

Program rada HRT-a 2026.

Hrvatska radiotelevizija u 2026. godini obilježava sto godina postojanja - stoljeće javnog medijskog djelovanja. Ova obljetnica predstavlja povijesni trenutak i priliku da se sagleda transformacija javnog servisa od početaka radijskog i televizijskog emitiranja do digitalne, multimedijske sadašnjosti. Ponosni smo na našu prošlost, ali sada, **više nego ikada prije, potrebno je gledati prema budućnosti.**

Upravo stoga, naglašena je potreba da se u tu svrhu osigura novi zakonski okvir kako bi se omogućilo potpuno usklađivanje HRT-ovih programskih, tehničkih i organizacijskih procesa sa suvremenim digitalnim zahtjevima i potrebama publike. Novi Zakon o HRT-u, prema najavi nadležnog Ministarstva, biti će prilagođen modernim načinima emitiranja programa te će dodatno urediti standarde transparentnosti pri izbor tijela upravljanja i načinu financiranja javnog medijskog servisa. Poseban naglasak bit će na jačanju uredničke neovisnosti i usklađivanju upravljačkih mehanizama s odredbama Europskog akta o slobodi medija, čime se osigurava poštivanje europskih standarda neovisnosti javnih medija, transparentnog upravljanja i odgovornog korištenja javnih sredstava.

Transformacija medijske okoline kao rezultat nevjerojatnog tehnološkog napretka bit će u godinama pred nama još izraženija. Upravo zato, u 2026. godini predviđen je niz investicija.

Planirana je instalacija i integracija novog centralnog matričnog sustava s naprednim sustavom za automatizirano odvijanje programa, čime će se povećati pouzdanost i efikasnost svakodnevnih produkcijskih procesa. Tijekom 2026. započet će i nadogradnja DNR sustava uz uključivanje naprednih AI mogućnosti, ali i redefinicija radnih procesa koja će omogućiti prelazak na **story-centric** model proizvodnje vijesti — suvremeni model koji povećava brzinu, fleksibilnost i kvalitetu multimedijskog novinarstva.

Također, u 2026. godini Hrvatska radiotelevizija, kao ključni subjekt prema Zakonu o kibernetičkoj sigurnosti, ulazi u fazu strateške transformacije i formiranja centralnog sustava upravljanja informacijskom sigurnošću (SUIS). S obzirom na sveprisutnost digitalnih prijetnji i geopolitičku nestabilnost, kibernetička sigurnost prestala je biti isključivo tehničko pitanje i postala je jedan od osnovnih preduvjeta za kontinuitet poslovanja i zaštitu ugleda javnog medijskog servisa.

Unatoč svim navedenim izazovima u smislu tehnoloških promjena, zakonskih okvira i promjena navika publike, javni medijski servis mora primarno dati do znanja da svoju publiku dobro razumije i da prepoznaje njezine nove potrebe. **Javna vrijednost naših sadržaja ostaje imperativ i u budućnosti.**

U takvim okolnostima 2026. imat će sljedeće programske prioritete:

- Nizom aktivnosti i sadržaja obilježit ćemo 100 godina Hrvatskog radija, 70 godina Hrvatske televizije te 10 godina naše multimedijske usluge HRTi. U komunikaciji prema dionicima proslavit ćemo stoti rođendan HRT-a
- Pratit ćemo u najjačim produkcijsko-programskim timovima dva sportska događaja godine: Zimske olimpijske igre u Milanu i Cortini te Svjetsko nogometno prvenstvo u SAD-u, Kanadi i Meksiku

- Nastavit ćemo digitalnu transformaciju u svim programskim segmentima
- Nastavit ćemo jačanje odnosa s neovisnom kreativnom industrijom u Hrvatskoj, ali i interno komuniciranje s kreativnim osobljem kako bismo svi zajedno radili na rafiniranju preferencija hrvatske publike

U središtu naših aktivnosti i dalje ostaje stvaranje sadržaja koji proizlazi iz razumijevanja potreba publike, a čiju uspješnost pratimo putem jasno definiranih analitičkih pokazatelja.

HRT2026: Naša publika i javna vrijednost

Program rada za 2026. godinu temelji se na strateškim smjernicama definiranim u 2025., koje su postavile jasan okvir za daljnji razvoj programskih aktivnosti HRT-a. Kontinuitet u provedbi te strategije ključan je za ostvarivanje postavljenih ciljeva jer omogućuje nadogradnju postojećih procesa, alata i modela rada. Na toj osnovi, 2026. godina fokusira se na produbljivanje, operacionalizaciju i mjerljive rezultate započetih transformacijskih procesa.

Programsko polazište: strategija 2025. kao temelj za daljnji razvoj

Programsko usmjerenje HRT-a definirano u 2025. godini označilo je početak sustavne transformacije u načinu planiranja, stvaranja i distribucije sadržaja. Cilj nove programske strategije bio je pomaknuti fokus s tradicionalnih programskih podjela prema kanalima i žanrovima na stvaranje personaliziranih iskustava, prilagođenih specifičnim interesima, navikama i očekivanjima različitih ciljnih skupina.

Ta je strategija polazila od jasne ideje da sadržaj mora proizlaziti iz razumijevanja publike: tko su naši korisnici, što žele gledati i slušati i na kojim platformama. Time je postavljen temelj za model koji počinje definirati svaki projekt putem četiri osnovna pitanja:

- Što želimo postići? (cilj)
- Komu se obraćamo? (publika)
- Što radimo? (sadržaj)
- Na koji način to postizemo? (alati i procesi)



U 2025. godini strateški su prioriteti bili:

- **Jačanje vrijednosti brenda** HRT-a putem vjerodostojnog, kvalitetnog i javno vrijednog sadržaja dostupnog na svim platformama
- **Publika u središtu** - kontinuirano praćenje interesa, očekivanja i potreba različitih korisničkih skupina
- **Stvaranje sadržaja od visoke javne vrijednosti**, koji, uz to što informira, educira i zabavlja, ima utjecaj na publiku, potiče interakciju i povezuje građane

- **Digital-first pristup** kao temelj modernog javnog servisa kojim se digitalne platforme postavljaju kao prioritetne za distribuciju i interakciju
- **Povećanje učinkovitosti i agilnosti** u proizvodnim procesima uvođenjem analitičkih alata i projektnog pristupa

Spomenuti strateški prioriteti u 2026. ostaju nepromijenjeni, oni su temelj modernih javnih medijskih servisa i na njima treba graditi sve sadržaje i aktivnosti.

Uz te ciljeve, strategija je jasno definirala **ciljne skupine publike**: obitelji s djecom školskog i predškolskog uzrasta, mlađu publiku, stariju populaciju te generaciju Z, s naglaskom na razumijevanje njihovih specifičnih potreba i načina konzumacije sadržaja.



Uz analitiku i istraživanja, HRT je započeo proces dubljeg razumijevanja publike; koje su medijske potrebe svake od ciljnih skupina, kojim se kanalima koriste te kako i kada konzumiraju pojedine sadržaje, što je ključno za preciznije usmjeravanje produkcije i jaču povezanost s korisnicima.

U 2026. naglasak će biti na **sustavnom korištenju modela i alata uvedenih u 2025.**, poput NABC metodologije, *digital-first* pristupa, uz validaciju i planiranje projekata s pomoću analitike, u svakodnevnom radu uredničkih i produkcijskih timova.

