



Agencija za elektroničke medije
Agency for Electronic Media

STRATEŠKI PLAN ZA RAZDOBLJE

2017. – 2020.

Agencije za elektroničke medije

SAŽETAK

Lista kratica

RB	Kratica	Puni naziv
1	AEM	Agencija za elektroničke medije
2	AMARC	Association of Community Radio Broadcasters
3	AVMSD	Audiovisual Media Services Directive
4	AOO	Agencija za odgoj i obrazovanje
5	AZTN	Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja
6	CERF	Central European Regulatory Forum
7	DG	Directorate general
8	EK	Europska komisija
9	EPRA	European Platform of Regulatory Authorities
10	ERGA	Europska skupina regulatora audiovizualnih medijskih usluga
11	EU	Europska unija
12	FPZG	Fakultet političkih znanosti
13	HAKOM	Hrvatska agencija za poštu i elektroničke medije
14	HAVC	Hrvatski audiovizualni centar
15	HND	Hrvatsko novinarsko društvo
16	HRT	Hrvatska radiotelevizija
17	HRUP	Hrvatska udruga producenata
18	HDNP	Hrvatsko društvo nezavisnih producenata
19	HURA	Hrvatsko udruženje agencija za tržišno komuniciranje
20	HURIN	Hrvatska udruga radija i novina
21	HVM	Hrvatsko vijeće za medije
22	IAB	Udruga komercijalnih portala
23	IPTV	Internet Protocol Television
24	NUT	Nacionalna udruga televizija
25	NZRCD	Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva
26	MK	Ministarstvo kulture
27	MNRA	Mediterranska mreža regulatornih tijela
28	OCD	Organizacija civilnog društva
29	RH	Republika Hrvatska
30	RTV	Radio televizija
31	SWOT	Snage, slabosti, prilike, prijetnje
32	UZUVRH	Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske
33	VEM	Vijeće za elektroničke medije
34	ZAMP	Zaštita autorskih i muzičkih prava
35	ZEM	Zakon o elektroničkim medijima
36	ZM	Zakon o medijima

Agencija i Vijeće za elektroničke medije pripremili su četverogodišnji strateški plan koji obuhvaća godine 2017., 2018. 2019. i 2020. s ciljem određivanja jasnih smjernica djelovanja i razvoja Agencije u skladu s njezinom vizijom i misijom te potrebama dionika, uzimajući u obzir širi medijski, društveni, gospodarski i politički kontekst u kojem djeluje.

Strateški plan sadrži ključne (strateške) ciljeve te niz specifičnih ciljeva i grupa aktivnosti koji služe realizaciji strateških ciljeva, pretočenih u operativne planove za svaku godinu.

Agencija za elektroničke medije (AEM/Agencija) je samostalna i nezavisna pravna osoba s javnim ovlastima upisana u sudski registar Trgovačkog suda u Zagrebu. Sjedište Agencije je u Jagićevoj ulici 31 u Zagrebu. Osnivač Agencije je Republika Hrvatska, a osnivačka prava ostvaruje Vlada Republike Hrvatske osim u slučajevima kad ih prema Zakonu o elektroničkim medijima i Statutu Agencije ostvaruje Hrvatski sabor.

Tijela Agencije su **ravnatelj** Agencije i **Vijeće** za elektroničke medije koje je upravno tijelo Agencije i ima ovlasti u smislu Zakona o ustanovama („Narodne novine“, broj 76/93, 29/97, 47/99 i 35/08). Ravnatelj Agencije zastupa, predstavlja i rukovodi Agencijom, te je odgovoran za rad stručnih službi Agencije. Predsjednik Vijeća za elektroničke medije je ujedno i ravnatelj Agencije, a imenuje ga Hrvatski sabor, na prijedlog Vlade Republike Hrvatske. Ravnatelj Agencije rukovodi Agencijom, a njome upravlja Vijeće koje broji sedam članova.

Vijeće upravlja Agencijom te obavlja zadaće regulatornog tijela u području elektroničkih medija. Članove/ice Vijeća imenuje i razrješava Hrvatski sabor na prijedlog Vlade RH. Predsjednik i članovi Vijeća biraju se na razdoblje od pet godina i mogu biti ponovo izabrani. Zamjenika predsjednika Vijeća, na prijedlog predsjednika Vijeća, bira Vijeće većinom glasova. Vijeće donosi odluke većinom glasova svih članova Vijeća.

Za obavljanje poslova iz djelokruga Agencije, sukladno Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu Agencije za elektroničke medije, ustrojeni su sljedeći odjeli:

1. Ured ravnatelja
2. Odjel za nadzor i analizu medijskih sadržaja
3. Odjel za gospodarenje i financiranje
4. Pravni odjel

U Agenciji je, osim 7 članova Vijeća, na dan 15. rujna 2017. zaposleno 24 osoba.

Rad Agencije uređen je **Statutom**. Statut osim naziva Agencije definira tijela Agencije, njihovo imenovanje i razrješavanje te njihove ovlasti, prava i obveze kao i djelokrug rada Agencije (propisi i opći akti koje donose tijela Agencije, upravne stvari koje rješava Agencija i drugi poslovi koje obavlja Agencija), sredstva za rad Agencije, stručne službe Agencije i njihovo ustrojstvo i druga pitanja od značaja za rad Agencije.

