovanje (s Nadzornim odborom) u izboru Uprave te glavnih urednika (na prijedlog uprave), podnošenje barem jednom godišnje izvještaja Saboru o svom radu te o provedbi zakonom i ugovorom definiranih programskih odredbi. Vijeće može i odbiti prijedlog Uprave o glavnom uredniku, no tada ga mora izabrati dvotrećinskom većinom, što je i učinilo u slučaju glavnog urednika Hrvatskog radija.

Vijeće HRT-a trebalo bi u slučaju nepoštivanja zakona ili odredbi ugovora u programskom smislu pismeno upozoravati Upravu, glavne urednike i o tome obavijestiti Nadzorni odbor.

Novina ovog zakona je Nadzorni odbor (ima 5 članova, a jednog predlaže HRT iz redova svojih zaposlenika) kojeg imenuje Sabor nakon javnog natječaja, na prijedlog Odbora za informiranje, informatizaciju i medije Hrvatskog Sabora. Prema zakonu, barem jednog člana predlaže Saborska manjina.

Novina ovog zakona je i Povjerenik za korisnike usluga HRT-a (tj. publike), kojeg imenuje Vijeće HRT-a i koji dva puta godišnje treba Vijeću podnijeti izvještaj o pritužbama koje su uputili građani. U svibnju 2011. na tu je dužnost, koja je najavljuvana i kao svojevrsni ombudsman za gledatelje i slušatelje javne radiotelevizije, imenovan Zvonko Šeb, umirovljeni novinar i urednik Hrvatskog radija. U svibnju je usvojen i dokument o Temeljnim načelima oblikovanja svih usluga HRT-a i uredničkim standardima²⁹ koji je izradila grupa koju je imenovao privremeni ravnatelj HRT-a, a prihvatilo ga je Vijeće HRT-a kao dokument koji bi trebao građanima olakšati poznavanje situacija u kojima se mogu obraćati Povjereniku.³⁰ Time Urednički standardi postaju i *de facto* profesionalni kodeks prema kojemu će građani i Povjerenik mjeriti kvalitetu objavljenog programa. Na web stranici HRT-a (www.hrt.hr) nismo uspjeli naći niti jedan izvještaj o radu Povjerenika, iako se na portalima govorilo da je u prvih šest mjeseci rada primio samo 40 pritužbi. Služba za gledatelje HRT-a je prije ustanovljavanja Povjerenika zapošljavala 10 ljudi koji su dnevno dobivali 200 upita gledatelja. Kako ta služba i dalje postoji te su na web stranici HRT-a dostupni podaci za kontakt, moguće je da se većina gledatelja i dalje obraća Službi sa svojim pritužbama i upitima.³¹ Očito je da je javnost nedovoljno upućena u postojanje institucije povjerenika za gledatelje, pa je potrebno poboljšati način njezine implementacije.

I konačno, ovim zakonom daje se (po prvi put) značajna uloga vanjskom tijelu, Vijeću za elektroničke medije, u nadzoru nad programskim i financijskim dijelom poslovanja, uključujući mogućnosti sankcija – VEM donosi opomene te pokreće optužne prijedloge. Uz to, nadzor nad zakonitošću rada HRT-a imaju nadležna tijela državne uprave, a nad zakonitošću rada Vijeća HRT-a i Nadzornog odbora ta ovlast pripada Saboru.

Donesene promjene već su se nakon godine dana pokazale toliko lošima da je 16. prosinca 2011. na skupu u organizaciji više udruga civilnog društva – uključujući Hrvatsko novinarsko društvo, Hrvatski P.E.N. centar, Kuću ljudskih prava, B.A.B.E., Centar za mirovne studije, Documentu, Koordinaciju za medije Hrvatske udruge producenata i Društvo hrvatskih filmskih redatelja, i mnoge druge - pod nazivom «Apel za HRT: kako uspostaviti vjerodostojnost javne funkcije HRT-a» zatraženo od Sabora i Vlade Republike Hrvatske da zaustave propadanje HRT-a. Apel koji potpisuju traži od adresata «preuzimanje odgovornosti za budućnost Hrvatske radiotelevizije, najznačajnijeg medijskog servisa, čijem financiranju ključno doprinose građani Republike Hrvatske no čija se reforma iz državnog u javni medij tijekom proteklog desetljeća nažalost pokazala neuspješnom» te da «matični Odbor za medije Hrvatskog Sabora, u suradnji s nadležnim tijelom izvršne vlasti – Ministarstvom kulture, hitno provede nadzor nad kvalitetom upravljanja i programskog rukovođenja HRT-om»³². U diskusiji su zatražene ostavke svih članova svih upravljačkih struktura koje su uspostavljene prema novom zakonu – Programskog vijeća, Nadzornog odbora te cijele Uprave HRT-a, uključujući i glavnog urednika programa. Nadzorni odbor HRT-a zatražio je u siječnju 2012. od Sabora smjenu svoje predsjednice Silvije Luks, koja je zatražila smjenu Uprave HRT-a, pa i smjenu Vijeća HRT-a i Nadzornog odbora HRT-a koji su ih izabrali. Nekoliko dana kasnije i Uprava HRT-a pridružila se tome zahtjevu.

