

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Rezultati kvantitativnog istraživanja

Mart, 2022. godine



Urednik:
Goran Vuković, direktor AEM-a

Izdavač:
Agencija za elektronske medije

Štamparija: Click Print, Podgorica

Podgorica, mart 2022.

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna biblioteka Crne Gore , Cetinje

ISBN978-9940-8835-1-5
COBISS.CG-ID21743876

Agencija za elektronske medije Crne Gore se zahvaljuje na saradnji agenciji DEFACTO CONSULTANCY

Sadržaj

Metodipodaci	5
Uzorak	5
Prikupljanje i kontrola podataka	6
Navike ispitanika u pogledu gledanja televizijskog sadržaja	7
Jutarnji program.....	17
Program o aktuelnim dnevno-političkim dešavanjima	20
Informativni program	25
Vjerodostojnostinformacija	30
Pregled najvažnijih nalaza	37

Disclaimer

Sadržaj ove publikacije, stavovi, mišljenja, rezultati istraživanja, tumačenja i zaključci izraženi u ovoj publikaciji pripadaju autorima i saradnicima, i ne odražavaju nužno zvaničnu politiku ili poziciju [Agencije za elektronske medije](#).

Metodipodaci

Izveštaj pred Vama nastao je sa ciljem ispitivanja stavova građana Crne Gore u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa, te sagledavanja preferencija na medijskom tržištu sa aspekta različitih žanrova programskih sadržaja (informativni, infotainment, zabavni i sportski sadržaji).

Rezultati mogu poslužiti kao prikaz stavova o televizijskim sadržajima u jednom vremenskom trenutku, **novembru 2021. godine**. Istovremeno, rezultati se mogu posmatrati i kao bazična studija koja može da preraste ulongitudinalno istraživanje, što bi omogućilo praćenje promjene trendova kroz vrijeme.

Izveštaj prati konstrukciju upitnika o kojem će biti riječi nešto kasnije, te je podijeljen u **sedam cjelina**. U prvoj cjelini date su osnovne informacije o korišćenom metodu i prikupljenim podacima.

Glavni nalazi su sistematizovani u sljedećim poglavljima: „**Navike ispitanika u pogledu gledanja televizijskog sadržaja**“ sadrži podatke o tome koliko ispitanici gledaju televizijski sadržaj, kako i šta konkretno gledaju, te kakva je percepcija ispitanika o televizijskom programu u Crnoj Gori i regionu. U poglavlju „**Jutarnji program**“ prikazani su podaci koji se odnose na juturne programe koje ispitanici prate i razloge zbog kojih biraju baš te programe. Poglavlje „**Program o aktuelnim dnevno-političkim dešavanjima**“ sadrži stavove ispitanika o emisijama u formi debata, razgovora i diskusija, te intervju sa političarima i ličnostima iz javnog života, koje tretiraju dnevno-političke teme. Nadalje, slijedi poglavlje „**Informativni program**“ u kome analiziramo percepcije ispitanika o centralnim informativnim emisijama. Konačno, poglavlje „**Vjerodostojnost informacija**“ ispituje znanje ispitanika o lažnim vijestima i načinima putem kojih provjeravaju informacije. Na kraju, u posljednjoj cjelini izvještaja predstavljena je rekapitulacija glavnih nalaza.

Upitnik je kreiran kao kombinacija tzv. **zatvorenih¹** i **otvorenih²** pitanja. U cilju sprovođenja kompleksnije analize, u izvještaju neće biti predstavljene samo osnovne frekvencije odgovora ispitanika na zatvorena pitanja - varijable će biti ukrštene sa glavnim socio-demografskim karakteristikama (pol, starost, nivo obrazovanja, visina prihoda, region u kome ispitanici žive itd.) kako bi pronašli razlike između specifičnih demografskih grupa. Ukoliko budu postojale, statistički relevantne razlike će biti predstavljene i prokomentarisane. Dodatno, u pojedinim djelovima izvještaja predstavljeni su i odgovori ispitanika na otvorena pitanja u kojima su data obrazloženja za konkretne stavove o televizijskim sadržajima.

Uzorak

Istraživanje javnog mnjenja o percepciji televizijskih sadržaja u Crnoj Gori sprovedeno je na uzorku od **1008 ispitanika starosti od 16 do 65 godina**, reprezentativnom za Crnu Goru. Struktura uzorka je definisana **multistage random sampling** metodom selekcije, koja garantuje standardnu statističku grešku od +/- 3.1% sa intervalom povjerenja od 95% za 50% distribucije.

Sama stratifikacija prilikom procesa definisanja uzorka sprovedena je u dva koraka. U prvom koraku, opšta populacija Crne Gore podijeljena je u tri stratuma koji odgovaraju geo-ekonomskim regijama u Crnoj Gori (sjever, centar i jug). U drugom koraku, uzoračke jedinice u okviru stratuma podijeljene su u tri grupe: velike, srednje i male, pri čemu su se domaćinstva u kojima se istraživanje sprovodilo birala na ovom nivou. Odabir domaćinstva u kojem se, u okviru uzoračke jedinice, sprovodilo istraživanje vršen je **random walk** metodom. Broj upitnika završenih u okviru svakog stratuma određen je u skladu sa rezultatima posljednjeg zvaničnog popisa, sprovedenog 2011. godine.

Pored navedenog, kada su u pitanju **ispitanici starosti od 16 i 17 godina**, za učešće u istraživanju potrebna je bila saglasnost roditelja/staratelja. U slučaju da je ispitanik bio u ovom starosnom rasponu, anketar je imao za

¹Pitanja sa unaprijed ponudjenim odgovorima.

²Pitanja bez unaprijed ponudjenih odgovora, gdje ispitanik može da ponudi i obrazloži svoj stav.