Obaveze Vijeća propisane su člankom 69. Zakona o elektroničkim medijima (ZEM), a detaljnije razrađene u člancima 21. – 24. Statuta Agencije.

Vijeće za elektroničke medije obavlja zadaće regulativnog tijela u području elektroničkih medija. Na temelju svojih zakonskih ovlasti raspisuje javne natječaje i odlučuje o dodjeli koncesija za radio i televiziju, sklapa koncesijske ugovore s nakladnicima, a u slučaju kršenja zakona i ugovora odlučuje o oduzimanju, prestanku važenja ili ponovnom davanju koncesije. Vijeće, između ostaloga, nadzire rad i programski sadržaj radijskih i televizijskih nakladnika, pružatelja audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev, te elektroničkih publikacija, pazeći pri tome posebice na ispunjavanje zakonskih i programskih obveza nakladnika i vodeći računa o poštivanju ljudskih prava te prava i zaštiti maloljetnika i potrošača u programu, kao i na ispunjavanje zakonom propisanih kvota vlastitog, lokalnog i informativnog programa, te kvota europskih djela i djela neovisnih producenata.

Zakonom o elektroničkim medijima („Narodne novine“, broj 122/03.) osnovan je Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija kao proračunski fond dok je Zakonom o izmjenama i dopunama Zakona o elektroničkim medijima („Narodne novine“, broj 79/07.) Fond počeo djelovati u okviru AEM-a. Fondom upravlja Vijeće za elektroničke medije. Izvor financijskih sredstava Fonda su sredstva osigurana Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji (3% prihoda od RTV pristojbe).

I. RAZVOJNO OKRUŽENJE DJELOVANJA VEM-a i AEM-a

I.1. Republika Hrvatska

I.1.1. Zakonodavni okvir RH

Vijeće za elektroničke medije (VEM), sukladno ZEM-u osnovano je 2003. dok je 2007. osnovana Agencija za elektroničke medije (AEM), tijelo koje za potrebe Vijeća obavlja administrativne, stručne i tehničke poslove.

U prosincu 2009. godine donesen je novi **Zakon o elektroničkim medijima** (NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13) koji je, s kasnijim novelama, proširio zakonske mogućnosti za financijsku i organizacijsku samostalnost Vijeća kao nezavisnog regulatora u području elektroničkih medija te je implementacijom Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama usklađeno zakonodavstvo Republike Hrvatske s europskom pravnom stečevinom u području elektroničkih medija. Prema zakonu iz 2009. godine, VEM je zaduženo i za nelinearne i audiovizualne medijske usluge, no ne i za elektroničke komunikacije.

Ostali relevantni zakoni za rad AEM-a su Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (NN 137/10 i 76/12, 78/16), Zakon o medijima (NN 59/04, 84/11 i 81/13), Zakon o koncesijama (NN 69/17), Zakon o elektroničkim komunikacijama (NN 73/08, 90/11, 133/12 i 80/13, 71/14, 72/17), Zakon o državnim potporama (NN 47/14), Zakon o audiovizualnim djelatnostima (NN 76/07 i 90/11) Zakon o nedopuštenom oglašavanju (NN 43/09), Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima (NN 167/03, 79/07, 80/11, 125/11 i 141/13, 127/14, 62/17), Zakon o igrama na sreću (NN 87/09 i 35/13, 143/14), Zakon o ograničavanju uporabe duhanskih i srodnih proizvoda (44/17), Zakon o pravu na pristup informacijama (NN 25/13, 85/15), Zakon o ravnopravnosti spolova (NN 82/08, 69/17), Zakon o suzbijanju diskriminacije (85/08, 112/12) i Ustavni zakon o pravima nacionalnih manjina (NN 155/02, 47/10, 80/10 i 93/11.) te Zakon o javnoj nabavi (120/16).

Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (HRT) regulira rad HRT-a kao javne ustanove. Zakonom je definirana djelatnost HRT-a i njegovih tijela, programska načela, dužnosti i obveze kao i nadzor nad radom. Člankom 35. stavak 3. određeno je da je HRT dužan uplatiti Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija 3% od mjesečno ukupno prikupljenih sredstava na ime pristojbe HRT-a. Fondom upravlja Agencija. Obveze Agencije propisane su člancima 11. stavak 3.; čl. 13. stavci 3.; čl. 10., čl. 11.; čl. 15. stavak 4.; čl. 22. stavak 8.; čl. 26. stavak 1. točka 2.; čl. 39. stavci 2., 3., 5. i 6.; čl. 40. stavci 5. i 6.; čl. 44.; čl. 46; te čl. 50. stavci 3. i 4. Zakona o HRT-u.

Zakon o medijima uređuje pretpostavke za ostvarivanje načela slobode medija, prava novinara i drugih sudionika u javnom informiranju na slobodu izvješćivanja i dostupnost javnih informacija, prava i obveze nakladnika, javnost vlasništva, ostvarivanje prava na ispravak i odgovor, način obavljanja distribucije tiska, način zaštite tržišnog natjecanja te prava i obveze drugih pravnih i fizičkih osoba koje djeluju na području ljudskih prava i temeljnih sloboda. Zakon o elektroničkim medijima je *lex specialis* u odnosu na Zakon o medijima te oba zakona reguliraju pojedine pravne institute i načela (kao što su sloboda izražavanja i sloboda medija, dostupnost javnih informacija, zaštita privatnosti itd.). Nadalje, Agencija vodi upisnik pružatelja medijskih usluga koji su također i u fokusu interesa Zakona o medijima. Oba zakona propisuju mjere vezane uz zaštitu transparentnosti medijskog vlasništva na način da su pružatelji medijskih usluga obvezni Agenciji za elektroničke medije koja vodi upisnik elektroničkih medija prijaviti svaku promjenu vlasničke strukture veću od 1% dioničkog udjela.

