

CULPOL ANALITIČKI OSVRT 2

Proturječnosti interneta i problem artikulacije javnog interesa

Paško Bilić

The logo for CULPOL, featuring the word 'cul' in pink and 'pol' in blue, with a horizontal line separating the two parts.

cul-
pol

IRMO, Zagreb, 2017.

Author/Autor: dr. sc. Paško Bilić

Title/Naslov: Proturječnosti interneta i problem artikulacije javnog interesa /
Contradictions of the Internet and the problem of articulating the public interest

Reviewers/Recenzenti: Editorial review/Urednička recenzija

Series editors/Urednice serije: Jaka Primorac, Aleksandra Uzelac

Language editing/Lektura: Ivana Gusak Bilić

Design/Dizajn: Dragana Markanović

Publisher/Nakladnik:

IRMO - Institut za razvoj i međunarodne odnose
(Institute for Development and International Relations)
LJ. F. Vukotinovića 2, HR-10000 Zagreb

For the Publisher/Za nakladnika: dr. sc. Sanja Tišma, IRMO Director/Ravnateljica

The CULPOL Commentary has been published with the support of the Erasmus+ Programme of the European Union, within the framework of activities of the Jean Monnet Project EU Competences and National Cultural Policies: Critical Dialogues / CULPOL (575442-EPP-1-2016-1-HR-EPPJMO-PROJECT). It brings concise policy-oriented analysis and case studies addressing current issues in cultural policy research and practice, with the aim to pool the research of the project stakeholders and make it more visible and accessible to all the interested parties. More information about the project is available at: <http://culpol.irmo.hr/home/>.

The publication reflects the views of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

CULPOL analitički osvrti rezultat su rada na projektu 'EU kompetencije i nacionalne kulturne politike: kritički dijalozi' / CULPOL (broj: 575442-EPP-1-2016-1-HR-EPPJMO-PROJECT) koji je sufinanciran sredstvima programa Europske unije Erasmus+. CULPOL analitički osvrti donose sažete policy orijentirane analize aktualnih tema ili studije slučaja iz područja istraživanja i prakse kulturnih politika. Cilj je objediniti istraživačke kapacitete suradnika na projektu te ih učiniti vidljivijim i dostupnijim svim zainteresiranim dionicima. Više informacija o projektu dostupno je na mrežnoj stranici culpol.irmo.hr.

Ova publikacija odražava isključivo stajalište autora publikacije i Komisija se ne može smatrati odgovornom prilikom uporabe informacija koje se u njoj nalaze



EU Competences
and National
Cultural Policies:
Critical Dialogues

EU kompetencije
i nacionalne
kulturne politike:
kritički dijalozi

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Sadržaj

Sažetak	2
Uvod	3
Financijski kapital, besplatni internetski servisi i digitalno oglašavanje.....	3
Automatizirani računalni sustavi i iracionalne društvene posljedice	4
Nikad više sadržaja, nikad manje kvalitete.....	6
Zaključak	7
Bibliografija.....	8
Abstract.....	9
Bilješka o autoru / Note about the author	10

Sažetak

U analitičkom osvrtu **Proturječnosti interneta i problem artikulacije javnog interesa** autor ističe tri glavne prepreke demokratske racionalizacije suvremenih komunikacijskih tehnologija: (1) proturječnost između besplatnih internetskih servisa te njihove ekonomske i političke dominacije nad globalnim informacijskim tokovima; (2) manipulaciju javnih informacija i sprječavanje tržišnog natjecanja pod mitom tehnološke neutralnosti; (3) kvantifikaciju javno dostupnih informacija i pad kvalitete informacija u nacionalnim okvirima. Autor smatra da navedene proturječnosti ograničavaju okvire djelovanja i demokratskog promišljanja digitalnog komunikacijskog prostora. Demokratski principi kao što su univerzalan pristup uslugama te neutralnost tehnologije gube svoj demokratski potencijal u aktualnom društveno-povijesnom trenutku. Društveno definiran javni interes može se ostvariti jedino rješenjem navedenih proturječnosti.

