

Odgovor građana na klijentelizam u medijima
MEDIA CIRCLE PROJEKT

Indeks klijentelizma u medijima: Mjerenje stvarnosti

Munir Podumljak
Zagreb, 15.12.2017



Odgovor građana na klijentelizam u medijima, MEDIA CIRCLE projekt se financira iz Instrumenta pretpristupne pomoći Europske unije (IPA) Civil Society Facility (CSF) i sufinancira od strane Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.



Kratice projekta: MEDIA CIRCLE

Puni naziv projekta: Odgovor građana na klijentelizam u medijima

Trajanje projekta: Prosinac 2013 – Ožujak 2018

Doprinos Europske komisije: 548.341,37 EUR

Referenca: EuropeAid/134613/C/ACT/MULTI

Broj Ugovora o darovnici: 2013/332-758

Internet stranica projekta: <http://www.fairpress.eu/>

Tko?

Konzorcij od **8** organizacija (nositelj projekta je Partnerstvo za društveni razvoj, a partneri su Expert Forum iz Rumunjske; BH novinari i VESTA iz Bosne i Hercegovine; Institut za javnu politiku iz Crne Gore; Public iz Makedonije; Nezavisno društvo novinara Vojvodine i Komitet pravnika za ljudska prava iz Srbije)

Što?

Odgovor građana na klijentelizam u medijima, MEDIA CIRCLE

Kada?

Od 1. prosinca 2013 do 30. ožujka 2018

Gdje?

6 zemalja Jugoistočne Europe (Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija, Crna Gora, Makedonija i Rumunjska)

Zašto?

Kako bi se uspostavio neovisan, održiv i višeslojan međudržavni mehanizam za aktivno praćenje medijskih politika, zagovaranje i brzu reakciju na probleme u JI Europi

Kako?

Dizajniranjem alata za nadzor stanja u medijima: Indeksa klijentelizma u medijima i *news* portala Fairpress.eu

- Kontrolni mehanizam koji promatra medijsko okruženje i odnose između politike, ekonomskih centara moći, medija i građana.
- Alat namijenjen donositeljima odluka u području medijskih politika, kako bi im pomogao u oblikovanju odluka utemeljenih na stvarnosti.
- Mjeri rizike klijentelističkih praksi, postojanje takvih praksi, kao i potencijal društva i države za rješavanje pitanja klijentelizma u medijima, kao i drugih pitanja povezanih s funkcioniranjem medijske industrije.
- Pri izradi Indeksa korištena je Metoda potencijala (rangiranja) zasnovana na teoriji grafova prema teorijskom radu dr. Lavoslava Čaklovića s Matematičkog odjela Prirodno matematičkog fakulteta Sveučilište u Zagrebu.

- Podaci na temelju kojih je mjerjen indeks prikupljeni su desk metodom (primarni podaci)
- Podaci se odnose na 2016. godinu, jer brojni statistički podaci, koji su važni za mjerenje (primjerice, izvješća o izvršenju proračuna ili izvješća državnih zavoda za statistiku, kao i izvješća o radu relevantnih institucija) nisu dostupni u realnom vremenu, odnosno dostupni su tek sredinom tekuće godine za prethodnu godinu.
- Pri interpretaciji podataka, te za potrebe vrednovanja, odnosno ponderiranja određenih kategorija korištene su ekspertne grupe u svakoj od zemalja. Ekspertnu grupu činile su tri osobe u svakoj zemlji, a koje dolaze iz različitih područja koja su obuhvaćena indeksom: predstavnik/ca akademske zajednice, civilnog sektora (novinarskih udruženja) i novinar/ka.

METODOLOŠKA OBJAŠNJENJA



- Indeks u matičnom pregledu mjeri različite skupine i kategorije podataka. Struktura prikupljenih podataka zasniva se na pet subgrupa (SG1-SG5):

(SG1) zakonodavni i regulatorni okvir,

(SG2) institucionalni okvir,

(SG3) transparentnost vlasništva,

(SG4) tržišni indikatori i financiranje medija,

(SG5) medijske slobode i temeljna prava.

- i četiri hijerarhijska modela (T1-T4):

(T1) regulatorni i institucionalni kapacitet države da detektira i eliminira klijentelističku praksu u procesu donošenja medijskih politika i operativnim aktivnostima medijske industrije;

(T2) praksa u donošenju medijskih politika, barijere spram klijentelističkih praski i pojavnost klijentelizma;

(T3) sposobnost države, odnosno društva da razumije situaciju u medijima prema deklariranom postojanju podataka;

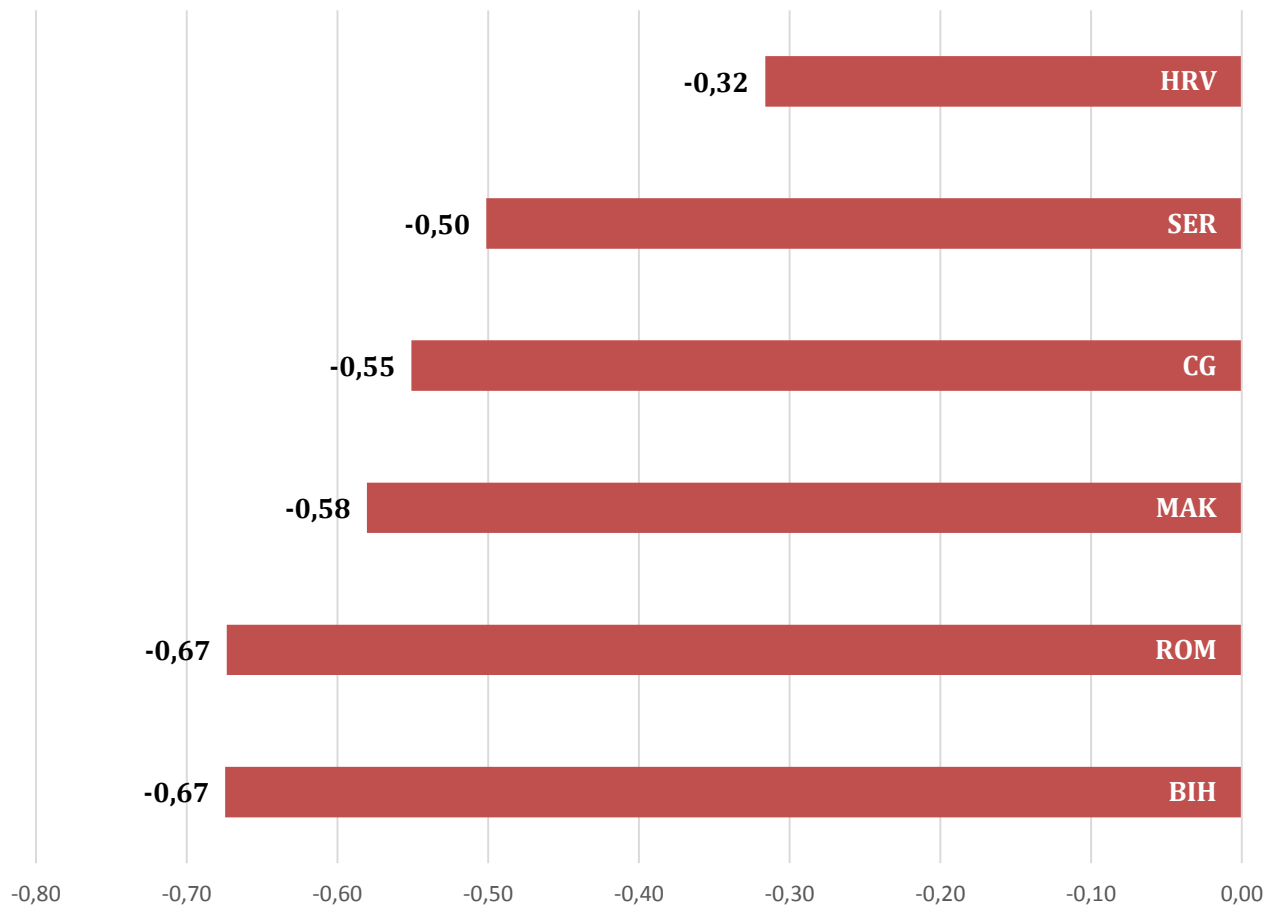
(T4) društveni kapacitet za mjerenje medijske realnosti, u kojem se testiraju svi prethodni deklarativni stavovi i podaci prikupljeni od strane formalnih institucija, te procijenjuje njihova vjerodostojnost i kvaliteta.