Jasno je da je upravljanje HRT-om značajno narušeno, a time smanjena i mogućnost da HRT ostvaruje svoju javnu ulogu.

Povjerenje u medije

Građani Hrvatske i dalje imaju vrlo veliko nepovjerenje prema društvenim institucijama, u većini slučajeva znatno ispod prosjeka ostvarenog u zemljama članicama EU. Vladi i Saboru u 2010. godini vjerovalo je samo 9 % građana, političkim strankama samo 5%³³, dok je značajno veće (iako i dalje niže nego u EU) povjerenje u crkvu (50%), te vojsku (55%) i policiju (42%). Tim rezultatima se Hrvatska uklapa u grupu zemalja (istočnu Europu) u kojoj je politička participacija i povjerenje u institucije poslovično niže nego na sjeveru Europe (Luengo i Maurer, 2009, prema Čuvalo 2010). Nova vlada Zorana Milanovića ima u prvih mjesec dana rada visoku podršku (za hrvatske prilike) od 60%, što vjerojatno odražava optimistično očekivanje građana a ne još i stvarnu ocjenu rada, ali bi ako potraje, moglo početi vraćati povjerenje građana u političke institucije.

Povjerenje u medije je prema nekim izvorima poraslo posljednjih godina, i to najviše u tisak, a nakon toga i u televiziju (no detaljniji podaci nisu bili dostupni)³⁴. Rezultati druge analize (Čuvalo, 2010) odnosa povjerenja u medije i druge institucije iz 2009. godine pokazuju da hrvatski građani više vjeruju svjetskim medijima (3,05 na skali od 1 do 5 gdje je 5 najveće povjerenje) nego nacionalnim (2,76) ili lokalnima (2,92). I u ovom istraživanju najniže povjerenje je u političke institucije – političke stranke (2,22), Sabor (2,33) i Vladu (2,36). Čuvalo (2010) pokazuje statistički značajnu (iako slabu) pozitivnu korelaciju između učestalosti praćenja TV i povjerenja u analizirane društvene (mediji) i političke institucije, dok u slučaju drugih medija varira pozitivna ili negativna korelacija u odnosu na pojedine institucije (na primjer učestala upotreba radija korelira s povjerenjem u «vodeće gospodarstvenike, političke stranke, lidere preferiranih političkih stranaka (za koju su glasali na izborima), obrazovne institucije i povjerenja u domaće medije» (2010:49). Zanimljiva je negativna korelacija između čitatelja dnevnih novina i povjerenja u predsjednika, političke stranke i Crkvu. Najjača povezanost upotrebe medija i povjerenja u taj medij je u slučaju interneta, čiji korisnici su pretežno muškarci, mlađi i bolje obrazovani ispitanici. Nekonzistentnost odnosa povjerenja u pojedine institucije i upotrebe pojedinih medija na hrvatskom uzorku nije moguće jednoznačno interpretirati, pa Čuvalo (2010) u tom smislu upozorava na potrebu za uključivanjem varijabli o medijskom sadržaju tj. načinu prezentacije pojedinih analiziranih društvenih i političkih institucija, političkog opredjeljenja medijskih publika te detaljnije analize njihovih informacijskih navika. U 2011. godini televizija je i dalje na prvom mjestu kao izvor informacija (za 57% građana), internet na drugom (19%), ispred novina (10%) i radija (6%) dok je 8 % građana aktivno u traženju informacija iz više različitih izvora ³⁵ (GfK, 2011).

Tablica 6. Kojem mediju vjeruju mladi?

medij	% ispitanika
Internet	48
Televizija	29
Dnevne novine	12
Radio	6
Ostalo	5

Izvor: Gfk, Neka zapažanja o mladoj on-line populaciji u Hrvatskoj, 2011

http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/008744/index.hr.html

Odabir interneta kao prvog medija od povjerenja mladih ljudi, znatno iznad postotka povjerenja u bilo koji drugi medij, otvara pitanje što mladi podrazumijevaju pod «internetom» (to se pitanje odnosi i na druge publike). Kako je velika većina vremena koju mladi provedu na internetu posvećena interaktivnim, kreativnim aktivnostima i komunikaciji (društvene mreže, chat, forumi) više nego «tradicionalnim» medijima koji i na internetu strukturiraju informacije na sličan način kao i izvan njega, možda povjerenje o kojemu se ovdje radi nije toliko povjerenje u «medije» koliko u interpersonalnu komunikaciju.³⁶ Prema nekim indicijama mladi ljudi se sve više i informiraju putem društvenih mreža, tj. onu ulogu koju za odraslu populaciju imaju (masovni) mediji, tj. da budu «vratari» odnosno da selektiraju teme i informacije vrijedne naše pažnje, za mlade rade njihovi prijatelji i poznanici pisanjem o tome na društvenim mrežama.³⁷

