



**Centar za istraživanje  
medija i komunikacije**

Fakultet političkih znanosti  
Sveučilište u Zagrebu

Centre for Media and  
Communication Research  
Faculty of Political Science  
University of Zagreb

Lepušićeva 6  
10 000 Zagreb , Croatia  
Phone +385 1 46 42 000  
Fax +385 1 46 55 316  
cim@fpzg.hr  
www.cim.fpzg.hr

**PUBLIKE NEPROFITNIH MEDIJA U HRVATSKOJ**

Studija br. 1 za Nacionalnu zakladu za razvoj civilnoga društva

autori:

Antonija Čuvalo, Dina Vozab, Zrinjka Peruško (voditeljica projekta)

Zagreb, svibanj 2013.

## **SADRŽAJ:**

### SAŽETAK

UVOD: METODA I UZORAK.....	7
REZULTATI ISTRAŽIVANJA PUBLIKA NEPROFITNIH 'ONLINE' MEDIJA U HRVATSKOJ.....	9
Demografski podaci.....	9
Medijske navike korisnika Interneta i publika neprofitnih medija .....	12
Politika, mediji i participacija.....	16
Ocjena hrvatskog medijskog sustava i neprofitni mediji.....	23
ZAKLJUČAK.....	27

## **SAŽETAK:**

Istraživanje publika neprofitnih medija u Hrvatskoj proveo je Centar za istraživanje medija i komunikacije za Nacionalnu zakladu za razvoj civilnog društva. Glavni cilj ovog istraživanja je upoznavanje s medijskim navikama publika neprofitnih medija, kao i istraživanje interesa publika neprofitnih medija za politiku, političke i informativne medijske sadržaje i građansku participaciju.

Istraživanje je provedeno na uzorku korisnika Interneta, reprezentativnom za on-line populaciju Hrvatske po regiji, spolu i dobi (za populaciju od 16 – 65 godina). Uzorak je generiran iz GfK Online Poola, koji sadrži bazu ispitanika koji su pristali sudjelovati u istraživanju. Osim ispitanika iz baze korisnika interneta u istraživanju su sudjelovali i posjetitelji četiri portala neprofitnih medija koji su anketu (jednaku onoj koju su ispunili ispitanici iz baze korisnika Interneta) ispunili na portalima četiri neprofitna medija ([www.h-alter.org](http://www.h-alter.org), [www.kulturpunkt.hr](http://www.kulturpunkt.hr), [www.infozona.hr](http://www.infozona.hr), [www.civilnodrustvo.hr](http://www.civilnodrustvo.hr)). Istraživanje je trajalo od 31.1.-14.2.2013. U istraživanju je sudjelovalo 1208 ispitanika iz baze korisnika Interneta (GfK Online Pool) i 124 ispitanika koji su anketu ispunili na portalima neprofitnih medija.

## **Profil korisnika neprofitnih medija u Hrvatskoj**

### ***Demografski profil korisnika neprofitnih medija***

Korisnici neprofitnih medija ne razlikuju se od prosječnog korisnika Interneta po dobi, spolu, osobnim primanjima, stupnju obrazovanja, vrsti profesije, veličini naselja u kojem žive. Najveći broj korisnika neprofitnih medija je u dobi od 14 – 29 godina (38%). Većina ima završenu srednju školu ili gimnaziju (31%) ili diplomski studij (29%) i živi u velikom gradu (47%) ili malom gradu ili mjestu (32%). Osim toga, većina korisnika neprofitnih medija je zaposlena puno radno vrijeme (53%) i to najčešće u profesionalnim i tehničkim zanimanjima (npr. liječnik, nastavnik, inženjer, umjetnik ili računovođa). Korisnici neprofitnih medija uglavnom imaju primanja manja od hrvatskog prosjeka (41%), dok primanja veća od hrvatskog prosjeka ima oko 26% korisnika neprofitnih medija. Podjednak postotak korisnika neprofitnih medija žive sami (41%) ili su u braku i imaju djecu (42%). Korisnici i nekorisnici neprofitnih medija ne razlikuju se i obzirom na tehničku opremljenost kućanstava, ali oni u većem postotku koriste sve testirane multimedijalne uređaje (mp3, wifi radio, hard disk, CD uređaj, VHS i TV box s pristupom Internetu), a razlika je statistički značajna za sve osim videa (VHS) i TV boxa s pristupom Internetu.

### ***Medijske navike korisnika neprofitnih medija***

Korisnici neprofitnih medija u postotku više koriste gotovo sve medije, osim radija (na klasičnom radio uređaju) i televizije na televizijskom ekranu, gdje nema statistički značajne razlike između korisnika i nekorisnika neprofitnih medija. Najveći postotak ispitanika (korisnici i nekorisnici neprofitnih medija) gleda televiziju (91%), čita novine i časopise na Internetu (90%), a najmanji postotak korisnika neprofitnih

medija sluša audio knjige (5%) i gleda televiziju na mobilnom telefonu (8%). Najviše vremena dnevno korisnici neprofitnih medija provedu uz tradicionalne medije: televiziju (162 minute) i radio (109 minuta). Korisnici neprofitnih medija statistički značajno više minuta dnevno (29 minuta) od nekorisnika (20 minuta) provedu gledajući televiziju na računalo, čitajući tiskane knjige (45 minuta u usporedbi s 34 minute) i tiskane novine i časopise (26 minuta u usporedbi s 20 minuta).

Najpopularniji televizijski žanrovi među korisnicima neprofitnih medija su filmovi (71% ispitanika), vijesti i informativni program (69%) i humoristične serije (66%). Kada usporedimo korisnike i nekorisnike neprofitnih medija prema odabiru žanra televizijskog programa, rezultati pokazuju da korisnici neprofitnih medija oblikuju skupinu informativno angažirane publike. Naime, korisnici neprofitnih medija statistički značajno češće od prosjeka gledaju dokumentarni program, umjetničke filmove, političke intervju i rasprave, talk show programe i znanstvene emisje, a manje od prosječnog korisnika interneta gledaju emisije o stilu života.

Korisnici neprofitnih medija statistički značajno više slušaju političke intervju (15%) i obrazovni radijski program od prosječnog korisnika Interneta, pa se i po ovoj karakteristikici mogu ubrojiti u skupnu informativno zainteresirane publike. Slično kao i prosječni korisnici Interneta, korisnici neprofitnih medija na radiju najčešće slušaju glazbeni program (87%), informativni program (64%) i servisne informacije (50%).

I u tiskanim medijima nastavlja se odvajanje navika publika neprofitnih medija kao više zainteresiranih za informativne sadržaje od ostale populacije. Korisnici neprofitnih medija više od prosječnog korisnika Interneta čitaju tiskane dnevne nacionalne novine (74%), tiskane internacionalne dnevne novine (5%), političke tjednike (19%), besplatne novine (35%) i časopise (54%).

### ***Izvori informiranja o politici, interes za politiku, građansku i političku participaciju korisnika neprofitnih medija***

Većina korisnika neprofitnih medija se o hrvatskoj politici informira gledajući televiziju ili slušajući radio (76%) i na Internetu (51%). Korisnici neprofitnih medija se statistički značajno više o politici informiraju razgovarajući s obitelji i prijateljima (41%), na društvenim mrežama (37%), čitajući tiskane novine i časopise (56%) i na web stranicama i blogovima (72%). Korisnici neprofitnih medija su, osim toga i participativniji od prosječnog korisnika Interneta, te su češće dijelili s drugima vijesti o hrvatskoj politici putem elektronske pošte (11%), društvenim mrežama (21%) ili su komentirali ili 'lajkali' vijesti o hrvatskoj politici na društvenim mrežama (31%).

Korisnici neprofitnih medija više prate nacionalnu politiku na svim medijima (televizija, radio, dnevne novine, Internet). Najveći postotak korisnika neprofitnih se o hrvatskoj politici informira na komercijalnoj televiziji NovaTV (58%) i koristeći usluge javnog servisa (55%). Prvi program hrvatskog radija kao glavni radijski izvor o nacionalnoj politici koristi 30% korisnika Interneta, iza čega slijede lokalne radio

stanice i Otvoreni radio (22%). Najveći postotak korisnika neprofitnih medija se iz dnevnog tiska o nacionalnoj politici informira čitajući Jutarnji list (41%), Večernji list i 24 sata (31%).

Nema značajnih razlika između prosječnog korisnika Interneta i korisnika neprofitnih portala kada je riječ o tome koje on-line medije koriste kao izvor informacija o nacionalnoj politici, osim kad je riječ o portalu [www.net.hr](http://www.net.hr), gdje se informira značajno više korisnika neprofitnih medija (38%) u odnosu na prosječnog korisnika Interneta (32%). Većina korisnika neprofitnih medija se na Internetu o nacionalnoj politici informira na portalima [www.index.hr](http://www.index.hr) (52%) i [www.net.hr](http://www.net.hr) (38%).

Korisnici neprofitnih portala općenito su više politički i civilno angažirani u odnosu na prosječnog korisnika Interneta. Osim toga, korisnici neprofitnih medija izražavaju veći interes (58%) za politiku od prosječnog korisnika Interneta (46%), u većem postotku sebe smatraju sposobnima utjecati na političke institucije (54%) i u većem postotku od prosjeka, smatraju da su u Hrvatskoj političke institucije takve da se na njih može utjecati (47%).

Hrvatske medije su korisnici neprofitnih medija ocijenili vrlo lošim ocjenama, a najslabije su ocijenjeni obzirom na političku i ekonomsku neovisnost. Najboljom ocjenom ispitanici ocjenjuju medije obzirom na to da li novinari daju dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima, s čim se slaže 49% korisnika neprofitnih medija. Ipak, korisnici neprofitnih medija ovu karakteristiku ocjenjuju lošijom od prosječnog korisnika Interneta, dok u odnosu na prosječnog korisnika Interneta bolje ocjene daju hrvatskim medijima vezano uz njihovu neovisnost o ekonomskim interesima. Zanimljivo je da korisnici Interneta i korisnici neprofitnih medija statistički značajno boljim ocjenjuju medije koje sami redovito koriste i to u odnosu na sve testirane karakteristike.