U 2025. time su postavljeni čvrsti konceptualni i organizacijski temelji novog pristupa.

Provedba strategije u 2026.

U 2026. godini HRT prelazi iz faze postavljanja programske strategije u fazu njezine intenzivnije provedbe i mjerenja rezultata. Nakon što su u 2025. postavljeni konceptualni i organizacijski temelji modela koji publiku stavlja u središte, fokus se sada usmjerava na konkretne aktivnosti, unaprjeđenje procesa i postizanje mjerljivih rezultata povezanosti s publikom.

HRT više ne polazi od tradicionalne podjele sadržaja prema žanrovima i kanalima, nego od stvaranja iskustava prilagođenih specifičnim interesima, navikama i očekivanjima različitih ciljnih skupina. Svaki sadržaj proizlazi iz jasne strukture koja definira cilj, publiku, sadržaj te alate i procese kojima se koristimo.

U 2026. ta se struktura dodatno proširuje pitanjem **kako uključiti publiku u procese kreiranja sadržaja**. Putem interaktivnih formata, društvenih mreža, digitalne platforme i javnih događaja HRT će poticati aktivno sudjelovanje publike u kreiranju i vrednovanju programa, čime se jača osjećaj pripadnosti, povjerenja i zajedništva s javnim servisom.

Ključni zadatak 2026. godine daljnje je jačanje personalizacije sadržaja i prilagodbe komunikacijskih kanala različitim potrebama ciljnih skupina te dosljedna provedba *digital-first* načela u svim fazama razvoja - od ideje do distribucije. Poseban naglasak stavlja se na:

- korištenje analitičkih i istraživačkih alata za dublje razumijevanje ponašanja publike i donošenje odluka temeljenih na podacima
- jačanje međuredakcijske suradnje između televizijskih, radijskih i digitalnih odjela radi učinkovitijeg planiranja i koordiniranog nastupa
- povećanje učinkovitosti i agilnosti procesa putem primjene novih tehnologija i metoda rada
- te jačanje vrijednosti HRT-ova brenda kroz kvalitetan, vjerodostojan i korisnički orijentiran sadržaj.



NABC model (Needs, Approach, Benefits, Competition) postat će standardni okvir za razvoj svakog projekta: potrebe publike identificirat će se putem analitike, istraživanja i povratne informacije (Needs), dok će se pristup (Approach) definirati na temelju jasnih uredničkih i produkcijskih smjernica, uz optimalan format i kanal distribucije. Vrijednost za korisnika (Benefits) mjerit će se s obzirom na angažman, vrijeme provedeno na sadržaju i povratne reakcije, utjecaj na društvo, a praćenjem konkurentskog okružja (Competition) kontinuirano će se prilagođavati ton, forma i prezentacija sadržaja.

Analitika i istraživanja publike bit će ne samo alat za planiranje nego i **pokretač prilagodbi u realnom vremenu**, čime se potiče agilnost i brzo reagiranje na promjene u navikama korisnika. Paralelno će se razvijati **kultura evaluacije i povratne sprege**, u kojoj se rezultati, uvidi i preporuke redovito ugrađuju u nove cikluse produkcije. Na taj način HRT gradi **održiv, podatkovno utemeljen i strateški usmjeren sustav digitalnog stvaranja sadržaja** koji omogućuje stalno poboljšanje kvalitete, relevantnosti i učinkovitosti komunikacije s publikom.

Cilj je 2026. godine **učvrstiti transformaciju započetu u 2025.** – pretvoriti strateške smjernice u svakodnevnu praksu rada. HRT time jača svoju relevantnost u suvremenom medijskom okružju, osigurava veću dostupnost i prepoznatljivost javne vrijednosti na svim platformama te gradi stabilne temelje za održiv razvoj u nadolazećim godinama.

Projekti

Nekoliko je projekata koji će uvelike obilježiti 2026., a provodit će se prema novoj programskoj strategiji. U nastavku su neki od strateški najvažnijih projekata i inicijativa za sljedeću godinu.

HRT 100 – Slavimo svoju prošlost, s pogledom u budućnost

U 2026. obilježiti ćemo **stotu obljetnicu Hrvatske radiotelevizije** – jednog od najvažnijih i najutjecajnijih kulturnih i medijskih brendova u zemlji. Ta važna obljetnica istodobno označava **100 godina radija, 70 godina televizije te 10 godina HRTi platforme**, triju medijskih stupova koji zajedno čine identitet i razvoj HRT-a kao javnog servisa.

Obljetnica **HRT 100** bit će više od same proslave bogate povijesti javnog servisa. Ona predstavlja priliku za **pozicioniranje HRT-a kao suvremene, dinamične i relevantne medijske kuće** spremne za budućnost, nove generacije korisnika i ubrzane promjene u medijskom okružju. Kampanja **HRT 100** bit će strateški komunikacijski okvir koji povezuje **tradiciju s inovacijom**.

Nizom projekata cilj nam je pokazati kako HRT, kao javni servis, **živi i diše s publikom**. Programi i sadržaji nastajat će u dijalogu s korisnicima – kroz emisije, događaje, suradnje, odlaske među publiku te korištenje modernih alata i tehnologija u (re)kreiranju sadržaja. Naglasak će biti na interakciji, zajedništvu i povezivanju, pri čemu će HRT aktivno uključivati gledatelje, slušatelje i korisnike digitalnih platformi u stvaranje i doživljaj obljetničkih priča.

Važan dio projekta bit će i **oživljavanje arhive**, suvremeno reinterpetiranje povijesnih trenutaka i formata koji su obilježili generacije, ali i njihovo predstavljanje novim generacijama putem modernih produkcijskih i digitalnih pristupa. Time se HRT-ova povijest pretvara u **aktivnu inspiraciju za budućnost**.

Obljetnica **HRT 100** neće biti samo povratak u prošlost nego i **pogled unaprijed**. Ona simbolizira kontinuitet misije javnog servisa, ali u novim oblicima, na novim platformama i za nove publike. Uz spoj tradicije i inovacije, HRT će obilježiti sto godina postojanja kao brend koji razumije prošlost, živi sadašnjost i **gradi budućnost hrvatskih medija**.

Jačanje kreativne industrije u Hrvatskoj

Promatrajući ulogu HRT-a i kao doprinos društvu, svakako treba uzeti obzir važnost Hrvatske radiotelevizije u razvoju kreativne industrije Hrvatske. Kako bismo privukli, educirali ili zabavili našu publiku, morat ćemo se, osim na unutarnje resurse, jače oslanjati na **sadržaje koje nudi neovisni kreativni sektor**. Ipak, proizvedeni sadržaji morat će biti kreirani prema potrebama i preferencijama publike. U 2025. započeli smo jaču komunikaciju s kreativnim snagama Hrvatske, a u ovoj godini i dalje nastavljamo s kontinuiranim razgovorima s neovisnim producentima o našim publikama i novim suvremenim žanrovima. Urednička uloga HRT-a unutar projekata mora biti jaka i presudna. Nastavljamo s javnim pozivima u kojima ćemo definirati i žanrovske, atmosferske te tematske odrednice koje nabavljeni sadržaj mora zadovoljiti. Kreativci na tržištu moraju prihvatiti moderni javni servis koji je prije svega odgovoran svojoj publici. Publika u središtu naš je putokaz i u ovom segmentu.

