



Kreativne
Industrije, čiji su
dio i mediji, jedan je
od onih segmenata
gospodarstva koji
su najviše stradali

INTERVJU
NINA OBULJEN KORŽINEK

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

MORAMO PRONAĆI MODELE POTPORE ZA TISKANE MEDIJE

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

RAZGOVARAO ZDRAVKO MILINOVIĆ | SNIMILA IVANA NOBILO CROPIX

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

su najpogođeniji lockdownom, bio osnovna tema razgovora za Globus.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

■ Nije li upravo neki oblik subvencioniranja pretplate taj neutralni model koji priželjkujete?

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

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

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

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

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

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



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

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

- Već neko vrijeme pokušavamo demantirati takve teze koje su plasirane u javnost. Odgovornost izdavača je postojala i do sada – ona izvire iz Zakona o medijima i Zakona o elektroničkim medijima. Nakladnik svakog elektroničkog medija odgovoran je za sadržaj – dakle na isti način nakladnik radija, televizije ili elektroničke publikacije, odnosno portala. Europska direktiva s kojom se ovaj Zakon usklađuje eksplicitno uvodi odgovornost nakladnika za sadržaje koji se generiraju na uslugama na zahtjev. I to je logično jer kao nakladnik vi monetizirate – dakle nudite oglašivačima cjelinu svog sadržaja – kako onaj sadržaj koji stvaraju novinari, tako i one sadržaje koje generiraju korisnici – dakle komentare.

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

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

■ Problem je što svako ograničavanje slobode na internetu udara na samu bit interneta kao najotvorenijeg i najdemokračičnijeg medija.

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



Mi smo najbliži odluci da idemo prema subvencioniranju pretplate, ali dogovorili smo se s predstavnicima nakladnika da nam daju zajednički prijedlog

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

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

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

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

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

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

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

- To je još jedna od teza koja, jednostav-

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

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

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

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

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

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

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

- I prije nego što je došlo do promjene u imenu ovo je Ministarstvo bilo zaduženo za medije. Bilo je dosta zahtjeva struke da se i mediji spomenu u naslovu ministarstva. Pred nama je razdoblje implementacije važ-

nih strateških dokumenata Europske unije zbog konvergencije i digitalizacije medija u kojem će se još brže usklađivati medijske politike i zakonodavstvo. Sada smo prvi put u okviru Ministarstva formirali i Upravu za medije i kreativne industrije kojoj je prvenstveni cilj pomaganje u razvoju pluralnih, ali ekonomski održivih medija.

■ **Gospođa Jasna Fila Vaniček nedavno je imenovana za ravnateljicu Uprave za medije.**

Koji će biti prioriteti rada te Uprave?

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