Samoregulacija u medijima

Nakon više od desetljeća diskusija i nastojanja iz redova novinarske profesije, 7. prosinca 2011. godine osnovano je Hrvatsko vijeće za medije kao samoregulatorno tijelo sastavljeno od novinara i nakladnika, kojemu je cilj provoditi zajedničke standarde novinarske etike i profesionalnog kodeksa. U članstvo i vodstvo Vijeća i udruge izabrani su ugledni i poznati novinari, urednici te predstavnici nakladnika.³⁸ Vijeće je službeno počelo s radom početkom 2012. godine, a namjerava se zalagati protiv kršenja etičkih normi (građani im se mogu obraćati pritužbama) te za slobodan pristup informacijama i slobodu izražavanja. Vijeće nema mogućnost novčane ili druge kazne prekršiteljima, ali su se mediji-članovi obavezali da će u svojim izdanjima objavljivati mišljenja ovog Vijeća (što uglavnom nisu činili s odlukama Vijeća časti HND-a). Osnovni pomak od dosadašnje prakse je sudjelovanje nakladnika te očekivanje da će time i u svojim medijima primjenjivati zajedničke profesionalne standarde. Osnovana je i Udruga hrvatskog vijeća za medije.

Iako je u Hrvatskoj prisutan velik broj različitih medija (od kojih su neki sektori visoko koncentrirani) i iako postoje zakoni koji osiguravaju slobodu izražavanja, pristup informacijama u posjedu javnih vlasti, ipak su novinari u Hrvatskoj nezadovoljni autonomijom novinara te upozoravaju na trajne uplive dosadašnje vlasti na privatne medije.³⁹ Također upozoravaju na ulogu krupnog biznisa u medijskom sektoru, gdje ističu primjer Agrokora kao najvećeg pojedinačnog oglašivača u medijima, a uz to je i vlasnik glavnog distribucijskog lanca tiskanih medija, tj. kioska.

4. Novinarska profesija

Indikator 4. Razvoj institucija i profesionalnih kompetencija novinara, što omogućava slobodu izražavanja, pluralizam i raznolikost

Dostupnost profesionalnog medijskog obrazovanja: imaju li medijski djelatnici i poslovni menadžeri pristup obuci koja odgovara njihovim potrebama, uključujući takvu obuku koja uključuje osposobljavanje za razumijevanje demokracije.

Dostupnost sveučilišnih studija medijskih djelatnosti: jesu li sveučilišni studiji dostupni širokom rasponu studenata te daju li studentima vještine i znanja vezana i za demokratsku ulogu medija.

Sindikati i stručne organizacije: imaju li se medijski djelatnici pravo učlaniti u neovisne sindikate, te čine li to, zastupaju li sindikati i profesionalne udruge svoje članove u profesionalnim pitanjima.

Organizacije civilnog društva: organizacije civilnog društva sustavno prate medije, zalažu se za promicanje slobode izražavanja, pomažu zajednicama da dobiju pristup informacijama i u promociji njihovih potreba.

U protekle dvije godine nisu zabilježeni značajniji pomaci u odnosu na obrazovanje novinara niti njihovo članstvo u profesionalnim organizacijama. Kao što je navedeno u 1. i 3. poglavlju, organizacije civilnog društva aktivne su u području medija, a u posljednje vrijeme naročito u raspravama o javnoj radioteleviziji. Uz većinu onih koje se zalažu za njezin napredak, neke ju nastoje ukinuti ili barem ukinuti pretplatu (npr. konzervativna udruga Juris Protecta).

Ovakva aktivna uloga civilnog društva na unapređenju javne radiotelevizije izostala je u vremenu pripreme zakona 2010. godine, u kojem je najglasnija bila *ad hoc* koalicija komercijalnih medija koja je, u svojim tiskovinama i elektroničkim medijima, zagovarala što veće ograničenje reklamnog prostora za HTV i što veće sužavanje njegove uloge, čak do prijedloga za ukidanjem pretplate. Njihovo lobiranje u vlastitom interesu je i urodilo plodom tj. zakonskim rješenjem koje je drastično smanjilo dozvoljene reklamne minute.

5. Tehnološka infrastruktura

Indikator 5. Tehnološka infrastruktura je dovoljna da omogući neovisne i pluralistične medije

Dostupnost i primjena novih tehnologija u medijima: imaju li medijske organizacije pristup modernim tehničkim sredstvima za prikupljanje, proizvodnju i distribuciju vijesti.

Rasprostranjenost tiska, radiodifuzije i informacijsko-komunikacijskih tehnologija (ict): imaju li marginalizirane skupine pristup onim oblicima komunikacijskih tehnologija i medija kojima se mogu koristiti; ima li država koherentnu ict politiku kojom nastoji zadovoljiti informacijske potrebe marginaliziranih zajednica.

U 2010. godini televizija je u Hrvatskoj prešla na digitalno emitiranje i ugašeni su analogni odašiljači, dok radio i dalje emitira analogno. Dodijeljene su i prve digitalne televizijske koncesije, a u izradi je i g4 mreža za telefonski prijenos koja će omogućiti mobilnu televiziju.

Vijeće za elektroničke medije izdalo je tri dopuštenja za obavljanje audiovizualnih usluga na zahtjev, i to za uslugu Iskon interneta (u 100% vlasništvu Hrvatskog Telekomu tj. HT-a), Hrvatskom Telekomu za uslugu Max TV-a (u većinskom – 51%- vlasništvu Deutsche Telekomu i manjinskim udjelima banaka i mirovinskih fondova) i B.netu kabelaške televizije s Xvision uslugom (u vlasništvu austrijskog BEWAG-a tj. Burgerlandske elektre)⁴⁰. VEM na svojim stranicama ne navodi njihove tržišne udjele, no HT ima dominantnu poziciju na telekomunikacijskom tržištu u Hrvatskoj, uključujući i kabelašku distribuciju.