Zakonom o koncesijama se uređuju postupci davanja koncesija, ugovor o koncesiji, prestanak koncesije, pravna zaštita u postupcima davanja koncesije, politika koncesija, te druga pitanja u vezi s koncesijama. Kako Agencija i njezino Vijeće provode postupak davanja koncesija za obavljanje djelatnosti pružanja medijskih usluga, televizije i radija moraju se u tom radu voditi člancima ovog zakona.

Zakon o audiovizualnoj djelatnosti uređuje obavljanje, organiziranje i financiranje audiovizualnih djelatnosti kao temeljne sastavnice suvremene kulture, poticanje hrvatskog

audiovizualnog stvaralaštva i distribucije, promicanje kinoprikazivaštva te komplementarnih djelatnosti, a osobito zaštitu i proučavanje audiovizualne baštine kao i prikazivanje hrvatskih audiovizualnih djela u zemlji i inozemstvu.

Zakon o pravu na pristup informacijama uređuje pravo na pristup informacijama koje posjeduju, raspoložu ili nadziru tijela javne vlasti, propisuje načela prava na pristup informacijama, izuzetke od prava na pristup informacijama i postupak za ostvarivanje i zaštitu prava na pristup informacijama.

Zakon o ravnopravnosti spolova u članku 16. stavak 1. eksplicite navodi da će mediji kroz programske sadržaje, programske osnove, programska usmjerenja i samoregulacijske akte promicati razvoj svijesti o ravnopravnosti žena i muškaraca, dok je stavkom 2. zabranjeno javno prikazivanje i predstavljanje žena i muškaraca na uvredljiv, omalovažavajući ili ponižavajući način, s obzirom na spol i spolnu orijentaciju.

Ustavni zakon o pravima nacionalnih manjina propisuje da je zadaća postaja radija i televizije na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini da promiču razumijevanje za pripadnike/ce nacionalnih manjina, proizvode i/ili emitiraju emisije namijenjene informiranju pripadnika/ca nacionalnih manjina na jezicima nacionalnih manjina, stvaraju i emitiraju programe kojima se potiče i unaprjeđuje održavanje, razvoj i iskazivanje kulturne, vjerske i druge samobitnosti nacionalnih manjina, očuvanje i zaštita njihovih kulturnih dobara i tradicije, te da stvaraju i emitiraju programe kojima se pripadnici/ce nacionalne manjine na tom prostoru upoznaju s radom i zadaćama njihova vijeća nacionalnih manjina i predstavnika/ca nacionalnih manjina. Zakon propisuje da će pravne osobe koje obavljaju djelatnost javnog priopćavanja (tisak, radio i televizija) omogućiti udrugama pripadnika/ca nacionalnih manjina i institucijama nacionalnih manjina sudjelovanje u stvaranju programa namijenjenog nacionalnim manjinama.

Ostali navedeni zakoni pružaju okvir za kvalitetno i zakonito postupanje Agencije u njezinom svakodnevnom radu, a elementi koji ih čine relevantni su za djelovanje Agencije i uzeti su u obzir prilikom kreiranja ovog Strateškog plana.

Agencija za elektroničke medije kao nositelj i/ili sunositelj pojedinih mjera sudjeluje u provedbi Akcijskog plana za provedbu inicijative Partnerstvo za otvorenu vlast u Republici Hrvatskoj, Nacionalnog programa zaštite i promicanja ljudskih prava, Nacionalnog plana za borbu protiv diskriminacije, Nacionalne strategije za uključivanje Roma, Nacionalne strategije za prava djece, Nacionalne strategije stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnoga društva te pripadajućih Akcijskih planova za provedbu navedenih Nacionalnih programa.

I.2. Europska unija

I.2.1. Zakonodavni okvir

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju, zakonodavni okvir na EU razini postao je ključan za sve zakone i strategije u Republici Hrvatskoj. Zakon o elektroničkim medijima usklađen je s nizom pravnih mjera i direktiva Europske unije u smislu pružanja audiovizualnih medijskih usluga. U tijeku je rad na novoj Direktivi o audiovizualnim medijskim uslugama (Direktiva) čije se usvajanje očekuje krajem 2017./u prvom tromjesečju 2018. godine. Neke od važnijih predloženih promjena u Direktivi odnose se na:

- komercijalnu komunikaciju (oglašavanje) – ograničenje od 20% trajanja reklama po satu emitiranja postaje dnevni limit (od 7 do 23 sata), predviđena je veća fleksibilnost vezana uz pravila o plasiranju proizvoda i sponzorstvima, uz istovremeno poticanje samo- i koregulacije u cilju zaštite osjetljivih skupina društva (reklamiranje cigareta, hrane s povišenim udjelima masnoća i šećera te nezdrave hrane);
- platforme za dijeljenje video-sadržaja - bit će uključene u Direktivu u smislu poduzimanja odgovarajućih mjera za zaštitu maloljetnika od potencijalno štetnih sadržaja i mjera za zaštitu građana od poticanja na nasilje i mržnju;
- promociju europskih djela – države članice moći će uvesti naknade za pružatelje audiovizualnih usluga na zahtjev koji imaju sjedište u drugoj državi, uvodi se minimalna kvota promocije europskih djela za pružatelje audiovizualnih usluga na zahtjev (30% audiovizualne ponude u njihovim katalozima);
- načelo države podrijetla - primjena će biti olakšana jednostavnijim pravilima za određivanje jurisdikcije nad određenim nakladnikom, uvođenjem obveze zemalja članica da vode ažuriranu evidenciju pružatelja audiovizualnih usluga u cilju očuvanja transparentnosti te jasnim definiranjem procedura između zemalja članica vezano uz dopustiva ograničenja ovog načela;

Dodatno će se ojačati zaštita maloljetnika, posebice kod usluga na zahtjev (tehnička zaštita, enkripcija i druge mjere) te regulacija govora mržnje.

2.2. Relevantne konvencije, strategije, programi i članstvo u međunarodnim organizacijama

Osim navedenog zakonodavnog okvira EU koji se definira kroz Direktive, u ovom području postoje i tzv. inicijative, strategije, odnosno javne politike i mreže putem kojih se nastoji potaknuti rad na realizaciji Strategije Europa 2020. Neke od tih inicijativa, strategija i mreža relevantan su okvir i za rad Agencije, koja je već uključena u mnoge od ovih procesa.

Osobito važna za Agenciju je i **Digitalna agenda za Europu**, prva od sedam ključnih inicijativa predviđenih programom Strategije Europa 2020. Inicijativa je pokrenuta u svibnju 2010. s

ciljem poticanja europskog gospodarstva osiguranjem održivih gospodarskih i socijalnih pogodnosti jedinstvenog digitalnog tržišta.

Odbor ministara Vijeća Europe usvojio je niz pravnih i političkih mjera u vezi s različitim aspektima medija koje su relevantne za djelovanje Agencije, poput zvučnog i audiovizualnog piratstva, medijske transparentnosti, televizijske promidžbe, pravne zaštite usluga kodiranih televizija, zaštite nositelja autorskih i drugih prava, ekskluzivnih prava na prijenos važnijih događaja, neovisnosti javnih službi, emitiranja, distribucije video prikaza nasilne, okrutne ili pornografske prirode.

Između ostaloga, vodi se računa i o Preporukama Vijeća Europe o zaštiti novinarstva i sigurnosti novinara i drugih medijskih djelatnika (travanj 2016.), koje govore o osiguravanju ozračja sigurnosti novinara i drugih medijskih djelatnika kao i zaštiti pluralizma medija i slobode govora uvođenjem komplementarnih strategija zemalja članica EU. Na temu zaštite djece i mladih značajan je dokument Preporuka Vijeća ministara državama članicama o integriranim nacionalnim strategijama za zaštitu djece od nasilja (*Recommendation of the Committee of Ministers to member states on integrated national strategies for the protection of children from violence, studeni 2009.*)

Pariška deklaracija o medijskoj i informacijskoj pismenosti u digitalnom dobu izdana od strane UNESCO-a te Preporuka EK o medijskoj pismenosti u digitalnom okruženju za stvaranje kompetitivnije audiovizualne industrije i uključivog društva znanja izrijeком spominju važnu ulogu regulatora na ovome području te su stoga uzete u obzir u Strateškom planu Agencije.

Članstvo AEM-a u međunarodnim asocijacijama i mrežama

Europska komisija 2014. osnovala je **Europsku skupinu regulatora audiovizualnih medijskih usluga** (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services*) – **ERGA**, koju čine predstavnici nacionalnih regulativnih tijela. ERGA djeluje kao savjetodavno tijelo Europske komisije te ima važnu ulogu u kreiranju i dosljednoj provedbi pravnog okvira Europske unije za audiovizualne medije i reviziji Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (AVMSD), provodi analize postojeće regulativne prakse na pojedinim područjima, ukazuje na najbolju praksu.

AEM, odnosno predsjednik Vijeća za elektroničke medije, član je predsjedništva ERGE od 2016. te će Hrvatska predsjedati ERGA-om tijekom 2018. Predstavnici AEM-a i VEM-a aktivno sudjeluju u radu ekspertnih podskupina ERGA-e, te su u proteklom razdoblju sudjelovali u radu sljedećih podskupina: razmjena dobrih praksi, zaštita maloljetnika, priprema za samo- i koregulaciju te revizija i ažuriranje internih procesa obzirom na revidiranu Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama.

Od 2005. godine Agencija je članica **Europskog udruženja nacionalnih regulatora** (*European Platform of Regulatory Authorities*) – **EPRA**, koje je osnovano 1995. i danas je najstarija i najveća mreža regulatora na području audiovizualnih medija te najveća europska platforma za razmjenu informacija, znanja i iskustava. Članstvo EPRA-e čine 52 regulatora iz 46 zemalja. U prethodnom razdoblju, Damir Hajduk, sadašnji predsjednik Vijeća i ravnatelj Agencije, u tri je uzastopna mandata (od 2011. do 2017.) obavljao funkciju potpredsjednika EPRA-e.