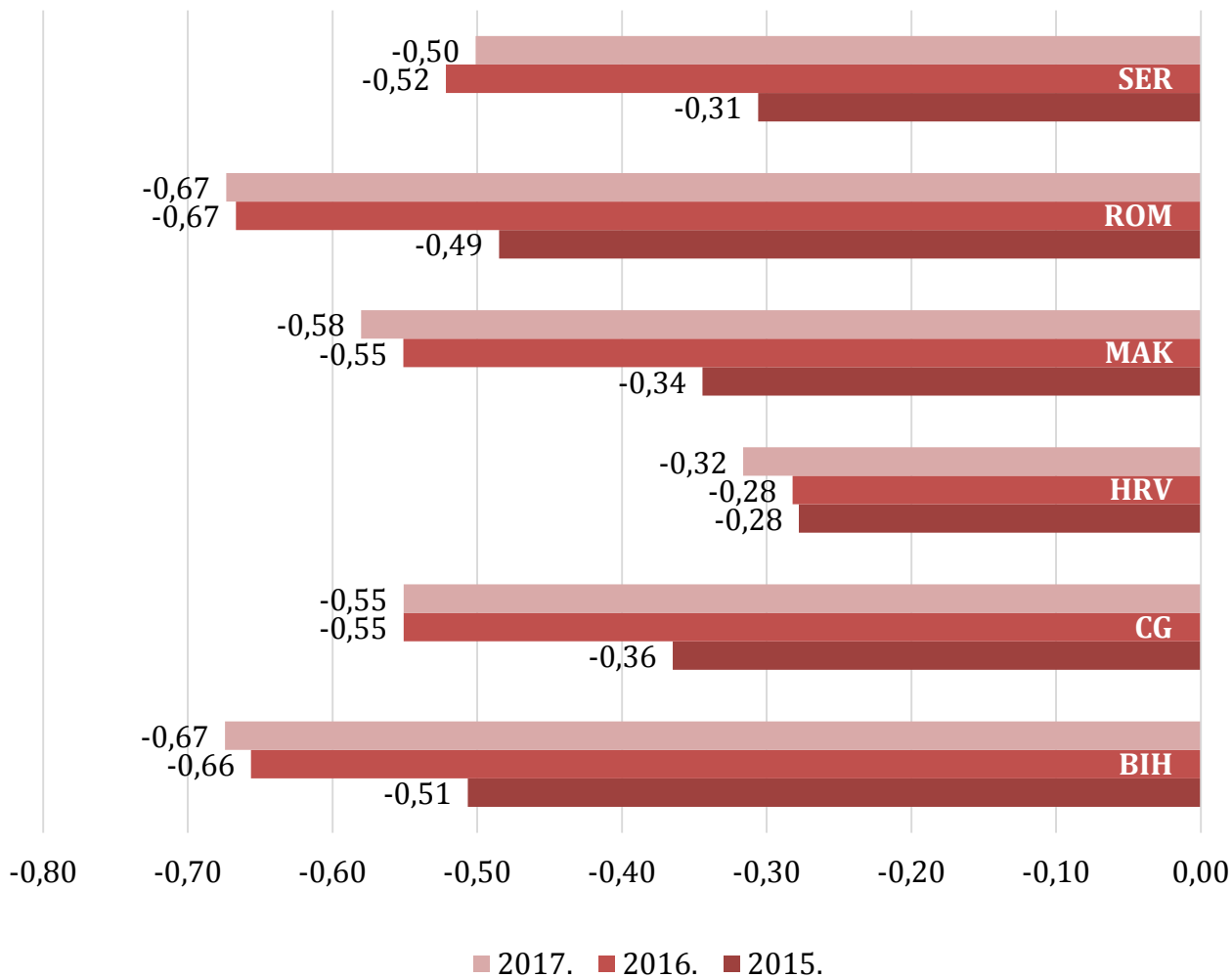
Indeks klijentelizma u medijima: Mjerenje stvarnosti

Izvješće MCI 2017

Indeks klijentelizma u medijima, 2017



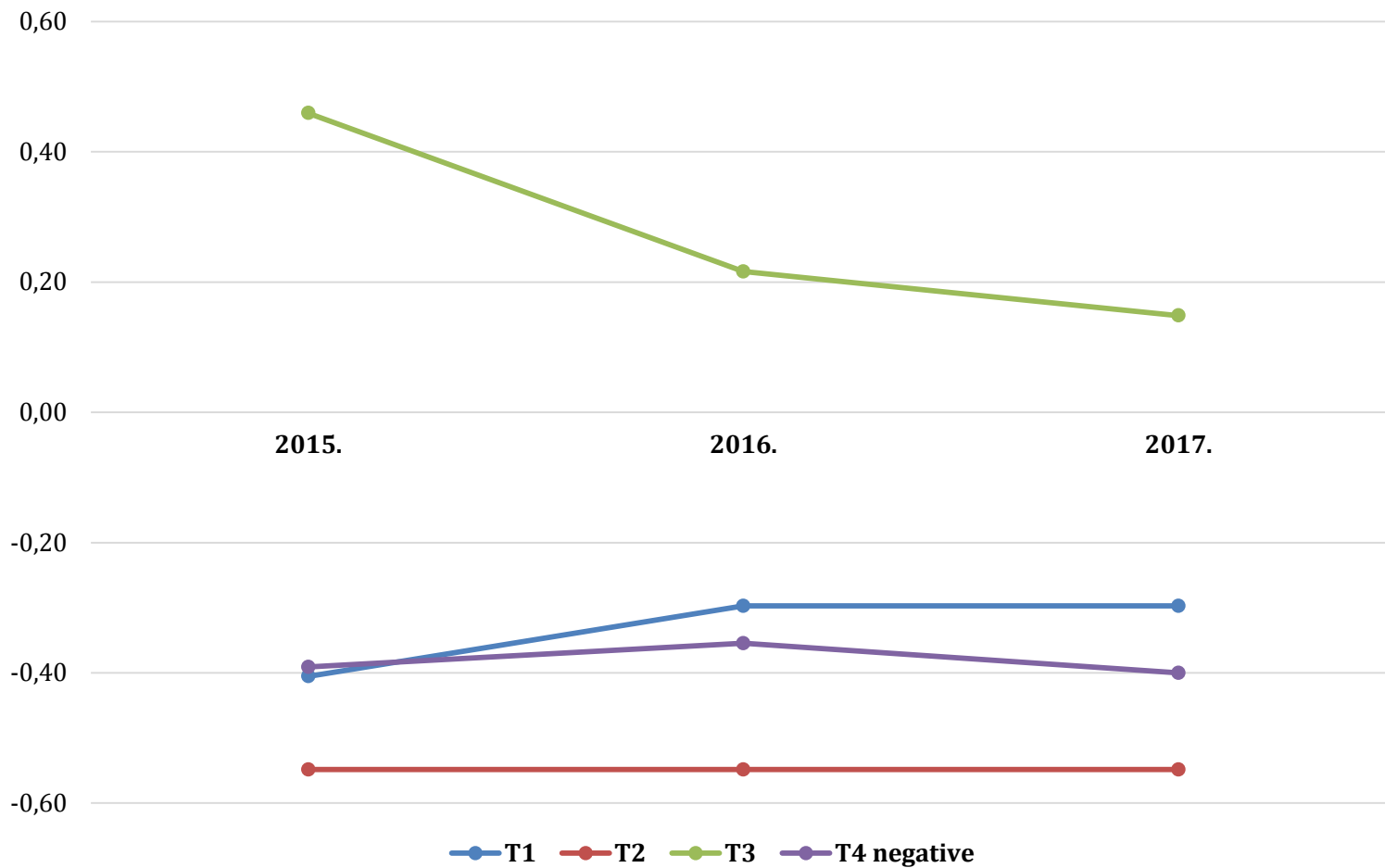
Indeks klijentelizma u medijima, 2015 - 2017