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

zadatak da roditelju/staratelju preda obrazac za obezbjeđivanje učešća³. Tek po dobijanju pismenog pristanka roditelja/staratelja, anketar je mogao započeti razgovor sa maloljetnikom.

Nakon prikupljanja podataka u 21 od 24 crnogorske opštine, izvršena je post-stratifikacija u odnosu na osnovne demografske karakteristike, kako bi se dodatno osigurala reprezentativnost odgovora.

Upitnik upotrebljen u istraživanju pripremljen je u saradnji sa predstavnicima **Agencije za elektronske medije Crne Gore - AEM** i obuhvatio je sljedeće cjeline:

- Navike ispitanika u pogledu gledanja televizijskog sadržaja,
- Jutarnji program,
- Programi o trenutnim dešavanjima,
- Informativni program,
- Vjerodostojnost informacija i fact checking,
- Socio-demografske karakteristike ispitanika (pol, starost, obrazovni nivo, visina prihoda, regija u kojoj ispitanik živi itd.).

Prikupljanje i kontrola podataka

Terenski dio istraživanja sproveden je u periodu od **10. do 30. novembra 2021. godine**, dok su podaci analizirani u prvoj polovini decembra 2021. godine.

Istraživanje je sprovedeno **CAPI** (Computer Assisted Personal Interviewing) **tehtnikom**, tj. anketiranjem licem u lice, uz upotrebu tablet računara.

Projektni tim je upotrijebio sljedeće mjere u cilju **obezbjeđivanja kontrole podataka**:

- **Komunikacija sa anketarima** na dnevnom nivou: koordinatorka terena je kontaktirala anketare svakoga dana i razgovarala o stanju na terenu, potencijalnim problemima sa kojima se anketar suočava i planovima za sljedeći radni dan,
- **Kontrola GPS lokacije** - koordinatorka terena provjerava da li su podaci prikupljeni na lokacijama na kojima je to trebalo biti urađeno,
- **Telefonska ili e-mail kontrola** 20% uzorka,
- **Provjera dužine** intervjua: CAPI softver automatski bilježi dužinu trajanja svakog intervjua. Koordinatorka terena briše sve ankete koje traju kraće od 80% unaprijed obračunatog trajanja jednog intervjua,
- **Logička kontrola** svakog unesenog upitnika: Koordinatorka terena čita odgovore i provjerava da li su konzistentni.

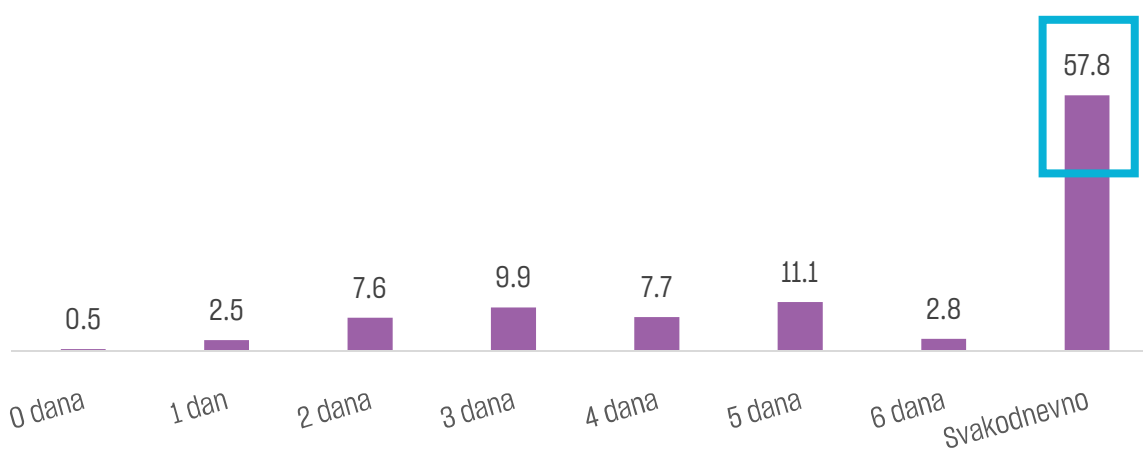
³ U dokumentu je bilo objašnjeno šta podrazumijeva učešće u istraživanju, a u kratkim crtama su navedene osnovni detalji o istom. U slučaju da je roditelj/staratelj postavljao dodatna pitanja, anketar je bio obučen da dodatno pojasni i razriješi sve nedoumice te da roditelja/staratelja za dalja pojašnjenja uputi na koordinatorku terena.

Navike ispitanika u pogledu gledanja televizijskog sadržaja

U datom poglavlju prikazane su navike ispitanika kada je u pitanju televizijski sadržaj. Podaci govore o tome **kako** ispitanici gledaju televizijski sadržaj, **kakav** sadržaj gledaju i **koliko**, kao i **zašto** biraju baš taj sadržaj. Dodatno, poglavlje tretira i temu **povjerenja u medije i medijski sadržaj**, te **percepciju** o samom televizijskom sadržaju.

Da bi započeli priču o televizijskom sadržaju, prvenstveno treba utvrditi **koliko** ispitanici zapravo gledaju televiziju. Stoga, sagovornike smo zamolili da ocijene **koliko često u tipičnoj sedmici** gledaju televizijski program. Bilo je potrebno da upišu broj dana koliko zapravo gledaju televiziju, a rezultate smo predstavili grafički i mjerama centralne tendencije.

Minimalna vrijednost je iznosila nula dana, odnosno to su ispitanici koji su pojasnili da ne gledaju televizijski sadržaj u prosječnoj sedmici. Ipak, ovakvih ispitanika u uzorku je bilo svega 0.5%, i oni su takode naznačili da televizijski sadržaj gledaju online kada ih zanima određeni sadržaj, te su iz tog razloga i ostali kao dio uzorka. Sa druge strane, 57.8% ispitanika tvrdi gleda televiziju svakoga dana.



