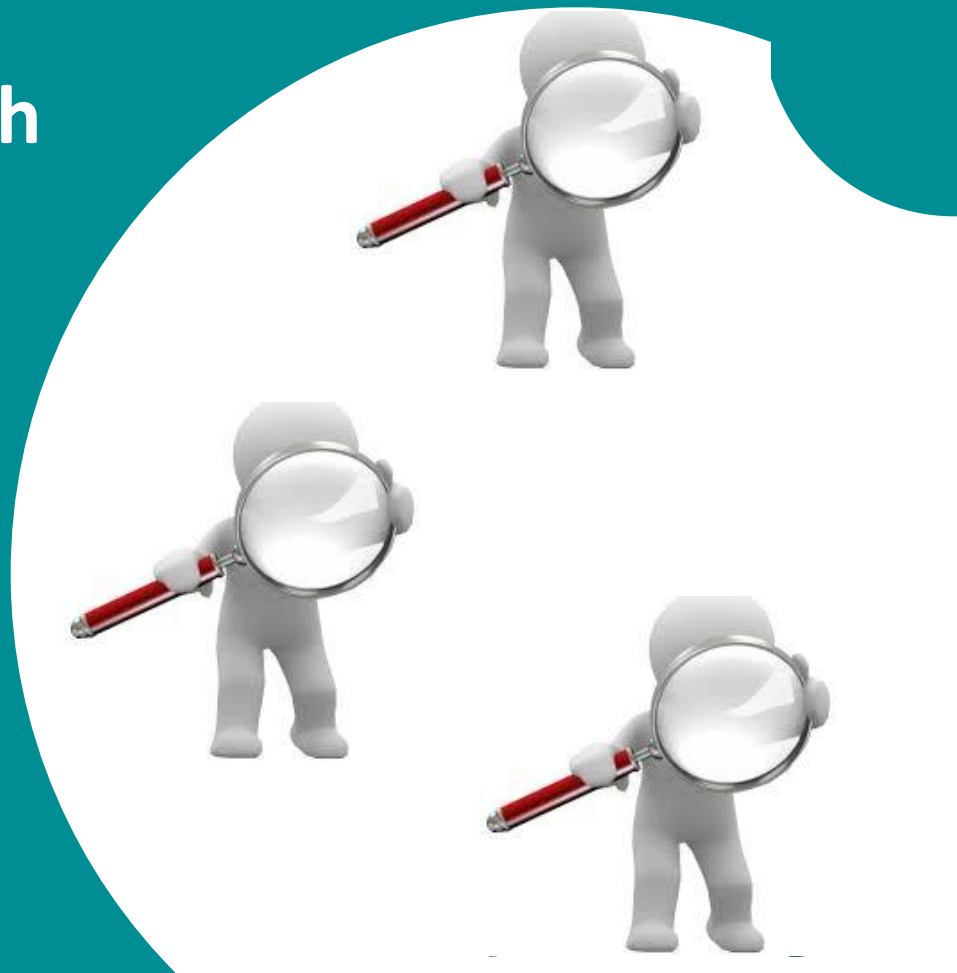




# Analiza društvenog utjecaja Fonda za pluralizam i raznovidnost elektroničkih medija

Pripremljeno za: Agencija za elektroničke  
medije – javna prezentacija

6.8.2014. godine



1. Uvod i Metodologija
2. Nalazi istraživanja
  - 2.1. Opći trendovi konzumacije medija
  - 2.2. Utjecaj Fonda na poslovnu održivost nakladnika i programsku raznolikost
  - 2.3. Zadovoljstvo nakladnika potporom i načinom funkcioniranja Fonda
  - 2.4. Uloga i značaj lokalnih medija
  - 2.5. Doseg i evaluacija kvalitete sufinanciranih medijskih sadržaja
  - 2.6. Studije slučaja
3. Zaključci
4. Preporuke

# Uvod i Metodologija



- Studiju „Analiza društvenog utjecaja Fonda za pluralizam i raznovrsnost elektroničkih medija” pripremio je Ipsos Puls sa vanjskim suradnicima.  
Članovi stručnog tima:
  - Ante Šalinović
  - Nives Miošić-Lisjak
  - Marina Škrabalo
  - Ivana Jeđud Borić
- Rezultati Studije održavaju nalaze istraživanja i stavove tima autora, ne moraju predstavljati i stavove Vijeća za elektroničke medije

## Glavni cilj istraživanja

Ocjena učinaka programa (emisija) sufinanciranih od strane Fonda na audio/audiovizualni sektor (radijski i televizijski mediji), slušateljstvo/gledateljstvo, informiranost i kulturu na lokalnoj i regionalnoj razini te ocjenu prepoznatljivosti programa (emisija) – za period od 2010. do 2012. godine

Analiza uključuje sve dionike Fonda:

- Nakladnici
- Vijeće za elektroničke medije
- Publika
- Stručna javnost (npr. civilne udruge)

# O Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija

- Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija u Hrvatskoj djeluje od 2005. godine, a formirao se kao dio ispunjavanja kriterija za pristup Europskoj uniji
- Fond djeluje u okviru Agencije za elektroničke medije, a njime upravlja Vijeće za elektroničke medije kao krovno regulatorno tijelo za radijske, televizijske i internetske nakladnike
- Dodjeljivanje sredstava Fonda utvrđeno je Zakonom o elektroničkim medijima (NN 153/09, 84/11, 136/2013), odnosno Pravilnikom nastalim temeljem navedenog zakona (mijenjan u više navrata)