Od 2012. AEM je članica **Mediterranske mreže regulatornih tijela** (*Mediterranean Network of Regulatory Authorities*) - **MNRA**. Mediteranska mreža regulatornih tijela djeluje od 1997. godine, a AEM je postala članicom ove mreže 2012. godine. MNRA broji 26 članica, od kojih su 22 ujedno i zemlje Mediteranskog bazena. Članice Mreže razmjenjuju međusobna iskustva, te se uz regulaciju audiovizualnih medija, Mreža bavi temama ravnopravnosti spolova, zaštite maloljetnika, borbe protiv govora mržnje i nasilja u medijima te drugim aktualnim temama od javnog interesa.

Srednjoeuropski regulatorni forum (*Central European Regulatory Forum*) – **CERF** osnovan je krajem 2009. godine kako bi ojačao suradnju regulatornih tijela Srednje Europe. CERF trenutno broji osam regulatornih tijela iz Češke, Mađarske, Poljske, Rumunjske, Srbije, Slovačke, Hrvatske i Slovenije.

Agencija sudjeluje u radu drugih međunarodnih udruženja i radnih skupina Europske komisije za audiovizualnu i medijsku politiku, Vijeća Europe i Europskog audiovizualnog opservatorija.

I.2.3. Međunarodni projekti

Svjesna važnosti svog međunarodnog djelovanja, Agencija povećanu pažnju posvećuje suradnji u raznim međunarodnim projektima, posebice onima vezanima uz EU. Tako je Agencija u proteklom razdoblju u svojstvu partnera sudjelovala u projektu Europske unije- **Digitalna televizija u jugoistočnoj Europi – SEE Digi.TV** financiranom iz IPA programa (South East Europe). Ukupna vrijednost projekta iznosila je gotovo dva milijuna eura.

Uz spomenuti projekt, Agencija je u suradnji s HAZU te Hrvatskim studijima organizirala međunarodnu znanstvenu konferenciju pod nazivom „Medijska pismenost u digitalno doba- kulturna, ekonomska i politička perspektiva“, međunarodne stručne skupove na temu „Crtani filmovi i zaštita maloljetnika – pravni okvir i najbolja praksa“ i „Regulacija reality programa“ te međunarodnu radionicu „Poticanje medijske pismenosti na temu rodne ravnopravnosti i borbe protiv rodni stereotipa u medijima“.

Važan dio međunarodnog djelovanja Agencije je sudjelovanje u programu TAIEX (*Technical Assistance and Information Exchange*), koji djeluje kao instrument pomoći EK državama kandidatkinjama u uključenju pravne stečevine u nacionalna zakonodavstva. Tako je AEM bila domaćin trodnevnog studijskog posjeta predstavnika crnogorske Agencije za elektroničke medije u sklopu kojeg su gosti upoznati s radom, organizacijskom strukturom, nadležnostima Agencije te načinom praćenja i izvještavanja o provedbi Zakona o elektroničkim medijima.

U jesen 2017. godine započet je međunarodni projekt EU Kids Online, istraživački projekt u kojem AEM sudjeluje kao jedan od glavnih partnera. Riječ je o najvećem europskom projektu u području istraživanja djece i interneta te o projektu koji je EU proglasila prioritarnim u tom području. U sklopu projekta bit će provedeno globalno istraživanje „Djeca i Internet – nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu“, što je ključna pretpostavka za utvrđivanje postojećeg stanja i provedbu daljnjih aktivnosti u pogledu medijskog i digitalnog opismenjavanja djece, kao i promišljanje regulativnog okvira. Projekt će iznjedrili brojne dodatne diskusije, sadržaje i događanja u kojima će Agencija aktivno sudjelovati.

AEM će i u predstojećem razdoblju aktivno sudjelovati u projektima i programima međunarodnih organizacija (Vijeće Europe, Europska komisija i drugo), organizirati konferencije i skupove, te u skupinama i bilateralno surađivati s regulativnim tijelima drugih zemalja na izmjeni najboljih iskustava i prakse.

I.3. Rezultati analize kao pripreme za strateški okvir djelovanja

I.3.1. Komponente provedene analize

U sklopu donošenja Strateškog plana, provedena je analiza koja obuhvaća sljedeće komponente: analizu okruženja, relevantnih politika/strategija RH i EU s obzirom na elektroničke medije te općenito rad državnih tijela, analizu kapaciteta Agencije uz utvrđivanje trenutnog stanja s obzirom na materijalne, ljudske i financijske resurse koje Agencija ima, analizu dionika te analizu rizika. Rezultat analize objedinjen je primjenom SWOT metodologije (eng. SWOT = strengths, weaknesses, opportunities and threats) odnosno u pregledu jakih strana i slabosti Agencije kao unutarnjih elemenata, te prilika i prijetnji kao vanjskih čimbenika.