Gorući problemi

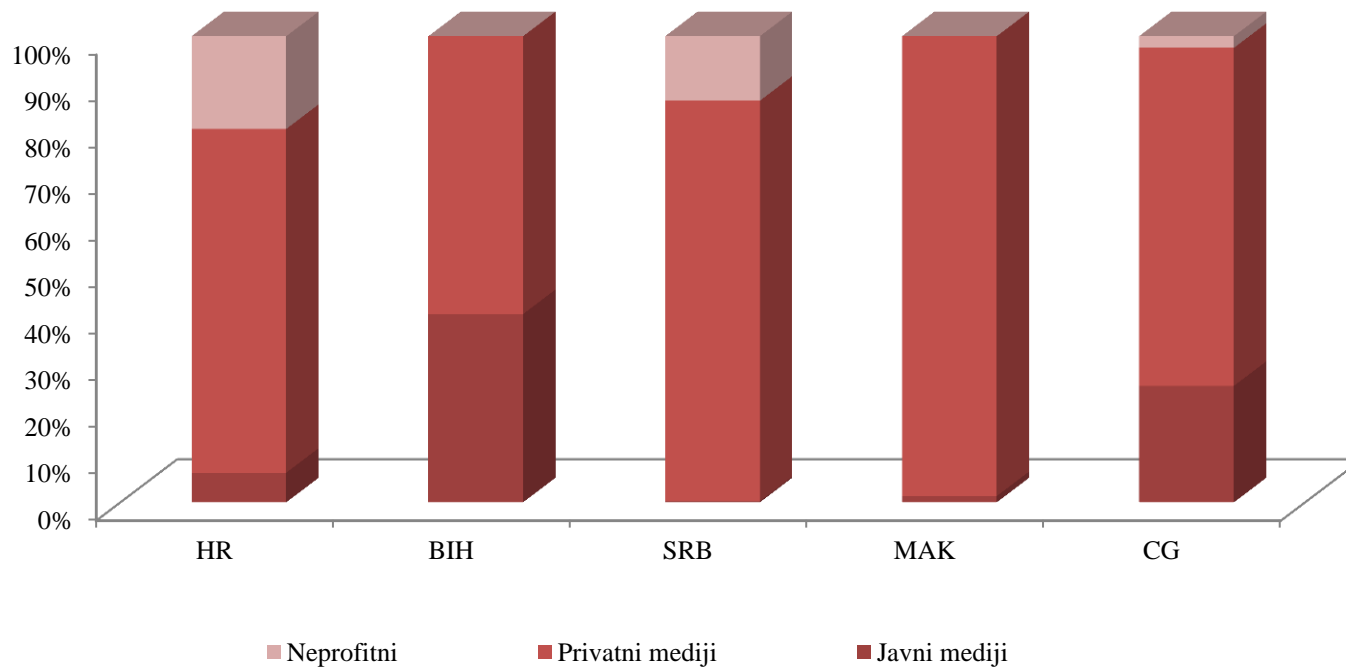
- Netransparentno donošenje medijskih politika
- Ulazak osoba povezanih s organiziranim kriminalom u vlasništvo nad medijima
- Netransparentno vlasništvo i postojanje neregistriranih vlasničkih ugovora u medijima
- Netransparentan utjecaj oglašivačkih agencija osobito u digitalnom marketingu
- Gušenje pluralizma medija i ukidanje državnih potpora, te njihovo preusmjeravanje na partikularne lokalne uprave (slučaj Grad Zagreb)
- Partikularizam u medijskim profesionalnim udruženjima
- Politizacija HRT-a
- Digitalni mediji (internet portali) – potpuno neregulirana nova moć na tržištu