## Dodijeljena sredstva Fonda

Tip nakladnika	2010.	2011.	2012.
TV nakladnici	14.970.570	16.300.000	19.806.841
Radio nakladnici	14.325.019	16.022.519	16.137.031

## Osnovni istraživački pristupi

- Opće analize (populacija nakladnika i publika)
- Studije slučaja

## Istraživanja provedena za potrebe projekta

- Dubinski intervjui
- Terensko istraživanje
- Fokus grupe

## Analiza sekundarnih podataka

- Popis nakladnika stratificiran po regiji, veličini naselja i vrsti medija
- Analiza sredstava Fonda po nakladnicima i programskim sadržajima
- Programska shema uzorkovanih nakladnika
- Analiza programskih sadržaja financiranih od strane Fonda
- Analiza financijskih pokazatelja uzorkovanih nakladnika
- Socio-demografski pokazatelji uzorkovanih lokalnih zajednica za studije slučaja
- Ekonomski pokazatelji uzorkovanih lokalnih zajednica za studije slučaja
- Medijsko okruženje uzorkovanih lokalnih zajednica za studije slučaja
- Analize slušanosti/ gledanosti na temelju projekata MEDIApuls i AGB Nielsen

	Metode istraživanja		
	Dubinski intervjui	Terensko istraživanje	Fokus grupe
<b>Populacija</b>	Nakladnici	Opća populacija	Opća populacija
<b>Uzorak</b>	Predstavnici uzorkovanih nakladnika (direktor ili glavni urednik)	Ispitanici iz 30 uzorkovanih naselja, populacija 15+ godina	Ispitanici iz 10 uzorkovanih naselja za studije slučaja; populacija 15+ godina
<b>Veličina uzorka</b>	30 sudionika	700 ispitanika + 300 dodatnih ispitanika za studije slučaja (30 po studiji slučaja)	Ukupno 10 fokus grupa, u svakom uzorkovanom naselju po jedna
<b>Vrsta uzorka</b>	Stratificirano po vrsti medija, regiji, veličini naselja, koncesijskom području	Stratificirano po regiji i veličini naselja; reprezentativno po spolu, dobnim skupinama i obrazovanju	Svaka fokus grupa imala je heterogeni sastav po spolu i dobnim skupinama



# Nalazi istraživanja



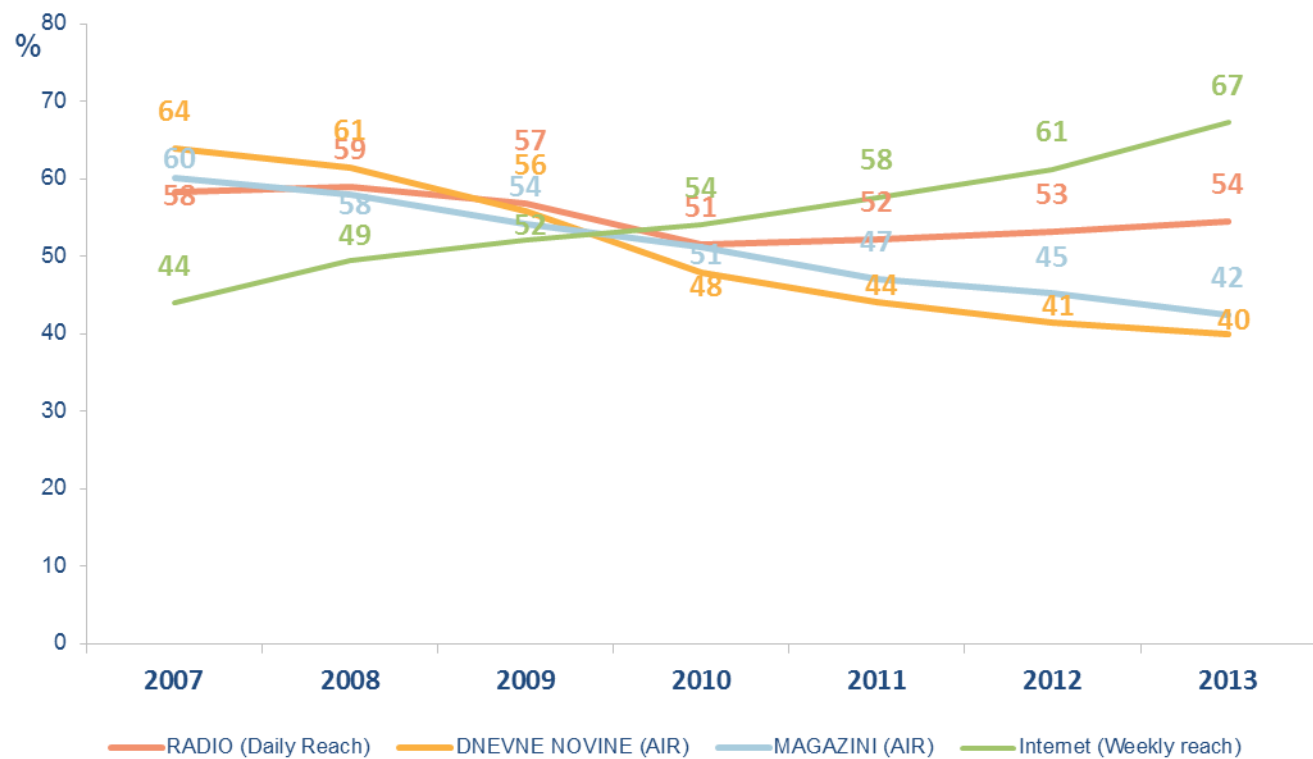
# Opći trendovi konzumacije medija



Medij	Hrvatska	EU	Zapadna Europa	Centralna i istočna Europa
TV	17,5	16,8	16	17,7
Radio	15,5	12,7	13,4	12,9
Internet	15,1	14,8	14	16,1
Print	7,9	8,6	8,8	8,8