Neprofitne medije koristi oko 26% ispitanika tj. on-line publike medija u ispitanom uzorku (reprezentativno za on-line publiku od 15-65 godina). Korisnici portala Udruge Cenzura Plus, portala [www.civilnodrustvo.hr](http://www.civilnodrustvo.hr), portala Udruge za nezavisnu medijsku kulturu ([www.h-alter.org](http://www.h-alter.org)), portala Studija razvojnih inicijativi ([www.infozona.hr](http://www.infozona.hr)), portala Kurziva – platforme za pitanja kulture, medija i društva ([www.kulturpunkt.hr](http://www.kulturpunkt.hr)), portala Udruge za razvoj radijskih programa Radio mreža ([www.radionet.hr](http://www.radionet.hr)) i stranice Fantastično dobr institucije – Fade in ([www.fadein.hr](http://www.fadein.hr)), najčešće na tim portalima čitaju političke vijesti iz Hrvatske (69%), teme vezane uz ljudska prava (58%), kulture (53%) i ekologije (45%).

Oko 74% ispitanika ne koristi neprofitne medije, a kao najčešće razloge zbog kojih ne prate neprofitne medije naveli su to da nisu čuli za njih (45%), ne zanimaju ih (31%) ili imaju naviku informiranja iz drugih medija (23%). Na pitanje što bi moglo povećati njihov interes za neprofitnim medijima najčešće su navodili sljedeće razloge podijeljene u nekoliko tematskih grupa: 1) nedovoljna vidljivost, dostupnost i prisutnost neprofitnih medija u javnosti (reklame i promocija, dostupnost preko

tražilica, društvenih mreža, drugih medija), 2) veći angažman udruga (konkretne i medijski popraćene akcije), 3) kvaliteta sadržaja (zanimljivi sadržaji/teme, profesionalizam i istraživačko novinarstvo, objektivno i nepristrano izvještavanje, kritičnost i aktualnost), 4) ostalo (više raspoloživog slobodnog vremena, poštenje, transparentnost rada udruga).

## UVOD: METODA I UZORAK

Centar za istraživanje medija i komunikacije proveo je za Nacionalnu zakladu za razvoj civilnog društva istraživanje publika neprofitnih medija, koje je provedeno u sklopu šireg međunarodnog projekta istraživanja medijskih publika u Europi. Time su medijske navike i izbori publika neprofitnih medija usporedivi s navikama hrvatske on-line medijske publike. Šire europsko komparativno istraživanje je obuhvatilo nekoliko važnih fenomena vezanih uz publike u multimedijском okruženju: medijske navike i upotrebe na različitim platformama, tehnološku opremljenost kućanstva (multimedijalni uređaji), posebno vezano uz telefoniju (fiksnu i mobilnu), Internet i prateće usluge kao što su npr. Internetska televizija, kablovska i satelitska infrastruktura koja omogućuje integrirano praćenje različitih tipova medijskih sadržaja (receptiju zemaljskog televizijskog programa, radijskog progama, satelitskog i kablovskog radija, televizije i Interneta itd) što ukazuje i na strukturalne uvjete koji u određenoj mjeri determiniraju medijske prakse. Istraživanje je obuhvatilo i mjesta upotrebe medija (dnevne novine, radio, televizija, Internet) kao i način na koji ispitanici koriste medije u različitim situacijama iz svakodnevnog života.

Podaci i analize koje se odnose na ostale on-line publike medija ovdje su prikazani isključivo radi bolje interpretacije podataka o publikama neprofitnih medija, zaštićeni su autorskim pravom autora istraživanja i međunarodnog tima (u odgovarajućem dijelu) te ne smiju biti objavljeni ili korišteni na bilo koji način osim za interno donošenje odluka Zaklade.

Uz otkrivanje medijskih navika publika neprofitnih medija, cilj je bio i istražiti u kojoj mjeri su korisnici neprofitnih medija u usporedbi s ostalim publikama, zainteresirani za politiku i političke teme kao i informativne i političke sadržaje na različitim medijskim platformama, te koje tipovi medija i koji medije redovito prate da bi se informirali o aktualnim vijestima, kao i u kojem stupnju su ispitanici politički angažirani. Politički angažman ovdje obuhvaća članstvo u stranci i volontiranje za stranku, te izlazak na izbore, ali i građanski aktivizam izražen kroz potpisivanje peticije, sudjelovanje u prosvjedu ili štrajku, sudjelovanje u organiziranju peticije, prosvjeda ili štrajka, volontiranje za građansku udrugu i članstvo u građanskoj udruzi, Osim toga građanska participacija obuhvaća i dijeljenje političkih vijesti preko društvenih mreža ili elektronske pošte, komentiranje politike na društvenim mrežama, blogovima i slično i razgovor s obitelji i prijateljima o politici. Istraživanjem su obuhvaćene i neke važne determinante građanskog aktivizma: interes za politiku i percepcija političke efikasnosti: *a) koliko se ispitanici smatraju sposobnima utjecati na političke institucije i b) percepcija responzivnosti političkih institucija u odnosu na zahtjeve građana i njihov angažman.* Istraživanje obuhvaća poznavanje i korištenje neprofitnih medija, razloge zbog kojih ispitanici ne prate ove medije, kao i potencijalni interes za pojedine kategorije sadržaja koji se objavljuju na tim medijima.

Istraživanje je provedeno na:

- 1) uzorku reprezentativnom za online populaciju Hrvatske (GfK Pool)
- 2) samo-generiranom uzorku posjetitelja portala 4 neprofitna medija (1. Udruga za nezavisnu medijsku kulturu: [www.h-alter.org](http://www.h-alter.org); 2. Udruga Kurziv – platforma za pitanje kulture, medija i društva [www.kulturpunkt.hr](http://www.kulturpunkt.hr); 3. Studija razvojnih inicijativa – [www.infozona.hr](http://www.infozona.hr) i 4. Civilnodrustvo.hr – [www.civilnodrustvo.hr](http://www.civilnodrustvo.hr)).

Uzorak korisnika Interneta reprezentativan je za online populaciju Hrvatske po regiji, spolu i dobi (za populaciju od 16 – 65 godina) i generiran je iz GfK Online Pool-a. GfK Online Pool sadrži bazu ispitanika koji su pristali sudjelovati u istraživanju i sadrži oko 10.000 e-mail adresa. Istraživanje se provodi tako da ispitanici dobiju šifru za pristup upitniku, a za sudjelovanje u istraživanju prikupljaju bodove koje mogu pretvoriti u nagrade.

Osim ispitanika iz baze korisnika Interneta (GfK Online Pool) u istraživanju su sudjelovali i posjetitelji četiri portala neprofitnih medija. Na ove stranice postavljeni su pozivi na anketu o medijskim navikama, a posjetitelji su mogli ako žele ispuniti anketu koja je jednaka anketi koju su ispunili i ispitanici iz baze korisnika Interneta.

Istraživanje je trajalo dva tjedna: od 31.1-14.2.2013. godine. U istraživanju je sudjelovalo 1208 ispitanika iz baze korisnika Interneta i 124 ispitanika koji su ispunili anketu na portalima neprofitnih medija ([www.h-alter.org](http://www.h-alter.org), [www.kulturpunkt.hr](http://www.kulturpunkt.hr); [www.infozona.hr](http://www.infozona.hr), [www.civilnodrustvo.hr](http://www.civilnodrustvo.hr)).

Budući da je na reprezentativnom uzorku korisnika Interneta bilo dovoljno ispitanika koji koriste neprofitne medije za sve potrebne analize u izvještaju će biti prikazani i analizirani podaci prikupljeni na reprezentativnom uzorku, a ne i oni prikupljeni anketiranjem na portalima. Uzorak ispitanika koji su anketu ispunili na portalima je previše specifičan i nije reprezentativan za korisnike portala, pa je ovdje isključen iz analize. Rezultati za anketirane posjetitelje portala mogu se naći u tabličnom izvještaju.

U nastavku prikazujemo rezultate istraživanja on-line publika u Hrvatskoj s naglaskom na obilježja publika neprofitnih medija.



## REZULTATI ISTRAŽIVANJA MEDIJSKIH PUBLIKA I PUBLIKA NEPROFITNIH 'ONLINE' MEDIJA U HRVATSKOJ

### Demografski podaci

Među korisnicima portala neprofitnih medija nešto je više žena (55%) nego na reprezentativnom uzorku korisnika Interneta (52%) i u populaciji općenito, ali zbog mogućnosti odsutapanja rezultata uslijed statističke pogreške (2,8%) ne možemo reći da je ova razlika statistički značajna.

Tabela 1: Korisnici interneta i publike neprofitnih medija prema spolu

<i>Spol</i>	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Muškarci	582	48,2	143	45,0
Žene	626	51,8	175	55,0
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>100,00</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Korisnici neprofitnih medija ne razlikuju se od prosječnog korisnika Interneta niti prema dobi. Najveći broj ispitanika je u dobi od 14 – 29 godina (37%), a najmanje ih je u dobi od 50-65 godina (15%).