Hijerarhijski modeli, 2015.- 2017., Hrvatska

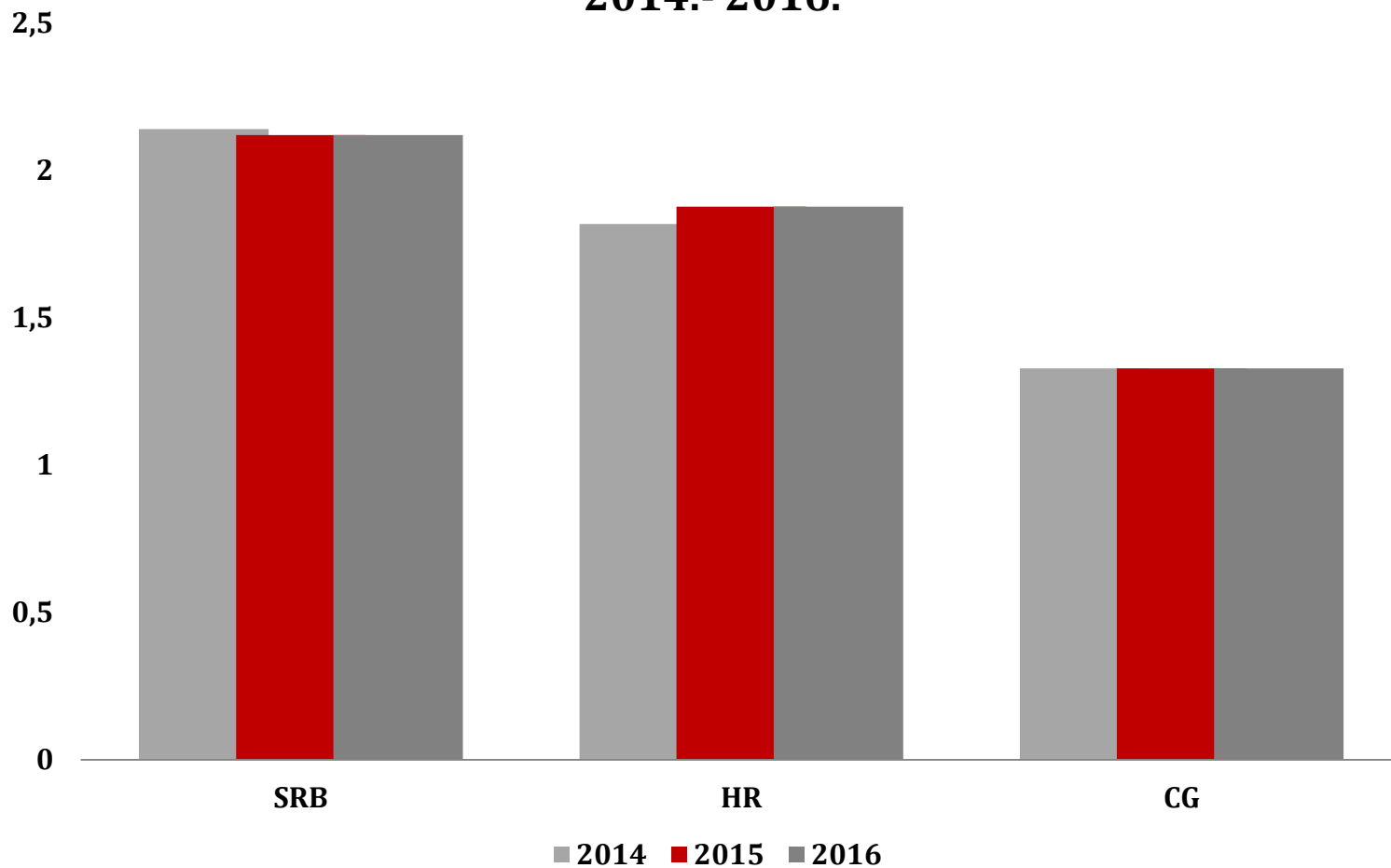


REGIONALNI PREGLED

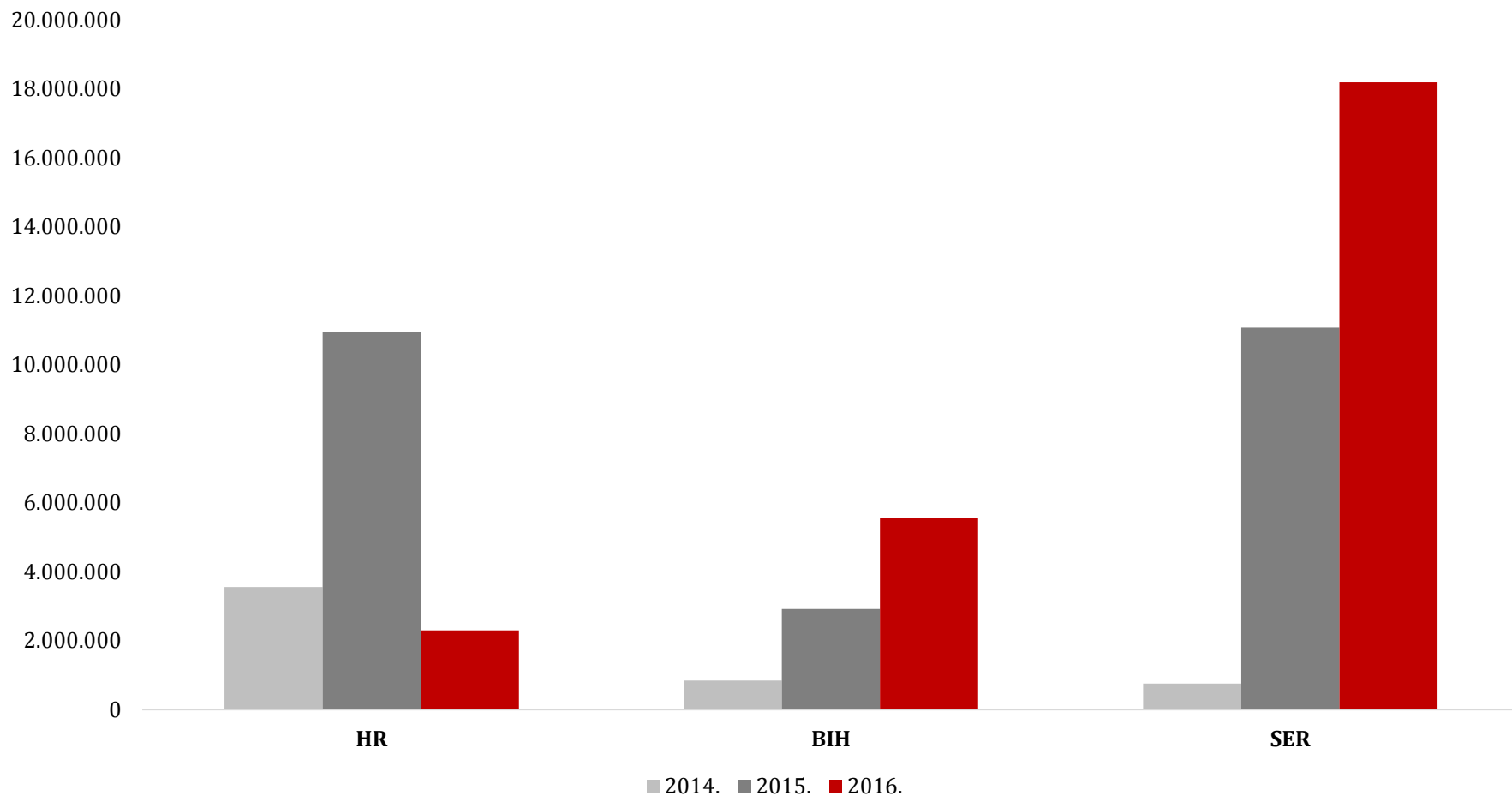
Struktura medija prema vrsti vlasništva medija, 2016.



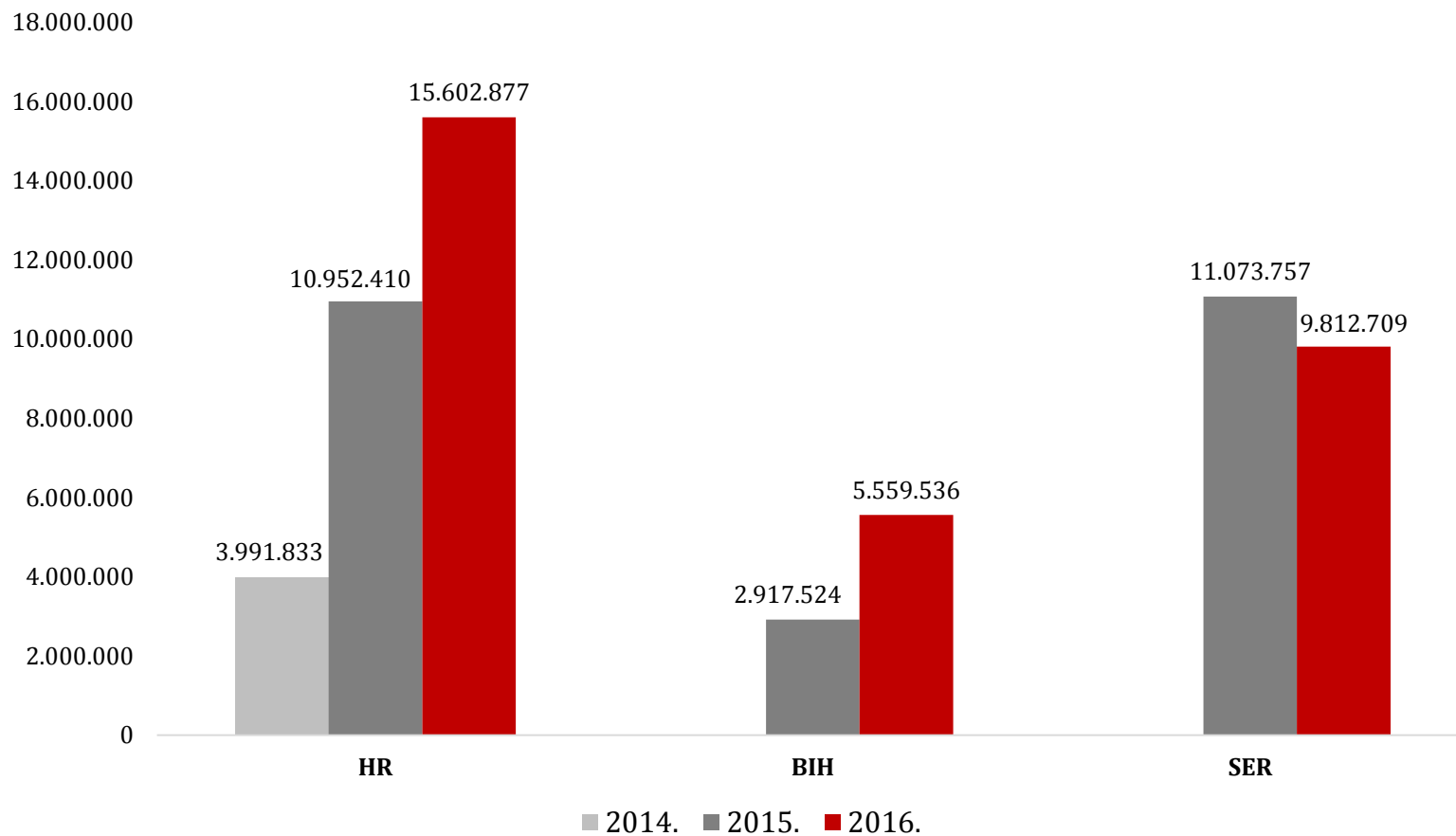
Ukupan broj medija (javni, neprofitni, privatni) na 10.000 stanovnika, 2014.- 2016.