VEM je također u upisnik elektroničkih publikacija krajem 2011. godine upisao ukupno 56 nakladnika, među kojima su i brojni novinski izdavači tradicionalnih papirnatih izdanja.⁴¹

U 2011. godini 70% hrvatskih kućanstava ima kompjutor a internet koristi 63% građana starijih od 15 godina (1999. godine samo je 5% građana iz ove skupine koristilo internet). Isto istraživanje pokazuje da većina korisnika tjedno koristi internet više od 3 sata - 29% koristi ga 3-4 sata, od 4 do 10 sati koristi ga 21%, više od 10 sati 15% korisnika, dok manje od 3 sata tjedno internet koristi 35% korisnika.⁴²

Tablica 7. Aktivnost građana na internetu %

informiranje o dnevnim događajima	74
traženje informacija o proizvodima / uslugama	69
slanje / primanje el. pošte	68
korištenje društvenih mreža	58
slušanje Internet radija /gledanje televizije	30
skidanje glazbe (download MP")	27
igranje i skidanje igrica	27
informacije o zdravlju i prehrani	22
traženje zaposlenja / slanje ponuda	22
online igre, filmovi, muzika	37
internet bankarstvo	20
traženje informacija o obrazovanju i sl.	20
kupovine putem interneta	20
pisanje poruka (news grupe, forumi, "chat")	14
"download" programa, aplikacija	14
turističke informacije	13
telefoniranje putem interneta	13

Izvor: Informatička pismenost u Hrvatskoj, Gfk 2011.

http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/009149/index.hr.html

Iz ovih rezultata je vidljivo da se internet koristi i kao tradicionalan masovni medij tj. kao izvor informacija i zabave, ali i kao novi multimedij u kojemu se uloga publike sve više pretvara u aktivnu ulogu kreatora informacija - društvene mreže, forumi, mailovi, igre, itd. Korisnici društvenih mreža većinom su mlađi od 24 godine (čak 90%) te se stoga može očekivati i rast ove kategorije upotrebe.

Mladi (do 30 godina) čak su u 85% korisnici interneta, a u urbanim sredinama i do 95%. Dnevno provedu oko 8 sati koristeći različite medije - u prosjeku 3 sata slušaju glazbu, oko 1,5 sat (vikendom 2) gledaju televiziju, telefoniraju ili chataju preko interneta s prijateljima oko sat vremena, a on-line surfajući provode oko 2,5 sata⁴³. Čak otprilike 50 % mladih koristi internet pomoću mobilnih uređaja (većinom telefona, samo oko 10% mladih ima netbook), dok ih još oko 20% to čini s laptopa preko usb stika.

Osim što, kao i njihovi odrasli sunarodnjaci, internet koriste i za komunikaciju i za traženje informacija, preko 50 % zastupljeno je još gledanje "video clips-a" te neki oblici učenja.

Tablica 8. Što mladi rade na internetu (populacija od 15-30 godina)

E-mail	>80%
Društvene mreže	>70%
Chat	>60%
Prikupljanje informacija/praćenje novosti	>80%
Traženje informacija	80%
Gledanje video isječaka	>50%

Izvor: Gfk, Neka zapažanja o mladoj on-line populaciji u Hrvatskoj, 2011

http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/008744/index.hr.html

T-Com je još uvijek u dominantnom položaju kao davatelj preko 60% internetskih veza, dok novi operateri polako rastu na tržištu: Optima telekom i B.net (u vlasništvu Vipneta) imaju po oko 10% udjela, dok VIP i Iskon internet (koji je u vlasništvu T-Coma) imaju po oko 5% tržišta poslužitelja internet usluga (ovo reflektira i još uvijek dominantni položaj HT-a u fiksnoj telefoniji, koja je mahom podloga za internet priključke).

Zaključak

U nas su se promjene u regulativnom ili zakonskom uređenju sektora većinom događale bez prethodne «službeno objavljene namjere podržane sankcijama, koje mogu biti ili nagrada ili kazna» (Lowi i Ginsburg, 1996:607, prema Fischer et al, 2007:xix) tj. definicije ciljeva koji se žele postići. Tako je upitno koliko se u nas uopće može govoriti o postojanju koherentne medijske strategije ili politike (osim možda u kratkom razdoblju koalicijske vlade Ivice Račana 2002-2003. tj. ministra kulture Vujića). Usprkos tome, tendencija deregulacije i marketizacije primjetna je kao stalno rastuća karakteristika hrvatske medijske politike te je kao dio ukupne neo-liberalne ekonomske politike i ona oblikovala sadašnji karakter medijskog sustava (Peruško, 2011b).