Grafik1: Razmišljajući o tipičnoj sedmici kada gledate televizijski program, molim Vas navedite koliko često u prosjeku gledate TV? (upisati broj dana od 0 do 7)

Kada je riječ o aritmetičkoj sredini svih odgovora, ona iznosi **5.55**, odnosno u prosjeku toliko ispitanici sedmično gledaju televizijski sadržaj.

Minimalna vrijednost	Maksimalna vrijednost	Aritmetička sredina	Modus
0 dana	7 dana	5.55 dana	7 dana
Najmanja pomenuta vrijednost	Najveća pomenuta vrijednost	Prosječni odgovor u distribuciji rezultata	Vrijednost koja se pojavljuje najčešće

Tabela 1: Razmišljajući o tipičnoj sedmici kada gledate televizijski program, molim Vas navedite koliko često u prosjeku gledate TV? (upisati broj dana od 0 do 7) - mjere centralne tendencije

Podaci pokazuju da televizijski sadržaj dva ili tri dana sedmično najčešće gledaju mlađi ispitanici, konkretno ispitanici starosti od 16 do 30 godina. Sa druge strane, 75.4% ispitanika starosti od 51 do 65 godina svakodnevno gleda televiziju, što je slučaj i sa 56.4% ispitanika starosti od 31 do 50 godina, kao i 43.0% ispitanika od 16 do 30 godina.

Televiziju ispitanici najmanje gledaju u jutarnjim časovima, te svega 2.4% sagovornika TV stanice najčešće gleda u period od 6 do 10 sati ujutru, do kod 10 do 18 časova svega 7.3% ispitanika gleda televizijski sadržaj. Ispitanici **televiziju dominantno gledaju od 18 do 22 časa**, i to njih 64.5%. Dodatno, nešto više od četvrtine televizijski sadržaj gleda nakon 22 časa.

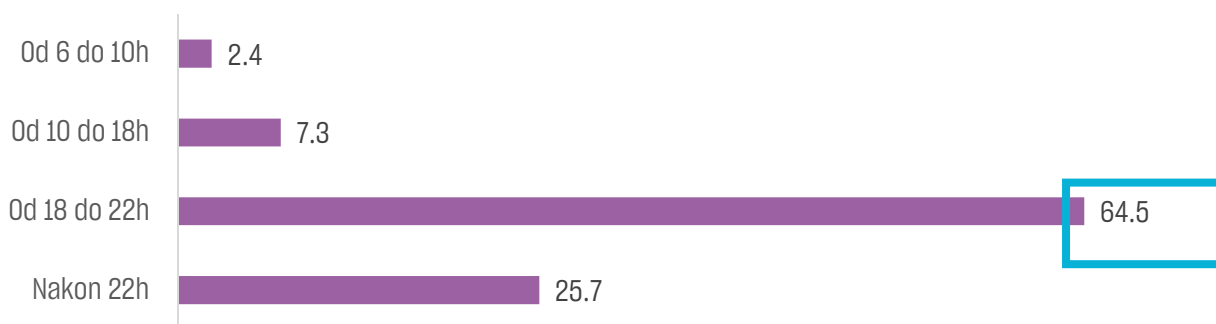
Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Ako pogledamo statistički značajne razlike, primjećujemo **pozitivnu korelaciju** kada je u pitanju starost ispitanika i to da li gledaju televiziju od 18 do 22 časova. Naime, što su ispitanici stariji to češće gledaju televizijski sadržaj u tom periodu. Tako, televiziju od 18 do 22 časa gleda 52.2% ispitanika starosti od 16 do 30 godina, 66.0% od 31 do 50 godina, kao i 76.6% onih starosti od 51 do 65 godina.

Sa druge strane, primjećujemo **negativnu korelaciju** kada je u pitanju gledanje televizije nakon 22 časa - što su ispitanici stariji to rjeđe gledaju televiziju u tom vremenskom periodu. Dakle, 40.8% mladih od 16 do 30 godina, 24.7% ispitanika od 31 do 50 godina, te 10.3% od 51 do 65 godina gleda televiziju nakon 22 časa.

Kada su u pitanju status zaposlenja, te prihodi ispitanika, i tu postoje statistički značajne razlike. Naime, **ispitanici sa najvećim prihodima najkasnije u toku dana gledaju televiziju**. Tako, 19.8% ispitanika sa niskim prihodima gleda televiziju nakon 22 časa, što je slučaj i sa 28.3% onih sa srednjim prihodima, dok su najveći procenti među ispitanicima sa visokim prihodima - 31.8%.

Dodatno, **nezaposleni očekivano češće gledaju televiziju od 6 ujutru do 18 časova**, dok zaposleni TV program češće prate od 18 časova pa nadalje.

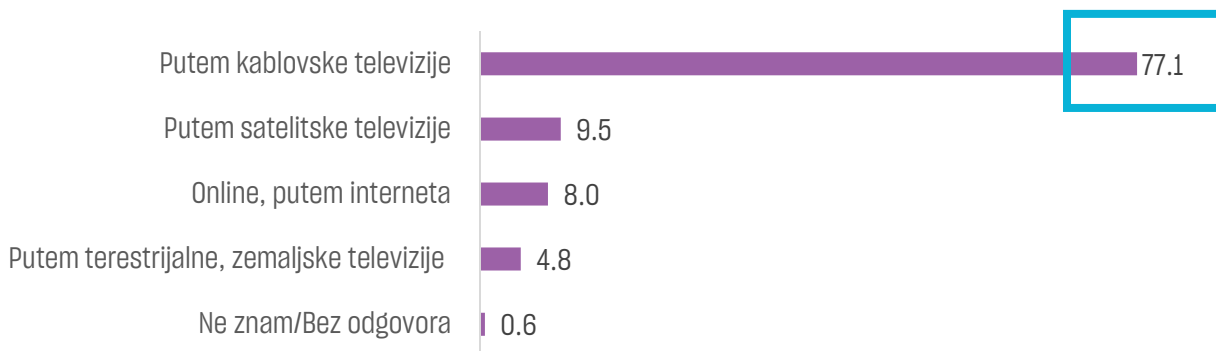


Grafik 2: U kom dijelu dana najčešće gledate televiziju?