Tabela 2: Korisnici Interneta i publike neprofitnih medija prema dobi

<i>Dob</i>	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
14 to 29	450	37,3%	122	38,4%
30 to 39	314	26,0%	76	23,9%
40 to 49	260	21,5%	64	20,1%
50 to 65	184	15,2%	56	17,6%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0%</b>

Oko 40% ispitanika živi u braku (s djecom) dok isti postotak ispitanika žive sami i bez djece. Najveći postotak ispitanika ima završenu srednju školu (33%) i diplomski studij (32%)

Tabela 3: Korisnici Interneta i publike neprofitnih medija prema obiteljskom statusu

<i>Obiteljski status</i>	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sam/a bez djece, bez djece	481	39,8	131	41,2
Sam/sama, s djecom	17	1,4	4	1,3
U braku bez djece	162	13,4	39	12,3
U braku, s djecom	488	40,4	133	41,8
Razveden/a, bez djece	9	0,7	2	0,6
Razveden/a, s djecom	41	3,4	7	2,2
Udovac/ica, bez djece	1	0,1	0	0,0
Udovac/ica, s djecom	9	0,7	2	0,6
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Tabela 4: Korisnici Interneta i publike neprofitnih medija prema stupnju obrazovanja

<i>Stupanj obrazovanja</i>	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Oko 8-9 godina (osnovna škola)	9	0,7	4	1,3
Oko 10 – 11 godina (strukovne škole)	45	3,7	13	4,1
Oko 12 godina (srednja škola, gimnazija)	394	32,6	98	30,8
Oko 13 – 14 godina (visoka škola, stručni studij)	195	16,1	67	21,1
Oko 15 godina (prediplomski studij)	138	11,4	33	10,4
Oko 16 godina (diplomski studij, magisterij)	380	31,5	91	28,6
18 godina i više (Doktorski studij)	45	3,7	11	3,5
Ne znam	2	0,2	1	0,3
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Većina ispitanika živi u velikom gradu (48%), 40% živi u manjem gradu ili mjestu, a 10% na selu. U predgrađu živi 7% ispitanika, a na osamljenim mjestima manje od 1% ispitanika.

Tabela 5: Korisnici Interneta i publike neprofitnih medija prema mjestu stanovanja

<i>Mjesto stanovanja</i>	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Veliki grad	577	47,8	148	46,5
Predgrađe ili rub velikog grada	84	7,0	22	6,9
Mali grad ili mjesto	409	33,9	102	32,1
Selo	132	10,9	42	13,2
Imanje ili kuća na osami	3	0,2	2	0,6
Ne znam	3	0,2	2	0,6
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Tabela 6: Korisnici Interneta i publike neprofitnih medija prema izvorima prihoda

<i>Status obzirom na izvore prihoda</i>	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Zaposlen/a, puno radno vrijeme	697	57,7	168	52,8
Zaposlen/a, pola radnog vremena	30	2,5	7	2,2
Nezaposlen/a	147	12,2	48	15,1
Umirovljenik/ica	60	5,0	16	5,0
Student/ica	183	15,1	44	13,8
Bez primanja (kućanice, volonteri isl.)	18	1,5	7	2,2
Drugo	61	5,0	20	6,3
Ne znam	12	1,0	8	2,5
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Većina ispitanika je zaposlena puno radno vrijeme (60%), a 15% ispitanika su učenici ili studenti. Iako je nešto manji postotak korisnika neprofitnih medija zaposleno puno radno vrijeme, razlika nije statistički značajna.

Tabela 7: Korisnici Interneta i publike neprofitnih medija prema tipu zanimanja

<i>Zanimanje</i>	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Profesionalna i tehnička zanimanja (npr.: liječnik – nastavnik – inženjer – umjetnik – računovođa)	344	43,0	82	40,4
Viša upravljačka zanimanja (npr.: bankar – izvršni menadžeri – visoki državni službenici – sindikalni službenici)	64	8,0	14	6,9
Činovnička zanimanja (npr: tajnik – službenik – voditelj ureda – knjižničar)	182	22,8	48	23,6
Prodaja (npr: direktor prodaje – vlasnik dućana – prodavač – agent osiguranja)	58	7,3	12	5,9
Uslužna zanimanja (npr: vlasnik restorana – policajac – konobar – njegovatelj – frizer – vojno lice)	40	5,0	17	8,4
Kvalificirani radnik (npr: nadzornik – mehaničar – tiskar – električar )	42	5,3	6	3,0
Polu-kvalificirani radnik (npr: zidar – vozač autobusa – tesar – pekar)	4	0,5	1	0,5
Nekvalificirani radnik (npr: fizički radnik – nosač – nekvalificirani tvornički radnik)	5	0,6	3	1,5
Farmerski radnici (npr: farmer – vozač traktora – ribar)	47	5,9	13	6,4
Ne znam	14	1,8	7	3,4
<b>Ukupno</b>	<b>800</b>	<b>100,0</b>	<b>203</b>	<b>100,0</b>

Većina ispitanika (uključujući i korisnike neprofitnih medija) koji rade zaposleni su u profesionalnim i tehničkim zanimanjima kao što su liječnici, nastavnici, umjetnici i računovođe (43%) i u činovničkim zanimanjima (23%).

Tabela 8: Korisnici Interneta i publike neprofitnih medija prema mjesečnim primanjima

<i>Prosječna mjesečna primanja</i>	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Daleko iznad prosjeka	83	6,9	18	5,7
Malo iznad prosjeka	259	21,4	65	20,4
Slična prosjeku	149	12,3	48	15,1
Malo ispod prosjeka	166	13,7	45	14,2
Daleko ispod prosjeka	342	28,3	85	26,7
Ne znam	45	3,7	14	4,4
Ne želim odgovoriti.	164	13,6	43	13,5
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Oko 28% ispitanika ima prosječna mjesečna primanja veća od prosjeka za Hrvatsku, dok 42% ima primanja manja od prosjeka, a 12% ispitanika ima primanja slična prosjeku. Nema značajnih razlika u mjesečnim primanjima između korisnika neprofitnih medija i prosječnog korisnika Interneta.

## Medijske navike korisnika Interneta i neprofitnih medija u Hrvatskoj

Tabela 9: Medijske navike korisnika Interneta i publika neprofitnih medija

Jeste li jučer koristili neki od navedenih medija. Ako jeste koliko dugo ste?:	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Minute	Nisu koristili (%)	Minute	Nisu koristili (%)
Gledali televiziju na TV ekranu	157,1	8,8%	162,1	9,0%
Gledali televiziju na računalu (laptop, stolno računalo, tablet)	20,0	78,9%	28,6	69,0%
Gledali televiziju na mobilnom telefonu	2,3	95,1%	4,8	92,0%
Slušali radio preko radio uređaja/tranzistora (FM, HiFi, itd.)	103,3	41,2%	108,5	37,0%
Slušali radio na računalu (PC, laptop, tablet, itd.)	37,8	74,7%	45,3	67,0%
Slušali radio na mobilnom telefonu	8,6	84,6%	11,4	80,0%
Čitali tiskana izdanja novina i časopisa	20,0	47,0%	26,2	39,0%
Čitali novine i časopise na Internetu	49,9	15,0%	54,0	10,0%
Čitali tiskane knjige	33,7	58,4%	45,2	47,0%
Čitali elektronske knjige (tablet, PC, e-čitači, laptop, mobitel)	8,5	85,4%	12,0	80,0%
Slušali audio knjige	0,3	97,3%	0,9	95,0%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0%</b>

Najveći postotak ispitanika, što se odnosi i na korisnike neprofitnih medija i one koji ne koriste neproftne medije, gleda televiziju (91%), i čita novine i časopise na računalu (85% korisnika Interneta), a najmanji postotak ispitanika sluša audio knjige (3% korisnika Interneta) i gleda televiziju na mobilnom telefonu (5% korisnika Interneta). Radio preko radio uređaja sluša 59% korisnika Interneta (63% korisnika neprofitnih medija). Tiskana izdanja novina i časopisa pročitao je u promatranom razdoblju oko 53% ispitanika (61% korisnika neprofitnih medija) u trajanju do 20 minuta prosječno, dok je znatno više tj. 85% ispitanika čitalo elektronska izdanja novina i časopisa i to prosječno 26 minuta. *Tiskanu knjigu* čitalo je oko 42% ispitanika i to u prosjeku 34 minute dok je *elektronsku knjigu* čitalo 15% ispitanika, ali samo 9 minuta u prosjeku. Vrlo mali postotak (oko 2%) ispitanika slušalo je audio knjige.

Korisnici neprofitnih medija u postotku više (izraženo postotkom korisnika) koriste gotovo sve medije, osim televizije na klasičnom televizijskom ekranu i klasičnog radio uređaja gdje nema statističke značajne razlike između korisnika i nekorisnika neprofitnih medija. Razlika između korisnika i nekorisnika neprofitnih medija u vremenu koje ispitanici provedu koristeći pojedini medij statistički je značajna kada je riječ o *gledanju televizije na računalu*, *čitanju tiskanih knjiga* i *čitanju tiskanih novina i časopisa*.

Korisnici neprofitnih medija više minuta dnevno provedu gledajući televiziju na računalu, čitajući tiskane knjige i čitajući tiskane novine i časopise od prosječnog korisnika Interneta. Tiskana izdanja novina i časopisa korisnici neprofitnih medija čitaju prosječno 26 minuta dnevno, dok prosječan korisnik Interneta tiskane knjige čita 20 minuta dnevno. Nešto duže vremena ispitanici su proveli čitajući tiskane knjige u odnosu na vrijeme provedeno u čitanju tiskanih časopisa i novina. Korisnici neprofitnih medija tiskane knjige su čitali oko 45 minuta, u usporedbi s prosječnim korisnicima Interneta koji tiskane knjige čitaju oko 34 minute. Ipak i korisnici i nekorisnici neprofitnih medija više vremena provedu čitajući novine i časopise na Internetu. Korisnici neprofitnih medija su tiskane novine i časopise na Internetu čitali 54 minute dok prosječan korisnik Interneta elektronska izdanja novina i časopisa

čitaju oko 50 minuta dnevno. Publike neprofitnih medija pokazuju se kao veći ukupni potrošači medija.