[http://www.iab-croatia.com/media/pdf/IAB Europe Mediascope Launch Presentation.pdf](http://www.iab-croatia.com/media/pdf/IAB_Europe_Mediascope_Launch_Presentation.pdf)

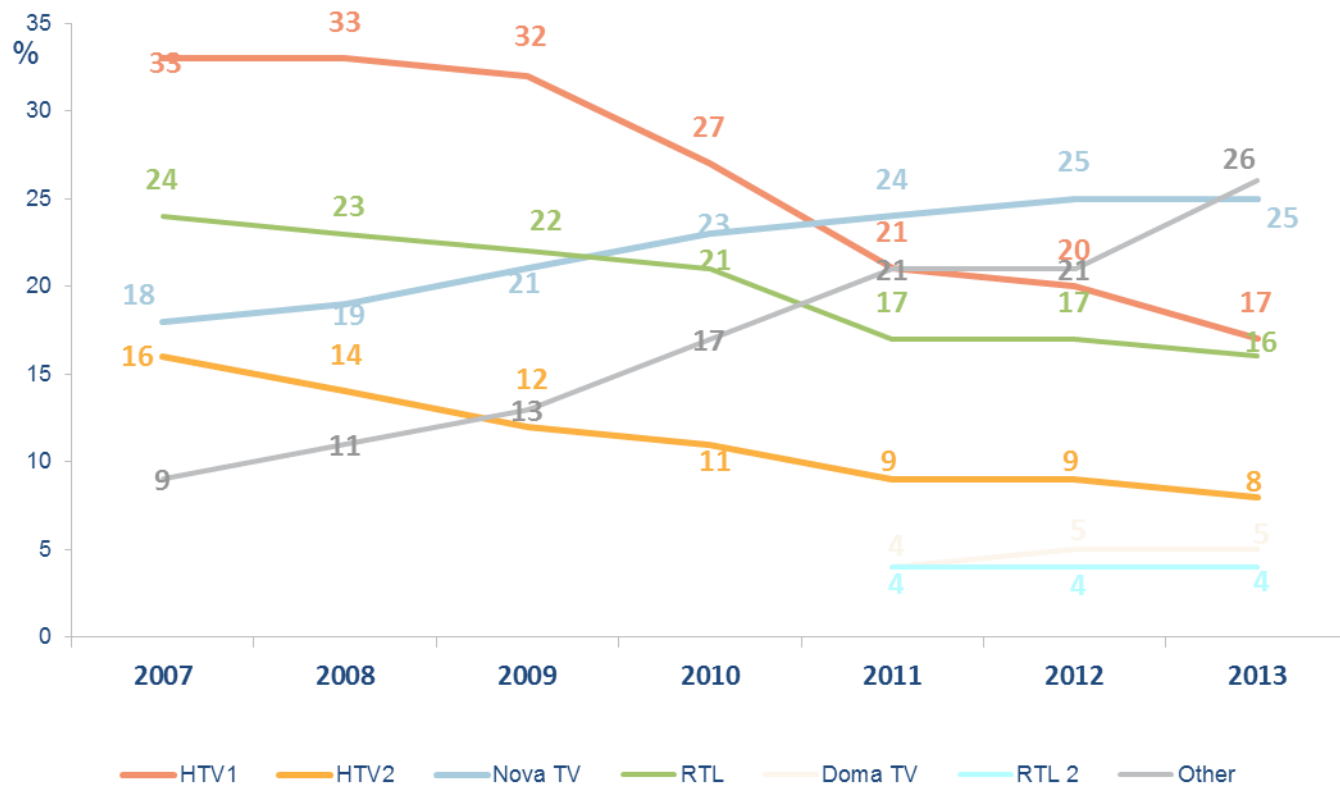
# Doseg pojedinog tipa medija po godinama



MEDIApuls, opća populacija 10-74

# Udjeli u gledanosti TV postaja

Ukupna dnevna količina gledanja je kroz godine relativno stabilna, u 2013. g. 255 minuta



AGB Nielsen, opća populacija 4+

## Društvena uloga lokalnih medija\*

- **Funkcija informiranja**
- **Funkcija posredništva**
- **Funkcija kontrole**
- **Funkcija mobiliziranja**