Ako pogledamo **kako** učesnici u istraživanju gledaju televizijski sadržaj, dominantna većina, njih 99.3% ima televizor kod kuće, i to 56.9% jedan u domaćinstvu, dok 42.4% ima više od jednog televizora u svom domu.

Dodatno, televizijski sadržaj putem kablovske televizije prati 77.1% ispitanika. Približno je isti procenat onih koji televiziju gledaju putem satelitske televizije (9.5%) i online, putem interneta (8.0%). Konačno, putem terestrijalne, odnosno zemaljske televizije sadržaje prati 4.8% ispitanika.

Valja napomenuti da je u toku ankete ispitanicima pojašnjeno šta svaka od ponuđenih opcija predstavlja, kako bi se izbjegla zabuna među ispitanicima, te obezbijedili što kvalitetniji podaci.

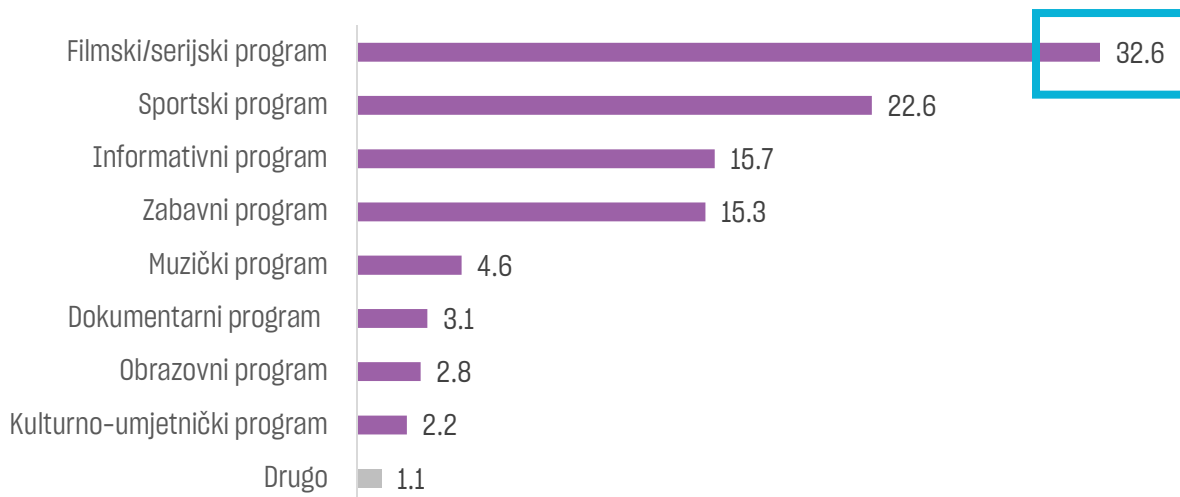


Grafik 3: Na koji način najčešće gledate televizijski program:

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Statistički značajne razlike glede ovog pitanja postoje samo kada su pitanju starost i prihodi ispitanika. Naime, što je i za očekivati, televizijski sadržaj online, odnosno putem interneta, gledaju češće mlađi ispitanici. Tako 15.9% ispitanika starosti od 16 do 30 godina najčešće ovako prati televizijski program, što je slučaj i sa 6.1% ispitanika od 31 do 50 godina, kao i svega 1.8% onih starosti od 51 do 65 godina. Dodatno, što ispitanici imaju veće prihode, to češće prate televizijski sadržaj putem interneta.

Da bi saznali šta ispitanici gledaju, ponudili smo im niz različitih tipova programa i tražili od njih da odrede kakav vid televizijskog sadržaja najčešće gledaju. Skoro trećina ispitanika tvrdi da najčešće gleda filmski i serijski program. Pored njega, petina ispitanika najčešće bira sportski program (22.6%), a sedmina informativni (15.7%) i zabavni program (15.3%).



Grafik 4: Kakav vid televizijskog sadržaja najčešće gledate?

U cilju dobijanja dodatnih podataka, odlučili smo da četiri najfrekventnija odgovora na prethodno pitanje ukrstimo sa socio-demografskim karakteristikama ispitanika. Podatke iz tabele čitamo na sljedeći način - osobe starosti od 51 do 65 godina najčešće prate informativni program (31.3%), a zatim slijede filmski i serijski (27.8%) i sportski (15.1%) program.

Za svaku od socio-demografskih potkategorija tamnijom nijansom su obojane vrijednosti za onu vrstu programa koju data potkategorija najčešće prati, a svijetlijom nijansom je označena druga najčešće praćena vrsta programa. Očekivano, filmski i serijski program koji je dominantan na nivou cijelog uzorka je najčešće spominjan i kada su pojedine socio-demografske potkategorije u pitanju. Naravno, prisutni su i određeni izuzeci a neki od njih će biti prokomentarisani u nastavku teksta.

Sportski sadržaj dominantno gledaju muškarci (41.7%), a isto važi samo za 3.6% žena. Prisutna je i negativna korelacija između starosti ispitanika i učestalosti praćenja sportskog programa - što je osoba starija, to rjeđe tvrdi da najčešće prati sportski program.