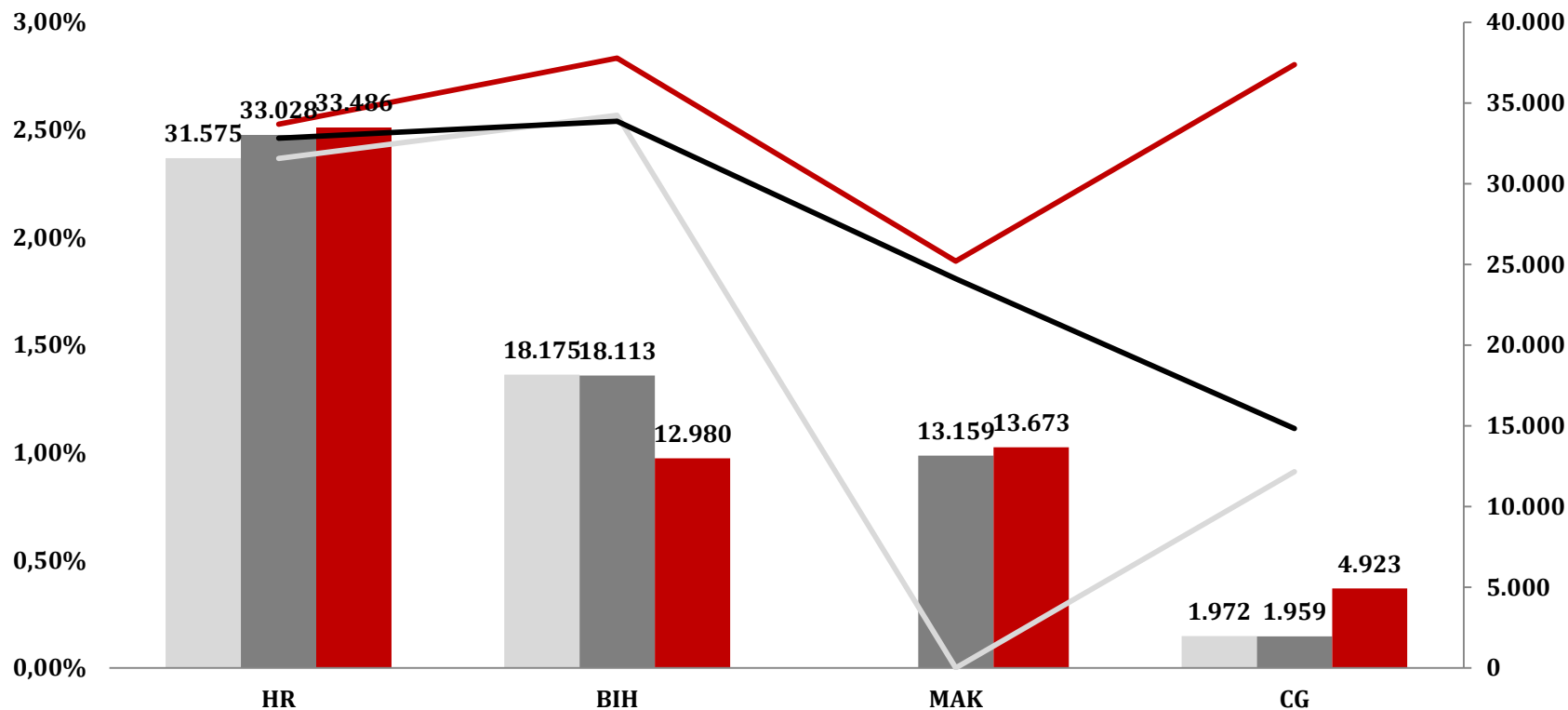
Iznosi državne potpore medijima, u EUR, 2014. - 2016.



Iznosi financiranja iz državnog proračuna (promidžba i informiranje), u EUR, 2014. - 2016.



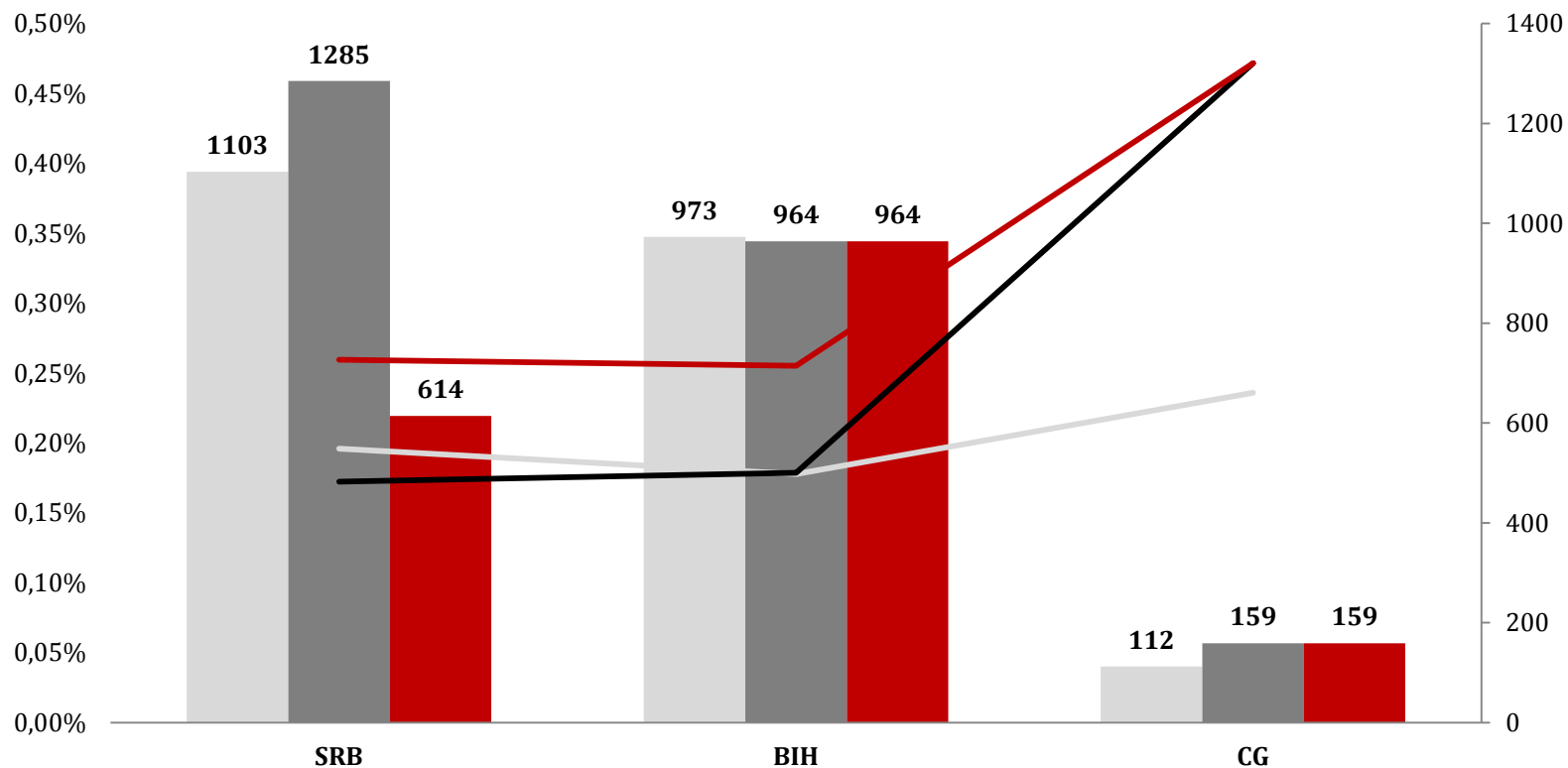
Broj zaposlenih u industriji ("Informacije i komunikacije") i udio u odnosu na ukupan broj zaposlenih u državi, 2014.- 2016.



Broj zaposlenih u industriji 2014.
 Broj zaposlenih u industriji 2015.
 Broj zaposlenih u industriji 2016.

% u odnosu na broj zaposlenih 2015.
 % u odnosu na broj zaposlenih 2015.
 % u odnosu na broj zaposlenih 2016.