U naporima da ojačamo kreativnu scenu, pokrenut ćemo i **interne aktivnosti s kreativnim osobljem**. Od radionica, prezentacija do poziva na unutarnju kreativnu komunikaciju, HRT će kontinuirano osvještavati važnost poznavanja publike, njihovih potreba te rafiniranja preferencija. S obzirom na tehnološka dostignuća i promjene u medijskoj stvarnosti, kreativci unutar HRT-a morat će razvijati svoje kompetencije i u tom segmentu.



Veliki sportski multimedijски projekti

Godina 2026. donosi dva globalno najvažnija sportska događaja: **Zimske olimpijske igre Milano - Cortina** i **Svjetsko prvenstvo u nogometu u Sjedinjenim Američkim Državama, Kanadi i Meksiku** koji će biti među središnjim projektima HRT-a u sljedećoj godini.

Riječ je o projektima od iznimne važnosti za nacionalni medijski prostor, koji će okupiti televiziju, radio i digitalne platforme u jedinstvenom produkcijskom i komunikacijskom pristupu. HRT će obje manifestacije pratiti **integrirano, višekanalno i interaktivno**, uz snažan fokus na digitalni doseg i uključivanje publike.

Zimske olimpijske igre Milano - Cortina 2026.

HRT će osigurati **sveobuhvatno praćenje** natjecanja na televizijskim i radijskim kanalima te na digitalnim platformama. Posebno se ističe HRTi platforma koja omogućuje ekskluzivno prenošenje pojedinih sportskih događaja koji nisu u televizijskom i radijskom prijenosu, čime publici dajemo mogućnost biranja ili paralelnog praćenja više sportova.

Na društvenim mrežama i HRTi platformi objavljivat će se kratki formati, dnevne videopriče, intervjui i izdvojeni trenuci, a korisnici će se moći uključivati putem **anketa, komentara, kvizova i interaktivnih sportskih izazova**.

Svjetsko prvenstvo u nogometu 2026.

Od **11. lipnja do 19. srpnja 2026.** HRT će pratiti 23. izdanje Svjetskog prvenstva u nogometu, koje će se prvi put održati u tri zemlje (Sjedinjenim Američkim Državama, Kanadi i Meksiku) uz rekordnih **48 reprezentacija i 104 utakmice**.

Projekt Svjetskog prvenstva bit će multimedijски projekt usmjeren na stvaranje **cjelovitog i interaktivnog korisničkog iskustva**. Uz prijenose utakmica i studijske emisije, HRT će proizvoditi **dodatne sadržaje iza kamera** s novinarima, komentatorima i navijačima, čime se publici pruža osobniji, življi i pristupačniji pogled na događaje.

Na **HRTi platformi** bit će dostupni ekskluzivni sportski prijenosi i prošireni sadržaji, dok će **društvene mreže** donositi najbolje trenutke, emotivne priče i videoisječke, ali i poticati publiku na sudjelovanje putem **prognoza, komentara i navijačkih kampanja**.

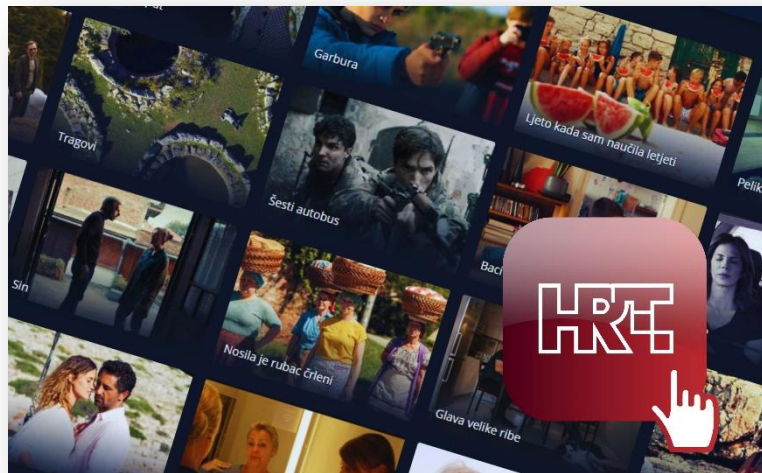
Takvim pristupom HRT potvrđuje svoju snažnu poziciju vodećeg sportskog medija u zemlji i regiji, koji spaja tradiciju i suvremene formate, a sportom se koristi kao sredstvom povezivanja publike i jačanja osjećaja zajedništva. Uspješno provedeni sportski projekti iz prethodnih godina (EURO, Olimpijske igre, Svjetska prvenstva) pokazali su koliko snažan utjecaj imaju integrirani, digitalno orijentirani i personalizirani formati.

Cilj 2026. godine jest **još snažnije povezati sportski sadržaj, publiku i platforme**, učvrstiti poziciju HRT-a kao domaće kuće sporta te stvoriti sadržaj koji nadilazi prijenos utakmica.

HRTi - centralno mjesto svih sadržaja i kanala

HRTi platforma, s više od milijun registriranih korisnika i više od 250.000 aktivnih mjesečno, tijekom 2025. učvrstila je svoju poziciju **ključnog digitalnog kanala** za konzumaciju radijskih, televizijskih i digitalnih sadržaja HRT-a. Besplatnim pristupom putem računala, mobilnih uređaja i pametnih televizora, HRTi postao je centralno mjesto za praćenje više od **milijun sati programa mjesečno** te glavni alat HRT-a za doseganje publike u Hrvatskoj i dijaspori.

U 2026. planirana je **objava nove verzije HRTi platforme**, što predstavlja jedan od najvažnijih strateških projekata HRT-a u području digitalne transformacije. Nova platforma donosi **moderniji dizajn, brže i intuitivnije korisničko iskustvo**, uz dodatne funkcionalnosti koje prate suvremene tehnološke i medijske standarde. Proširena videoteka i slušaonica, integrirani podcasti, tematski radijski kanali i mogućnost praćenja **ekskluzivnih sportskih prijenosa i originalnih digitalnih formata** pozicionirat će HRTi kao **vodeću lokalnu streaming platformu**.



Poseban fokus bit će na velikim sportskim događajima - poput **Zimskih olimpijskih igara i Svjetskog nogometnog prvenstva u SAD-u** kada će HRTi omogućiti paralelno praćenje više prijenosa uživo, uz dodatne sadržaje iza kulisa, digitalne rubrike i interaktivne elemente za navijače. Na taj način HRTi će i dalje dokazivati svoju važnost kao **glavna digitalna točka susreta HRT-a i publike**, nudeći pouzdan, raznolik i atraktivan sadržaj dostupan u svakom trenutku i na svim uređajima.

Uvođenjem nove verzije platforme, HRT dodatno jača **digital-first pristup** i gradi **održivi model razvoja digitalnih servisa**, čime se osigurava kontinuirano praćenje tehnoloških trendova, poboljšanje korisničkog iskustva i povećanje vrijednosti HRT-ova brenda u digitalnom okružju.

Novi radijski izričaj u multimedijском svijetu

U godini u kojoj radio obilježava sto godina postojanja, kao jedan od najstarijih medija u Hrvatskoj, budućnost radijske industrije pred velikim je izazovima globalnog multimedijскоg svijeta.