Televiziju na računalu gleda 31% korisnika neprofitnih medija i to oko 29 minuta, dok prosječan korisnik Interneta (njih 21%) televiziju gleda 20 minuta dnevno. Ipak, najviše vremena dnevno ispitanici korisnici Interneta provedu koristeći tradicionalne medije: radio prako radio uređaja i televiziju preko TV ekrana. Prosječan korisnik Interneta provede 157 minuta dnevno gledajući televiziju, a korisnici neprofitnih medija nešto više, odnosno 162 minute. Radio preko radio uređaja prosječan korisnik Interneta sluša 103 minute, a korisnici neprofitnih medija oko 109 minuta dnevno.

Radio na računalu sluša 33% korisnika neprofitnih medija, dok je udio onih koji slušaju radio na računalu među korisnicima Interneta općenito 25%. Korisnici neprofitnih medija provedu oko 45 minuta dnevno slušajući radio na računalu, a 11 minuta slušajući radio na mobilnom telefonu. Za usporedbu, ispitanici su u prosjeku radio na računalu slušali 37 minuta, a oni koji ne koriste neprofitne medije 35 minuta.

Tabela 10: Koje vrste *televizijskog* programa redovito gledaju korisnici Interneta i korisnici neprofitnih medija

Koju vrstu televizijskog programa redovito gledate?	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
Filmovi (hitovi, holivudski filmovi i sl.)	72,7%	71,3%
Humoristične serije	66,0%	65,8%
Vijesti i informativni program	65,1%	69,4%
Dokumentarni program	51,7%	61,6%
Znanstvene emisije	38,4%	50,6%
Sportske emisije	27,7%	23,9%
Kvizovi	23,8%	26,8%
Emisije o stilu života (moda, hrana, dizajn isl.)	22,7%	30,0%
Politički intervjui i rasprave	19,7%	24,5%
Sapunice	16,0%	19,7%
Talk show programi (npr. Osmi kat )	14,9%	20,0%
Dramski program	12,2%	16,1%
Različiti tzv. "talent shows" (Hrvatska traži zvijezdu, Super talent itd.)	11,5%	14,2%
Umjetnički filmovi	11,1%	18,1%
Reality shows (Big Brother, Farma, Ljubav je na selu isl.)	8,6%	9,7%
Emisije o poznatima i slavnima	8,6%	9,7%
Reklame	7,3%	9,0%
Drugo	2,9%	0,3%
<b>Ukupno</b>	<b>1191</b>	<b>310</b>

Najpopularniji televizijski žanrovi su filmovi koje redovito prati 73% ispitanika, humoristične serije koje redovito gleda 66% ispitanika, vijesti i informativni program koji redovito prati 65% ispitanika, te dokumentarni program koji redovito prati 52% ispitanika. Znanstvene emisije redovito prati 38% ispitanika, sportske 28%, kvizove 24%, a emisije o stilu života (modi, hrani, dizajnu i slično) redovito prati 23% ispitanika. Političke intervjuje i rasprave redovito gleda 20% ispitanika, sapunice 16%, talk show programe (kao što je npr. emisija Hrvatske televizije Osmi kat) redovito gleda 15% ispitanika, različite natjecateljske talent programe (Hrvatska traži zvijezdu,

Supertalent itd.) redovito gleda 12% ispitanika, umjetničke filmove 11%, reality programe (Big Brother, Farma, Ljubav je na selu i sl.) 9% ispitanika, emisije o poznatima i slavnima 9% ispitanika. Korisnici neprofitnih medija statistički značajno više od prosjeka gledaju *dokumentarni program, umjetničke filmove, političke intervju i rasprave, talk show programe i znanstvene emisije*, a manje od prosječnog korisnika Interneta gledaju emisije o stilu života. Prema odabiru žanra televizijskog programa, korisnici neprofitnih medija oblikuju skupinu informativno angažirane publike.

Tabela 11: Tehnologija koju korisnici Interneta i neprofitnih medija koriste za gledanje televizije kod kuće

Na koji način gledate TV Kod kuće?	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
Digitalna zemaljska TV (digitalni receiver, "digitalna televizija")	56,4%	55,2%
Preko telefonske/Internetske veze (npr. MaxTV isl.)	41,0%	42,6%
Preko optičkog kabla (kablovska televizija)	14,6%	15,2%
Preko satelita (satelitska televizija)	9,4%	10,0%
TV kartica (računalo, laptop)	8,6%	9,7%
Analogna zemaljska televizija TV	6,5%	8,1%
Ne gledam televiziju	1,1%	0,3%
	<b>1191</b>	<b>310</b>

Kada je riječ o tehnološkoj opremljenosti kućanstva (Tablica 11) vezano uz televizijske sadržaje i programe nema velikih razlika između korisnika i nekorisnika neprofitnih medij. Oko 56% korisnika Interneta živi u kućanstvima u kojima je moguće pratiti samo zemaljsku digitalnu televiziju, 41% ima mogućnost gledanje televizije preko telefonske/internetske veze (MaxTV, Iskon isl.), 14% gleda televiziju preko optičkog kabla (kablovska televizija), 9% ima mogućnost gledanja satelitskog programa, TV karticu koristi 9% ispitanika, a analognu televiziju može gledati 7% ispitanika. Pretpostavljamo da je u ovom posljednje slučaju riječ o praćenju televizijskog programa iz susjednih zemalja u regiji. Nema velike razlike između korisnika portala neprofitnih medija i korisnika Interneta u Hrvatskoj.

Tabela 12: Koje vrste *radijskog* programa redovito slušaju korisnici Interneta i korisnici neprofitnih medija

Koju vrstu radijskog programa redovito slušate?	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
Glazbeni program	85,6%	87,2%
Informativni program (vijesti, dnevna politička emisija)	60,8%	63,8%
Servisne informacije (vremenska prognoza, stanje na cestama isl.)	47,2%	50,0%
Emisije u kojima se slušatelji direktno javljaju u program	18,1%	21,5%
Obrazovni i znanstveni program	13,5%	17,3%
Političke intervju	9,2%	15,1%
Reklame	9,2%	9,6%
Drugo	3,4%	2,9%
Radio drame	1,2%	1,6%
<b>Ukupno</b>	<b>1180</b>	<b>312</b>

Ispitanici u najvećem postotku redovito prate glazbene (86%) i informativne radijske sadržaje (61%) te servisne informacije (47%). Mozaični radijski program s

uključivanjem gledatalja direktno u program redovito prati 18% ispitanika, obrazovni i znanstveni program prati 13% ispitanika, političke intervjuje i reklame 9%, a radio drame 2% ispitanika. Korisnici neprofitnih medija statistički značajno više slušaju *političke intervjuje* (15,1%) i *obrazovni radijski program* (17,3%) od prosječnog, pa se i po ovoj karakteristici mogu ubrojiti u skupinu informativno zainteresirane publike.

Tabela 13: Koje vrste tiskovina čitaju korisnici Interneta i neprofitnih medija

Čitate li ove vrste tiskovina (na papiru)?	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
Nacionalne dnevne novine	65,0%	74,0%
Časopise (tjedne ili mjesečne)	49,0%	54,0%
Lokalne dnevne novine	35,1%	37,0%
Besplatne novine (local or national)	30,0%	35,0%
Tjedni politički tiskak (lokalni ili nacionalni)	12,3%	19,0%
Ne čitam tiskane novine	11,8%	9,0%
Internacionalne dnevne novine	2,6%	5,0%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>318</b>

Oko 65% korisnika Interneta čita dnevne nacionalne novine, dok lokalne novine čita tek 35% ispitanika, a internacionalna tiskana izdanja dnevnih novina tek oko 2,7% ispitanika. Tiskane novine nikad ne čita nešto manje od 12% ispitanika. Korisnici neprofitnih medija više od prosječnog korisnika Interneta čitaju dnevne novine (74%), internacionalne dnevne novine (5%), tjedne novine (19%), besplatne novine (35%), časopise (54%). I u tiskanom medijima nastavlja se odvajanje navika publika neprofitnih medija kao više zainteresiranih za informativni program od ostale populacije.

Tabela 14: Koje multimedijske uređaje koriste korisnici Interneta i portala neprofitnih medija

Koje od navedenih uređaja koristite?:	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
DVD (uključujući Blu-ray)	63,5%	66,0%
CD uređaj	52,6%	59,0%
Hard disk	37,5%	45,0%
MP3 (ali ne preko mobilnog telefona)	36,1%	45,0%
Wi-Fi radio	16,5%	23,0%
Ništa od navedenog	15,1%	11,0%
Video uređaj (VHS)	14,0%	18,0%
TV box s pristupom Internetu (Apple TV, Boxee, Roku2)	6,5%	6,0%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>318</b>

Kada je riječ o različitim multimedijskim uređajima najveći broj ispitanika koristi DVD (63,5%), i snimač tzv. *hard disk* (52,7%). Među ponuđenim uređajima (*mp3* i slični uređaji, *video snimači (VHS)*, *TV uređaj s pristupom internetu kao što su: Apple TV, Boxee, Roku2, wi-fi radio (uređaji koji prenose radijske sadržaje preko Interneta, hard disk i CD uređaj)* najmanje su zastupljeni TV uređaji s pristupom internetu (6,5%). U nešto većem postotku ispitanici koriste tzv. *wi-fi radio* (16,5%), dok 14% ispitanika još uvijek koristi video uređaje (VHS). Nešto više od trećine ispitanika (36%) koristi *mp3* i slične prijenosne uređaje za reprodukciju glazbe. Korisnici neprofitnih medija statistički značajno češće od prosjeka koriste *mp3* (45%), *wifi*



radio (23%), hard disk (45%) i CD (59%), te općenito u većem postotku koriste sve navedene uređaje.