Sa druge strane, postoji pozitivna korelacija između godina ispitanika i učestalosti gledanja informativnog programa - što su ispitanici stariji to češće gledaju informative.

Konačno, u pogledu zabavnih programa najznačajnije su razlike vezane za pol ispitanika - tako zabavne programe najčešće gleda 10.5% muškaraca, ali i 20.0% žena.

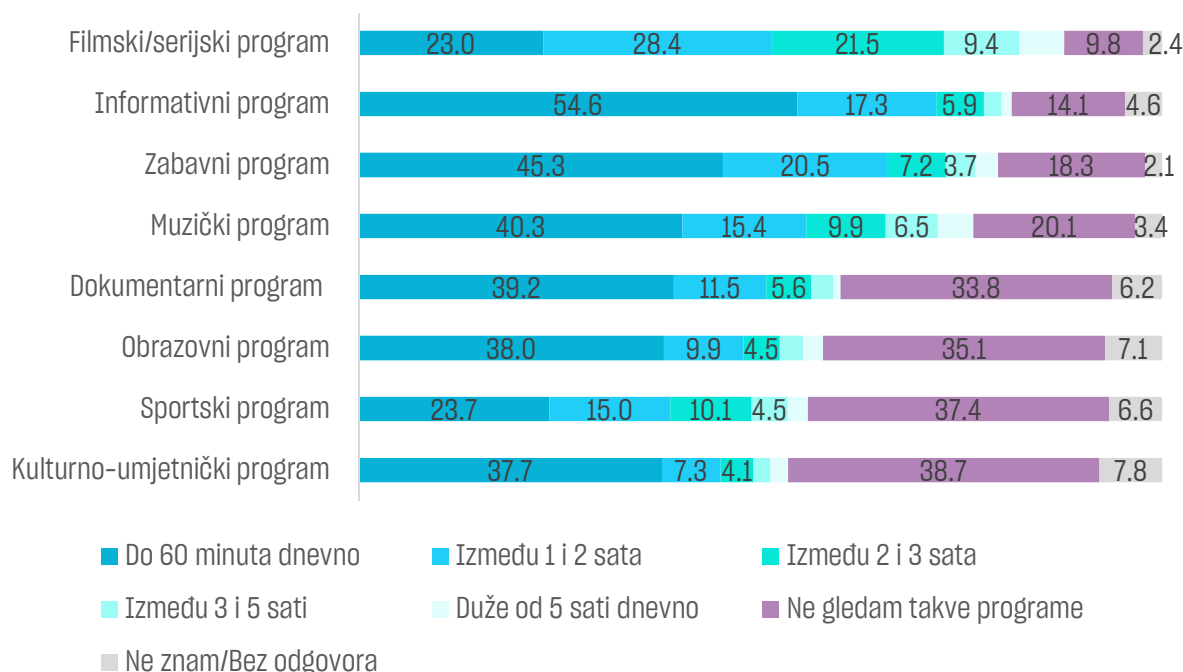
Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Kategorija	Potkategorija	Filmski/serijski program	Sportski program	Informativni program	Zabavni program
Prihodi	Niski	32.7%	19.2%	17.1%	16.6%
	Srednji	25.3%	29.8%	13.4%	17.1%
	Visoki	36.0%	20.7%	17.1%	12.2%
Godine	16-30	36.7%	28.1%	7.3%	15.8%
	31-50	32.8%	23.5%	11.4%	16.7%
	51-65	27.8%	15.1%	31.3%	12.7%
Pol	Muški	21.1%	41.7%	16.5%	10.5%
	Ženski	44.2%	3.6%	14.9%	20.0%
Obrazovanje	Nisko	36.8%	19.3%	17.5%	10.5%
	Srednje	33.5%	22.0%	14.5%	17.0%
	Visoko	29.9%	24.6%	18.0%	12.3%

Tabela 2: Kakav vid televizijskog sadržaja najčešće gledate? - ukrštanja sa socio-demografskim potkategorijama

Kako bi detaljnije ispitali gledalačke navike ispitanika, postavili smo im pitanje **koliko sati**, u prosjeku, na dnevnom nivou gledaju ponudene sadržaje. Ispitanici najrjeđe gledaju kulturno-umjetnički program – čak 38.7% ispitanika tvrdi da ne gleda ovakvu vrstu sadržaja. Pored toga, 37.4% uzorka tvrdi da ne gleda sportski program, mada je važno naglasiti da ovu grupu dominantno predstavljaju žene. Oko trećina ispitanika nikada ne gleda ni obrazovni (35.1%) i dokumentarni (33.8%) program.

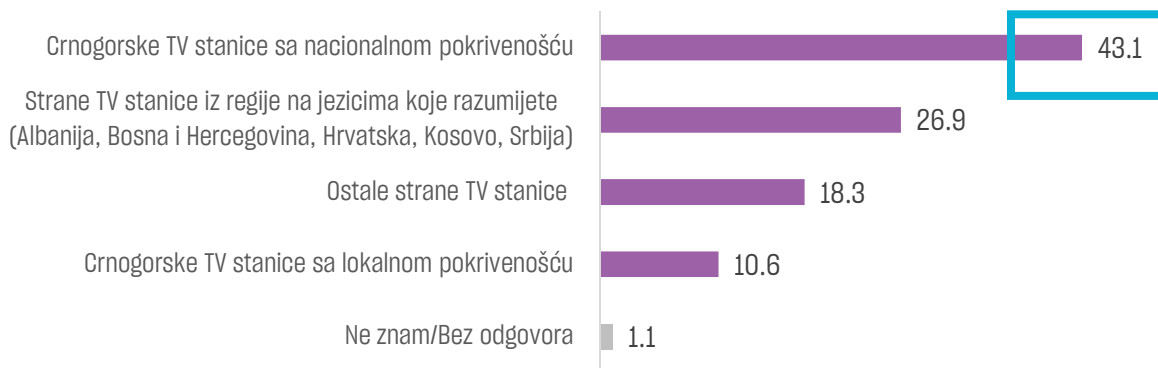
Filmski sadržaj je najgledaniji između jedan i dva sata dnevno (28.4%), informativni se najčešće gleda do 60 minuta dnevno (54.6%), što je slučaj i sa zabavnim (45.3%), muzičkim (40.3%), dokumentarnim (39.2%) i obrazovnim programom (38.0%).