Bez obzira na nedostatak (vidljive) koherencije, hrvatska država u medijskom sustavu ima relativno etatičku politiku u kojoj se odluke donose na temelju mišljenja tehnochrata ili inženjera a ne javnosti ili samih medija, a svaka nova politička garnitura reformira medije (Sorbet and Palhuer, 1986:90, u Humphreys 1996:137). U Hrvatskoj imamo pokroviteljsku, distributivnu i redistributivnu ulogu države (von Beyme, 2008:23) u medijskom tržištu putem direktnih subvencija medijima nacionalnih manjina, sufinanciranja audiovizualnih ostvarenja redistribucijom HRT-ove pristojbe, poticaja i subvencija za pluralizam i raznolikost javnih sadržaja u lokalnim i regionalnim elektroničkim medijima. Država ograničava broj dozvoljenih minuta reklama na televizijama i radijima, s posebnim povećanjem ograničenja za HRT u posljednjem periodu. Državno oglašavanje u medijima također je zakonski propisano, te su tijela javne uprave obavezna određeni dio svojih oglasa objaviti i u lokalnim i regionalnim medijima, i o tome jednom godišnje obavijestiti VEM.

Zakonodavne promjene u medijskom sustavu od kraja 2009. do kraja 2011. godine, kao i njihova primjena, pokazuju daljnje jačanje neoliberalnih tendencija hrvatske medijske politike koje uključuje jačanje pozicije komercijalnih na štetu javnih medija. Iako je pluralistička medijska politika još uvijek osnovni okvir, tj. i dalje se očekuje (i zakonski definira) da mediji djeluju u javnom interesu, koji je velikim dijelom definiran kroz različite manifestacije pluralizma i raznolikosti. Ipak se ti zahtjevi prema komercijalnim medijima stalno relaksiraju ili se ne provode, dok se javnoj radioteleviziji ograničavaju mogućnosti za ostvarenje takvih ciljeva, kroz smanjenje financijskih sredstava i samostalnosti. Iako se može činiti da su takve aktivnosti u skladu s trendovima u okruženju, razvijene države danas poduzimaju nove aktivnosti na razvoju nove javne digitalne infrastrukture. Države osnivaju državna poduzeća koja uvode mreže nove generacije (NGN) tj. jeftini i svima dostupan širokopojasni internet, kao osnovu za budući razvoj kvalitetnih javnih medija na novim platformama (Winseck, 2011). Time bi mogla započeti nova faza u razvoju medijskih sustava u kojem bi se napustila ideja da bi samo tržište moglo osigurati ostvarenje javnog interesa i demokratske uloge medija.

Referencije

- Čuvalo, A. (2010) "Obilježja medijskih publika i povjerenje u medije". *Medijske studije*, Zagreb: (1.) 1-2: 40-53.
- Fischer, Frank, Miller, Gerald J., Sidney, Mara S. (2007) *Handbook of Public Policy Analysis*. CRC Press. Boca Raton, London, New York. Taylor & Francis Group.
- Humphreys, P. J., (1996) *Mass Media Policy in Western Europe*, Manchester University Press.
- Lulić, Ana (2010a) Programska raznolikost na lokalnim i regionalnim televizijama u Hrvatskoj. *Monitoring medija* 2/2011, <http://cim.fpzg.hr/uploaded/monitoring%20medija%202-2011.pdf>
- Lulić, Ana (2010b) Žanrovska raznolikost i javni interes televizijskih programa lokalnih i regionalnih televizija koje potiče Fond za poticanje pluralizma i raznolikosti elektroničkih medija. *Monitoring medija* 3/2011, <http://cim.fpzg.hr/uploaded/monitoring%20medija%203-2011.pdf>
- Media Development Indicators: A Framework for Assessing Media Development. (2008) Intergovernmental Council of the IPDC. Twenty-sixth session.. UNESCO Headquarters, Paris. 26 -

28 March 2008. CI-08/CONF.202/5. 22 February 2008. Original: English
CI-08/CONF.202/5, 22 February 2008, Original: English

Peruško, Zrinjka (u tisku) «Medijski sustav u Hrvatskoj: od autoritarnog do mediteranskog modela». u Hrvatska u Europskoj uniji: kako dalje? Zagreb: Centar za demokraciju i pravo Miko Tripalo.

Peruško, Zrinjka (2011a) «Struktura medijskih sustava», str. 7-24. u Z. Peruško, Peruško, Z., Perišin, T., Topić, M., Vilović, G., Zgrabljic Rotar, N. (2011) *Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

Peruško, Zrinjka (2011b) «Kategorija 2. Pluralizam i raznolikost medija», str. 57-89. u Z. Peruško, Peruško, Z., Perišin, T., Topić, M., Vilović, G., Zgrabljic Rotar, N. (2011) *Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

Peruško, Zrinjka (2010) «Assessment of Media Development in Croatia Based on UNESCO Media Development Indicators.

http://cim.fpzg.hr/uploaded/UNESCO_Media_Development_indicators.pdf. pristupljeno 27. siječnja 2012.

Peruško, Zrinjka (2009) «Public Interest and Television Performance in Croatia». *Medijska istraživanja*. God 15, br. 2. str. 5-31.

Peruško, Z., Perišin, T., Topić, M., Vilović, G., Zgrabljic Rotar, N. (2011) *Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

Peruško, Z., Čuvalo, A. (2010) "Croatian television pre and post socialism: trends in genre diversity in the past 50 years", UC3M Seminario Internacional "La transición democrática en España. Aspectos cinematográficos y televisivos", Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación, Madrid, 22-23 marzo 2010.