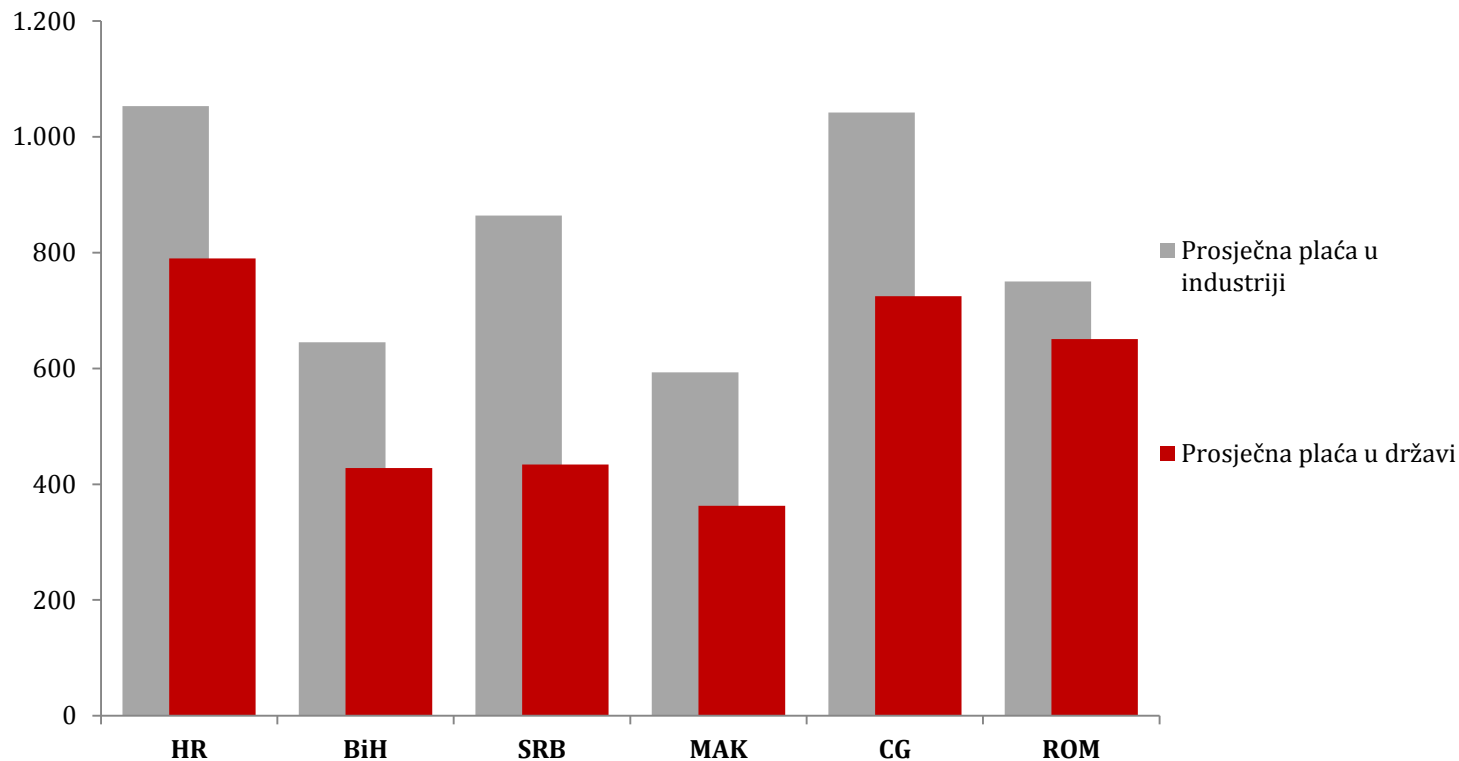
Broj nezaposlenih novinara i udio u ukupnom broju nezaposlenih u državi, 2014.-2016.



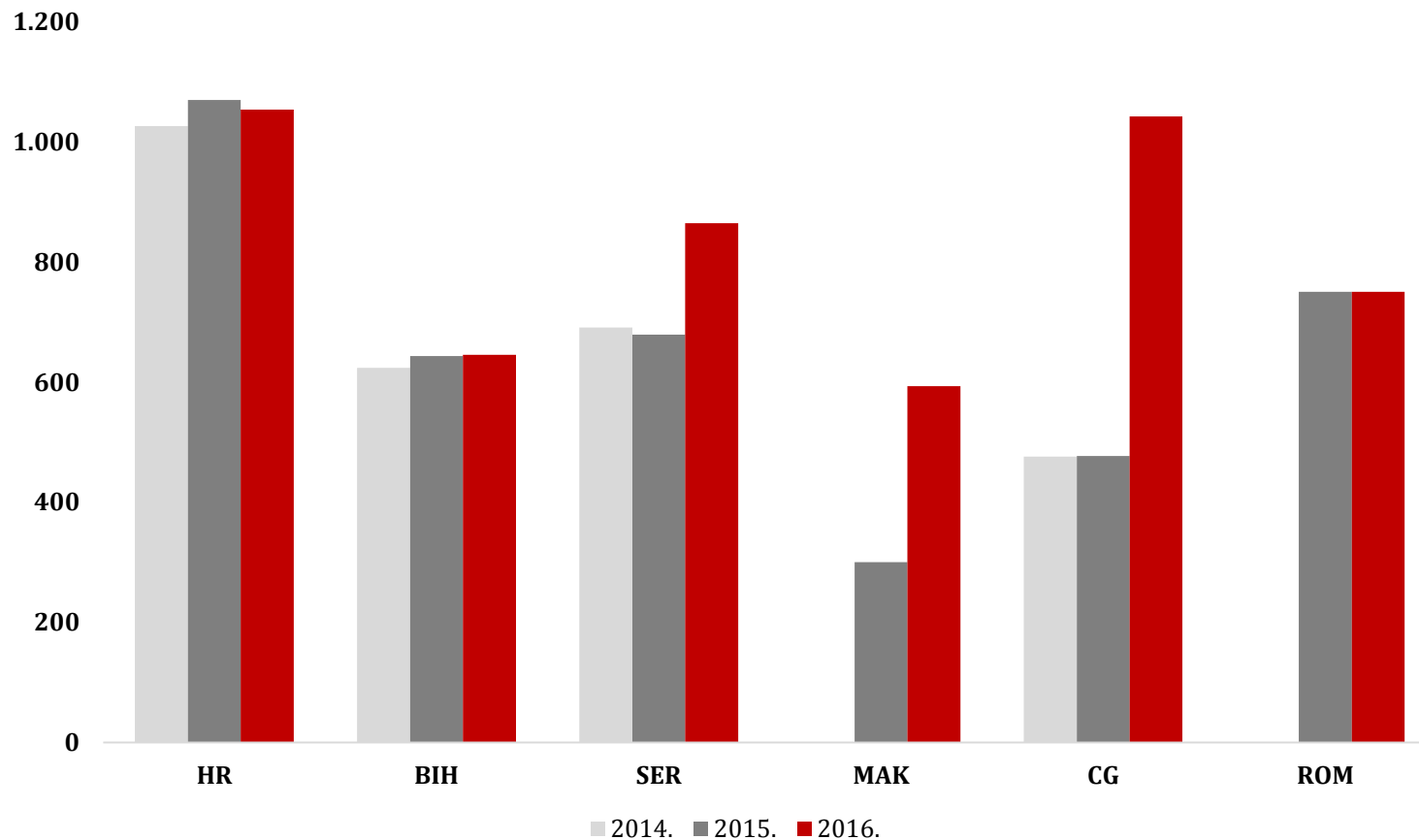
Broj nezaposlenih novinara u 2014.
 Broj nezaposlenih novinara u 2015.
 Broj nezaposlenih novinara 2016.

% u broju nezaposlenih u 2014.
 % u broju nezaposlenih u 2015.
 % u broju nezaposlenih u 2016.