Uvod

Društvena svrha tehnologije definirana je djelovanjem aktera, koji je vide kao politički i ekonomski prostor nadmetanja. Stoga je razvoj novih komunikacijskih tehnologija analitički moguće shvatiti imajući na umu osnovnu problematiku sociologije: povezanost navika korištenja internetom sa širim društvenim, političkim i ekonomskim strukturama. Razvojni je put globalnog interneta definiran državnim poticajima i ulaganjima, deregulacijom, korporativnim ulaganjima, znanstvenim istraživanjima te civilnim društvom, koje promovira otvorenost, neutralnost, kulturu dijeljenja i slobodan pristup informacijama. Ovdje se usredotočujemo na tri proturječnosti zbog kojih je ograničena artikulacija javnog interesa, a time i demokratska regulacija interneta. Prvo, besplatni, globalni internetski servisi ostvaruju rekordne burzovne vrijednosti, dominiraju u privlačenju ulaganja u internetsko oglašavanje te istovremeno strukturiraju i monopoliziraju navike korištenja internetom. Drugo, raširena uporaba automatiziranih, algoritamskih sustava uzrokuje iracionalne društvene posljedice kao što su širenje lažnih vijesti ili drugi oblici manipulacije informacijama. Treće, umnažanje i jeftina distribucija informacija uzrokuju pad kvalitete lokalnih medijskih informacija. U tim su proturječnostima demokratski principi poput slobodnog pristupa informacijama i neutralnosti tehnologije, podređeni korporativnoj logici i tržišnoj dominaciji.

Financijski kapital, besplatni internetski servisi i digitalno oglašavanje

Pregled kompanija koje su ostvarile najveću tržišnu kapitalizaciju na Wall Streetu u srpnju 2017. godine pokazuje isključivu dominaciju sektora informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Pet vodećih kompanija jesu Apple (777 milijardi dolara), Alphabet (Google) (661 milijarda dolara), Microsoft (561 milijarda dolara), Amazon (478 milijardi dolara) i Facebook (463 milijarde dolara).¹ Samo deset godina ranije pet vodećih tvrtki bile su Exxon Mobil, General Electric, Citigroup, Shell Oil i Microsoft.² Apple i Microsoft kompanije su specijalizirane u proizvodnji hardvera i softvera, čijom prodajom ostvaruju prihode. Amazon je kompanija koja svojim globalnim dosegom i distribucijskom mrežom dominira tržištem kupnje i prodaje knjiga i audiovizualnog sadržaja. Obje kompanije na neizravan način konkuriraju proizvodnji, distribuciji i potrošnji medijskog sadržaja u smislu njegove relevantnosti za suvremene demokratske procese. S druge strane, Alphabet (Google) i Facebook

¹ Dostupno na <http://www.nasdaq.com/screening/companies-by-industry.aspx?region=North+America&country=United%20States&marketcap=Mega-cap>

² Dostupno na https://www.nytimes.com/2017/04/22/opinion/sunday/is-it-time-to-break-up-google.html?_r=0

distribuiraju i „filtriraju“ relevantne javne informacije na dva načina: algoritamskim rješenjima te kombinacijom algoritamskih rješenja i različitih društvenih mreža, koje dijele informacije o zajedničkim političkim, kulturnim i drugim preferencijama. Obje kompanije pružaju besplatne internetske servise. Stoga se nameće osnovno pitanje kako je moguće da besplatni servisi proizvode golemu novčanu vrijednost financijskog kapitala. U 2016. Alphabet (Google) ostvario je prihod od 90,2 milijarde dolara, 88 posto od oglašavanja.³ Facebook je iste godine ostvario prihod od 27,6 milijardi dolara, 97 posto od oglašavanja.⁴ Oglašavanje je, dakle, njihov glavni izvor prihoda, a dugoročna globalna ekspanzija i stabilna korisnička populacija neki su od osnovnih uzroka visokih vrijednosti dionica.

Javni interes utemeljen na raspravi i društvenom konsenzusu teško je uspostaviti kao polaznu pretpostavku u konkurenciji s besplatnim korisničkim servisima, koji pružaju složene usluge. Bilo kakav oblik financijskog ulaganja javnih sredstava ili nametanja redovite pretplate za proizvodnju kvalitetnog sadržaja u oštroj je suprotnosti s ustaljenim, strukturiranim navikama besplatnog korištenja američkih internetskih servisa. Moć besplatnih servisa dodatno utvrđuje njihova ekonomska pozicija, neprestana ulaganja u istraživanje i razvoj te, posljedično, ograničavanje tržišnog natjecanja i dostupnih alternativa za stvaranje novih informacijskih navika. Drugim riječima, kompanije koje upravljaju konsolidiranim tržištem informacijskih usluga koriste tu moć za akumulaciju kapitala, upravljanje navikama korištenja informacija i razvijanje novih usluga.⁵ Besplatno dostupna usluga snažan je poticaj za kontinuirano korištenje, ali i prepreka za opiranje komodifikaciji informacija.