Švob-Đokić, Nada, Bilić, Paško, Peruško, Zrinjka (2011) "Case study report. Does media policy promote media freedom and independence? The case of Croatia". December 2011. MEDIADDEM, EU 7th Framework. <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2012/01/Croatia.pdf>

von Beyme, Klaus (2008) «Obrisi politologije umjetnosti». *Analiza Hrvatskog politološkog društva*, God. 5. str. 7-30.

Vozab, Dina (2011) Press Trends in Croatia 2010. *Monitoring medija* 1/2011, <http://cim.fpzg.hr/uploaded/media%20monitoring%201-2011.pdf>

Winseck, Dwayne (2011) «Introductory essay: The political economies of media and the transformation of the global media industries», u Dwayne Winseck and Dal Yong Jin, eds. *The Political Economies of Media. The Transformation of the Global Media Industries*. London & New York: Bloomsbury.

Popis kratica

VEM	Vijeće za elektroničke medije
ZEM	Zakon o elektroničkim medijima
ZM	Zakon o medijima
HRT	Hrvatska radiotelevizija
HTV	Hrvatska televizija
HR	Hrvatski radio
HDZ	Hrvatska demokratska zajednica
SDP	Socijaldemokratska partija Hrvatske
HNS	Hrvatska narodna stranka
IDS	Istarski demokratski sabor

HSU	Hrvatski savez umirovljenika
HAKOM	Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije
AVMSD	Audiovizualna direktiva Europske unije, Audiovisual media services directive
HT	Hrvatski telekom

¹ Hrvatsko istraživanje bilo je među prvim nezavisnim svjetskim primjenama UNESCO-ovih indikatora medijskog razvoja što ih je 2008. godine usvojio UNESCO-ov Međunarodni program za razvoja komunikacija IPDC (International Program for the Development of Communication). IPDC je poseban program UNESCO-a kojem je cilj «pridonositi održivom razvoju, demokraciji i dobroj vladavini širenjem univerzalnog pristupa i distribucijom informacija i znanja putem jačanja kapaciteta zemalja u razvoju i zemalja u tranziciji na području elektroničkih i tiskanih medija» (Media development 2008, 7). Ciljevi IPDC-a su potpora masovnoj komunikaciji u zemljama u razvoju, razvijanje tehničkih i ljudskih resursa, promocija transfera tehnologije, jačanje pluralizma i neovisnosti medija, demokracije i ljudskih prava. Spomenuta istraživanja provodi Centar za istraživanje medija i komunikacije Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu u okviru znanstveno-istraživačkog projekta kojeg financira Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta «Medijska kultura u suvremenoj Hrvatskoj: pluralizam medija i medijske politike». U 2008. i 2009. godini. istraživanje je sufinancirano i iz Participacijskog programa UNESCO-a uz podršku Hrvatskog povjerenstva za UNESCO i u suradnji s Communication Development Division UNESCO-a, a 2011. godine provodi se UNESCO-ov regionalni participacijski projekt «Monitoring medijskog razvoja – Komparativna evaluacija implementacije UNESCO-vih indikatora medijskog razvoja u jugoistočnoj Europi». Partneri na projektu su Centar za medije Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu i Makedonski institut za medije iz Skopja. Nacionalni izvještaji, a ovo je hrvatski, predstavljaju prvu fazu analize u komparativnom projektu, dok druga faza obuhvaća komparativnu analizu tri zemlje pomoću iste matrice.

² <http://hdr.undp.org/en/data/trends/>

³ «Na jesen novi zakon i nova ekipa na HRT-u», Glas Istre, 8.1.2012. <http://www.glasistre.hr/hrvatska/vijest/346960> pristupljeno 14. veljače 2012. , i na skupu Apel za spas HRT-a, HND, 16. siječnja 2012. <http://www.hnd.hr/hr/homepage/priopcenje/65065>

⁴ «Democracy Index 2011: Democracy under stress.» *The Economist Intelligence Unit*, 2011. Istraživanje uključuje 60 indikatora grupiranih u 5 kategorija, a zemlje su prema prosječnom multidimenzionalnom indeksu svrstane u pune demokracije, oštećene demokracije, hibridne režime, i autoritarne režime.

http://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=DemocracyIndex2011.

pristupljeno 12. siječnja 2012.

[http://www.eiu.com/Handlers/WhitepaperHandler.ashx?fi=Democracy Index Final Dec 2011.pdf&mode=wp](http://www.eiu.com/Handlers/WhitepaperHandler.ashx?fi=Democracy%20Index%20Final%20Dec%202011.pdf&mode=wp)

⁵ Analiza se temelji na 23 pitanja podijeljena u tri kategorije: pravna (do 30 bodova), politička (do 40 bodova) i ekonomska okolina (do 30 bodova).

http://freedomhouse.org/template.cfm?page=350&ana_page=376&year=2011

⁶ «DIREKTIVA 2007/65/EZ EUROPSKOGA PARLAMENTA I VIJEĆA od 11. prosinca 2007. kojom se izmjenjuje i dopunjuje Direktiva Vijeća 89/552/EEZ o usklađivanju određenih odredbi propisanih zakonom, uredbom ili upravnim postupkom u državama članicama vezano uz obavljanje aktivnosti televizijskog emitiranja». http://www.e-mediji.hr/files/eu/direktiva_hrvatski_185.pdf

⁷ Iako je prvu koncesiju za emitiranje TV programa RTL Televizija dobila 2003. godine, na stranici VEM-a na mjestu predviđenom za programsku osnovu ove televizije nalazi se dokument pod

nazivom «Opis programa RTL Televizije», datiran iz veljače 2005. godine. http://www.e-mediji.hr/files/nakladnici/opis_programa_rtl.pdf. pristupljeno 2. veljače 2012.