\* Presjek različitih socioloških/ komunikoloških teorija

# Utjecaj Fonda na poslovnu održivost nakladnika i programsku raznolikost



## Udio Fonda u ukupnim prihodima nakladnika

	2010	2011	2012	Prosjek
Radio	7,5%	8,6%	9,4%	8,5%
TV	17,8%	17,3%	18,0%	17,7%



# Udio Fonda u ukupnim prihodima nakladnika po razredima

	0% do 10%	10% do 20%	20% do 30%	Više od 30%	Ukupni zbroj
Radio	41,7%	40,2%	12,1%	6,1%	100,0%
TV	9,6%	33,3%	33,3%	23,8%	100,0%
Ukupno	37,3%	39,2%	15,0%	8,5%	100,0%

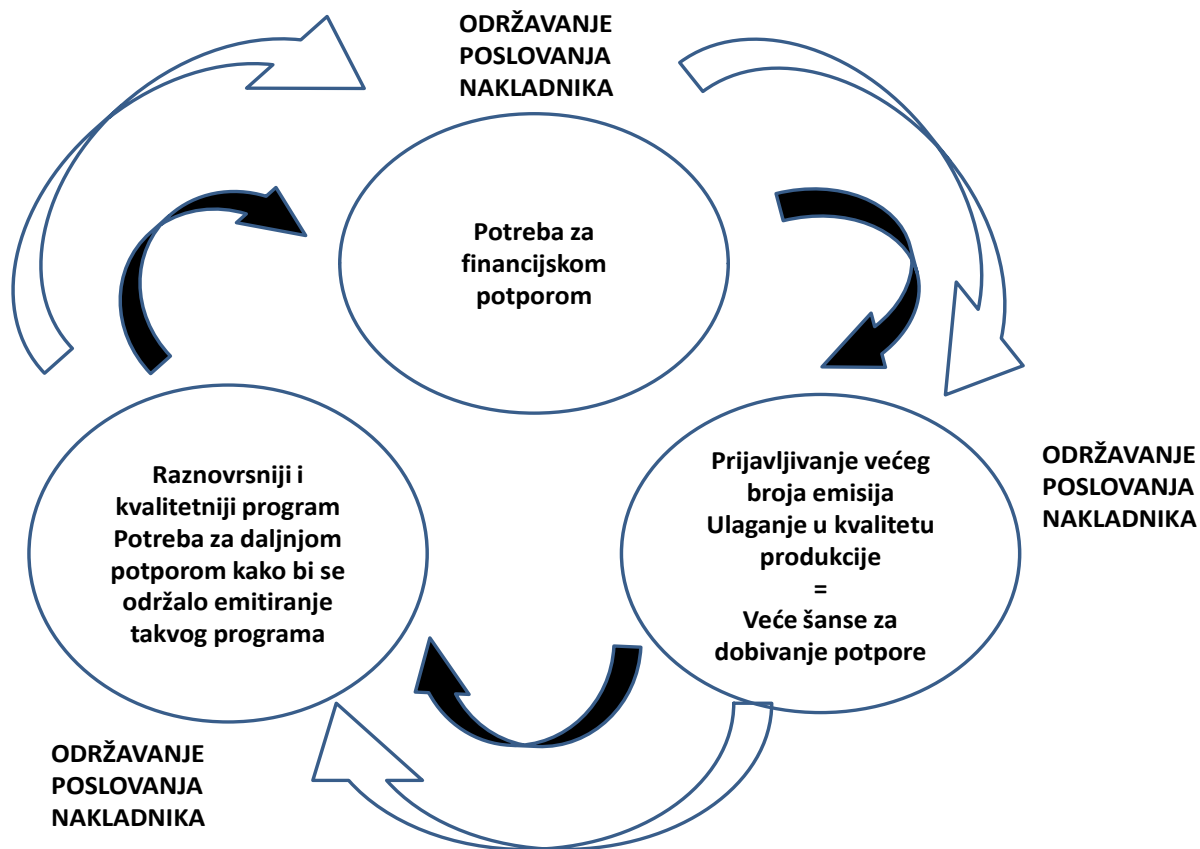
# Segmentacija nakladnika po važnosti Fonda za ukupno financijsko poslovanje

1. Nakladnici kojima je potpora Fonda **neophodna za održanje poslovanja**
  - Bez Fonda upitna ukupna egzistencija
  - Fond je nužan preduvjet sadržaja šire društvene vrijednosti
2. Nakladnici kojima potpora Fonda služi **za premošćivanje nepovoljnih financijskih razdoblja**
  - Fond pomaže, ali nije presudan
  - Bez Fonda bi raznolikost sadržaja bila reducirana
3. Nakladnici kojima potpora Fonda **ne utječe na financijsku održivost**

Uglavnom Fond nije presudan niti za raznolikost sadržaja

Važnost direktno ovisi o udjelima u ukupnim prihodima

# Prikaz cirkularnog utjecaja Fonda



## Broj zaposlenih po godinama\*

	2010	2011	2012	Razlika 2011/2010	Razlika 2012/2010
<b>Radijski nakladnici</b>	1255	1203	1200	-4,1%	-4,4%
<b>TV nakladnici</b>	469	470	441	0,2%	-6,0%
<b>Ukupno</b>	1724	1673	1641	-2,9%	-4,8%

Dvostruki utjecaj – financijska sredstva i formalni uvjeti Fonda

\*Analiza na temelju 124 nakladnika za koje postoji kontinuitet korištenja Fonda i dostupnih podataka o broju zaposlenih

# Zadovoljstvo nakladnika potporom i načinom funkcioniranja Fonda



- Opća percepcija Fonda iz perspektive nakladnika je pozitivna
  - Većina intervjuiranih nakladnika ga ocjenjuje sa 4, najniža ocjena je 3
- Fond se doživljava kao iznimno poželjan i potreban u radu lokalnih medija
  - Financijska stabilnost
  - Pozitivan utjecaj na programsku shemu (disperzija tema) i kvalitetu produkcije (formalni uvjeti i sustav bodovanja tjeraju na višu kvalitetu rada)
  - Angažman vanjskih suradnika, više nego stalnih zaposlenika (za posebne projekte)
  - Poticaj za poštivanje općih zakonskih okvira (npr. porezna davanja, zapošljavanje djelatnika...)