Automatizirani računalni sustavi i iracionalne društvene posljedice

Automatizirani računalni sustavi postaju važna dimenzija umrežene komunikacije. Takvi su sustavi ugrađeni u internetske usluge preporučivanja, rangiranja, povezivanja i predstavljanja informacija. Automatizirana, algoritamska rješenja važan su čimbenik kvantifikacije, učinkovitosti i brzine obrade informacija u brojnim sektorima suvremene ekonomije. U području tzv. visokofrekventnog trgovanja dionicama brzinu trgovine nemoguće je ljudski nadomjestiti. Algoritmi koriste

³ Dostupno na

<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1652044/000165204417000008/goog10-kq42016.htm#s9FFFC4C562B4028925242B6543354A33>

⁴ Dostupno na <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000132680117000007/fb-12312016x10k.htm>

⁵ Ukupno ulaganje kompanije Alphabet Inc. u istraživanje i razvoj novih proizvoda u 2016. iznosilo je 13,9 milijardi dolara. Dostupno na

<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1652044/000165204417000008/goog10-kq42016.htm#s9FFFC4C562B4028925242B6543354A33>

zanemarive promjene vrijednosti dionica na različitim burzama i uspijevaju ostvarivati profit na razlikama manjim od 1 centa jer se kupovina i prodaja dionica obavlja u milisekundama. U tom je svijetu lake dobiti i gubitka brzina kojom signal putuje optičkim kablovima nedovoljna za ostvarivanje viška vrijednosti. Naime, česta je upotreba signalnih tornjeva koji međusobno komuniciraju mikrovalovima kako bi ubrzali trgovinu dionicama i omogućili viši profit (McKenzie, 2014).

U području javne informacijske razmjene najpoznatiji je primjer Googleov algoritam za mrežno pretraživanje. Algoritam postaje sve složeniji, a njegova logika predstavljanja i odabira informacija postaje predmetom brojnih regulatornih i pravnih sporova. Upišemo li pojam „Google“ u tražilicu Google, dobijemo informaciju da je algoritam pronašao 11,730,000,000 rezultata u 0,75 sekunde. Količina informacija i brzina pretrage postaju faktor legitimacije rezultata pretrage. Googleov je nevjerojatan servis izgrađen znanjem i radom vrhunskih stručnjaka s vodećih svjetskih tehničkih sveučilišta. Međutim, onog trenutka kada servis prestane biti samo tehnološka inovacija i postane važan čimbenik u definiranju aktualnih društvenih odnosa, njegova se društvena uloga mijenja. Neki od glavnih primjera rasno su stereotipiziranje funkcije *auto-complete* (Baker, Potts, 2013), distribucija lažnih vijesti, ali i sustavno preusmjeravanje rezultata pretrage prema servisima koje nudi Google. Naime, u lipnju 2017. Europska je komisija odredila kaznu od 2,42 milijarde dolara kompaniji Alphabet zbog zloporabe dominantne tržišne pozicije⁶ i sustavnog preusmjeravanja rezultata pretrage prema vlastitim uslugama i servisima.⁷

Refleksivnost, fleksibilnost, interpretacija, višeznačnost, kulturna raznolikost i demokratska odgovornost ne mogu se zadovoljiti automatiziranim sustavima kvantificirane dostave i distribucije informacija. Pritom je važno naglasiti osnovnu razliku između prirodnih i društvenih znanosti. Dok prirodne, u načelu, ne mijenjaju svoj predmet istraživanja, društvene su znanosti uhvaćene u hermeneutički proces interpretacije. Drugim riječima, svako znanje o društvu i društvenim procesima neminovno mijenja te same društvene procese. Primjenom matematike i fizike u obliku računalnih znanosti i sami se racionalno definirani softverski sustavi usmjeravaju na, uvjetno rečeno, predmet svojega istraživanja – društvo. Samom primjenom tih sustava društvo se mijenja, što zahtijeva prilagodbu softverskih sustava novim društvenim uvjetima. Usprkos fundamentalnoj društvenoj uvjetovanosti tehnologije, korištenje računalnim znanostima za razvoj komercijalnih usluga i servisa stvara iluziju tehnološke neutralnosti (Bilić, 2017a). Automatizirani sustavi omogućuju učinkovitost, rutinizaciju i akumulaciju dodane vrijednosti za