⁸ «VEM će sedam dana nadzirati RTL nakon čega slijedi odluka». 24 sata, 3.2.2012. <http://www.24sata.hr/news/vem-ce-sedam-dana-nadzirati-rtl-nakon-cega-slijedi-odluka-252454>. pristupljeno 5. veljače 2012.

⁹ Emisija «Otvoreno», HTV, 25.1.2012.

¹⁰ «Rating of Legal Framework for Right to Information in 89 Countries», Centre for Law and Democracy, 2011. <http://rti-rating.org/results.html>. Vidljivo je da među zemljama čija su zakonodavstva najbolje ocijenjena prevladavaju nove demokracije (uz izuzetak Indije koja ima dugu demokratsku tradiciju), pa se radi o zemljama koje su u novije vrijeme donosile zakone. Priprema se i komparativno istraživanje primjene, koje će svakako pokazati drugačiju sliku, ne samo u Hrvatskoj. Na navedenoj web stranici dostupni su detaljni podaci o metodologiji istraživanja, uključujući indikatore, te uz skupne rezultate i za svaku pojedinu zemlju.

¹¹ Toni Gabrić, «Inga, vrati plaću», H-alter <http://www.h-alter.org/vijesti/mediji/inga-vrati-placu>, 26.7.2011. pristupljeno 12. siječnja 2012.

¹² «Dan prava na pristup informacijama», H-alter, <http://www.h-alter.org/vijesti/ljudska-prava/dan-prava-na-pristup-informacijama>, 28.9.2011. pristupljeno 12. siječnja 2012.

¹³ Andrea Žapčić. «Hoće li novinari u Remetinec ili koliko je i za koga istina voda duboka». 4.1.2011. <http://www.tportal.hr/vijesti/hrvatska/104000/Hoce-li-i-novinari-u-Remetinec-ili-koliko-je-i-za-koga-istina-voda-duboka.html>. pristupljeno 19. siječnja 2012.

¹⁴ Za razliku od multilateralnog sporazuma koji bi bio obavezan za sve članice Svjetske trgovačke organizacije (WTO), plurilateralni sporazum je dobrovoljan tj. zemlja ga ne mora potpisati.

¹⁵ Hrvatska još bez stava o ACTA-i. *Glas Istre*, 4.2.2012. <http://www.glasistre.hr/hrvatska/vijest/348112>. pristupljeno 5.2.2012.

¹⁶ Enes Zebić. Traži se zabrana prodaje medijskih koncesija. 19.5.2008. <http://www.slobodnaevropa.org/content/article/1116525.html>. pristupljeno 19. siječnja 2012.

¹⁷ <http://ipress.hr/hrvatska/ciji-ce-bit-novi-list-faggian-za-sada-ostaje-vlasnik-19203.html>

¹⁸ Centar za istraživanje medija i komunikacije (CIM) Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu organizirao je 12. ožujka 2010. godine međunarodnu konferenciju «Budućnost javnog radiotelevizijskog emitiranja u Hrvatskoj» na kojoj je komentiran nacrt novog zakona (koji još u to vrijeme nije bio poslan u zakonodavnu proceduru). Međunarodni i domaći stručnjaci upozoravali su na opasnost ograničenja financijskih sredstava javnoj radioteleviziji te ukazivali na to da pravila o javnim potporama koja je nedavno donijela Europska komisija nisu primijenjena niti u jednoj zemlji članici EU. <http://cim.fpzg.hr/hr/default.asp?sifraGrupe=4&sifraResursa=11>

¹⁹ Od 1990. godine zakon o HRT-u mijenjan je 10 puta, dok su cjelovite izmjene u potpuno novom zakonskom rješenju donesene 1990, 2001, 2003, i 2010. godine, izmjene su usvajane 1991, dva puta 1992, 1993, 1996, i 1998. Za uvid u ranija zakonska rješenja v. web stranicu Narodnih novina www.nn.hr a za njihovu analizu i implikacije u medijskoj politici vidi Z. Peruško Čulek, 1999, Peruko Čulek 2003, Peruško 2005, Zgrabljčić, 2003.

²⁰ Privremeni ugovor HRT-a i Vlade RH. http://hrt.hr/uploads/media/Privremeni_ugovor_HRT-a_i_Vlade_RH.pdf

²¹ I ranije je program za iseljenike bio sufinanciran iz proračuna.

²² Primjer je emisija o smrti Mirjane Pukanić, o čemu je bilo dosta rasprave i u tiskanim medijima.