Grafik 5: A koliko sati, u prosjeku, gledate sljedeći televizijski sadržaj na dnevnom nivou?

Pored sadržaja programa, sa ispitanicima smo razgovarali i o tome **koje TV stanice najčešće prate**. Relativna većina, njih 43.1%, tvrdi da najčešće gleda **crnogorske TV stanice sa nacionalnom pokrivenošću**. Četvrtina ispitanika najčešće gleda strane TV stanice iz regiona, a nešto manje od petine spitanika (18.3%) najčešće gleda ostale strane TV stanice. Konačno, svaki deseti ispitanik najčešće gleda lokalne TV kanale.

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa



Grafik 6: Koje televizijske stanice najčešće gledate?

Ako analiziramo ovo pitanje ukršteno sa socio-demografskim karakteristikama, postoji niz statistički značajnih razlika koje su detaljnije prikazane u tabeli ispod. Podatke iz tabele čitamo na sljedeći način - osobe starosti od 51 do 65 godina najčešće prate crnogorske TV stanice sa nacionalnom pokrivenošću (54.1%), a zatim slijede strane TV stanice iz regije (25.8%) i crnogorske TV stanice sa lokalnom pokrivenošću (10.6%).

Svaka od socio-demografskih potkategorija ispitanika najčešće prati domaće TV stanice sa nacionalnom pokrivenošću i te vrijednosti su obojane tamnijom nijansom. Svjetlijom nijansom označene su vrijednosti za drugi najčešće praćeni tip TV stanica.

Što su prihodi ispitanika veći, oni češće gledaju domaće TV stanice sa nacionalnom pokrivenošću i (pogotovo) strane TV stanice, dok opada učestalost kojom gledaju TV stanice iz zemalja regiona.

Ako pogledamo starost ispitanika i tip TV stanica koje najčešće gledaju, primjećujemo pozitivnu korelaciju u pogledu domaćih TV stanica sa nacionalnom pokrivenošću i negativnu korelaciju u pogledu stranih TV stanica - što su ispitanici stariji to češće gledaju prvu kategoriju TV stanica, a manje gledaju strane TV stanice. Tako npr, dok crnogorske TV stanice sa nacionalnom pokrivenošću najčešće prati čak 54.1% ispitanika starijih od 50 godina, to važi za 42.4% onih starosti od 31 do 50 godina i samo 34.3% ispitanika mladih od 30 godina.

Lokalne TV stanice najčešće gledaju stanovnici iz seoskih predjela (18.4%), što je slučaj sa 10.3% onih iz ruralnih regija, i svega 8.8% iz grada. S tim u vezi, razlike postoje i u pitanju tri crnogorske regije, te tako ispitanici sa sjevera češće od ispitanika iz druge dvije regije gledaju lokalne TV stanice.

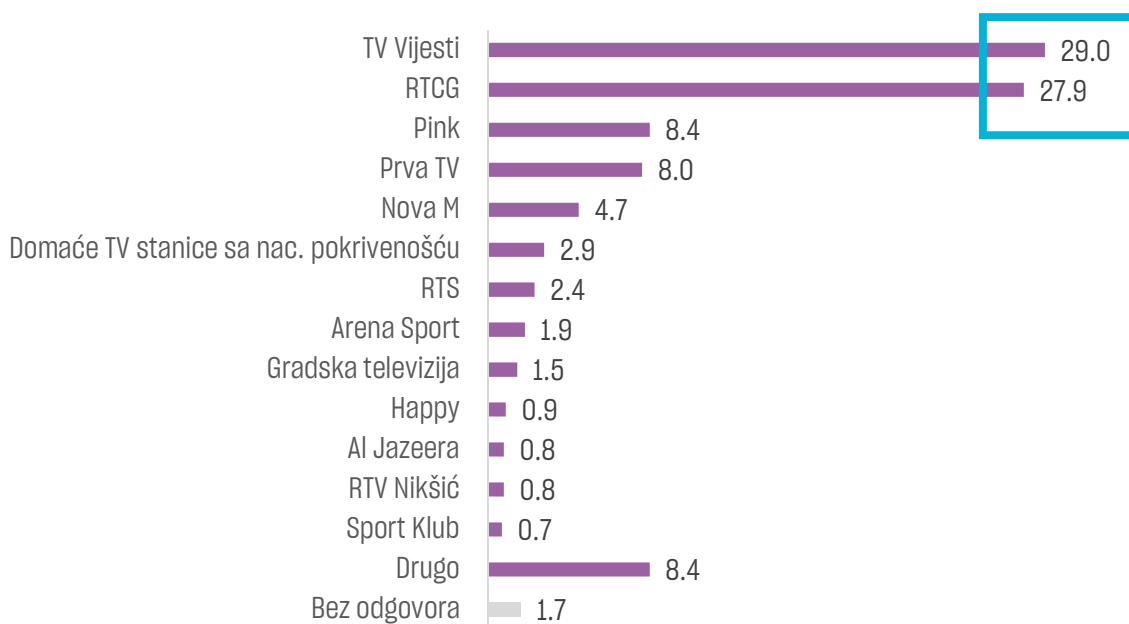
Kategorija	Potkategorija	Crnogorske TV stanice sa nacionalnom pokrivenošću	Strane TV stanice iz regije	Ostale strane TV stanice	Crnogorske TV stanice sa lokalnom pokrivenošću
Prihodi	Niski	42.7%	30.2%	11.8%	14.3%
	Srednji	44.0%	29.7%	19.1%	6.8%
	Visoki	46.2%	20.2%	23.8%	9.0%
Godine	16-30	34.3%	29.8%	25.4%	8.6%
	31-50	42.4%	25.4%	19.5%	12.2%
	51-65	54.1%	25.8%	8.8%	10.6%
Regija	Jug	34.5%	27.6%	28.4%	9.1%
	Centar	44.7%	26.5%	19.9%	7.9%
	Sjever	47.4%	26.9%	8.4%	15.6%
Tip naselja	Grad	43.8%	25.0%	21.5%	8.8%
	Prigradsko naselje	42.4%	27.5%	18.3%	10.3%
	Selo	41.9%	32.4%	6.6%	18.4%