⁶ U 2016. godini Google je imao udio od 71,41 posto tržišta mrežnog pretraživanja na stolnim računalima te 91,61 posto tržišta pretraživanja na mobilnim uređajima i tabletima. Dostupno na <https://www.netmarketshare.com/search-engine-marketshare.aspx?qprid=4&qpsp=2016&qpn=1&qptimeframe=Y&qpcustomd=1>

⁷ Dostupno na http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1784_en.htm

kompanije koje ih upotrebljavaju. Iracionalne društvene posljedice nastaju kada se racionalni sustavi koriste za manipulaciju informacijama i akumulaciju kapitala.

Nikad više sadržaja, nikad manje kvalitete

Informacije su neobičan robni proizvod. Proizvodnja informacije zahtijeva vrijeme, rad i organizaciju rada. Međutim, jednom kad je informacija proizvedena, njezina razmjenska vrijednost bliska je nuli (Rigi, 2014). Glavni je razlog tomu da se informacija može reproducirati uz zanemariv trošak u digitalnoj ekonomiji. Informacije se lako prenose, kopiraju i distribuiraju, čime se stvara dojam nepreglednosti informacija na internetu. U tom je procesu teško razaznati početni izvor informacije jer se način prenošenja informacije često prepušta automatiziranim sustavima, ljudski kapaciteti i profesionalizacija u procesu proizvodnje informacije postaju preskupi, a regulacija autorskih prava pokazuje nezgrapnom i neučinkovitom. Istovremeno, monetizacija informacija koje se proizvedu na profesionalan način postala je sve manje održiva. Prihodi medija od oglašavanja danas se sve više preusmjerava na globalne servise kao što su Facebook i Google. Naime, te su kompanije glavni izvor za mrežno pretraživanje i društveno umrežavanje te glavne pristupne točke za digitalne vijesti.

Prema anketnom istraživanju, koje je proveo Institut za razvoj i međunarodne odnose (Bilić i sur., 2017b) na uzorku od 2000 korisnika interneta u Republici Hrvatskoj, glavne pristupne točke za digitalne vijesti jesu mrežni pretraživači (52,9 posto), izravan pristup mrežnim stranicama (45 posto) te Facebook (41,9 posto). Globalne organizacije postaju logično odredište za ulaganja u internetsko oglašavanje jer čine najveći dio kumulativnog, nacionalnog internetskog prometa. Istovremeno, 66,9 posto ispitanika nije spremno plaćati sadržaj digitalnih vijesti koje trenutno koriste, a samo 6,8 posto spremno je plaćati sadržaj. Ispitanici smatraju da su glavni nedostaci digitalnih vijesti senzacionalistički način izvještavanja (56,7 posto), previše oglasa (43,5 posto), vijesti bez detaljne analize (41,7 posto), nepouzdana informacije (41 posto) itd. Povjerenje u digitalne informacije također je malo jer 60,6 posto ispitanika ne vjeruje u informacije koje pročitaju na internetu. U tom je smislu očigledno da uloga tržišta ne može nadomjestiti demokratski definiran javni interes niti uspostaviti sustav kvalitetnog, profesionalnog novinarstva, koje će pružati relevantne, kritički promišljene informacije. Prostor digitalnih vijesti u RH primjer je onoga što pojedini autori nazivaju „tržišnim neuspjehom“, odnosno scenarijem u kojemu tržište nije u stanju učinkovito proizvoditi i alocirati resurse kao što su javna dobra (Pickard, 2015). U tom je smislu ključna uloga državne regulacije, koja će stabilizirati sustave financiranja i alociranja javnih sredstava neprofitnim medijima na temelju jasnih kriterija dodjele, transparentne alokacije sredstava i nezavisnosti medija (Bilić i sur., 2017c).

