



- 1. Što je medijska politika?**
- 2. Kakva je ona u Hrvatskoj bila?**
- 3. Kako i u kojem smjeru bi se ta politika mogla/trebala mijenjati?**



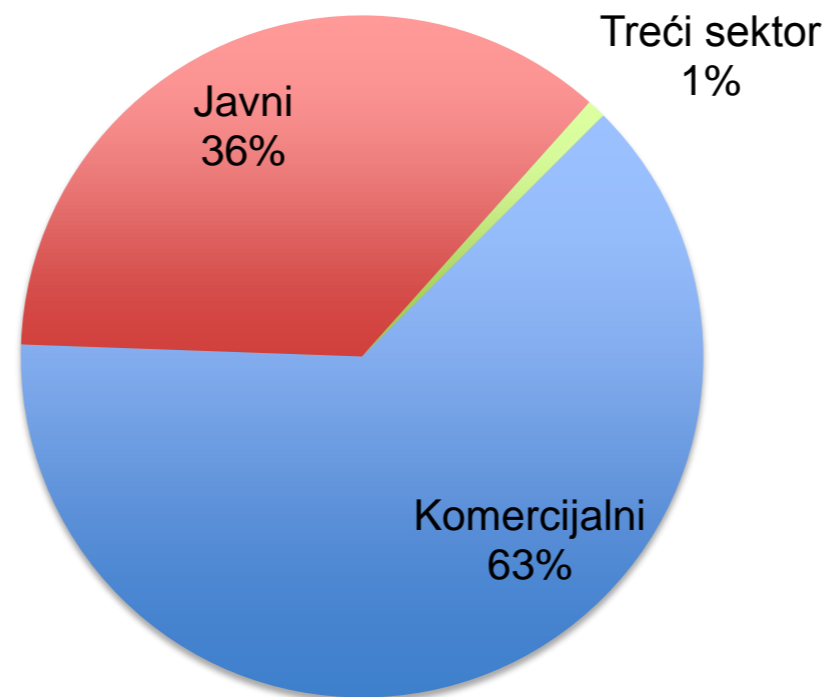
- First Amendment approach: regulatory interventions specifically designed to promote communicative opportunities (Goodman 2007)
- Paradigm shift approach: (I) the phase of emerging communications industry policy, (II) the phase of public service media policy, and (III) the phase of a new communications policy paradigm (Van Cuilenburg and McQuail 2003)
- “Commons” approach: media policy is that policy which affects public discourse about shared problems that require shared solutions (Aufderheide 2002, Braman 2004)

* * *

Sistemske poticaji određenim medijskim strukturama i određenim tipovima ponašanja (Freedman 2008, Baker 2004)

Struktura prihoda hrvatskih medija prema sub-sektorima, 2012

Izvor: Agencija za elektroničke medije, HRT, Hina,
Državni zavod za statistiku, Fina i Ministarstvo kulture



- Tržište kao institucija: 2/3 sustava
- Tržište kao metafora: set legitimacijskih uvjerenja





**Održiv medijski sustav
javnih, komercijalnih i medija trećeg sektora
koji zadovoljava demokratske i kulturne potrebe građana**

Unaprijediti politički i ekonomski autonomne javne medije koji kao platforme aktivne demokratske i kulturne participacije građana proizvode i putem različitih tehnologija distribuiraju obilje kvalitetnih i za publike dostupnih medijskih sadržaja

Povećati opseg i kvalitetu proizvodnje javnih medija

Osigurati kulturnu, cjenovnu i tehnološku univerzalnost pristupa sadržajima javnih medija

Povećati kulturnu i političku raznolikost tema i gledišta; redefinirati javni interes kao ispravljanje društvenih nejednakosti u komunikacijskoj sferi

Razviti javne medije kao platforme aktivne participacije građana i suradnje s medijima trećeg sektora

Povećati javnu odgovornost i domaću proizvodnju sadržaja komercijalnih medija koji mogu osigurati uvjete za održivo financiranje novinarskog i autorskog rada, sve manje ovisnog o tržišnim utjecajima, zadržavajući autonomiju od države i lokalne uprave

Zaustaviti pad novinarske zaposlenosti, pogoršanje radnih uvjeta i smanjiti udio nesigurnih oblika zaposlenja

Povećati domaću proizvodnju kvalitetnog dramskog i glazbenog programa na komercijalnim televizijama i radijima s nacionalnim pokrivanjem, kao i lokalnog informativnog programa na lokalnim i regionalnim televizijama i radijima

Unaprijediti i primijeniti odredbe medijskog zakonodavstva, posebno one o redakcijskim statutima, sprečavanju koncentracije i uvažavanju ljudskih prava