²³HINA. «Nadzorni odbor prihvatio prilagođeni program restrukturiranja». <http://www.novilist.hr/Scena/TV/Nadzorni-odbor-HRT-a-prihvatio-doradeni-Program-restrukturiranja>. 14.9.2011. pristupljeno 16. siječnja 2012.

²⁴ «500 ljudi na HRT-u dobiva otkaz». 27.9.2010. <http://danas.net.hr/novac/page/2010/09/27/0978006.html>

²⁵ «Netransparentna uprava HRT-a mimo sindikata skovala plan o rješavanje 389 zaposlanika» 19.12.2011. <http://www.index.hr/vijesti/clanak/netransparentna-uprava-hrta-mimo-sindikata-skovala-plan-o-rjesavanju-389-zaposlenika-/589318.aspx>. pristupljeno 16. siječnja 2012.

²⁶ U Statutu se kaže da će se to definirati općim aktom o financijskom poslovanju, o kojemu u siječnju 2012. nismo uspjeli naći traga na web stranicama HRT-a, pa se čini da još nije donesen.

²⁷ Zanimljivo je da komercijalne televizije na nacionalnoj razini moraju platiti samo 0,8% svojih bruto prihoda, regionalne i lokalne (na području većem od 750.000 stanovnika) 0,5%, pružatelji audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev 2 %, a oni koji samo obavljaju retransmisiju 0,8% (tu se radi o kabelskim tv operaterima kao što su max-tv i b.net, koji međutim imaju i tv na zahtjev; nije sasvim jasna primjena ovih odredbi), ostali pružatelji medijskih usluga 0,5%, a kinoprikazivači 0,1%. Zakona o izmjenama i dopuni zakona o HAVC-u, NN 90/11.

²⁸ «Hrvatska vlada dala HRT-u rok od 30 dana za novi plan restrukturiranja». <http://dalje.com/hr-hrvatska/vlada-dala-hrt-u-rok-od-30-dana-za-novi-plan-restrukturiranja/339757>. 14.2.2011. pristupljeno 16. siječnja 2012.

²⁹Temeljna načela oblikovanja svih usluga HRT-a. http://www.hrt.hr/fileadmin/video/Standard_i_kvaliteta_HRT-a.pdf.

³⁰Zapisnik 4. sjednice Vijeća HRT-a. 9. svibnja 2011. http://www.hrt.hr/uploads/media/Zapisnik_4_sjednice_Programskog_vijeca_HRT-a.pdf. pristupljeno 3. veljače 2012.

³¹ Na forumima se moglo pročitati da je na upit o programu upućen povjereniku odgovoreno da je pitanje prosljeđeno Službi za gledatelje.

³² Apel je objavljen u tekstu «Zakon o HRT-u dobar, problematična njegova primjena» na <http://cro.time.mk/read/290f95eb5b/426fcde1a4/index.html>, pristupljeno 5.3.2012.

³³ Eurobarometar 74 (2010) Javno mnijenje u Europskoj Uniji. http://www.delhrv.ec.europa.eu/files/file/eurobarometar/CROATIA_EB74_NATIONAL_REPORT_VALIDATED%205_.pdf

³⁴«Raste povjerenje građana u medije». Ivana Knežević. 16.3.2011. <http://www.vjesnik.hr/Article.aspx?ID=1655B168-B1A2-43CF-8F2B-BF508CD36B41>

³⁵ «Koji medij najviše koristimo za svakodnevno informiranje», istraživanje Gfk provedeno u prosincu 2010. na reprezentativnom uzorku (N 1000) građana starijih od 15 godina. http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/007594/index.hr.html. pristupljeno 3. veljače 2012.

³⁶ Zahvaljujem Antoniji Čuvalo na ovom uvidu u našem razgovoru 2011. godine.

³⁷ Zahvaljujem svojim studentima seminaristima na predmetu Teorije masovne komunikacije na ovom uvidu.

³⁸HINA. «Novinari i nakladnici osnovali Hrvatsko vijeće za medije», Novi list, <http://www.novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/Novinari-i-nakladnici-osnovali-Hrvatsko-vijece-za-medije>. 7. 12. 2011. pristupljeno 27. siječnja 2012.

³⁹ Andreja Žapčić, «Mogu li hrvatski novinari imati nekog okovanog patka», T-portal. 25.1.2012. <http://www.tportal.hr/vijesti/hrvatska/172665/Mogu-li-hrvatski-novinari-imati-nekog-svog-okovanog-patka.html> pristupljeno 27. siječnja 2012.

⁴⁰ <http://www.e-mediji.hr/nakladnici/dopustenja1.php>, pristupljeno 12. siječnja 2012.

⁴¹ http://www.e-mediji.hr/files/publikacije/Upisnik_elektronickih_publikacija_402.pdf, pristupljeno 12. siječnja 2012.

⁴²«Informatička pismenost u Hrvatskoj». Gfk, 2011. http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/009149/index.hr.html. pristupljeno 19. siječnja 2012.

⁴³«Neka zapažanja o mladoj on-line populaciji u Hrvatskoj», Gfk 2011. http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/008744/index.hr.html. pristupljeno 19. siječnja 2012.