Zaključak

Između brojnih proturječnosti koje ocrtavaju suvremeno postojanje globalne komunikacijske mreže postavlja se pitanje kako definirati javni interes. Univerzalan pristup uslugama i neutralnost tehnologije načela su koja u aktualnom društveno-povijesnom trenutku ne moraju voditi demokratskoj racionalizaciji internetskog javnog prostora. Kao nositelji mogućih rješenja nameću se prvenstveno tradicionalni, državni i transnacionalni politički subjekti. Europska unija strategijama poput jedinstvenog digitalnog tržišta (eng. *Digital Single Market*) nastoji ojačati europske kapacitete i zaštititi europske informacijske i komunikacijske kompanije. Međutim, takvi mehanizmi nisu dovoljno proaktivni. Njihova je svrha unaprjeđenje tržišnog natjecanja i svojevrсни protekcionizam pred globalnom dominacijom američkih servisa. Uslijed općeg pada povjerenja u europske institucije i krizu legitimiteta, javni je interes dodatno sveden pod logiku tržišnog natjecanja i potrošačkih navika. Suprotno bilo kakvom tržišnom fundamentalizmu ili socijalnom relativizmu, neophodno je pronalaženje političkog subjekta, koji će definirati obrise javnog interesa i aktualizirati ih u okvirima navedenih koordinata. Znatno važnije od regulacije tehnologije ili regulacije sadržaja pitanje je svijesti o navedenim proturječnostima i načinima na koje komercijalni akteri utiru stazu korištenja komunikacijskih kanala. Bilo kakav tip digitalnog posthumanizma kapitulacija je nad iracionalnom racionalnošću globalnog digitalnog kapitalizma jer se time odustaje od društveno definiranog političkog subjekta, koji je u stanju definirati i artikulirati javni interes, promicati medijski pluralizam i slobodu govora. Međutim, treba priznati, ideal-tipski politički subjekt nikad nije u mogućnosti potpuno kontrolirati i usmjeravati društvenu promjenu. Ali taj ideal-tipski akter barem promišlja o njoj i usmjerava je prema demokratski definiranim ciljevima. Regulacija je uvijek reaktivna, a praksa mišljenja proaktivna. Stoga je prije regulacije potrebna određena praksa mišljenja, kojom će se osvijestiti proturječnosti interneta i omogućiti jasnija artikulacija javnog interesa.

Bibliografija

1. Baker, Paul i Potts, Amanda (2013). »'Why Do White People Have Thin Lips?' Google and the Perpetuation of Stereotypes via Auto-Complete Search Forms«, *Critical Discourse Studies*, 10(2): 187-204.
2. Bilić, Paško (2017a). »A Critique of the Political Economy of Algorithms: Brief History of Google's Technological Rationality«, *Westminster Advanced Studies* No.5., <https://www.westminster.ac.uk/the-westminster-institute-for-advanced-studies/publications/westminster-advanced-studies>
3. Bilić, Paško; Balabanić, Ivan; Primorac, Jaka; Jurlin, Krešimir i Eterović, Ružica (2017b). Analiza tržišta elektroničkih publikacija. Agencija za elektroničke medije, <http://www.e-mediji.hr/hr/pruzatelji-medijskih-usluga/istrazivanja-i-analize/objavljena-analiza-trzista-elektronickih-publikacija/>
4. Bilić, Paško; Petričušić, Antonija; Balabanić, Ivan i Vučković, Valentina (2017c). Praćenje medijskog pluralizma u 2016. godini, <http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/mpm-2016-results/croatia/>
5. McKenzie, Donald (2014). A Sociology of Algorithms: High-Frequency Trading and the Shaping of Markets, www.sps.ed.ac.uk/_data/assets/pdf_file/0004/156298/Algorithms25
6. Pickard, Victor (2015). »Conclusion: Confronting Market Failure«, *America's Battle for Media Democracy: The Triumph of Corporate Libertarianism and the Future of Media Reform*, 212-231, http://repository.upenn.edu/asc_papers/420
7. Rigi, Jakob (2014). »Foundations of a Marxist Theory of the Political Economy of Information: Trade Secrets and Intellectual Property, and the Production of Relative Surplus Value and the Extraction of Rent-Tribute«, *Triple C: Communication, Capitalism & Critique*, 12(2), <http://triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/487/667>

Abstract

In **Contradictions of the Internet and the problem of articulating the public interest** the author emphasises three main obstacles for democratic rationalization of contemporary communication technologies: (1) contradictions between free Internet services and their economic and political power over global information flows; (2) manipulation of public information and stifling of market competition under the myth of technological neutrality; (3) quantification of publicly available information and public information quality drop within the national context. The author argues that these contradictions limit the frames of action and democratic envisioning of the digital communication space. Democratic principles such as universal access and technological neutrality lose their democratic potential in the current socio-historical moment. Socially defined public interest can only be attained by resolving these contradictions.