Tabela 3: Koje televizijske stanice najčešće gledate? - ukršteno sa socio-demografskim potkategorijama

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Osim tipa TV stanice koju najčešće prate, sa ispitanicima smo razgovarali i o tome koje sve TV stanice prepoznaju. Pitanje je bilo **otvorenog karaktera**, tj. ispitanicima nisu bili unaprijed ponuđeni odgovori, već su imali mogućnost da sami istaknu preferirane medije. Odgovori su kasnije rekodirani, a u grafiku br. 7 prikazane su sve TV stanice sa više od 0.5% pominjanja.

Kada su u pitanju crnogorske i regionalne TV stanice koje su prva asocijacija ispitanicima, izdvajaju se **TV Vijesti** i **RTCG** -TV Vijesti kao prvu TV stanicu koja im pada na pamet navelo je 29.0% ispitanika, dok je **RTCG** druga najčešće spominjana TV stanica sa 27.9% spominjanja. Slijede Pink televizija koji je kao prvu spontano navelo 8.4% ispitanika, Prva TV koju ističe njih 8.0% i Nova M koju je navelo 4.7% ispitanika.



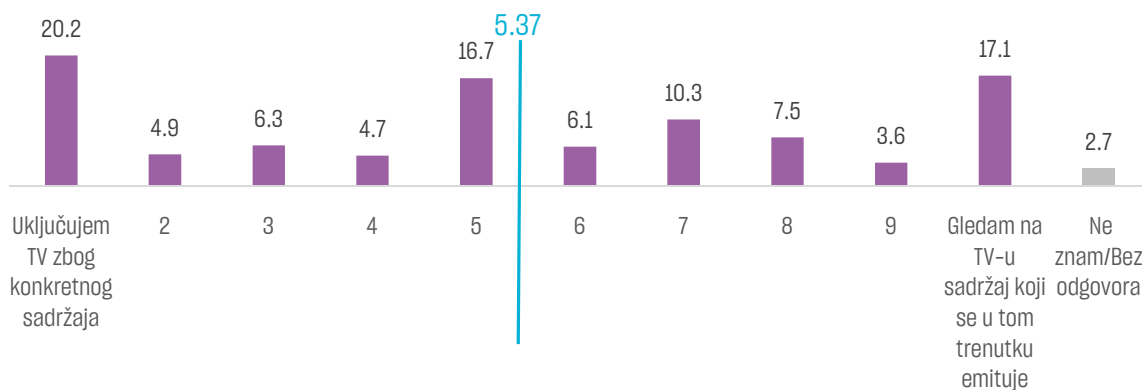
Grafik 7: Za koje sve crnogorske TV stanice i strane TV stanice iz regije na jezicima koje razumijete znate? (Otvoreno pitanje, prva spomenuta)

Nadalje, sa govornike smo pitali **zbog čega** biraju određeni TV sadržaj. Ponuđena im je bila desetostepena skala, prvu čemu je odgovor „1“ označavao da televiziju uključuju isključivo kako bi pogledali neki konkretan sadržaj, a odgovor „10“ da uvijek gledaju sadržaj koji se u datom trenutku emituje i djeluje zanimljivo.

Prosječna vrijednost cijelog uzorka iznosi **5.37** na skali od 1 do 10, što ukazuje da ispitanici ipak nešto češće gledaju sadržaj koji se emituje u datom trenutku, bez obzira na sadržinu.

Statistički značajne razlike postoje jedino u pogledu **regije i tipa naselja** u kojem ispitanici žive. Naime, televiziju radi konkretnog sadržaja najčešće uključuju ispitanici sa juga - 25.5%, što je slučaj sa 20.3% ispitanika iz centra, i svega 15.9% sa sjevera. Dodatno, iz istog razloga televiziju uključuje 22.2% ispitanika iz grada, 18.9% iz prigradskih naselja, te 17.0% sa sela.

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa



Grafik 8: Neki ljudi uključuju televizor kako bi pogledali neki konkretan sadržaj, dok drugi gledaju bilo koji sadržaj koji se u tom trenutku emituje. Na skali od 1 do 10, da li biste rekli da ste Vi osoba koja češće uključuje TV zbog konkretnog sadržaja ili gledate ono što se u tom momentu emituje?

Iako ostale razlike nisu statistički relevantne, vrijedi ih prokomentarisati. Na nivou uzorka, muškarci (5.34) nešto češće od žena (5.40) televiziju uključuju zbog konkretnog sadržaja. Istovremeno konkretan sadržaj najčešće traže stariji od 50 godina (5.14), a najrjeđe osobe starosti od 31 do 50 godina (5.58).

Naredno pitanje bilo je vezano za to šta su ključni razlozi koji utiču na odluku da se određeni sadržaj prati. Pitanje je bilo kreirano kao **multiple choice**, tj. pitanje sa više dozvoljenih odgovora. Stoga, ne treba da čudi činjenica da ukupan zbir odgovora prelazi 100.0%.