## Politika mediji i participacija građana

Tabela15: Izvori informacija o hrvatskoj politici za korisnike Interneta i neprofitnih medija

<i>Jeste li tijekom prošlog tjedna saznali vijesti o hrvatskoj politici iz nekog od navedenih izvora?:</i>	Online reprezentativno %	Publike neprofitnih medija %
Televizija i radio	78,1%	76,4%
Web stranice (vijesti, blogovi, itd.)	66,1%	71,7%
Tiskane novine i časopisi (u papirnatom izdanju)	50,7%	56,0%
Razgovor s obitelji, prijateljima ili kolegama	35,0%	41,2%
Društvene mreže (facebook, tweeter itd.)	30,5%	36,8%
Nisam se informirao/la o politici prošlog tjedna	7,9%	6,0%
Drugo - navedite što:	0,3%	0,6%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>318</b>

Većina ispitanika navodi da su se proteklog tjedna informirali o hrvatskoj politici gledajući televiziju ili slušajući radio (78%), čitajući internetske stranice (51%) bilo da je riječ o vijestima, blogovima ili drugim sličnim izvorima (51%). Oko 35% ispitanika navelo je da su tijekom prethodnog tjedna saznali neke informacije o hrvatskoj politici iz razgovora s obitelji, prijateljima i/ili kolegama, a njih 30% posjećujući društvene mreže (npr. Facebook). Oko 8% ispitanika navelo je da se u promatranom razdoblju nisu informirali o politici. Korisnici neprofitnih medija se statistički značajno češće od prosječnog korisnika Interneta informiraju o politici *razgovarajući s prijateljima i obitelji* (41,2%), koristeći *društvene mreže* (36,8%), *čitajući tiskane novine i časopise* (56%) i *na web stranicama i blogovima* (71,7%). Televiziju i radio kao izvor političkih informacija, korisnici neprofitnih medija koriste podjednako kao i prosječni korisnici Interneta.

Tabela 16: Dijeljenje informacija o hrvatskoj politici za korisnike Interneta i neprofitnih medija (medijska participacija).

<i>Jeste li i Vi tijekom prošlog tjedna učinili nešto od navedenog?</i>	Online reprezentativno %	Publike neprofitnih medija %
Ništa od navedenog	69,5%	56,6%
Komentirali ili „lajkali“ vijesti o hrvatskoj politici na društvenim mrežama	21,8%	31,4%
Dijelili vijesti o hrvatskoj politici putem društvenih mreža (Facebook, LinkedIn, Twitter, itd.)	13,0%	20,8%
Dijelili vijesti o hrvatskoj politici elektronskom poštom (e-mail)	6,9%	11,3%
Drugo	2,0%	2,2%
Pisali pismo urednicima ili komentirali vijesti o političkoj situaciji u Hrvatskoj	1,2%	1,6%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>318</b>

Ispitanike smo pitali i jesu li dijelili vijesti s prijateljima obitelji elektronskom poštom, društvenim mrežama ili su pisali pismo urednicima novina ili časopisa. Većina ispitanika (oko 70%) nije učinila ništa od spomenutog. Oko 22% ispitanika je komentiralo ili 'lajkalo' vijesti o hrvatskoj politici na društvenim mrežama, a 7% ispitanika navelo je i da su slali odnosno dijelili s prijateljima vijesti o hrvatskoj



politici elektronskom poštom. Korisnici neprofitnih medija su participativniji od prosječnog korisnika Interneta, te su češće od prosječnog korisnika interneta dijelili s drugima vijesti o hrvatskoj politici putem elektronske pošte (11,3%), društvenim mrežama (20,8%), i, komentiral ili lajkali vijesti o hrvatskoj politici na društvenim mrežama (31,4%).

Tabela 17: Izvori *televizijskih* vijesti za korisnike Interneta i neprofitnih medija

<i>Gdje ćete potražiti najnovije vijesti iz zemlje?</i>	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
HTV	57,6%	55,0%
RTL	33,2%	34,3%
NOVA TV	52,8%	58,2%
Drugo	2,8%	4,1%
Niti jedna	5,1%	3,5%
Ne znam	1,8%	1,9%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>318</b>

Pogledamo li detaljnije koje izvore ispitanici koriste da bi se informirali o politici na različitim informativnim medijima (televizija, radio, dnevne novine, Internet) možemo vidjeti da kada je riječ o televizijskom mediju, javna televizija (HTV) predstavlja za većinu ispitanika (58%) glavni izvor informiranja o hrvatskoj politici, no približava joj se NovaTV gdje se o nacionalnoj politici informira 53% ispitanika. Na trećem mjestu je RTL gdje 33% ispitanika traži informacije o nacionalnoj politici. Televiziju kao izvor informacija o hrvatskoj politici ne koristi 5% ispitanika. Nema velikih razlika između korisnika i nekorisnika neprofitnih medija kada je riječ o tome gdje će najprije pogledati najnovije vijesti iz zemlje, osim što se korisnici neprofitnih medija nešto češće od prosječnog korisnika Interneta informiraju na televiziji NovaTV.

Tabela 18: Izvori *radijskih* vijesti za korisnike Interneta i neprofitnih medija

<i>Gdje ćete potražiti najnovije vijesti iz zemlje?</i>	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
HR1	28,8%	29,9%
Drugo	22,5%	22,0%
Otvoreni radio	16,3%	22,0%
Narodni radio	15,0%	16,7%
Niti jedna	14,5%	10,7%
HR2	13,4%	14,8%
Ne znam	4,6%	4,7%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>318</b>

Kada je riječ o radijskom mediju, najveći postotak ispitanika (uključujući i korisnike neprofitnih medija) se o hrvatskoj politici informira na 1. Programu Hrvatskog radija (29%), Otvorenom radiju (16%) i Narodnom radiju (15%). Ipak, 23% ispitanika se o nacionalnoj politici informira na nekoj drugoj radio stanici pri čemu je riječ najčešće o lokalnim radio stanicama. Oko 15% ispitanika ne koristi radio kao izvor informacija o hrvatskoj politici. Vijesti na Otvorenom radiju korisnici neprofitnih medija (22%) slušaju statistički značajno češće od prosječnog korisnika Interneta (16%). Osim toga korisnici neprofitnih medija se općenito češće informiraju o politici na radiju od prosječnog korisnika Interneta.

Tabela 19: *Tiskane dnevne novine* koje korisnici Interneta i neprofitnih medija koriste za informiranje o hrvatskoj politici

<i>Gdje ćete potražiti najnovije vijesti iz zemlje?</i>	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
Jutarnji list	38,4%	40,6%
Večernji list	30,0%	30,5%
24 sata	26,0%	30,5%
Niti jedna	13,6%	8,2%
Novi list	10,0%	14,2%
Slobodna Dalmacija	9,9%	14,2%
Neke druge	5,1%	4,1%
Ne znam	2,6%	3,1%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>318</b>

Jutarnji list (38%) i Večernji list (30%) i 24 sata (26%) su dnevne novine koje ispitanici najčešće navode kao izvor informacija o hrvatskoj politici. Oko 10% ispitanika se o hrvatskoj politici informira u Novom listu ili Slobodnoj Dalmaciji, dok neke druge dnevne novine u tu svrhu koristi 5% ispitanika. Oko 14% ispitanika navodi da ne koriste dnevne novine kao izvor informacija o hrvatskoj politici. Korisnici neprofitnih medija u se većem postotku informiraju iz svih navedenih medija, ali je ta razlika statistički značajna za 24sata, gdje se informira oko 31% korisnika neprofitnih medija, Slobodnu Dalmaciju (14%) i Novi list gdje se informira 14,2 % korisnika neprofitnih medija.

Tabela 20: *Internetski portali* koje korisnici Interneta i neprofitnih medija koriste za informiranje o hrvatskoj politici

<i>Gdje ćete potražiti najnovije vijesti iz zemlje?</i>	Online reprezentativno	Publike neprofitnih medija
	%	%
index.hr	48,1%	52,2%
net.hr	31,9%	38,4%
jutarnji.hr	25,9%	24,8%
24sata.hr	24,8%	23,3%
večernji.hr	19,4%	18,6%
Neke druge	16,0%	18,9%
Niti jedna	3,0%	1,3%
Ne znam	2,3%	0,9%
<b>Ukupno</b>	<b>1208</b>	<b>318</b>

Određena *masifikacija* publika oko pojedinog medija uočljiva je i za Internet kao medij ili platformu za prikupljanje informacija o nacionalnoj politici. Većina ispitanika se na Internetu o hrvatskoj politici prvenstveno informira na informativnim ili *news* portalima i na internetskim stranicama tiskanih dnevnih novina. Pri tome najveći postotak ispitanika informacije o hrvatskoj politici traži na portalu index.hr (48%), net.hr (32%), jutarnji.hr (26%) i 24sata (26%), dok se 20% ispitanika o hrvatskoj politici informira na internetskoj stranici Večernjeg lista – večernji.hr. Oko 16% ispitanika koristi neke druge internetske stranice kako bi se informirali o hrvatskoj politici, a 3% navodi da ne koriste internet kao izvor informacija o hrvatskoj politici. Nema značajnih razlika između prosječnog korisnika Interneta i korisnika neprofitnih portala kada je riječ o tome koje će online medije najprije posjetiti da bi se informirali o hrvatskoj politici, osim kada je riječ o portalu *net.hr* gdje se značajno

više korisnika neprofitnih medija (38,4%) informira o politici u odnosu na prosječnog korisnika Interneta (31,9%).