Bilješka o autoru / Note about the author

Dr. sc. Paško Bilić znanstveni je suradnik u Odjelu za kulturu i komunikacije Instituta za razvoj i međunarodne odnose (IRMO) u Zagrebu. Godine 2013. doktorirao je sociologiju na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Bio je međunarodni gostujući istraživač (*eng.* International Visiting Research Fellow) Instituta za napredne studije Sveučilišta Westminster u Londonu, gostujući istraživač na Sveučilištu u Bremenu, gostujući istraživač na Bilgi sveučilištu u Istanbulu i gostujući istraživač doktorand (*eng.* Doctoral Research Fellow) na Sveučilištu Alberta u Edmontonu u Kanadi. Njegovi su glavni istraživački interesi medijska sociologija i komunikacijske znanosti. Točnije, zainteresiran je za kritičku analizu društvenih odnosa posredovanih digitalnim tehnologijama, javnim politikama i tržištima. Član je odbora Istraživačke mreže 18: sociologija medija i komunikacijskih istraživanja Europske sociološke asocijacije i voditelj Sekcije za sociologiju medija Hrvatskoga sociološkog društva. Njegova su istraživanja objavljena u časopisima kao što su Društvena istraživanja i Revija za sociologiju te međunarodnim časopisima kao što su New Media & Society, European Journal of Communication, Big Data & Society i Interactions: Studies in Communication and Culture. Trenutno uređuje knjigu (zajedno s Jakom Primorac i Bjarkijem Valtyssonom) pod naslovom Technologies of Labour and the Politics of Contradiction (Palgrave Macmillan, 2018).

Dr. Paško Bilić is Research Associate in the Department for Culture and Communication, Institute for Development and International Relations (IRMO) in Zagreb, Croatia. He holds a PhD in sociology (2013) from the University of Zagreb. He was an International Visiting Research Fellow at the Institute for Advanced Studies, University of Westminster (London, UK); short-term visiting researcher at the University of Bremen, (Germany); short-term visiting researcher at Bilgi University (Istanbul, Turkey); and Doctoral Research Fellow at the University of Alberta (Edmonton, Canada). His primary research and teaching interests are media sociology and communication studies. More specifically, he is interested in the critical analysis of social relations mediated through digital technologies, public policies and markets. He is board member of the European Sociological Association's Research Network 18: Sociology of Media and Communications Research and head of the Media Sociology Section of the Croatian Sociological Association. His work is published in journals such as Revija za Sociologiju and Društvena istraživanja as well as New Media & Society, European Journal of Communication, Big Data & Society, and Interactions: Studies in Communication and Culture. Currently, he is co-editing (with Jaka Primorac and Bjarki Valtysson) a book titled Technologies of Labour and the Politics of Contradiction (Palgrave Macmillan, 2018).

Jean Monnet projekt EU kompetencije i nacionalne kulturne politike: kritički dijalozi / CULPOL (broj: 575442-EPP-1-2016-1-HR-EPPJMO-PROJECT), koji je sufinanciran sredstvima programa Europske unije Erasmus+, ima za cilj poticanje diskusije i kritičkog dijaloga o utjecaju EU agende na hrvatsku kulturnu politiku.

The Jean Monnet Project EU Competences and National Cultural Policies: Critical Dialogues / CULPOL (575442-EPP-1-2016-1-HR-EPPJMO-PROJECT) has been supported by the Erasmus+ Programme of the European Union. It aims to promote discussion and reflection on the impact of the EU agenda on the Croatian cultural policy.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Institut za razvoj i međunarodne odnose
Odjel za kulturu i komunikacije
LJ. F. Vukotinovića 2, HR-10000 Zagreb

Institute for Development and International Relations
Department for Culture and Communication
LJ. F. Vukotinovića 2, HR-10000 Zagreb

Tel. +385 1 48 77 460
Fax. +385 1 48 28 361
culpol@irmo.hr
<http://culpol.irmo.hr/>
<http://www.irmo.hr/>