\*Nalazi se temelje na dubinskim intervjuima sa predstavnicima nakladnika (30 dubinskih intervjuja)

- Pozitivni trendovi unaprjeđenja formalnih procesa Fonda
  - Jasniji i stroži kriteriji za prijavu
  - Sustav izvještavanja i pravdanja sredstava
  - Transparentnost natječajnog procesa
  - Kontrola realizacije subvencioniranih sadržaja
- Različiti stavovi oko „misije” Fonda – služi li za pluralizam medija ili medijskih sadržaja

\*Nalazi se temelje na dubinskim intervjuima sa predstavnicima nakladnika (30 dubinskih intervjuja)

## Sugestije nakladnika

- Veća komunikacija između nakladnika i Vijeća
- Uključivanje nakladnika u proces raspodjele Fonda
- Dodatna objektivizacije ocjenjivanja (bodovanja)
- Maksimalna kontrola nakladnika (realizacije subvencioniranih sadržaja)
- Mogućnost prijave dodatnih tema (otvorena/ slobodna kategorija)
- Fleksibilnost zadane strukture emisije

\*Nalazi se temelje na dubinskim intervjuima sa predstavnicima nakladnika (30 dubinskih intervjuja)



# Uloga i značaj lokalnih medija

**Live!**  
*Local Media*

# Većina populacije konzumira lokalne medije

	Više od 1 sat dnevno	Do 1 sat dnevno	Par puta tjedno ili rjeđe	Nikada
Nacionalne TV stanice	76%	15%	7%	2%
Lokalne radio stanice	17%	14%	31%	37%
Nacionalni Internet portali	21%	18%	29%	33%
Nacionalne radio stanice	34%	20%	24%	23%
Lokalne TV stanice	27%	20%	13%	40%
Regionalni/ lokalni Internet portali	9%	16%	23%	52%

## ... ali lokalni mediji su rijetko primarni izvor informiranja

	Izvori informiranja	Primarni izvor informiranja
Nacionalne TV postaje (HRT, RTL, NOVA TV)	93%	59%
Razgovor s prijateljima i poznanicima	66%	2%
<b>Lokalne radio postaje</b>	<b>55%</b>	<b>2%</b>
Nacionalni Internet portali	44%	20%
Dnevni tisak	43%	3%
Nacionalne radio postaje	43%	2%
<b>Lokalne TV postaje</b>	<b>39%</b>	<b>1%</b>
<b>Lokalni Internet portali</b>	<b>27%</b>	<b>2%</b>
Informacije i preporuke do kojih dolazite preko društvenih mreža	24%	5%
Internet stranice institucija	24%	4%
Periodični tisak (časopisi, magazini)	15%	0%

# Primarni izvori informiranja o temama

	Politika	Ekonomija	Sport	Zabava/ Estrada	Lokalna događanja	Kultura	Društvene teme od javnog interesa
Nacionalne TV stanice	59%	57%	46%	48%	16%	50%	53%
Nacionalni Internet portali	14%	18%	12%	12%	10%	15%	17%
Lokalne radio stanice	2%	1%	2%	8%	30%	4%	3%
Lokalne TV stanice	2%	2%	2%	3%	18%	4%	4%
Dnevne novine	4%	4%	5%	2%	5%	6%	3%
Društvene mreže	1%	1%	2%	7%	3%	2%	5%
Regionalni Internet portali	1%	1%	2%	2%	8%	2%	3%
Nacionalne radio stanice	3%	2%	1%	2%	2%	2%	2%
Časopisi	0%	0%	0%	2%	0%	2%	0%
Ne informiram se o toj temi	14%	13%	28%	12%	7%	14%	9%

# Lokalni mediji su i ukupno rijetko izvor informiranja o društvenim temama javnog interesa

	Lokalna događanja	Društvene teme od javnog interesa
Nacionalne TV stanice	35%	70%
Nacionalni Internet portali	17%	27%
Lokalne radio stanice	39%	15%
Regionalni Internet portali	15%	8%
Lokalne TV stanice	30%	15%
Dnevne novine	14%	14%
Nacionalne radio stanice	10%	15%
Društvene mreže	8%	9%
Časopisi	2%	3%

# Lokalne radio postaje su relevantnije od lokalnih TV postaja

## Prosječan doseg nakladnika na njihovom koncesijskom području

	Redovni slušatelji/ gledatelji (barem 3 dana u tjednu)	Ukupan doseg (barem povremeno)
Radio	39%	72%
TV	21%	72%