I.3.2. Zaključci analize

Sažetak SWOT analize:

SNAGE	SLABOSTI
<ol style="list-style-type: none">1. Financijska neovisnost2. Upravljačka i operativna samostalnost u radu3. Zauzimanje proaktivnog stava u kreiranju strategija i okvira djelovanja u sektoru4. Kontinuirana i transparentna komunikacija s dionicima5. Proaktivna i istaknuta uloga u promicanju medijske pismenosti6. Snažan položaj u međunarodnim regulativnim skupinama (ERGA i EPRA)	<ol style="list-style-type: none">1. Nedostatak kontinuiteta u upravljanju2. Nedovoljna svijest i znanje građana i javnosti o ulozi AEM-a i regulaciji medija3. Neiskorišten potencijal u odnosima s javnošću4. Nedostatak multidisciplinarnosti u VEM-u5. Nedostatak radnog prostora6. Nedovoljna iskorištenost IT alata u boljoj iskorištenosti poslovnih procesa
PRILIKE	PRIJETNJE
<ol style="list-style-type: none">1. Povećanje prostornih kapaciteta2. IT alati kao prilika za unaprjeđenje poslovnih procesa3. Donošenje medijske strategije i uključivanje ključnih dionika kao mogućnost da se kreira novi zakon4. Daljnje jačanje međunarodnog položaja kroz rad u predsjedništvu ERGA-e i njenim podskupinama5. Jačanje stručne i neovisne pozicije u javnosti; poboljšanje komunikacije s općom javnosti i zainteresiranim javnostima6. Edukacija i razvoj kompetencija	<ol style="list-style-type: none">1. Otežana i ograničavajuća regulacija stranih programa dostupnih u RH u ponudama putem kabela, Interneta i satelita2. Promjene u industriji/sektoru – utjecaj novih tehnologija; promjene novih tehnologija; promjene novih poslovnih modela; načina na koji ljudi reagiraju na medije i koriste ih, upotreba algoritama u informiranju3. Nadzor i regulacija društvenih mreža i platformi za dijeljenje sadržaja, te suočavanje s novim medijskim fenomenima poput lažnih vijesti (<i>fake news-a</i>)4. Mogući vanjski utjecaj na donošenje odluka

II. STRATEGIJA

II.1. Vizija razvoja

Vizija predstavlja izjavu o cilju kojeg organizacija želi postići, dok je misija izjava o načinu na koji će organizacija to ostvariti. Kako je misija AEM-a predefinirana i konkretna, s obzirom na to da proizlazi iz Zakona o elektroničkim medijima, potrebno je definirati viziju Agencije. Vizija Agencije određena je, između ostaloga, kontekstom djelovanja u nacionalnom i europskom okruženju. S obzirom na perspektivu RH kao države članice, relevantan okvir je zajednička

platforma EU koja je odredila da su sloboda i pluralizam medija ključ demokracije u EU (*HLG Paper with Recommendations for EU/EK*). Imajući sve to na umu, kreirana je sljedeća vizija Agencije:

Agencija za elektroničke medije neovisno je regulativno tijelo koje promiče javni interes i pluralizam medija, stručnim i transparentnim djelovanjem opravdava povjerenje javnosti, potiče medijsku pismenost, stvara uvjete za proizvodnju kvalitetnog hrvatskog audiovizualnog sadržaja te osigurava ravnopravne uvjete za razvoj medija i medijskih sloboda.

II.2. Strateški ciljevi za razdoblje 2017.-2020.:

Organizacijski cilj:

- Organizacijski razvoj Agencije kroz jačanje kapaciteta i povećanje učinkovitosti na svim razinama uključujući i unapređenje radnih procesa te otvaranje i poboljšanje interne i eksterne komunikacije uz jačanje percepcije i imidža Agencije u javnosti.

Programski ciljevi:

1. Proaktivno utjecati na buduće izmjene Zakona o elektroničkim medijima te sudjelovati u kreiranju nove medijske strategije RH

Okvir ovog strateškog cilja je sudjelovanje u donošenju nove medijske strategije RH najavljene za kraj 2017./početak 2018. koja će biti osnova za donošenje novog normativnog okvira u segmentu medija te posebice elektroničkih medija. AEM u sklopu svojih zadataka savjetuje Ministarstvo kulture kao nositelja aktivnosti vezanih uz reviziju europske Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (AVMSD-Direktiva). Donošenje Direktive predviđeno je za kraj 2017./prvi kvartal 2018. te će Agencija aktivno sudjelovati u procesu transpozicije odredaba revidirane Direktive u nacionalno zakonodavstvo.

2. Aktivno sudjelovanje u međunarodnim regulativnim skupinama

U predstojećem razdoblju (2018. ili 2019.) AEM, odnosno predsjednik Vijeća za elektroničke medije će kao član predsjedništva ERGA-e u jednogodišnjem mandatu predsjedati tom skupinom. Tijekom rada u predsjedništvu ERGA-e i njezinim stručnim podskupinama AEM može predlagati teme važne za mala tržišta poput hrvatskog, aktivno sudjelovati u svim procesima vezanim uz izradu, transponiranje i analizu Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama te nastaviti sa suradnjom i izmjenom najbolje prakse s drugim regulativnim tijelima i skupinama.

3. Jačati samoregulaciju i koregulaciju

Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama (AVMSD) potiče države članice na primjenu koregulacije i samoregulacije kao komplementarnog rješenja uz zakonske

odredbe, posebice vezano uz teme komercijalne komunikacije (oglašavanja) i zaštite maloljetnika. Ažurirana verzija Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama čije se usvajanje očekuje krajem 2017./u prvom kvartalu 2018., također apostrofira važnost ove teme, stoga je Agencija odlučila ojačati upravo ovaj segment kroz jedan od svojih strateških ciljeva u suradnji s nakladnicima.