Za testiranje političkog i građanskog aktivizma građana korištena je inačica Guttmanove skale kojom se mjeri stupanj volje za sudjelovanje u različitim oblicima građanskog aktivizma, pri čemu se različiti oblici građanskog aktivizma mogu stupnjevati prema tome koliko angažmana traže od sudionika od relativno manje zahtjevnih (glasanje na izborima, potpisivanje peticije, sudjelovanje u prosvjedu ili štrajku) zatim nešto zahtjevnijih, ali individualnih aktivnosti kao što su pisanje pisma predstavnicima vlasti, osobni susret s predstavnicima vlasti do zahtjevnijih i društveno koordiniranih aktivnosti kao što su: organiziranje prosvjeda i/ili štrajkova, volontiranje za stranku, članstvo u političkoj stranci, volontiranje za građansku udrugu i članstvo u građanskoj udruzi (Tablica 21).

Većina ispitanika navodi da su glasali na izborima (91%), dok tek 3% ispitanika nikad ne bi izašli na izbore. Peticiju je potpisalo 70% ispitanika, a 3% ispitanika nikad ne bi potpisali peticiju. U štrajku ili prosvjedu sudjelovalo je nešto više od četvrtine ispitanika (28%), a 21% ispitanika nikad ne bi sudjelovali u štrajku ili prosvjedu. Pismo predstavnicima vlasti napisalo je oko 13% ispitanika, dok se 34% ispitanika nikad ne bi obratili predstavnicima na ovaj način. Oko 13% ispitanika se i osobno sastalo s predstavnicima vlasti, a 38% ispitanika navodi da nikad ne bi dogovorili osobni sastanak s predstavnicima vlasti.

Nešto manje od četvrtine ispitanika (24%) su bili (ili još uvijek jesu) članovi građanske udruge, dok 20% ispitanika navodi da nikad ne bi bili članovi neke građanske udruge, kao što 20% ispitanika navodi i da nikad ne bi volontirali za građansku udrugu. Kada je riječ o političkim strankama, 65% ispitanika navelo je da nikad ne bi volontirali za političku stranku, dok 63% ispitanika se nikad ne bi učlanili u političku stranku. Oko 9% ispitanika su volontirali za stranku, a 13% ih je bilo učlanjeno (ili su još uvijek članovi) neke političke stranke.

Vrlo mali postotak ispitanika (5%) je sudjelovao u organizaciji prosvjeda ili štrajka, a oko 50% ispitanika nikad ne bi sudjelovalo u organizaciji prosvjeda ili štrajka.

Korisnici neprofitnih portala općenito su *više politički i civilno angažirani* u odnosu na prosječnog korisnika Interneta, a statistički značajno se razlikuju od prosjeka kada je riječ o sljedećim oblicima građanskog aktivizma: potpisivanje peticije, pisanje predstavnicima vlasti, osobni sastanak, organiziranje potpisivanja peticije, sudjelovanje u prosvjedu ili štrajku, organiziranje prosvjeda ili štrajka, volontiranje za političku stranku, članstvo u stranci, volontiranje za udrugu i članstvo u građanskoj udruzi.

Tabela 21: Građanska i politička participacija korisnika Interneta i portala neprofitnih medija

1. Glasanje na izborima	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	1101	91,1	279	87,7
Možda bih sudjelovao/la	64	5,3	23	7,2
Nikad ne bih sudjelovao/la	43	3,6	16	5,0
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
2. Potpisivanje peticije	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	941	77,9	266	83,6
Možda bih sudjelovao/la	229	19,0	44	13,8
Nikad ne bih sudjelovao/la	38	3,1	8	2,5
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
3. Pisanje pisma predstavnicima vlasti	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	160	13,2	67	21,1
Možda bih sudjelovao/la	640	53,0	180	56,6
Nikad ne bih sudjelovao/la	408	33,8	71	22,3
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
4. Osobni sastanak s predstavnicima vlasti	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	151	12,5	53	16,7
Možda bih sudjelovao/la	599	49,6	173	54,4
Nikad ne bih sudjelovao/la	458	37,9	92	28,9
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
5. Organiziranje potpisivanja peticije	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	81	6,7	45	14,2
Možda bih sudjelovao/la	636	52,6	185	58,2
Nikad ne bih sudjelovao/la	491	40,6	88	27,7
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
6. Sudjelovanje u prosvjedu/štrajku	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	332	27,5	106	33,3
Možda bih sudjelovao/la	621	51,4	168	52,8
Nikad ne bih sudjelovao/la	255	21,1	44	13,8
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
7. Organiziranje prosvjeda/štrajka	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	64	5,3	24	7,5
Možda bih sudjelovao/la	543	45,0	182	57,2
Nikad ne bih sudjelovao/la	601	49,8	112	35,2
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
8. Volontiranje za stranku	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	105	8,7	39	12,3
Možda bih sudjelovao/la	312	25,8	97	30,5
Nikad ne bih sudjelovao/la	791	65,5	182	57,2
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
9. Članstvo u političkoj strani	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	154	12,7	54	17,0
Možda bih sudjelovao/la	297	24,6	90	28,3
Nikad ne bih sudjelovao/la	757	62,7	174	54,7
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
10. Volontiranje za udrugu ili građansku grupu	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	267	22,1	103	32,4
Možda bih sudjelovao/la	693	57,4	175	55,0
Nikad ne bih sudjelovao/la	248	20,5	40	12,6
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
11. Članstvo u građanskoj grupi ili udruzi	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Sudjelovao/la sam	290	24,0	104	32,7
Možda bih sudjelovao/la	674	55,8	176	55,3
Nikad ne bih sudjelovao/la	244	20,2	38	11,9
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Najčešći razlog zbog kojeg ispitanici ne bi glasali, potpisali peticiju, pisali predstavnicima vlasti, osobno se sastali s predstavnicima vlasti, volontirali za stranku ili se učlanili u stranku je *nedostatak interesa za politiku*, i to je navelo 95% ispitanika koji nikad ne bi izašli na izbore (N=43), 50% ispitanika koji nikad ne bi potpisali peticiju (N=38), 45% ispitanika koji nikad ne bi pisali predstavnicima vlasti (N=408), 47% ispitanika koji se nikad ne bi osobno sastali s predstavnicima vlasti (N=458), 43% ispitanika koji nikad ne bi volontirali za stranku i 51% ispitanika koji se nikad ne bi učlanili u stranku.

Ispitanici koji nikad ne bi izašli na izbore navode kao razlog za to još i nedostatak interesa za takav oblik građanskog angažmana (26%), slično kao i 24% onih koji nikad ne bi potpisali peticiju, 36% onih koji nikad ne bi pisali predstavnicima vlasti i koji se nikad ne bi osobno sastali s predstavnicima vlasti, 41% onih koji nikad ne bi volontirali za stranku, i 39% onih koji se nikad ne bi učlanili u političku stranku.

Kao glavni razlog nesudjelovanja u prosvjedu ili štrajku, organiziranju potpisivanja peticije, organiziranju prosvjeda ili štrajka, volontiranja za građansku udrugu ili u članstvu građanske udruge ispitanici navode *nedostatak interesa za taj oblik građanskog angažmana*. Ispitanici koji nikad ne bi sudjelovali u prosvjedu ili štrajku (N=255) u najvećem postotku kao glavni razlog zbog kojeg ne bi sudjelovali u tome navode nedostatak interesa za takav oblik građanskog angažmana (43%), slijedi nedostatak interesa za politiku (28%), to što njihova okolina ne podržava takve oblike akcije (7%) i nedostatak slobodnog vremena (6%). Ispitanici koji nikad ne bi sudjelovali u organiziranju potpisivanja peticije (N=491) kao glavni razlog zbog kojeg nikad ne bi u tome sudjelovali također navode nedostatak interesa za takav oblik angažmana (42%), nedostatak interesa za politiku (28%) i nedostatak slobodnog vremena (18%). Ispitanici koji nikad ne bi sudjelovali u organizaciji prosvjeda ili štrajka (N=601) kao glavni razlog za to navode nedostatak interesa za takav oblik angažmana (44%), nedostatak interesa za politiku (21%), nedostatak slobodnog vremena (11%), strah od gubitka posla (8%) i to što ne znaju dovoljno ljudi sa sličnim interesima (6%). Ispitanici koji nikad ne bi volontirali za građansku udrugu (N=248) kao glavni razlog za to navode nedostatak interesa za takav oblik angažmana (38%), nedostatak interesa za politiku (28%) i nedostatak slobodnog vremena (19%) dok ispitanici koji se nikad ne bi učlanili u građansku udrugu (N=244) kao glavni razlog za to također navode nedostatak interesa za takav oblik angažmana (41%), nedostatak interesa za politiku (32%), nedostatak slobodnog vremena (11%) i to što ne znaju dovoljno ljudi sa sličnim interesima (6%).

Nema velikih razlika između korisnika i nekorisnika neprofitnih medija obzirom na to koje razloge ističu kao glavne razloge zbog kojih nikad ne bi sudjelovali u pojedinim oblicima političkog i građanskog aktivizma.

Tabela 22: Interes za politiku među korisnicima Interneta i neprofitnih medija

<i>Prema Vašoj procjeni, koliko ste zainteresirani za politiku?</i>	Online reprezentativno %	Publike neprofitnih medija %
Jako sam zainteresiran/a	9,4	12,6
Donekle sam zainteresiran/a	36,8	45,3
Nisam toliko zainteresiran/a	27,7	26,7
Uopće nisam zainteresiran/a	26,1	15,4
<b>Ukupno</b>	<b>2108</b>	<b>318</b>

Kada smo zamolili ispitanike da na skali od 1 do 4 ocijene vlastiti interes za politiku (gdje jedan označava velik interes za politiku, 2 donekle izražen interes za politiku, 3 ne toliko zainteresiranost za politiku i 4 nezainteresiranost za politiku) pokazalo se da 9% ispitanika izražava velik interes za politiku, dok 26% ispitanika nije uopće zainteresirano za politiku. Oko 37% ispitanika smatra da su donekle zainteresirani za politiku, dok 28% ispitanika smatra da nisu toliko zainteresirani za politiku. Zbrojimo li ocijene koje izražavaju interes za politiku (1 i 2) i one koje ukazuju na nezainteresiranost za politiku (3 i 4) vidimo da većina korisnika Interneta izražava nedostatak interesa za politiku (54%) dok je 46% ispitanika zainteresirano za politiku. Korisnici neprofitnih medija izražavaju značajno veći interes za politiku u odnosu na prosječnog korisnika Interneta. Većina korisnika neprofitnih medija izražava interes za politiku (oko 58%) u usporedbi s 46% zainteresiranih korisnika Interneta.