## Prosječna količina konzumacije lokalnih medija

	Više od 1 sat dnevno	Manje od 1 sat dnevno
Radio	42%	58%
TV	22%	78%

Prosjek za 30 analiziranih nakladnika

## Opći dojam o tipovima nakladnika

	Uglavnom pozitivan + Potpuno pozitivan	Prosječna ocjena
Radio	78%	4,0
TV	57%	3,6

Prosjek za 30 analiziranih nakladnika

# Točnost informacija je najvažnija karakteristika za lokalne medije

	Najvažnija karakteristika za lokalni medij	Odnosnje karakteristike na lokalni medij (uglavnom+u potpunosti)
Točnost informacija	34%	67%
Kvaliteta programskog sadržaja	21%	60%
Šarolikost programskog sadržaja	11%	58%
Dobri i zanimljivi voditelji	8%	66%
Neovisnost od politike	7%	39%
Ažurnost (brzina) izvještavanja	6%	58%
Dobri novinari	6%	66%
Značajan udio lokalnog sadržaja	5%	69%
Neovisnost od gospodarstvenika	1%	44%



# Kvalitativna evaluacija karakteristika lokalnih medija (fokus grupe)

- **Točnost informacija** – informacije su generalno točne, kratke, precizne, bez senzacionalizma, ali u isto vrijeme ponešto „dosadne“ i šture. Iako lokalni mediji rijetko prenose netočne informacije, postoji dojam kako su vrlo često te informacije prekratke, odnosno kako se radi samo o nabranju vijesti bez njihovog obogaćivanja komentarima.
- **Neovisnost od politike i gospodarstvenika** – po stavovima gledatelja/ slušatelja nije potpuna. Smatra se kako zbog prirode financiranja lokalnih medija nije moguće očekivati potpunu neovisnost. Ipak, treba napomenuti da se po pitanju neovisnosti lokalnih medija više radi o pretpostavkama nego što je gledateljima/ slušateljima direktno primjetno kako lokalni medij otvorene zastupa neke interese.
- **Dobri novinar i voditelji** – nije moguće izvesti ujedinjeni zaključak. Generalno se smatra kako su novinari i voditelji zadovoljavajući, a kao najveća zamjerka se kod nekih od njih spominje službenost, nedostatak dinamike i ukočenost. Pogotovo kod fokus grupa koje su bile posvećene radijskom nakladniku sudionici očekuju živost i zabavu prilikom slušanja radijskih emisije (ako je to u skladu s temom) te kritiziraju voditelje s monotonim stilom.

# Kvalitativna evaluacija karakteristika lokalnih medija (fokus grupe)

- **Brzina izvještavanja** – informacije se prenose adekvatnom brzinom, osobito u slučaju radijskih postaja koje predstavljaju jedan od glavnih izvora informacija po pitanju lokalnog sadržaja.
- **Šarolikost i kvaliteta programskog sadržaja** – programski sadržaji lokalnih televizijskih i radio postaja nisu raznoliki već su ograničeni na nekoliko kvalitetnih emisija koje se „isplati“ gledati ili slušati i koje djeluju kao nositelji kvalitete. Veliki dio programa potpada pod popunjavanje vremena te su učestala ponavljanja sadržaja koja odbijaju gledatelje/slušatelje. Osim toga, u slučaju TV nakladnika gledateljima smetaju visoki udjeli reklamnih sadržaja.

# Velika je disperzija interesa publike za pojedine teme

Tema	Interes za temu
Zdravlje i poticanje zdravstvene kulture	50%
Život mladih - problemi i perspektive srednjoškolaca i studenata	48%
Najave različitih događaja u lokalnoj zajednici - servisne informacije	47%
Teme iz gospodarskog života u regiji	47%
Zaštita prava potrošača	46%
Teme o umirovljenicima, nezaposlenim i socijalno ugroženim osobama	42%
Razvoj lokalnog obrta i poduzetništva	37%
Politička zbivanja na lokalnoj razini	36%
Informiranje o radu zdravstvenih institucija i zdravstvene skrbi	35%
Kulturni projekti i manifestacije	34%
Zaštita okoliša	33%
Djeca i njihove perspektive	33%
Informiranje o radu lokalnih obrazovnih institucija (vrtići, škole, fakulteti)	30%
Prevenција nasilničkog ponašanja i problema ovisnosti u lokalnoj zajednici	29%
Suvremeni trendovi u odgoju i obrazovanju	26%
Kulturna baština	26%
Razvoj amaterskog sporta i sportske infrastrukture u regiji	23%
Vjerska i religijska pitanja	21%
Uloga znanosti u društvu	20%
Osobe s invaliditetom	20%
Umjetnost	19%
Ravnopravnost spolova	17%
Domovinski rat	17%
Medijska pismenost	15%
Poticanje stvaralaštva na narječjima hrvatskog jezika	13%
Nacionalne manjine u RH	13%

- **Servisne informacije**
- **Lokalne vijesti**
- **Najave događanja**
- **Kontakt emisije**