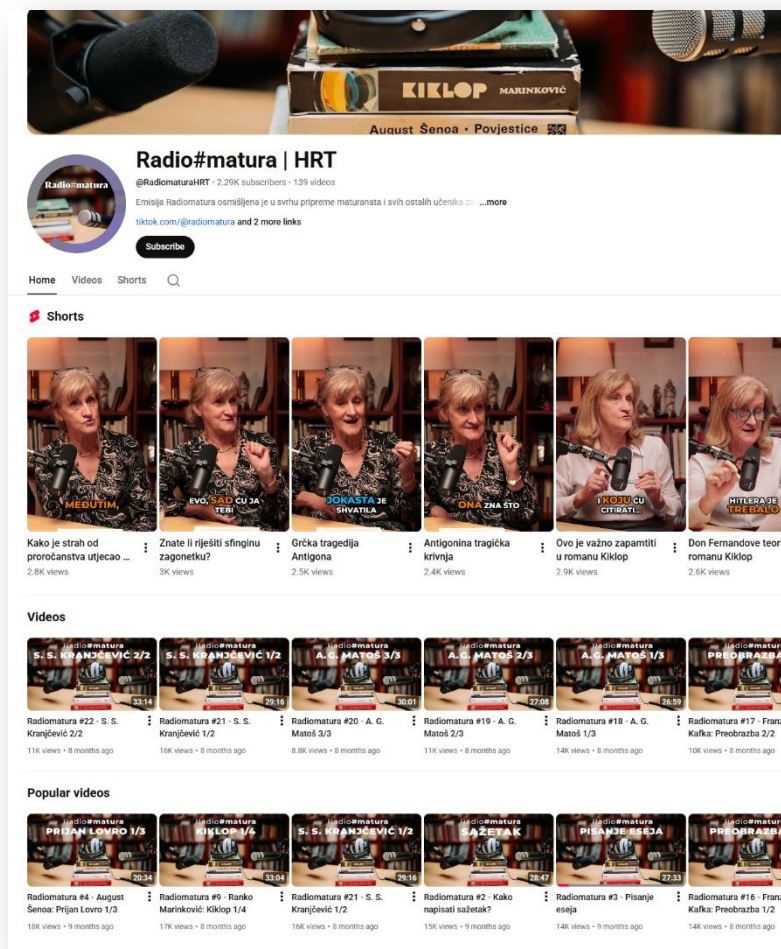
Konkurencija više nisu samo komercijalne radijske postaje nego i globalne streaming platforme. Hrvatski radio uvijek je bio predvodnik inovativnih promjena i prednjačio u tehnološkim iskoracima na hrvatskom tržištu. U obljetničkoj godini nastaviti ćemo tu tradiciju.

Moderan pristup obrazovanju

Mladi, roditelji, komunikacijske vještine, znanost, umjetna inteligencija, povijest, filozofske dileme, tjelesno i mentalno zdravlje - edukativne su teme specijaliziranih novih emisija: Glas mladih, Škola za roditelje, Komunikacijski klub, Znanost preživljavanja, Umjetna inteligencija, Occamova britva, Povijest četvrtkom te Vaga života.

Radio#Matura, nova sezona

Nakon iznimnog uspjeha prve sezone Radio#mature (besplatne pripreme za maturu iz hrvatskog jezika), koja je najveći broj maturanata privukla u formi videopodcasta na društvenim mrežama, slijedi i nova sezona s djelima propisanim za ovogodišnje maturante. Planirano je novih 25 epizoda koje obuhvaćaju kompletno gradivo potrebno za uspješno polaganje mature iz hrvatskog jezika.



Novi Drugi

Početkom listopada 2025. započeli smo proces transformacije HR 2 u moderniji radijski kanal na kojem želimo dosegnuti i mlađu publiku te je vratiti navici slušanja radijskog sadržaja. Projekt uz prilagodbu postojećih uspješnih i prepoznatljivih formata donosi četiri potpuno nove emisije čiji je cilj osvježanje i dodatno obogaćenje sadržaja za naše slušatelje.

Projekt „Novi drugi“ predstavlja našu posvećenost inovacijama i kvalitetnom sadržaju te želju da Hrvatski radio i dalje bude važan dio svakodnevnog života naših slušatelja.

Nove emisije i formati predstavljaju strateški iskorak HR 2 prema većem približavanju publici putem personaliziranih, interaktivnih i multimedijskih sadržaja. U isto vrijeme, promocija najmodernijeg radijskog studija i režije na hrvatskom tržištu ističe predanost tehnološkom napretku, kvaliteti i inovativnosti, čime se HR 2 pozicionira kao predvodnik u digitalnom i multimedijском radijskom prostoru.

U 2026. projekt će se dodatno razvijati i obogaćivati sadržajem.



Audioteka Dramskog programa

Za stotu obljetnicu planiramo pokretanje Audioteka Dramskog programa Hrvatskoga radija. Audioteka će biti digitalizirani arhiv dramskih emisija s naglaskom na dostupnost javnosti, osobito studentima. Audioteka će sadržavati nove obrade starih drama, adaptacije klasika i suvremene drame, uz projekte u suradnji sa školama, potičući učenike na aktivno slušanje i raspravu.

Projekt uključuje besplatan pristup studentima, streaming, podcast format te mogućnost pretraživanja po žanru, temama i autorima, uz dodatne intervjuje i analize. Za promociju audioteka organizirat će se radionice, suradnje s fakultetima i otvoreni dani kako bi se predstavio najzanimljiviji sadržaj. Svrha je ovog projekta očuvati bogatu baštinu radijske drame i postati ključan edukativni resurs, podržavajući kulturni rast i promociju domaćih talenata.

Podcasti

Kako bismo se približili mlađoj publici koja je uvelike korisnik podcast formata, HRT će 2026. proširiti i unaprijediti svoju ponudu i u tom segmentu. Društveno relevantne, kulturne, umjetničke, znanstvene, zabavne te teme političkog aspekta dominirat će našom podcast uslugom. Podcast format pruža slobodu u trajanju, omogućuje dulje i detaljnije razgovore, uz ležernu atmosferu koja se prirodno uklapa u suvremeni način konzumacije sadržaja. Za neke podcaste predviđen je audiovizualni, a za neki samo audioformat.

Takvi sadržaji bit će pomno uređivani prema uredničkim smjernica, a uključivat će razgovore s uglednim stručnjacima, aktivistima i kreatorima, ali i sugovornicima iz svijeta popularne kulture, zabave i sporta. Plan je kreirati podcaste i za tzv. nišnu publiku koja prema svim dostupnim svjetskim istraživanjima pokazuje velik interes za kriminalističke sadržaje, teme iz ekologije i one vezane za mentalno zdravlje.

Tijekom 2025. dovršen je novi HRT-ov podcast studio kako bi se omogućila brza, fleksibilna i tehnički napredna produkcija podcast formata. Studio je opremljen suvremenom audio i videoopremom koja omogućuje snimanje, montažu i prijenos uživo, uz prilagodbu različitim formatima - od klasičnih razgovornih emisija do videopodcasta i digitalnih isječaka za društvene mreže. Novi produkcijski prostor znatno će ubrzati radne procese i povećati dostupnost resursa uredničkim timovima, čime se stvaraju preduvjeti za sustavnu i kontinuiranu produkciju podcast sadržaja prilagođenih različitim



publikama i kanalima distribucije.