Tabela 23: Ocjena institucionalne i osobne političke efikasnosti korisnika Interneta i neprofitnih medija

<i>Ne osjećam se dovoljno sposobnim/sposobnom utjecati na politiku/javna pitanja</i>	Online reprezentativno %	Publike neprofitnih medija %
Uopće se ne slažem	22,4	25,2
Uglavnom se ne slažem	24,5	29,2
Uglavnom se slažem	33,4	32,4
U potpunosti se slažem	13,0	4,7
Ne znam	6,7	8,5
<b>Total</b>	<b>2108</b>	<b>318</b>
<i>Političke institucije/institucije vlasti su takve da obični ljudi ne mogu na njih utjecati :</i>	%	%
Uopće se ne slažem	10,5	12,9
Uglavnom se ne slažem	16,6	21,7
Uglavnom se slažem	35,2	34,9
U potpunosti se slažem	34,2	26,4
Ne znam	3,5	4,1
<b>Total</b>	<b>2108</b>	<b>318</b>

Rezultati pokazuju da se 47% ispitanika smatra dovoljno sposobnim utjecati na politiku odnosno javna pitanja, u odnosu na 46% ispitanika koji smatraju da nisu dovoljno sposobni utjecati na politiku. Ako pogledamo rezultate koji ukazuju na to koliko su političke institucije u očima ispitanika responzivne u odnosu na zahtjeve građana i njihov angažman, rezultati ukazuju na to da više od dvije trećine građana (69%) smatra da su političke institucije takve da građani na njih ne mogu utjecati, dok tek 27% ispitanika smatra da je moguće utjecati na političke institucije i institucije

vlasti. Korisnici neprofitnih medija se u većem postotku smatraju sposobnima djelovati na političke institucije. Osim toga oni u značajno većem postotku smatraju da su političke institucije takve da se na njih može utjecati. Većina korisnika neprofitnih medija smatra da se sposobnim djelovati na političke institucije (54%) dok je prosjek za korisnike Interneta 47%, a 35% korisnika neprofitnih medija u usporedbi s 27% korisnika Interneta općenito smatra da su političke institucije takve da se na njih može djelovati.

### **Ocjena hrvatskog medijskog sustava i neprofitni mediji u Hrvatskoj**

Ispitanike smo zamolili da ocijene hrvatski medijski sustav općenito i medije koje redovito prate na temelju sljedećih kriterija:

- Ravnopravna zastupljenost različitih stajališta i viđenja određenog problema
- Novinari su zastupnici javnosti i njihovih prava i interesa
- Novinari izvještavaju objektivno, neutralno i nepristrano
- Mediji građanima pružaju dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima
- Ekonomska neovisnost medija
- Politička neovisnost medija
- Mediji su slobodni i nezavisni.

Navedeni kriteriji operacionalizirani su u sljedeće tvrdnje, od kojih su neke formulirane pozitivno, a neke negativno kako bi se smanjila mogućnost da ispitanici daju automatske odgovore, te kako bi se lakše uočili takvi slučajevi ukoliko se dogode:

a. *Tvrdnje za ocjenu hrvatskog medijskog sustava u cjelini:*

- U većini medija ravnopravno su zastupljena različita stajališta i viđenja određenog problema
- Novinari su pretežno zastupnici javnosti i njihovih prava i interesa
- Novinari većine medija izvještavaju objektivno, nepristrano i neutralno
- Mislim da većina medija daje dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima
- Mislim da je većina medija pod utjecajem politike
- Mislim da je većina medija pod utjecajem nekih ekonomskih interesa
- Većina medija je slobodna i neovisna

b. *Tvrdnje za ocjenu medija koje ispitanici redovito prate:*

- U medijima koje redovito pratim ravnopravno su zastupljena različita stajališta i viđenja određenog problema
- U medijima koje redovito pratim novinari su pretežno zastupnici javnosti i njihovih prava i interesa

- Novinari medija koje redovito pratim izvještavaju objektivno, nepristrano i neutralno
- Mediji koje redovito pratim daju mi dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima
- Mislim da su mediji koje redovito pratim pod utjecajem politike
- Mislim da su mediji koje redovito pratim pod utjecajem nekih ekonomskih interesa
- Mediji koje redovito pratim su slobodni i nezavisni.

Ispitanici su ove tvrdnje ocjenjivali na skali od 1-4 (gdje 1 označava uopće se ne slažem, 2 uglavnom se ne slažem, 3 uglavnom se slažem 4 u potpunosti se slažem) uz mogućnost da ukoliko ne mogu ocijeniti neki element medijskog sustava označe odgovor: ne znam.

Tabela 24: Ocjena hrvatskih medija (korisnici Interneta i neprofitnih medija)

Mislim da većina medija daje dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	477	39,5	145	45,6
Slažem se	688	57,0	157	49,4
Ne znam	43	3,6	16	5,0
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Mislim da je većina medija pod utjecajem politike	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	150	12,4	33	10,4
Slažem se	1014	83,9	269	84,6
Ne znam	44	3,6	16	5,0
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Mislim da je većina medija pod utjecajem nekih ekonomskih interesa	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	94	7,8	23	7,2
Slažem se	1073	88,8	275	86,5
Ne znam	41	3,4	20	6,3
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Većina medija je slobodna i neovisna	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	942	78,0	241	75,8
Slažem se	208	17,2	55	17,3
Ne znam	58	4,8	22	6,9
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Novinari većine medija izvještavaju objektivno i nepristrano, neutralno	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	863	71,4	221	69,5
Slažem se	289	23,9	75	23,3
Ne znam	56	4,6	22	6,9
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
U većini medija ravnopravno su zastupljena različita stajališta i vidjenja određenog problema	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	856	70,9	223	70,1
Slažem se	291	24,1	74	23,3
Ne znam	61	5,0	21	6,6
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Novinari su pretežno zastupnici javnosti i njihovih prava i interesa :	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	781	64,7	197	61,9
Slažem se	357	29,6	99	31,1
Ne znam	70	5,8	22	6,9
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Ispitanici su hrvatske medije ocijenili vrlo lošima, a najslabije su ocijenjeni obzirom na političku i ekonomsku neovisnost, pa tako 89% korisnika Interneta smatra da su mediji pod utjecajem ekonomskih interesa, a 84% ispitanika smatra da su mediji pod utjecajem političkih interesa. Oko 78% smatra da mediji nisu slobodni i neovisni, a 71% ispitanika smatra da hrvatski novinari ne izvještavaju objektivno i nepristrano i



da u medijima nisu ravnopravno zastupljena različita stajališta i viđenja problema. Ispitanici najboljim ocjenjuju medije obzirom na to da li novinari daju dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima, a s tim se slaže 57% ispitanika.

Korisnici neprofitnih medija statistički značajno lošijim ocjenama ocjenjuju hrvatske medije obzirom na to da li mediji građanima pružaju dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima, ali istovremeno boljim od prosječnog korisnika Interneta ocjenjuje medije kada je riječ o tome koliko su ekonomski neovisni. Oko 85% korisnika neprofitnih medija smatra da su mediji pod utjecajem ekonomskih interesa, a tek 49% se slaže s tim da novinari daju dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima.

Tabela 24: Ocjena medija koje redovito prate (korisnici Interneta i neprofitnih medija)

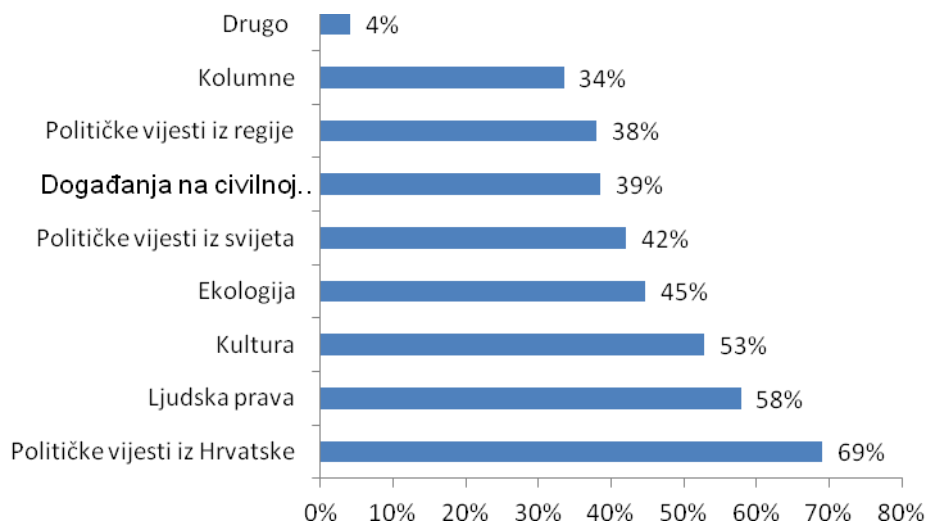
Mediji koje redovito pratim daju mi dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima	Online reprezentativno		Publike neprofitnih medija	
	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	291	24,1	91	28,6
Slažem se	850	70,4	208	65,4
Ne znam	67	5,5	19	6,0
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Mislim da su mediji koje redovito pratim pod utjecajem politike	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	264	21,9	70	22,0
Slažem se	858	71,0	226	71,1
Ne znam	86	7,1	22	6,9
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Mislim da su mediji koje pratim pod utjecajem nekih ekonomskih interesa	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	190	15,7	52	16,4
Slažem se	935	77,4	243	76,4
Ne znam	83	6,9	23	7,2
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Mediji koje redovito pratim su slobodni i nezavisni	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	754	62,4	185	58,2
Slažem se	346	28,6	102	32,1
Ne znam	108	8,9	31	9,7
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
Novinari medija koje redovito pratim izvještavaju objektivno, nepristrano, neutralno	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	694	57,5	173	54,40251572
Slažem se	425	35,2	115	36,16352201
Ne znam	89	7,367549669	30	9,433962264
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100</b>	<b>318</b>	<b>100</b>
U medijima koje redovito pratim ravnopravno su zastupljena različita stajališta i viđenja određenog problema :	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	658	54,5	163	51,3
Slažem se	467	38,7	128	40,3
Ne znam	83	6,9	27	8,5
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>
U medijima koje redovito pratim, novinari su pretežno zastupnici javnosti i njihovih prava i interesa	Frekvencije	%	Frekvencije	%
Ne slažem se	657	54,4	158	49,7
Slažem se	440	36,4	130	40,9
Ne znam	111	9,2	30	9,4
<b>Total</b>	<b>1208</b>	<b>100,0</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>