4. Stvarati uvjete za proizvodnju kvalitetnog hrvatskog medijskog sadržaja

U globalnom konvergentnom medijskom okruženju lako dostupnih sadržaja i platformi i sve većoj izloženosti sadržaju globalnih kompanija, malo tržište poput hrvatskog sve je ugroženije. Stoga se i pred Agenciju postavlja potreba dodatnog angažmana na stvaranju uvjeta i povoljnog ozračja za poticanje proizvodnje kvalitetnog domaćeg sadržaja, te predlaganje novih zakonskih rješenja koja će doprinijeti djelotvornoj zaštiti domaćih nakladnika i proizvođača, kao i zaštiti i promociji domaćeg sadržaja. Stvaranje uvjeta za poticanje domaćeg (kvalitetne) proizvodnje nužno je zbog očuvanja nacionalnog kulturnog identiteta, baštine i jezika, ali i zaštite cjelokupne domaćeg medijske industrije u odnosu na proizvođače s većih i medijski razvijenijih tržišta pri čemu se, naravno, treba voditi računa o ravnopravnom pristupu tržištu. Postojeća Direktiva Europske komisije o audiovizualnim medijskim uslugama (Direktiva) kao i prijedlog ažurirane Direktive naglašava važnost čuvanja nacionalnog identiteta kroz proizvodnju i stvaralaštvo na jezicima zemalja članica.

5. Nastaviti s aktivnostima razvoja i zagovaranja medijske pismenosti

Uloga regulatora u razvoju medijske pismenosti prepoznata je od strane EU kao jedna od izrazito važnih uloga. Agencija za elektroničke medije kontinuirano provodi aktivnosti kojima nastoji ojačati svijest javnosti o značaju medijske pismenosti, te provodi projekte kojima nastoji pružiti pomoć, savjete i alate za medijsko opismenjavanje, prije svega djece i roditelja. U proteklom razdoblju Agencija je pokrenula internetsku stranicu www.medijskapismenost.hr, donijela „Preporuke za zaštitu maloljetnika i sigurno korištenje elektroničkih medija“, u suradnji s UNICEF-om provela medijsku kampanju „Birajmo što gledamo“, te organizirala radionice na temu medijske pismenosti.

6. Prilagoditi tehničku platformu Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija s ciljem poboljšavanja korisničkog iskustva

Strateška odluka Agencije je da Fond treba ostati integralni dio Agencije, no potrebno je napraviti daljnje preinake koje će korisnicima dodatno olakšati pristup, apliciranje i korištenje Fonda, a AEM-u evaluaciju i nadzor korištenja dodijeljenih sredstava. Realizacijom ovog programskog cilja postići će se olakšavanje korisničkog iskustva svim pružateljima medijskih usluga koji apliciraju za sredstva Fonda daljnjom digitalizacijom procesa predaje prijave, materijala i programa.

Uz šest identificiranih programskih strateških ciljeva, identificirana je i jedna **strateška odrednica** koja će biti protkana kroz sveukupno djelovanje Agencije u budućnosti te se njoj treba težiti u svakodnevnom djelovanju Agencije, a to je **jače umrežavanje i suradnja s partnerima** kako na nacionalnoj, regionalnoj tako i na EU razini. Sve veća potreba za interdisciplinarnim pristupom unutar različitih sektora te jačanje kako međuresornih tako i međunarodnih tijela zahtjeva dodatnu komunikaciju i umrežavanje ali i suradnju na svim razinama.

III. PROVEDBA STRATEGIJE

III.1. Specifični ciljevi i mehanizmi provedbe

Strateški ciljevi ostvaruju se provedbom niza specifičnih ciljeva i grupa aktivnosti. Realizacija specifičnih ciljeva propisana je nizom aktivnosti definiranih u godišnjim programima rada, odnosno operativnim planovima za svaku godinu.

Svaki specifični cilj definiran je na mjerljiv način, putem indikatora, kako bi Agencija mogla pratiti napredak te nadzirati i vrednovati provedbu Strateškog plana. Za lakši mjesečni nadzor provedbe Plana definirani su indikatori na razini aktivnosti odnosno output indikatori koji se nalaze u okvirnom operativnom planu.

Definirani strateški cilj	Specifični ciljevi	Indikator ¹	Godina izvršenja
ORGANIZACIJSKI RAZVOJ			
1. Organizacijski razvoj Agencije kroz jačanje kapaciteta i povećanje učinkovitosti na svim razinama uključujući i unapređenje radnih procesa, dodatne edukacije te poboljšanje interne i eksterne komunikacije	1.1 Unaprijediti procese upravljanja ljudskim resursima	Redoviti godišnji supervizijski sastanci pokazuju porast zadovoljstva zaposlenika/ica Nalazi i vrednovanja pokazuju povećanje učinkovitosti rada Agencije	2018
	1.2 Poboljšati komunikaciju unutar Agencije te prema javnosti	Održavanje redovitih sastanaka na svim razinama kao alat za poboljšanje interne komunikacije	2017