Podcast će se, ovisno o formatu i ciljnoj skupini, nalaziti na nekoliko odabranih kanala kako bismo proširili doseg i pronašli put do publike: od HRTi platforme, preko podcast aplikacija do društvenih mreža, ali neki od njih svoje će mjesto naći i na tradicionalnim kanalima - radiju i televiziji.

Ciljevi programskih kanala

Radijski kanali

HR 1

1. Zadržati utjecajnu informativnu poziciju u nacionalnom radijskom eteru - HR 1 je kod slušatelja percipiran u prvom redu kao informativni kanal od kojeg se očekuje da u sklopu vijesti te glavnih informativnih emisija brzo, točno i relevantno donosi vijesti iz zemlje i svijeta. Emisije Vijesti prateći preferencije slušatelja postat će dinamičnije, jasnije u izričaju i modernizirane. Glavna dnevna informativna emisija postaje Aktualno u 17 jer navike publike pokazuju da je najveći radijski doseg tijekom popodneva od 16 do 18 sati.
2. Nastaviti s otvaranjem programa djeci i mladima - mladima danas radio nije prirodan izbor i u pravilu ga ne slušaju. Odgovarajući na činjenicu poraznih rezultata državne mature iz hrvatskog jezika, nastavljamo s novom sezonom multimedijske emisije Radio#matura - priprema za hrvatski. Najmlađe u nižim razredima osnovne škole na zanimljiv način obrade lektirnih naslova vodimo prema stvaranju navika čitanja. Nastavljamo i s uspješnicom, emisijom U trendingu, u kojoj su mladi u ulozi voditelja i u kombinaciji s društvenim mrežama uvodimo ih uspješno u radijski svijet.
3. Emitiranje pretežno hrvatske glazbe vrhunske kvalitete - glazba hrvatskih autora i izvođača čini više od 50% emitirane glazbe na HR 1. Promocija domaće glazbe putem koncerata i festivala te tematskih emisija osnovna je zadaća u glazbenom segmentu programa.
4. Poboljšati razinu jezika i govora u programu - poboljšana edukacija govornika putem redovitog rada s fonetičarima na HRT-u trajni je zadatak.

HR 2

1. Veća interakcija sa slušateljima i dostupnost sadržaja putem internetskih platformi i društvenih mreža - Profil HR 2 na društvenim mrežama sada je među deset najposjećenijih HRT-ovih profila na društvenim mrežama, a stvaranjem videopodcasta iz nove multimedijske režije i studija osigurat će se veća prisutnost i vidljivost na digitalnim platformama.
2. Prepoznatljiva glazbena slika kanala - glazba je sadržaj kanala, koji je za privlačenje publike jednako važan kao i govorni sadržaji, pa se glazbena profilacija okreće prema recentnijoj glazbenoj produkciji uz posebne, dugogodišnje i prepoznatljive autorske glazbene emisije koje zadiru u stariju glazbenu produkciju.
3. Sportski program kao prepoznatljivi brend HR 2- radio i dalje uspijeva osigurati prava prijenosa za najvažnije sportske događaje pa se nastavlja s prijenosima sportskih utakmica koje prema istraživanjima publika i dalje rado konzumira; dodatno će se dinamizirati način prezentacije sportskih sadržaja u sklopu prepoznatljivih emisija.
4. Povećati dnevni doseg slušanosti i ostati među pet najslušanijih radijskih postaja na nacionalnoj razini zadržavanjem postojećih slušatelja i okretanje prema mlađoj populaciji u skladu s profilom kanala i istraživanjima o potrebama i navikama naših slušatelja.

1. Zadržati jedinstvenu poziciju unutar cjelokupnog medijskog prostora - Treći program Hrvatskog radija prepoznaje se kao oaza intelektualnosti, eter u kojem dominira vrhunska klasična glazba, odabrani dramski sadržaji i ozbiljne kulturno-znanstvene emisije.
2. Dramski program poticati će suvremene hrvatske autore i ostvarivati što više premijera, posebno će se naglasiti ciklusi autora ili tema te dodatno raditi na plasiranju dramskog sadržaja na digitalne platforme (podcaste) gdje mlađa publika više konzumira dramski sadržaj. Sljedeća godina iskoristit će se za pripremu velikog projekta stavljanja publici na raspolaganje cjelovite arhive Dramskog programa Hrvatskoga radija na HRTi platformi.
3. Brendirati Treći program u širem kulturno-medijskom prostoru, već spomenuta Audioteka (radni naziv projekta) Dramskog programa uz ozbiljni glazbeni program te pokretanje nove emisije iz filozofije (Etički ataše) osigurat će dodatnu prepoznatljivost.

Međunarodni programski radijski kanal - Glas Hrvatske

1. Radijske sadržaje učiniti još atraktivnijima - potrebno ih je približiti mlađim naraštajima potomaka hrvatskih iseljenika, pripadnicima hrvatskog naroda u susjednim zemljama te međunarodnoj zajednici koja se upravo putem Glasa Hrvatske cjelovito i u stvarnom vremenu informira o našoj zemlji i njezinoj svakodnevici na stranim jezicima.
2. Zadržati i unapređivati kvalitetu informativnih emisija na stranim jezicima - upravo takve emisije HRT čine jedinstvenom u domaćem medijskom prostoru.
3. Pojačano nastaviti razvijati mrežu dopisnika, nastaviti suradnju s novinarima suradnicima iz susjednih zemalja, ostalih europskih zemalja u kojima žive Hrvati te dalekih iseljeničkih zajednica i maksimalno iskoristiti mogućnosti vlastita internetskog portala i društvenih mreža za što lakšu i kvalitetniju dostupnost te promociju radijskih sadržaja - dodatno, prezentacijom sadržaja putem podcasta.
4. Pojačavati internetsku komunikaciju, pojačati komunikaciju s korisnicima i hrvatskim online medijima u svijetu.

Radio Sljeme

1. Zadržati poziciju najslušanije lokalne radiopostaje na najzahtjevnijem zagrebačkom tržištu; cilj je ostvaren prošle godine, nastaviti inovirati nove formate i projekte prisutnosti i vidljivosti u zajednici zadovoljavajući potrebu pomaganja lokalnom stanovništvu.
2. Uz nekoliko emisija koje se emitiraju kao audiopodcast, jačanje videopodcasta (npr. Psiholog(i)ja), postavljanje većine emisija na aplikaciju podcasta nova je ponuda publici i način približavanja programa većem broju slušatelja.
3. Raznolikim glazbenim sadržajima, ponajprije evergreenima, osvježavati prepoznatljivost Radio Sljemena u hrvatskom radijskom prostoru - glazba uvelike pridonosi prepoznatljivosti radijske postaje. Zato je važno ustrajati na glazbenom identitetu koji treba obogaćivati novijim sadržajima.

Radio Rijeka

1. Ostati najslušaniji radijski program na svojem području emitiranja - pritom svakako zadržati kvalitativnu razinu javnog medija u izvještavanju i komunikaciji sa slušateljima.
2. Na društvenim mrežama povećati broj stalnih pratitelja - društvene mreže pokazale su se kao dobar alat kada je riječ o skretanju pozornosti publike na sadržaj u programu i na portalu.
3. Privući mlađu publiku - u poplavi sadržaja koji se nude privući mlađu publiku iznimno je zahtjevan zadatak, ali ostvariv, i to sadržajima koji su bliski toj publici, uz kvalitetnu glazbu.

