

Radni tim za medijsku promociju, zapisnik s 1. sastanka

- sastana je održan u Puli, 18. prosinca
- sastanku su prisustvovali Bojana Čustić Juraga, Carla Rotta, Daniela Dorani, Kristijan Nemet i Davor Mišković

Radni tim za medijsku promociju je za cilj svog djelovanja u sklopu projekta izrade kulturne strategije Istre odredio unapređenje medijske promocije kulture u cjelini i pojedinih kulturnih događaja. Stoga smo na sastanku, prije svega, pokušali utvrditi kakvo je sada stanje u Istri s obzirom na medijsku promociju kulture i kulturnih manifestacija. U Istri djeluje čitav niz elektronskih medija, dvije lokalne televizije, više lokalnih radio stanica, radijska i televizijska ispostava Hrvatske radiotelevizije te tiskani mediji - Glas Istre i La Vocce Del Popolo, a postoje i internet portali koje možemo odrediti kao istarske. Svi ovi mediji imaju rubrike, priloge ili emisije posvećene kulturi i slobodno se može zaključiti kako je zapravo svaki kulturni događaj medijski pokriven - od onih lokalnih pa do onih čiji značaj uvelike prelazi lokalne okvire. Kako je priroda ovih medija da prate dnevna zbivanja razumljivo je da su oni orijentirani prije svega na praćenje kulturnih događaja. Tematski i problemski pristup nije tako izražen, ali se svaka turbulencija u kulturnom sustavu prati. Kulturni događaji se prati uglavnom opisno, no vrlo često su popraćeni i kritičkim osvrtima. Problem u kvaliteti tekstova ili priloga javlja se kod lokalnih kulturnih događaja kada događaje prate novinari čiji interes nije primarno kultura

Radni tim za medijsku promociju kao poseban problem ističe odnos nekih organizatora kulturnih događaja prema medijima, na način da se medije ne obavještava pravovremeno o sadržaju događanja, o sudionicima, a vrlo često se kasni i sa samom informacijom o događaju. Organizatori kulturnih događaja vrlo često inzistiraju na određenim informacijama u članku ili prilogu, a prisutne su i drugi problemi u odnosu između organizatora kulturnih događaja i novinara. Standardi bi trebali biti određeni i za medijsku promociju. Naime, marketing i medijska promocija većine kulturnih događaja nisu dovoljno kvalitetni (Radni tim ističe da je medijska promocija svih ozbiljnijih manifestacija u Istri iznimno kvalitetna), a sam marketing se prečesto pretjerano prilagođava sponzorima. Ista tendencija prisutna je i u medijskoj promociji. Zbog toga Radni tim predlaže da se poradi na komunikaciji između organizatora i novinara kako bi se postavili standardi rada koji će odrediti vremensku dinamiku - najave i druge informacije, postaviti standarde komunikacije i medijske promocije, a koji će zadovoljiti i novinare i organizatore kulturnih događanja. Osim toga, Radni tim predlaže stvaranje baze podataka svih kulturnih aktera i događaja, kao i medija. Radi se o jednostavnom alatu koji bi olakšao pristup organizatora medijima i novinara kulturnim događajima. Pri tome je važno da ova baza podataka bude ažurirana.

Za kvalitetno bavljenje kulturnim djelatnostima nužna je kontekstualizacija djelovanja i kritička refleksija o samom djelovanju. Radni tim za medijsku promociju svjestan je da postojeći mediji ne zadovoljavaju potrebe kulturnih djelatnika za refleksijom i kontekstualizacijom njihova djelovanja. Naime, za takav tip priloga potrebni su mediji koji imaju drukčiju dinamiku izlaženja, kvartalnu, polugodišnju ili čak godišnju. Jedan od mogućih načina kako bi se mogao razrješiti ovaj problem je putem pokretanja medijskog projekta koji bi ponudio upravo takav tip sadržaja uz priloge o najznačajnijim kulturnim događajima u Istri, intervjue i reportaže, a osobit naglasak bio bi na umjetničkoj kritici i problemskim tekstovima. Distribucija takvog časopisa moguća je uz Glas Istre ili La Vocce Del Popolo.

Zapisnik sastavio Davor Mišković