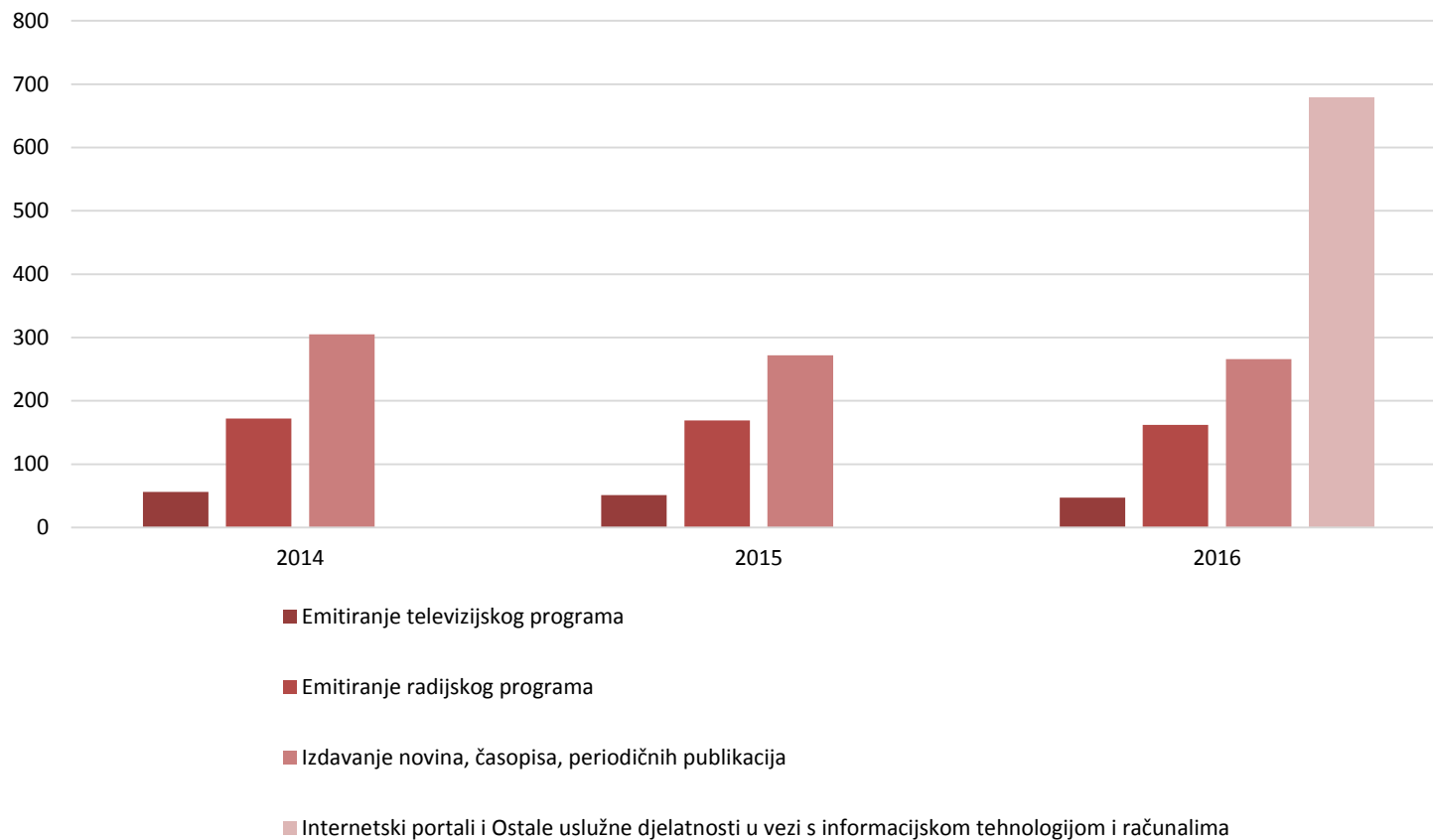
Prosječna neto plaća u industriji ("Informacije i komunikacije") u odnosu na prosječnu neto plaću u državi, u EUR, 2016.



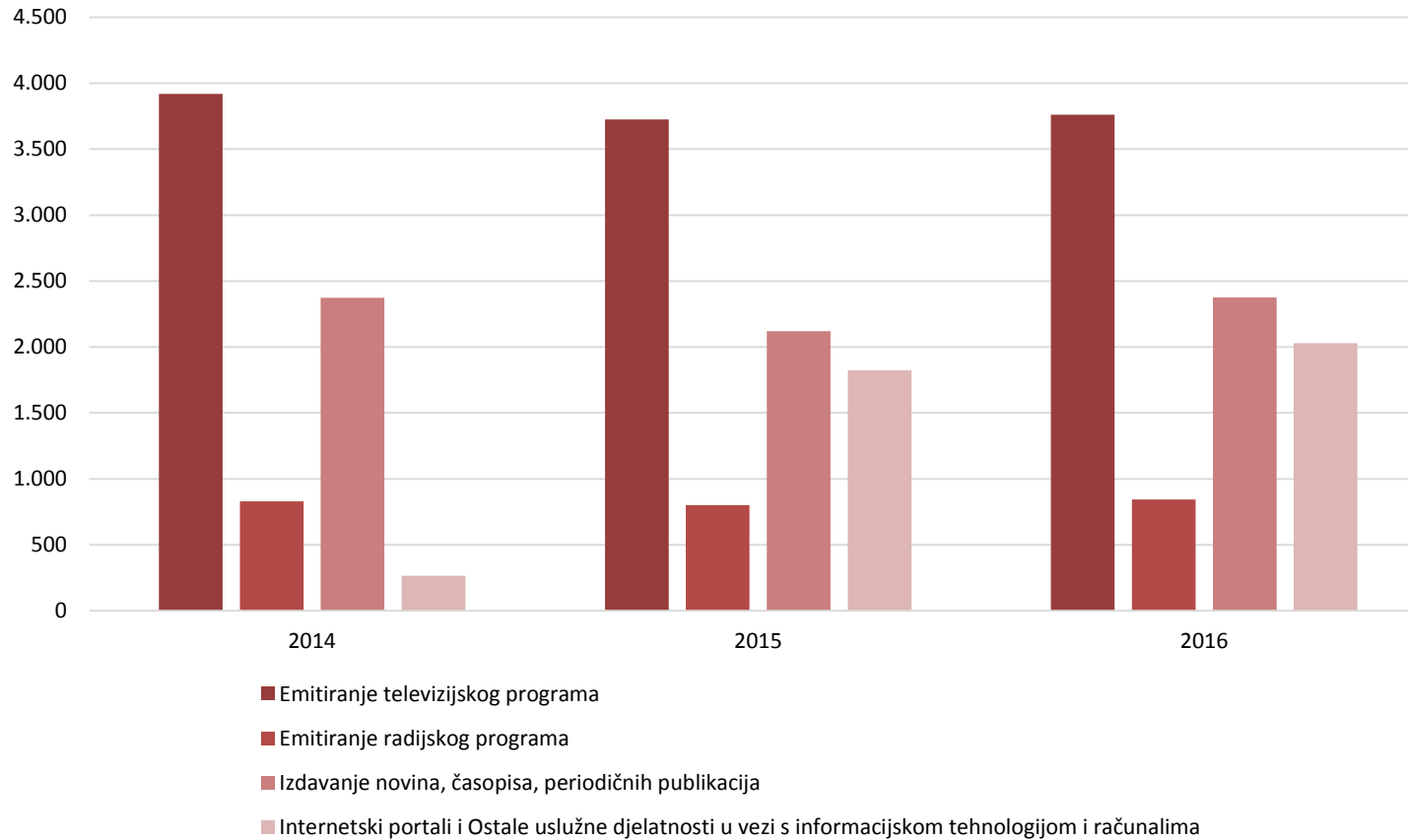
Prosječna neto plaća u industriji, u EUR, 2014. - 2016.