Omogućiti transformaciju komercijalnih medija u kooperativne i neprofitne

Omogućiti razvoj i veći društveni utjecaj medija trećeg sektora kao komunikacijskih središta društveno-kulturnog života lokalnih i drugih zajednica

Zakonodavno etabliranje medija trećeg sektora, komunalnih i kooperativnih medija

Povećati sredstva za financiranje medija trećeg sektora

Profesionalizacija rada i povećanje zaposlenosti u sektoru

Razvoj suradnje između neprofitnih i javnih, kao i neprofitnih i neprofitnih medija

Osnivanje novih neprofitnih medija

Unaprijediti medijsko obrazovanje

Razviti sustav javnog financiranja i potpora medijskoj proizvodnji

Usavršiti medijsko zakonodavstvo i mehanizme njegove provedbe



39 zadataka za demokratske medije

Unaprijediti politički i ekonomski autonomne javne medije koji kao platforme aktivne demokratske i kulturne participacije građana proizvode i putem različitih tehnologija distribuiraju obilje kvalitetnih i za publike dostupnih medijskih sadržaja

Povećati javnu odgovornost i domaću proizvodnju sadržaja komercijalnih medija koji mogu osigurati uvjete za održivo financiranje novinarskog i autorskog rada, sve manje ovisnog o tržišnim utjecajima, zadržavajući autonomiju od države i lokalne uprave

Omogućiti razvoj i veći društveni utjecaj medija trećeg sektora kao komunikacijskih središta društveno-kulturnog života lokalnih i drugih zajednica

19. Politički i ekonomski autonomna upravna tijela javnih medija

28. Fond za filmove i serije na komercijalnim televizijama

34. Komunalni medijski centri

20. Veći opseg i kvaliteta Hinine proizvodnje u postojećim i novim vrstama

29. Realne cijene emitiranja i pravedne koncesijske naknade

35. Zakonodavno određenje medija trećeg sektora

21. Tiskani bilten Hine na engleskom jeziku

30. Više narudžbi za neovisne produkcije

36. Treći sektor na HRT-u

22. Više proizvodnje HRT-a

31. Kvote ili play or pay za domaće sadržaje na televizijama inozemnog podrijetla

37. Suradnja medija trećeg sektora s Hinom

23. Novih programi i kanali distribucije HRT-a

32. Održivi komercijalni radio i televizija u lokalnoj zajednici

38. Osnivanje servisnog centra za medije trećeg sektora

24. Obaveza i naknada za reemitiranje HRT-ovih programa putem multikanalnih platformi

33. Reevaluacija Fonda za pluralizam

39. Povećanje dijela prihoda od igara na sreću namijenjenih neprofitnim medijima

25. Povratak redakcija na HRT

26. Javnost koja odlučuje o javnoj nabavi serija na HRT-u

27. HRT bez reklama

15. "Pet kuna za medijsko obrazovanje" po internetskom priključku

16. Novi model prikupljanja HRT-pristojbe

12. Dostupnost svima

13. Medijsko obrazovanje u vrtiću i školi

14. Više kvalitetnih medijskih sadržaja za djecu i mlade

10. Profesijski standardi medija koji promoviraju ljudska prava

11. Povelje o javnom interesu

18. Dovoljno frekvencija za sve

17. Sustav javnih potpora novinarskom i autorskom radu

8. Središnji sustav praćenja transparentnosti vlasništva i informacija o djelovanju medija

9. Javno evaluirati koncesijske ugovore i standarde

7. Neovisno regulacijsko tijelo nadležno za sve medije

6. Minimalni standardi statuta medija

5. Pravo novinara na pristup informacijama

2. Nova definicija pojma novinara

1. Novi zakon o medijima

3. Kraj "RPO-a" u novinarstvu

4. Dekriminalizacija novinara za djela protiv časti i ugleda

32. Održivi radio i televizija u lokalnoj zajednici

- a) Uvođenje sankcija za tijela državne uprave i pravne osobe u većinskom državnom vlasništvu koje ne utroše “15 posto godišnjeg iznosa namijenjenog promidžbi svojih usluga ili aktivnosti na oglašavanje u audiovizualnim ili radijskim programima regionalnih i lokalnih nakladnika televizije i/ili radija” (prijedlog NUT-a i HURIN-a)
ili
- b) Povećanje potpora Fonda za pluralizam regionalnim i lokalnim programima televizije i radija za iznos njihova prihoda od oglašavanja “javnog sektora” 2010. godine
- a) Brisanje ograničenja političke promidžbe na trajanje predizborne kampanje
ili
- b) Povećanje potpora Fonda za procijenjeni iznos prihoda od političke promidžbe