# Doseg i evaluacija kvalitete sufinanciranih medijskih sadržaja



# Subvencionirane emisije su relativno slabo prepoznate u svojim referentnim koncesijskim područjima

Poznavanje emisije	Vrsta medija		Vrsta emisije			Ukupno – sve emisije
	Radio	TV	Informativne	Javni interes – ostalo	Kultura	
<b>Do 10%</b>	36%	31%	16%	<b>46%</b>	<b>41%</b>	35%
<b>10% do 20%</b>	18%	24%	17%	23%	17%	20%
<b>21% do 30%</b>	5%	17%	11%	9%	3%	8%
<b>30% do 40%</b>	15%	11%	16%	11%	15%	14%
<b>40% do 50%</b>	8%	9%	10%	7%	8%	8%
<b>50% do 60%</b>	8%	3%	11%	2%	8%	7%
<b>60% do 70%</b>	3%	4%	7%	1%	1%	3%
<b>Više od 70%</b>	8%	2%	11%	1%	8%	6%
<b>PROSJEK</b>	28%	23%	<b>37%</b>	17%	26%	<b>26%</b>

Ukupno je analizirano 374 emisije 30 uzorkovanih nakladnika (111 televizijskih i 263 radijske)

# Gotovo svi koji su čuli za emisiju, barem jednom su je i slušali/ gledali, ali je malo redovitih gledatelja/ slušatelja

Prosjeak za sve emisije, analizirano na referentnom koncesijskom području

	Vrsta medija		Vrsta emisije			Ukupno – sve emisije
	Radio	TV	Informativne	Javni interes – ostalo	Kultura	
<b>Poznavanje emisije</b>	28%	23%	37%	17%	26%	26%
<b>Doseg emisije</b>	27%	22%	37%	16%	25%	25%
<b>Redovni slušatelji/ gledatelji</b>	11%	5%	14%	5%	9%	9%

Ukupno je analizirano 374 emisije 30 uzorkovanih nakladnika (111 televizijskih i 263 radijske)

# Subvencionirane emisije su pozitivno ocjenjene od svojih slušatelja/ gledatelja – neiskorišteni potencijal

Prosjeak za sve emisije, analizirano na referentnom koncesijskom području

PROSJEČNA OCJENA - RAZRED	Radio	TV	Ukupno – sve emisije
Do 3	7%	10%	8%
3,1 do 3,5	9%	30%	16%
3,6 do 4	44%	38%	42%
4,1 do 4,5	26%	16%	23%
4,6 do 5	14%	6%	11%
PROSJEK	4,0	3,8	3,9

Ukupno je analizirano 374 emisije 30 uzorkovanih nakladnika (111 televizijskih i 263 radijske)



# Studije slučaja



- U sklopu istraživačkog projekta studije slučaja bile su jedan od osnovnih analitičkih alata – temelji za zaključke i preporuke
- Analize slučaja su obuhvaćale jednog nakladnika (medij) na jednoj lokalnoj zajednici – ukupno 10 studija slučaja
- Zbog mogućeg utjecaja (i pozitivnog i negativnog) na tržišnu poziciju pojedinog medija neće se prikazivati pojedinačne analize (analize dostupne naručitelju)
- Javno su prikazani opći nalazi studija slučaja koji se u nekoj mjeri mogu smatrati univerzalnima

## **Velika usmjerenost na lokalno**

I gledatelji/ slušatelji i nakladnici prepoznaju jasnu usmjerenost medija na lokalnu zajednicu ponajprije kroz praćenje lokalnih vijesti, događaja i servisnih informacija za građane te potom kroz njegovanje kulturne tradicije određenog kraja. Nakladnici spomenuto vide kao svoju ulogu u zajednici, a građani kao važan izvor lokalnih informacija i očuvanja baštine.

**Velika percipirana važnost lokalnih medija** prepoznata od strane gledatelja/ slušatelja. Iako ponekad i nezadovoljni kvalitetom lokalnih radija/ televizije te usprkos činjenici da iste ne gledaju/ slušaju u velikojmjeri, građani se zalažu za održanje lokalnih medija.

## **Lokalnim medijima zamjera se niska doza kritičnosti prema lokalnim događajima.**

Gledatelji/ slušatelji, ali i pripadnici civilnog društva i novinara smatraju kako lokalni mediji prate, ali ne problematiziraju lokalna zbivanja što dovodi do nedostatka javne debate te svijesti građana o određenim problemima u zajednici.

## **Kvaliteta programa lokalnih medija od strane slušatelja/ gledatelja**

uglavnom je ocijenjena prosječnom, uz najviše zamjerki na kvalitetu novinara (od manjka educiranosti i opuštenosti do lošijih komunikacijskih i prezentacijskih vještina te loše dikcije) te raznolikost programskih sadržaja.

## **Lokalni mediji su najlošije procijenjeni obzirom na neovisnost od politike i gospodarstva**

Većina istraživanih nakladnika u suvlasništvu je gradova/ općina na čijem području djeluje te se smatra da samim time teško mogu ostvariti neovisnost. Zanimljivo je da se i za medije u isključivo privatnom vlasništvu nagađa da pripadaju „ovoj ili onoj“ političkoj struji. Za neke od medija sudionici istraživanja jasno navode kojoj političkoj opciji „pripadaju“.

## **Programski sadržaji sufinancirani od strane Fonda generalno su slabo prepoznati i posljedično tome manje slušani/ gledani.**

Većina sudionika istraživanja navodi kako usputno gleda/ sluša lokalnog nakladnika te vrlo rijetko prate neke od sufinanciranih emisija (izuzev informativnih i servisnih). Kod nekih nakladnika stječe se dojam da ih publika konzumira prvenstveno radi servisnih informacija, lokalnih vijesti te opuštanja uz glazbu („kao kulisa u pozadini“), a ne kao izvor informacija o društveno važnim temama.