Radio Zadar

1. Raditi na programskim objavama i njihovom predstavljanju te povezivanju (komunikacija s korisnicima sadržaja) s pratiteljima na društvenim mrežama - ojačati dvosmjernu komunikaciju s korisnicima kao izvorom istraživanja tema važnih za lokalnu zajednicu.
2. Povećati broj pratitelja na društvenim mrežama i doseg među mlađom publikom. Iako se broj pratitelja na Instagram kanalu povećava, treba raditi na sadržajima kako bi se privukao što veći broj ljudi.
3. Pokrenuti jednom godišnje javno korisni događaj i iskoristiti ga za povećanje vidljivosti u zajednici - početkom godine definirat će se takav projekt.
4. Povećati dnevni doseg slušanosti.

Radio Dubrovnik

1. Povećati postojeći opseg slušateljske publike, uz nastavak privlačenja i mlađeg slušateljstva - nastaviti širenje opsega k sve mlađim generacijama slušatelja, prilagođavajući segmente našeg programskog sadržaja njihovim odabirima i ukusu, prije svega izborom glazbenih sadržaja i načinom prezentacije sadržaja putem vođenog programa uživo.
2. Dodatno osnažiti i zadržati postojeću vidljivost i utjecaj na javni život grada - cilj je i dalje kreirati programske sadržaje koji se povezuju s javnim događajima, javnim koncertnim priredbama koje bismo inicirali, uz emisije koje se realiziraju s terena i sl.
3. Razvijati multimedijску prisutnost, putem sveobuhvatne vidljivosti sadržaja programa Radio Dubrovnika na suvremenim medijskim platformama i društvenim mrežama - maksimalno iskoristiti postojeću i raditi na daljnjem povećanju vidljivosti i broju pregleda profila na društvenim mrežama.

Radio Osijek

1. Povećati slušanost na županijskoj razini - provedbom ciljeva 1.- 3. zasigurno se ostvaruje i ovaj cilj. U posljednjih nekoliko kvartala slušanost Radio Osijeka raste.
2. Poticati razvoj domaće/lokalne glazbene produkcije. Posebno ćemo nastojati organizirati što više malih radijskih koncerata uživo i neposredan kontakt s publikom jer nam je to prednost u odnosu na konkurenciju.
3. Učiniti program atraktivnijim mlađoj publici. Zbog toga ćemo na našim društvenim mrežama mudro plasirati kvalitetne emisije za djecu (Veliki i mali) i mlade (studentska emisija Brtva glave i glazbene emisije poput Rock signala, Digital FM radija i Noći u gradu za koje redovito imamo pohvalne ocjene mladih slušatelja koji se javljaju s povratnim reakcijama).

Radio Pula

1. Zadržati primat slušanosti u gradu Puli te nastaviti uzlazni trend slušanosti u Istarskoj županiji - na temelju istraživanja slušanosti te u svakodnevnoj komunikaciji sa slušateljima emitirati kvalitetan glazbeni i vjerodostojan informativni program uz prisutnost na terenu diljem županije.
2. Nastaviti s emisijama i podržavanjem manifestacija koje valoriziraju i čuvaju istarsku tradicijsku baštinu i čakavsko narječje te zavičajno vrijedne društvene, kulturne i sportske događaje - kreirati kvalitetne zavičajne emisije te davati medijski prostor ljudima koji se bave zavičajnom kulturom kako bismo valorizirali i popularizirali vrijednosti koje u ovom užurbanom vremenu nestaju.
3. Unaprijediti rad na multimedijским platformama i društvenim mrežama - nastaviti educirati novinare te aktivnije i atraktivnije kreirati multimedijske sadržaje na društvenim mrežama i našem portalu.

Radio Split

1. Ostati u vrhu slušanosti na području Splitsko-dalmatinske županije - konkurencija u Splitsko-dalmatinskoj županiji iznimno je velika i gotovo svaki grad ima svoju radiopostaju te se kvalitetom programa treba zadržati na sadašnjoj poziciji i izboriti za još veću slušanost.
2. Pratiti i medijski pokrivati sve najvažnije događaje u Splitu i Splitsko-dalmatinskoj županiji - pojedine događaje izravno prenositi te se izravno uključivati u program s važnijih događaja. U županiji je velik broj događaja, a pogotovo u ljetnim mjesecima, te slušatelji trebaju biti sigurni da će o najvažnijima biti informirani na našim valovima.
3. Zadržati i povećati visoke profesionalne standarde, osluškivati želje naših slušatelja i nuditi sadržaje koji ih zanimaju - tako dobivamo povratne informacije o tome što ih zanima, koji događaji, kakva glazba, koje informacije. Nudeći slušateljima takve sadržaje zadržavamo ih na našem kanalu, ali i dobivamo nove.

Radio Knin

1. Povećati slušanost na županijskoj razini - održati postojeći trend povećanja slušanosti Radio Knina i osnažiti ga u odnosu na ostale radijske postaje sa županijskom koncesijom, ponajprije brzim i vjerodostojnim informacijama, kvalitetnom glazbom i sadržajima koje će potaknuti interakciju sa slušateljima.
2. Povećati količinu sadržaja HRT Radio Knina na digitalnim platformama - sve teme i zbivanja zastupljene u programu proširiti dodatnim informacijama te fotografijama, audio i videozapisima, prilagoditi digitalnim formatima te time povećati interakciju sa slušateljima, odnosno pratiteljima.
3. Pratiti i medijski pokrivati sve važnije događaje i teme u cijeloj Šibensko-kninskoj županiji, uz javljanja uživo u program i prenošenje na digitalne platforme.

HTV 1

1. Ukupno povećanje djela trajne vrijednosti - ravnajući se prema uspješnim praksama drugih javnih servisa Europe, na općim kanalima potrebno je povećavati ulaganja u takva djela te smanjiti broj djela koja znatno gube na relevantnosti u ponovnim emitiranjima.
2. Jačanje transmedijskog pristupa u kreiranju sadržaja jakih brendova HTV 1 - projekti kao što su Kod nas doma, Dnevnik, zabavni ili igrani formati morali bi ozbiljnije prihvatiti konvencije suvremenog medijskog prostora kako bi ostvarili što veći doseg kod publike. Pri projektiranju ili osnaživanju postojećih formata svaki bi kreativni tim trebao služiti se digitalnim kanalima komunikacije i pripadajućim analitičkim alatima s pomoću kojih će dobiti bolji uvid u stvarne interese i potrebe publike, a sve to kako bi uspio kreirati priče i karaktere koji zanimaju gledatelje.
3. Povećanje broja audiovizualnih djela kojima je cilj privlačenje obiteljske publike u prime time terminima kako bismo dosegli veći dio opće populacije te ujedno ostvarili svoju misiju - educirali, informirali i zabavili publiku. Važno je dakle i u djelima neovisne produkcije te u vlastitim djelima učiniti sve kako bismo odabirom tema i diskursom pripovijedanja popularizirali ono što je važno, a važnim učinili ono što je popularno. Takvim konceptom lakše ćemo ostvariti strateški cilj dosega te posljedično utjecaja na publiku.