Ispitanici (korisnici Interneta i neprofitnih medija) statistički značajno boljim ocjenjuju medije koje redovito prate u odnosu na hrvatske medije općenito i to prema svim testiranim kriterijima, pri čemu nema značajnih razlika između korisnika i nekorisnika neprofitnih medija.

## NEPROFITNI MEDIJI U HRVATSKOJ

Više od dvije trećine korisnika Interneta (74%) ne prati neprofitne medije, a čak 9% ispitanika ne zna da li prati neprofitne medije. Oko 26,3% ispitanika prati neprofitne medije i to ovim redosljedom: najviše ispitanika (7%) posjećuje portal Udruge Cenzura Plus ([www.cenzura.hr](http://www.cenzura.hr)), portal [www.civilnodrustvo.hr](http://www.civilnodrustvo.hr) posjećuje 6% ispitanika, portal Udruge za nezavisnu medijsku kulturu ([www.h-alter.org](http://www.h-alter.org)) također prati 6% ispitanika. Portal Studija razvojnih inicijativa ([www.infozona.hr](http://www.infozona.hr)) prati 2% ispitanika, kao i portal Kurziva – platforme za pitanja kulture, medija i društva ([www.kulturpunkt.hr](http://www.kulturpunkt.hr)) i portal Udruge za razvoj radijskih programa Radio mreža ([www.radionet.hr](http://www.radionet.hr)). Stranicu Fantastično dobre institucije – Fade in ([www.fadein.hr](http://www.fadein.hr)) posjećuje 1% ispitanika, neki drugi i ne zna

Graf 1: Sadržaji koje prate korisnici neprofitnih medija ([www.cenzura.hr](http://www.cenzura.hr), [www.civilnodrustvo.hr](http://www.civilnodrustvo.hr), [www.h-alter.org](http://www.h-alter.org), [www.infozona.hr](http://www.infozona.hr), [www.kulturpunkt.hr](http://www.kulturpunkt.hr), [www.radionet.hr](http://www.radionet.hr), [www.fadein.hr](http://www.fadein.hr)) (N=197)



Ispitanici koji prate neprofitne medije najčešće prate politicheske vijesti iz Hrvatske (69%), teme vezane uz ljudska prava (58%), kulture (53%) i ekološke teme (45%).

Ispitanici kao najčešći razlog zbog kojeg ne prate neprofitne medije navode da nisu čuli za njih (45%), ne zanimaju ih neprofitni mediji (31%), ili imaju naviku informiranja iz drugih medija (23%). Manji postotak ispitanika kao razloge navodi to što prema njihovom mišljenju, neprofitni mediji nisu dovoljno aktualni (6%), obraćaju se zatvorenom krugu aktivista (6%), ne nude dovoljno informacija (6%) ili su pristrani (6%). Moguće je, pretpostaviti da je ovdje riječ o ispitanicima koji su prije koristili (povremeno ili redovito) ove medije, ali ih više ne koriste budući da su njihovi odgovori konkretniji i direktno vezani uz sadržaj.

Na pitanje što bi moglo povećati njihov interes za neprofitnim medijima ispitanici su najčešće navodili sljedeće:

- Bolja dostupnost i vidljivost neprofitnih medija (npr. preko tražilica, stranica drugih medija, društvenih mreža i sl.)
- Više reklame, promocije i informacija o tim medijima
- Prisutnost u drugim 'masovnijim' medijima
- Veća prisutnost udruga i neprofitnih medija u javnosti
- Angažman udruga oko važnih javnih pitanja
- Konkretno i medijski popraćene akcije udruga
- Više slobodnog vremena
- Više zanimljivih sadržaja/tema
- Kvalitetni sadržaji
- Profesionalizam i istraživačko novinarstvo
- Objektivno i nepristrano izvještavanje
- Aktualnost
- Kritičnost
- Poštenje
- Transparentnost rada udruga.

## **ZAKLJUČAK**

Prikazali smo rezultate istraživanja publika neprofitnih medija u Hrvatskoj, prema kojima korisnici neprofitnih medija oblikuju skupinu medijski i informativno angažiranije publike u odnosu na prosjek za on-line populaciju. Neprofitne medije koristi oko 26% korisnika Inteneta u Hrvatskoj, koji u postotku više koriste gotovo sve medije, osim radija (na klasičnom radio uređaju) i televizije na televizijskom ekranu, gdje nema statistički značajne razlike između korisnika i nekorisnika neprofitnih medija. Osim toga, korisnici neprofitnih medija statistički značajno češće od prosjeka prate informativne i političke sadržaje na televiziji, radiju, Internetu i u tiskanim novinama (dnevnim nacionalnim, internacionalnim, tjednicima itd.). Većina korisnika neprofitnih medija se o hrvatskoj politici informira gledajući televiziju ili slušajući radio (76%) i na Internetu (51%). Korisnici neprofitnih medija se statistički značajno više o politici informiraju razgovarajući s obitelji i prijateljima (41%), na

društvenim mrežama (37%), čitajući tiskane novine i časopise (56%) i na web stranicama i blogovima (72%). Osim toga oni su i participativniji od prosječnog korisnika Interneta, te su češće dijelili s drugima vijesti o hrvatskoj politici putem elektronske pošte (11%), društvenim mrežama (21%) ili su komentirali ili 'lajkali' vijesti o hrvatskoj politici na društvenim mrežama (31%). Osim medijske participacije, korisnici neprofitnih medija formiraju skupinu politički i civilno angažiranijih građana u odnosu na prosjek za on-line populaciju. Korisnici neprofitnih medija izražavaju i veći interes (58%) za politiku od prosječnog korisnika Interneta (46%), u većem postotku sebe smatraju sposobnima utjecati na političke institucije (54%) i u većem postotku od prosjeka, smatraju da su u Hrvatskoj političke institucije takve da se na njih može utjecati (47%). Interes korisnika neprofitnih medija za političke i informativne sadržaja vidljiv je i iz rezultata koji govore koje teme korisnici ovih medija najčešće prate na stranicama neprofitnih medija, a to su ponajprije političke vijesti iz Hrvatske (69%), teme vezane uz ljudska prava (58%), kulture (53%) i ekologije (45%).

Važno je napomenuti da se korisnici neprofitnih medija ne razlikuju se od prosječnog korisnika Interneta po dobi, spolu, osobnim primanjima, stupnju obrazovanja, vrsti profesije, veličini naselja u kojem žive. Korisnici i nekorisnici neprofitnih medija ne razlikuju se i obzirom na tehničku opremljenost kućanstava, ali oni u većem postotku koriste sve testirane multimedijalne uređaje (mp3, wifi radio, hard disk, CD uređaj, VHS i TV box s pristupom Internetu), a razlika je statistički značajna za sve osim videa (VHS) i TV

Hrvatske medije su korisnici neprofitnih medija ocijenili vrlo lošim ocjenama, a najslabije su ocijenjeni obzirom na političku i ekonomsku neovisnost. Najboljom ocjenom ispitanici ocjenjuju medije obzirom na to da li novinari daju dovoljno informacija o političkim i društvenim pitanjima, s čim se slaže 49% korisnika neprofitnih medija. Ipak, korisnici neprofitnih medija ovu karakteristiku ocjenjuju lošijom od prosječnog korisnika Interneta, dok u odnosu na prosječnog korisnika Interneta bolje ocjene daju hrvatskim medijima vezano uz njihovu neovisnost o ekonomskim interesima. Zanimljivo je da korisnici Interneta i korisnici neprofitnih medija statistički značajno boljim ocjenjuju medije koje redovito koriste i to u odnosu na sve testirane karakteristike

Oko 74% ispitanika ne koristi neprofitne medije, a kao najčešće razloge zbog kojih ne prate neprofitne medije naveli su to da nisu čuli za njih (45%), ne zanimaju ih (31%) ili imaju naviku informiranja iz drugih medija (23%). Na pitanje što bi moglo povećati njihov interes za neprofitnim medijima najčešće su navodili sljedeće razloge podijeljene u nekoliko tematskih grupa koje ujedno ukazuju i na moguće prostore za eventualna poboljšanja: 1) nedovoljna vidljivost, dostupnost i prisutnost neprofitnih medija u javnosti (reklame i promocija, dostupnost preko tražilica, društvenih mreža, drugih medija), 2) veći angažman udruga (konkretne i medijski popraćene akcije), 3) kvaliteta sadržaja (zanimljivi sadržaji/teme, profesionalizam i istraživačko

novinarstvo, objektivno i nepristrano izvještavanje, kritičnost i aktualnost), 4) ostalo (više raspoloživog slobodnog vremena, poštenje, transparentnost rada udruga).