**Lokalni mediji su većinom otvoreni za suradnju s organizacijama civilnog društva** te su iskustva suradnje pozitivna, no nailazi se i na slučajeve gdje je percepcija pripadnika civilnog društva da im nije omogućena dostatna suradnja, odnosno medijski prostor. U smislu suradnje s organizacijama civilnog društva, uvjetno rečeno, postoje dva tipa nakladnika: oni koji vrlo rado i često surađuju s organizacijama civilnog društva te ih aktivno uključuju u sukreiranje dijela programskih sadržaja te oni koji su načelno otvoreni za suradnju, ali potencijalna gostovanja i objave na neki način uvjetuju (npr. traženjem da se gostovanje plati) ili ne ohrabruju (npr. neodazivanjem na medijsko praćenje događaja).

## **Fond ima vrlo važnu ulogu u razvoju i održanju lokalnih medija**

Sukladno navodima direktora lokalnih medija, potpora Fonda pokazala se tijekom godina dragocjenom za osiguranje poslovanja medija: kroz omogućavanje ulaganja u produkcijske uvjete (dodatni istraživački rad, putni troškovi, terenska oprema te honorari za vanjske terenske suradnike), stabilnost radnih mjesta te kao poticaj za osmišljavanje novih emisija od javnog interesa.

# Zaključci



- Fonda je u značajnoj mjeri utjecao na povećanje opsega i raznovrsnosti javnih medijskih sadržaja kod lokalnih medija
- Fond je direktan povod za kreiranje tematskih sadržaja od javnog interesa o kojima nakladnici zbog manjeg komercijalnog interesa inače uopće ne bi niti razmišljali
- Fond često ima presudan utjecaj na financijsku održivost medijske produkcije usmjerene na javni interes, ali je bitan i za ukupnu poslovno održivost (pogotovo za lokalne TV postaje) – utjecaj i na opći pluralizam medija
- Nakladnici su načelno zadovoljni potporom i načinom rada Fonda, pri čemu pozitivno vrednuju razvoj procesa Fonda, pa čak i kad to prema njima postavlja veće zahtjeve, a odnose se na jasnije i strože kriterije za prijavu, detaljnije izvještavanje i pravdanje sredstava, veću transparentnost natječajnog procesa i kontrolu nad realizacijom sadržaja

- Nakladnici bi voljeli biti više involvirani u proces Fonda i dobivati više povratnih informacija o kvalitativnoj evaluaciji (bodovanju) svojih emisija
- Lokalni mediji se doživljavaju jako bitnim, a u značajnoj mjeri se i konzumiraju (pogotovo lokalne radio postaje)
- Fond pomaže lokalnim medijima da budu relevantni na svojim referentnim područjima, pogotovo u kontekstu lokalnog informativnog programa, što se i smatra najvećom vrijednosti lokalnih medija
- Premda je interes po pojedinim temama vrlo raspršen, gledatelji/ slušatelji iskazuju interes za teme od općeg javnog interesa
- Gledatelji/ slušatelji u manjoj mjeri koriste lokalne medije i za teme općeg javnog interesa (neiskorišteni potencijal)



- Subvencionirane emisije su nedovoljno prepoznate na svojim referentnim područjima – potrebna marketinška profilacija
- Iako slušanost/ gledanost nije velika i redovita, ocjene kvalitete subvencioniranih sadržaja su relativno dobre – potrebno je povećati doseg
- Najprepoznatljiviji i najkonzumiraniji su informativni sadržaji, nedovoljna je medijska snaga emisija koje obrađuju neku od općih tema od javnog interesa

# Preporuke



- Preporuke odražavaju stavove autora temeljene na nalazima istraživanja
- Preporuke se odnose na ukupno dodatno povećanje učinkovitosti Fonda, neovisno koji dionik (VEM, zakonodavac, nakladnici) može utjecati na pojedini aspekt procesa Fonda
- Preporuke nisu obvezujuće za bilo kojeg dionika Fonda

1. Selektivniji pristup sufinanciranju s obzirom na ostvarene i očekivane društvene učinke Fonda za pluralizam medija
2. Afirmacija najboljih medijskih praksi u ostvarenju javnog interesa mimo Fonda za pluralizam medija
3. Selektivniji pristup sufinanciranju informativnih sadržaja, s fokusom na širenje tematskog opsega i multiperspektivnosti, u odnosu na propisane koncesijske obveze
4. Fokus na poticanje inventivne i kvalitetne produkcije medijskih sadržaja od javnog interesa – na razini pojedinih emisija i programskih cjelina

5. Razmatranje mogućnosti širenja Fonda za lokalne i regionalne internetske portale
6. Sustavna stručna podrška nakladnicima u profiliranju sadržaja od javnog interesa i cjelokupnom razvoju programa
7. Poticanje lokalnih i regionalnih nakladnika na veću prepoznatljivost putem internetskih stranica

8. Uključivanje kriterija dosega i stavova lokalnih publika u vrednovanje i razvoj sufinanciranih sadržaja
9. Daljnja unaprjeđenja postupka odabira i nadzora sufinanciranih nakladnika
10. Usklađivanje raspisa natječaja i ritma isplata s godišnjim produkcijskim planom nakladnika

**Hvala!**