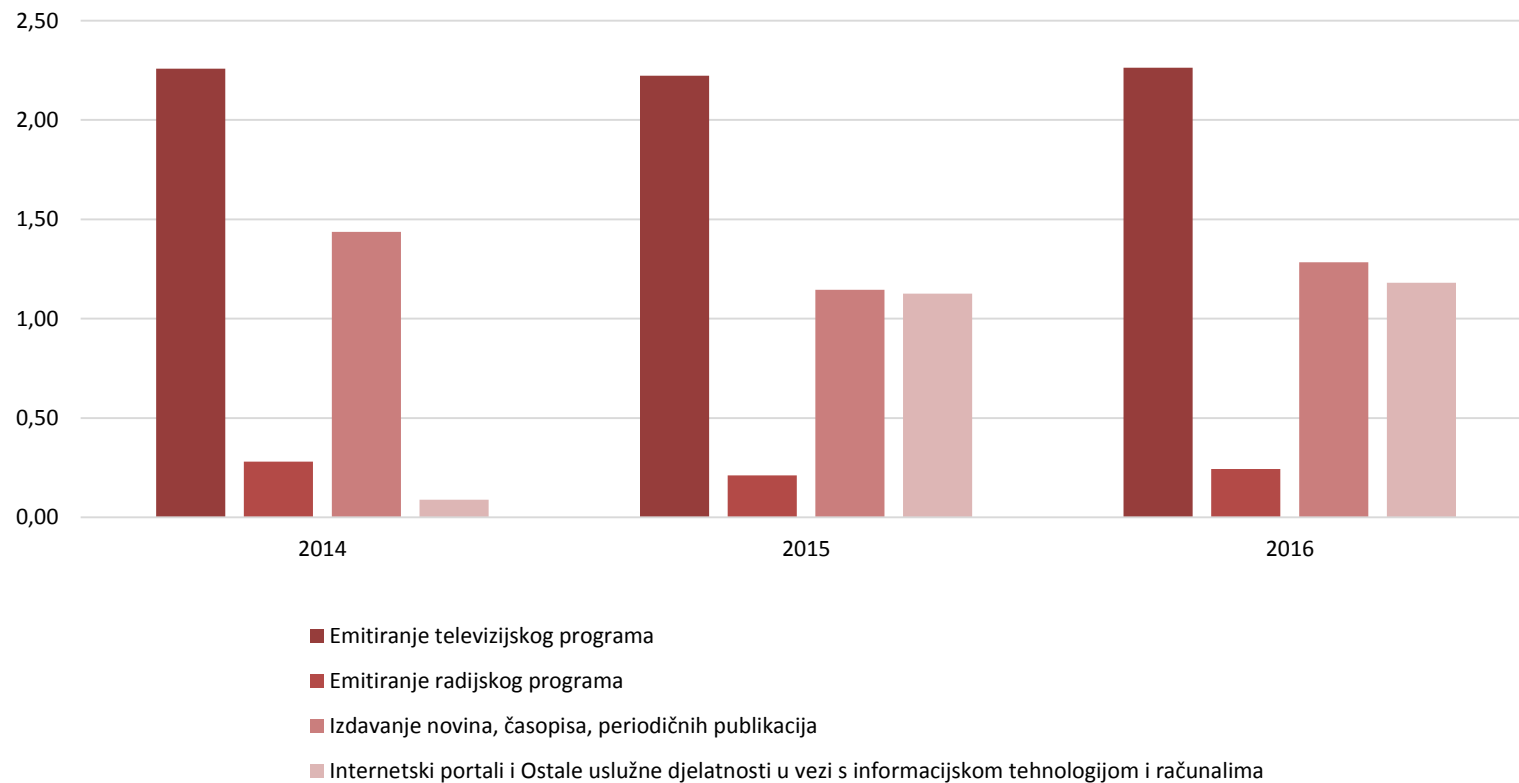
Broj registriranih poslovnih subjekata prema djelatnosti, 2014. - 2016., Hrvatska



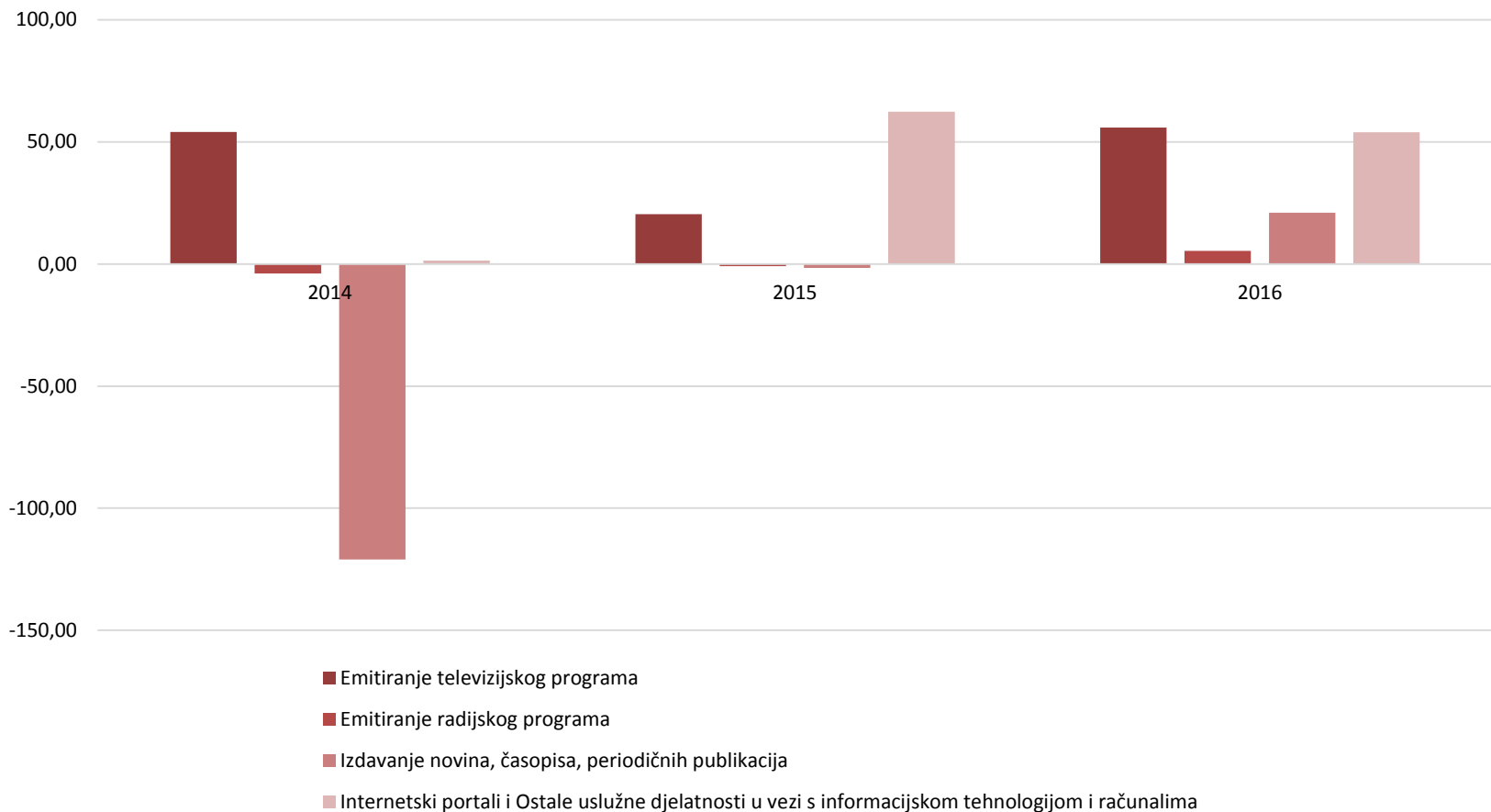
Broj zaposlenih u subjektima prema registriranoj djelatnosti, 2014. - 2016., Hrvatska



Ukupni prihodi subjekata prema registriranoj djelatnosti u milijardama HRK, 2014. - 2016., Hrvatska



Dobit/ gubitak subjekata prema registriranoj djelatnosti u milijunima HRK, 2014. - 2016., Hrvatska



- Potpuna transparentost vlasništva nad medijima prvi prioritet koji moraju rješavati sve buduće politike koje uređuju medijski prostor
- Politička kultura u kojoj pobjednik na izborima dobija javne medije kao nekakav dio plijena mora hitno biti promijenjena
- Sveobuhvatni registri vlasništva nad medijima, financijskih i materijalnih potpora dodijeljenih medijima, subvencija, te deklariranih interesa onih koji su uključeni u odlučivanje o medijskim pitanjima moraju biti dostupni u realnom vremenu svim zainteresiranim građanima.
- Ulazak netransparentnog kapitala, pogotovo onog povezanog s organiziranim kriminalom, u medije, te postojanje nedeklariranih vlasničkih ugovora mora biti spriječeno i sankcionirano
- Reguliranje digitalnih medija (internetskih portala, njihovog vlasništva i medijske etike, odnosno izdavačke odgovornosti)

- Kriteriji dodjele potpora, medijima moraju biti temeljeni na univerzalnim načelima, a sustav pravne zaštite kod dodjele potpora, i u odnosu na sve odluke regulatora mora biti uspostavljen sukladno ustavno pravnom uređenju RH.
- Marketinški kapital koji se iz javnih poduzeća, javnih institucija i političkih stranaka plasira u medije i marketinške agencije mora biti vidljiv kontrolnim mehanizmima, a podatci o navedenom, u realnom vremenu dostupni javnosti



HVALA!

Partnerstvo za društveni razvoj

e-mail: info@psd.hr