HTV 2

1. Stabiliziranje programske sheme - očuvanje stabilnosti sheme uvijek je izazov za HTV 2. Mnogi sportski, religijski i ini događaji onemogućuju čvrstoću sheme i zato je potrebno što prije planirati izvanshematske događaje, smanjiti ih na minimum te čuvati uredničku neovisnost HRT-a u odlukama o terminima emitiranja sadržaja. I dalje ćemo raditi na edukaciji urednika kako bi se povećala svjesnost i znanje o štetnosti rušenja sheme te utvrđivanje jasnih i strogih kriterija za odabir izvanshematskih događaja koje ćemo prenositi i producirati; naravno, ako se potpuno okrenemo nelinearnom emitiranju tijekom godina, slabit će i potreba čvrstog planiranja emitiranja.
2. Kontinuirano osnaživanje vlastite proizvodnje - osim stranih produkcija koje su karakteristične za HTV 2, na kanalu je sve veći broj sadržaja proizvedenih na hrvatskom jeziku. I dalje ćemo ustrajati na premijernoj proizvodnji te selektiranju sadržaja prema preferencijama publike.

HTV 3

1. Veća ulaganja u digitalna prava s obzirom na tehnološku pismenost ciljane publike - ovaj kanal itekako mora svoju produženu ruku imati na HRTi. Ulaganjem u prava za prikazivanje na OTT platformi ne samo da širimo doseg nego i jasno odgovaramo na preferenciju ove segmentirane publike.
2. Istinski partner kulturi - i dalje promovirati festivale, književne manifestacije i dane posvećene kulturi te nastaviti podupirati sva relevantna kulturna zbivanja, uz iskazivanje veće podrške umjetnicima.

1. Maksimalnim korištenjem svih dostupnih platformi ojačavati brend HRT 4 - kreirati programske sadržaje sve više prema principima *digital-first* kocepta. Budući da je internet i dalje glavni izvor informiranja u području vijesti te da konzumacija društvenih mreža neupitno raste, nužno je linearni kanal orijentiran na vijesti učiniti jedinstvenim transmedijskim brendom u kojem je digitalno neodvojivo od linearnog. Jedino takvim upravljanjem i projektiranjem, linearni kanal može ostvariti doseg i utjecaj te se dublje povezati s publikom.
2. Jačanje lokalnih tema unutar brenda - s obzirom na sastav i profil publike koju karakterizira tradicionalni kolektivizam, HRT 4 bi se trebao snažnije osloniti na lokalne društvene i političke teme te priče iz Hrvatske. Kada je pak riječ o sadržajima iz područja svjetske politike, znanosti ili poslovanja, trebalo bi obratiti pozornost na prilagodbu diskursa.
3. Optimizacija sadržaja - s obzirom na izrazito velik broj sati sadržaja vlastite proizvodnje ili često neiskorištenog sadržaja koji HRT dobiva putem agencijskih paketa, obvezno je uvesti sustavno prepoznavanje, prikupljanje i priređivanje takvih sadržaja za emitiranje unutar novoprofiliranih blokova. Takav način upravljanja sadržajem optimizira i pojeftinjuje proizvodnju te omogućuje veći doseg sadržaja brenda.

Digitalni kanali

1. Učvrstiti poziciju HRT-a na hrvatskom digitalnom tržištu.

Tijekom 2026. fokus će biti na daljnjem povećanju dosega, prepoznatljivosti i angažmana HRT-a na digitalnim platformama putem sustavnog, analitičkog i projektno vođenog pristupa. Korištenjem uvida iz analitike i istraživanja publike cilj je uspostaviti održiv model planiranja, kreiranja i distribucije sadržaja koji potiče kontinuiranu interakciju s publikom, povećava doseg HRT-a i utječe na jačanje brenda HRT-a u suvremenom medijskom okružju.

2. Implementirati i objaviti novu HRTi platformu kao središnju točku HRT-ove digitalne ponude.

Jedan od prioriteta implementacija je i objava nove verzije HRTi platforme koja će korisnicima ponuditi moderno, intuitivno, brzo i personalizirano iskustvo korištenja. Nova platforma bit će strateški kanal za digitalnu konzumaciju HRT-ovih sadržaja s proširenim videotekom i slušaonicom, integriranim podcastima, tematskim radijskim kanalima te mogućnošću praćenja ekskluzivnih prijenosa (primarno sportskih) i originalnih digitalnih formata. Cilj je pozicionirati HRTi kao vodeću lokalnu streaming platformu i ključni alat za povezivanje HRT-a s publikom u Hrvatskoj i među dijasporom.

3. Uvođenje novih digitalnih formata

U 2026. godini planira se razvoj i objava novih digitalnih formata koji odgovaraju potrebama i navikama online publike, a tematski ispunjavaju funkciju javnog servisa. Fokus će biti na kratkim, dinamičnim formatima, videima koji jednostavno objašnjavaju aktualne teme te podcastima koji nude dublje razumijevanje sadržaja. Cilj je pozicionirati digitalne kanale kao mjesto relevantnog, brzog i pouzdanog sadržaja, prilagođenog novim načinima konzumacije medija.

4. Nastaviti digitalnu transformaciju i modernizaciju procesa proizvodnje sadržaja.

Agilan pristup poslovanja u procesima planiranja, proizvodnje i distribucije sadržaja ključan je u današnjem medijskom okružju. Naglasak će biti na na prioritetnom razvoju digitalnih formata za portal i društvene mreže te prilagodbi postojećih linearnih sadržaja za nelinearno gledanje. Kako bismo povećali učinkovitost i fleksibilnost, potrebno je integrirati inovativna tehnološka rješenja i AI alate za analitiku, prepoznavanje, transkripciju, prevođenje i automatiziranu pripremu sadržaja. Cilj je uspostaviti agilne i skalabilne procese koji omogućuju bržu produkciju, preciznije usmjeravanje prema interesima publike te stvaranje dosljednog i kvalitetnog korisničkog iskustva na svim platformama.

5. Jačanje interakcije s publikom

U središtu daljnjeg razvoja digitalnih kanala bit će jačanje odnosa s publikom putem personaliziranih, interaktivnih i participativnih formata. Cilj je potaknuti publiku na sudjelovanje, dijalog i stvaranje sadržaja zajedno s HRT-om, uz komentare, ankete, prijedloge tema i direktne reakcije. Sustavno će se razvijati strategije lojalnosti i segmentirana komunikacija putem HRTi platforme, newslettera i društvenih mreža, s naglaskom na personalizirane preporuke i dvosmjernu komunikaciju. Na taj način HRT gradi povjerenje, bliskost i dugoročnu vezu s korisnicima, što predstavlja ključni element suvremene digitalne prisutnosti javnog servisa.

Investicije

Tijekom 2026. godine planira se dovršetak svih preostalih građevinskih i tehnoloških radova u HRT centrima Dubrovnik i Pula. Nakon završetka infrastrukturnih aktivnosti slijedi instalacija suvremene tehničke opreme, preseljenje djelatnika u novoopremljene prostore te početak rada iz novih, funkcionalno i tehnološki unaprijeđenih HRT centara.

Preseljenjem u vlastite prostore izlazimo iz postojećih najмова, čime se ukida trošak najamnine i ostvaruju značajne financijske uštede u poslovanju.

Uz navedeno, u Zadru je predviđeno preseljenje HRT centra iz postojećeg prostora u novi, tehnički prilagođen i unaprijeđen objekt koji će također biti opremljen modernom produkcijskom i infrastrukturnom opremom.