¹ Mjeri se krajem godine izvršenja

		Porast pozitivnog imidža Agencije u javnosti –povećanje broja pozitivnih objava	2019 2020
	1.3 Unaprijediti vizibilnost i percepciju Agencije u javnosti	Izrada nove internetske stranice kao platforme za komunikaciju sa svim javnostima i dionicima, tisak brošura i publikacija te organizacija konferencija i stručnih skupova na domaćoj i inozemnoj razini kao alati za povećanje vizibilnosti, prepoznatljivosti i respektabilnosti Agencije	2018 2019 2020
	1.4 Povećati efikasnost rada	Uvođenje IT alata/tehničke podrške u cilju povećanja efikasnosti	2018- 2020
PROGRAMSKI CILJEVI			
1. Proaktivno utjecati na buduće izmjene Zakona o elektroničkim medijima te sudjelovati u kreiranju medijske strategije	1.1 Pripremiti stručne podloge za izmjene ZEM-a i transponiranje nove Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama	Stručne podloge poslane zakonodavcu u dogovorenom roku; usvojeno najmanje 70% prijedloga	2017 2018 2019
	1.2 Doprinijeti kreiranju medijske strategije RH na poziv Ministarstva kulture	AEM vizija elektroničkih medija u RH ugrađena u medijsku strategiju	2017 2018
	1.3. Povećanje pluralizma medija u RH	Uvođenje digitalnog radija i spec. radijskih i TV kanala	

Definirani strateški cilj	Specifični ciljevi	Indikator	Godina izvršenja
2. Unaprijediti rad Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija	2.1 Prilagoditi tehničku platformu Fonda s ciljem poboljšanja korisničkog iskustva	Potpuni prelazak na digitalnu verziju	2019 2020
	2.2 Redovito pratiti situaciju i prilagođavati rad Fonda potrebama dionika	Radionice i komunikacija s dionicima	2017 2018 2019 2020
3. Jačati samoregulaciju i koregulaciju, te regulaciju	3.1 Poticati samoregulaciju kroz jačanje suradnje s nakladnicima i udrugama pružatelja medijskih usluga	Povećan broj područja ZEM-a podložnih samoregulaciji	2017 2018 2019
	3.2 Proširiti rad koregulacijskih grupa na nova područja	Povećan broj koregulacijskih akata – dva u četiri godine	2017 2020
	3.3 Redovito ažurirati/donositi podzakonske akte kojima se unaprjeđuje regulacija	Aktualni/važeći svi podzakonski akti u svakoj godini provedbe Plana	2017 2018 2019 2020
4. Stvarati uvjete za proizvodnju kvalitetnog hrvatskog medijskog sadržaja	4.1 Osigurati provođenje postojećih zakonskih odredbi (kvota) o proizvodnji i emitiranju domaćeg sadržaja i djela neovisnih proizvođača	Povećanje lokalne proizvodnje originalnog kvalitetnog domaćeg sadržaja u programima HR nakladnika	2018 2019 2020
	4.2 Poticati i predlagati promjene ZEM-a u dijelu koji se odnosi na proizvodnju i kvote domaćeg sadržaja, EU djela i djela neovisnih proizvođača, te poticati na stvaranje novih zakonskih rješenja koja će doprinijeti djelotvornoj zaštiti domaćih nakladnika i proizvođača, kao i zaštiti i promociji domaćeg sadržaja u novom globalnom medijskom okruženju, a sve u skladu s legislativom EU i okolnostima u	Ispunjene zadane zakonske kvote europskih djela i djela neovisnih proizvođača	2018 2019 2020

	kojima djeluje audiovizualna industrija u RH		
	4.3 Jačati kapacitete među relevantnim dionicima za rad na poboljšanju AV industrije u RH u novom konvergiranom globalnom medijskom okruženju	Održavanje radionica, povećanje broja kvalitetnih izvorno hrvatskih djela proizvedenih u Hrvatskoj	2018 2019 2020
5. Nastaviti s aktivnostima razvoja i zagovaranja medijske pismenosti	5.1 Osvještavati javnost i omogućiti korisne sadržaje i alate za roditelje i nastavnike kako bi ojačali svoja medijska znanja i kritičko promišljanje	Provođenje medijskih kampanja, strateško upravljanje internetskom stranicom <u>medijskapismenost.hr</u> , organiziranje stručnih skupova i radionica za nakladnike i javnost, izdavanje brošura i dr.	2017 2018 2019 2020
	5.2 Jačati kapacitete nakladnika		2017 2018 2019 2020
	5.3 Praćenje i razmjena iskustava sa stručnom javnošću u zemlji i inozemstvu	Uvođenje novih projekata/aktivnosti Agencije iz područja medijske pismenosti na temelju uspješnih iskustava drugih dionika	2017 2018 2019 2020
6. Aktivni rad u međunarodnim regulativnim skupinama i udruženjima (ERGA, EPRA...)	6.1 Aktivno sudjelovanje u međunarodnim regulativnim skupinama na razini EU	Promjene/utjecaj kreiran na međunarodnoj razini kroz doprinos rada/sudjelovanja Agencije u radu mreža	2017 2018 2019 2020
	6.2 Nastaviti aktivno sudjelovanje u podskupinama ERGA-e	Promjene/utjecaj kreiran na međunarodnoj razini kroz doprinos rada/sudjelovanja u radnim grupama	2017 2018 2019 2020

III.2. Nadzor i vrednovanje

Ulogu nadzora za provedbu Strateškog plana ima ravnatelj Agencije odnosno predsjednik Vijeća uz čitavo Vijeće.

Nadzor i vrednovanje Strateškog plana raditi će se na šestomjesečnoj i godišnjoj razini na način da će se svakih 6 mjeseci održati sjednica VEM-a s temom nadzora i vrednovanja.