Planirana je instalacija i integracija novog centralnog matričnog sustava s naprednim sustavom za automatizirano odvijanje programa, čime će se povećati pouzdanost i efikasnost svakodnevnih produkcijskih procesa.

Tijekom 2026. započet će i nadogradnja DNR sustava uz uključivanje naprednih AI mogućnosti, ali i redefinicija radnih procesa koja će omogućiti prelazak na **story-centric** model proizvodnje vijesti — suvremeni model koji povećava brzinu, fleksibilnost i kvalitetu multimedijskog novinarstva.

Planira se i nadogradnja postojećeg tapeless produkcijskog sustava zajedno s zamjenom pripadajućeg arhivskog podsustava, s obzirom na prestanak mogućnosti održavanja aktualnog rješenja. Novi sustav uključivat će i integrirane AI funkcionalnosti za optimizirano pretraživanje, indeksiranje i upravljanje arhivskim sadržajem.

Od planiranih investicija za sljedeću godinu, najveći dio sredstava bit će usmjeren na uspostavu i implementaciju sveobuhvatnog sustava kibernetičke sigurnosti u skladu s NIS2 direktivom, budući da je HRT od strane Vijeća za nacionalnu sigurnost definiran kao ključni sudionik nacionalne infrastrukture.

Temeljni cilj u 2026. godini je operativna usklađenost sa Zakonom o kibernetičkoj sigurnosti i Uredbom o kibernetičkoj sigurnosti, kojom se za HRT propisuje "napredna razina" zaštitnih mjera. Nakon provedenih inicijalnih analiza (GAP analiza) i ostvarivanja preduvjeta za uspostavu regulatornog okvira tijekom prethodnog razdoblja, fokus u 2026. godini staviti će se na aktivnu primjenu, nadzor i kontinuirano unaprjeđenje sigurnosnih kontrola.

Uvođenje sustava za upravljanje radnim učinkom

Hrvatska radiotelevizija (dalje u tekstu: HRT) je tokom 2025.g. počela sa uvođenjem sustava za upravljanje radnim učinkom radnika HRT-a, a čija se primjena planira od 01. siječnja 2026.g. Cilj predmetnog sustava i ulaganje u isto je modernije, učinkovitije i održivije poslovanje HRT-a, kao i u kvalitetnija, pravednija i motivirajuća budućnost rada svih radnika HRT-a. Sustav ovog tipa dosad nikada nije bio korišten u ovako cjelovitom i standardiziranom obliku, što čini njegovu implementaciju važnim iskorakom u modernizaciji poslovanja HRT-a. Uvođenjem predmetnog sustava po prvi put se uspostavlja jedinstveni okvir kojim se jasno definiraju očekivanja, ciljevi i prioriteti rada, pratnja rezultata te razvojne potrebe svakog radnika.

Time se osigurava transparentnije, pravednije i dosljednije upravljanje radnim procesima, što izravno doprinosi bolje organiziranom poslovanju i učinkovitijem korištenju resursa. Sustav omogućuje rukovoditeljima preciznije planiranje, kvalitetnije donošenje odluka i pravovremeno usmjeravanje timova, dok radnicima pruža bolju vidljivost vlastitih postignuća, profesionalnih doprinosa i mogućnosti napredovanja.

Uspostavom ovakvog sustava HRT također stvara i stabilne temelje za povećanje zadovoljstva radnika. Jasna komunikacija očekivanja, redovita povratna informacija i mogućnost osobnog i profesionalnog razvoja dokazano pridonose većoj motiviranosti, osjećaju pravednosti i boljem radnom okruženju. Time se dugoročno jača i organizacijska kultura, potiče odgovornost i stvara klima u kojoj se doprinos svakog radnika prepoznaje, vrednuje i usklađuje s ciljevima javnog medijskog servisa.

Poseban naglasak stavlja se i na misiju HRT-a kao javnog medijskog servisa, koji ima dužnost njegovati, razvijati i promicati hrvatski jezik, kulturu i nacionalnu baštinu. Sustav upravljanja učinkom time postaje i mehanizam kojim se osigurava da radnici, bez obzira na radno mjesto, svojim radom doprinose očuvanju i kvalitetnoj produkciji sadržaja na hrvatskom jeziku te stvaranju programa koji afirmira hrvatski identitet i kulturnu raznolikost.

Novi zakonski okvir

Nadležno Ministarstvo kulture i medija uvrstilo je u Plan zakonodavnih aktivnosti za 2026. godinu donošenje novog Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji. Trenutni zakonski okvir potječe iz 2010. godine, a kasnije izmjene i dopune bile su usmjerene prije svega, na sastav i ovlasti tijela upravljanja. S obzirom da je medijsko i tehnološko okruženje od tada doživjelo značajne promjene, osobito u pogledu digitalizacije i multiplatformskog emitiranja, nužno je ažurirati zakonodavni okvir kako bi se omogućilo potpuno usklađivanje HRT-ovih programskih, tehničkih i organizacijskih procesa sa

suvremenim digitalnim zahtjevima i potrebama publike. Novi Zakon o HRT-u, prema najavi nadležnog Ministarstva, biti će prilagođen modernim načinima emitiranja programa te će dodatno urediti standarde transparentnosti pri izbor tijela upravljanja i načinu financiranja javnog medijskog servisa. Poseban naglasak bit će na jačanju uredničke neovisnosti i usklađivanju upravljačkih mehanizama s odredbama Europskog akta o slobodi medija, čime se osigurava poštivanje europskih standarda neovisnosti javnih medija, transparentnog upravljanja i odgovornog korištenja javnih sredstava.

U 2026. godini, HRT će osigurati aktivno sudjelovanje u legislativnom postupku te pravovremenu pripremu za provedbu novog zakonskog okvira, uključujući internu analizu učinaka, izradu prijedloga novih pravilnika i Statuta te druge akte potrebne za usklađivanje poslovnog, upravljačkog i financijskog modela HRT-a odmah po stupanju zakona na snagu. U paralelnim aktivnostima planirat će se i komunikacija prema radnicima i drugim dionicima te scenariji prilagodbe za provedbu novog zakonskog okvira, s ciljem osiguravanja stabilnog prijelaza i pune operativne spremnosti HRT-a

Zaključak

Hrvatska radiotelevizija u 2026. godini ulazi u razdoblje intenzivne modernizacije, strateškog usmjerenja i snažne povezanosti s publikom. Obljetnička godina obilježava se ne samo kao podsjetnik na bogatu povijest, nego i kao prilika za stvaranje novih vrijednosti koje odgovaraju digitalnom dobu, promjenama navika i očekivanjima građana. Ulaganjima u tehnologiju, digitalne platforme, kreativnu industriju, nove formate i kibernetičku sigurnost, HRT postavlja temelje za održiv razvoj u godinama koje dolaze.

Provedbom programske strategije, jačanjem uredničke neovisnosti, inovacijama u sadržaju te aktivnim uključivanjem publike, HRT potvrđuje svoju ulogu modernog javnog medijskog servisa — vjerodostojnog, dostupnog, odgovornog i usmjerenog na javnu vrijednost. 2026. godina zato nije samo godina velikih obljetnica, nego godina u kojoj HRT jasno definira svoju budućnost: biti medij koji razumije svoje korisnike, gradi povjerenje i doprinosi kulturnom, društvenom i demokratskom razvoju Hrvatske.