Grafik 9: Razmišljajući o razlozima zbog kojih ljudi prate sadržaj koji se distribuira putem televizije, koji od sljedećih se odnosi na Vas? (Moguće više odgovora)

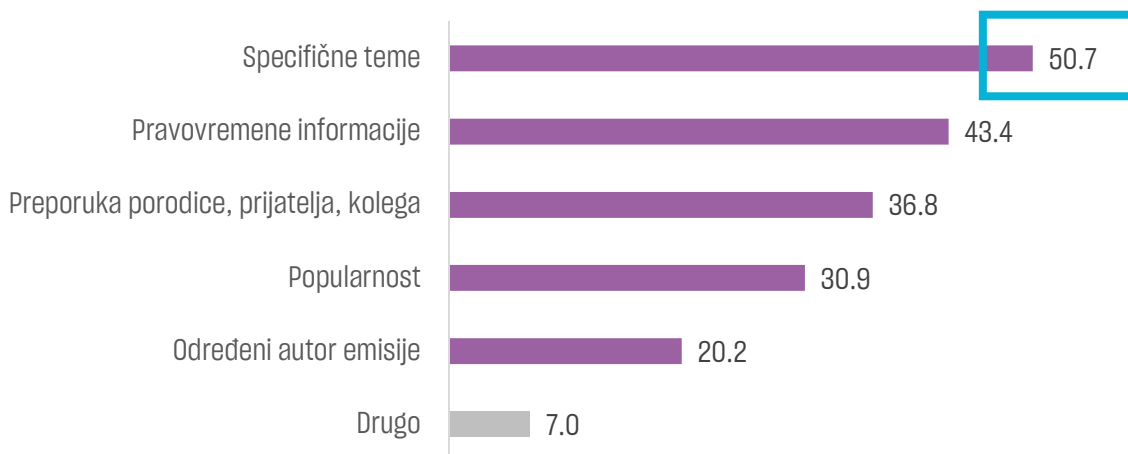
Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Ispitanici tvrde da najčešće gledaju televiziju da bi bili u toku sa dešavanjima u državi – ovaj odgovor odabralo je gotovo tri petine (59.8%) ispitanika, dok više od pola ispitanika televiziju prati i radi zabave i opuštanja (55.9%). Nadalje, 37.0% ispitanika objašnjava da televiziju gleda iz navike, njih 36.5% da bi bili u toku sa dešavanjima iz regiona, a dodatnih 32.6% ispitanika kako bi se informisali o svakodnevnim pitanjima.

Na dnu liste nalaze se razlozi vezani za obrazovanje stavova na osnovu televizijskog sadržaja – tako, svaki osmi ispitanik prati TV sadržaj kako bi mogao da formira mišljenje o pitanjima značajnim za društvo, a svaki deseti kako bi mogao određeni događaj da posmatra iz drugačije perspektive u odnosu na dosadašnju.

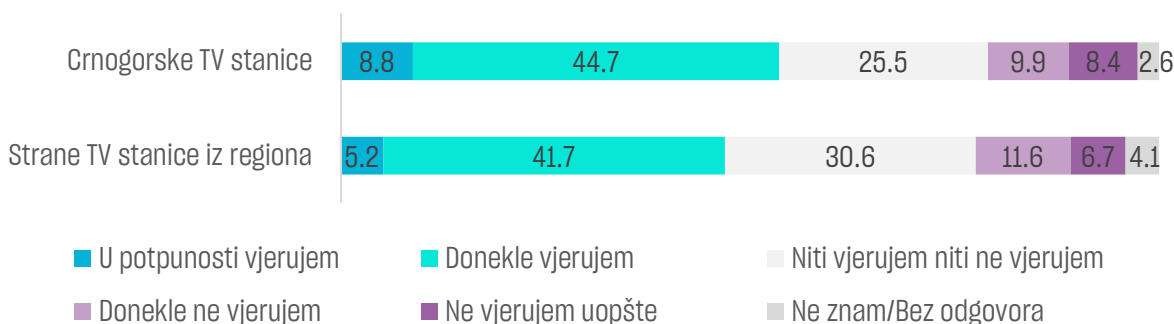
Ukoliko moraju da odluče, ispitanici određeni TV sadržaj gledaju zbog specifične teme kojom se isti bavi – ovaj razlog odabralo je 50.7% ispitanika. Istovremeno, pravovremenost informacije kao kriterijum cijeni 43.4%, dok nešto više od trećine ispitanika o tome da li će pogledati konkretan TV sadržaj odlučuje na osnovu preporuke porodice, prijatelja ili kolega.

Značajan uticaj bliskih osoba na sadržaj koji će ispitanici gledati ukazuje na veliki potencijal za stvaranje tzv. *echo komora* (echo chambers) u kojima se informacije i ideje dijele unutar zatvorenog sistema gdje se drugačiji ili konkurentski stavovi nedovoljno zastupljeni, odbacuju se ili čak cenzurišu.



Grafik 10: Na osnovu kojih kriterijuma odlučujete da li ćete pogledati neki konkretan TV sadržaj? (Moгуće više odgovora)

Povjerenje u medije je tema koju smo ispitali nizom pitanja. Prvenstveno, kada su u pitanju crnogorske TV stanice, kumulativno 53.5% ispitanika u potpunosti ili donekle vjeruje istim, dok je, ako govorimo o stranim TV stanicama iz regiona, procenat povjerenja nešto niži – 46.9%.



Grafik 11: Na skali od 1 do 5, gdje 1 označava "Ne vjerujem uopšte", a 5 "U potpunosti vjerujem", kako ocjenjujete svoje povjerenje u medije?

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

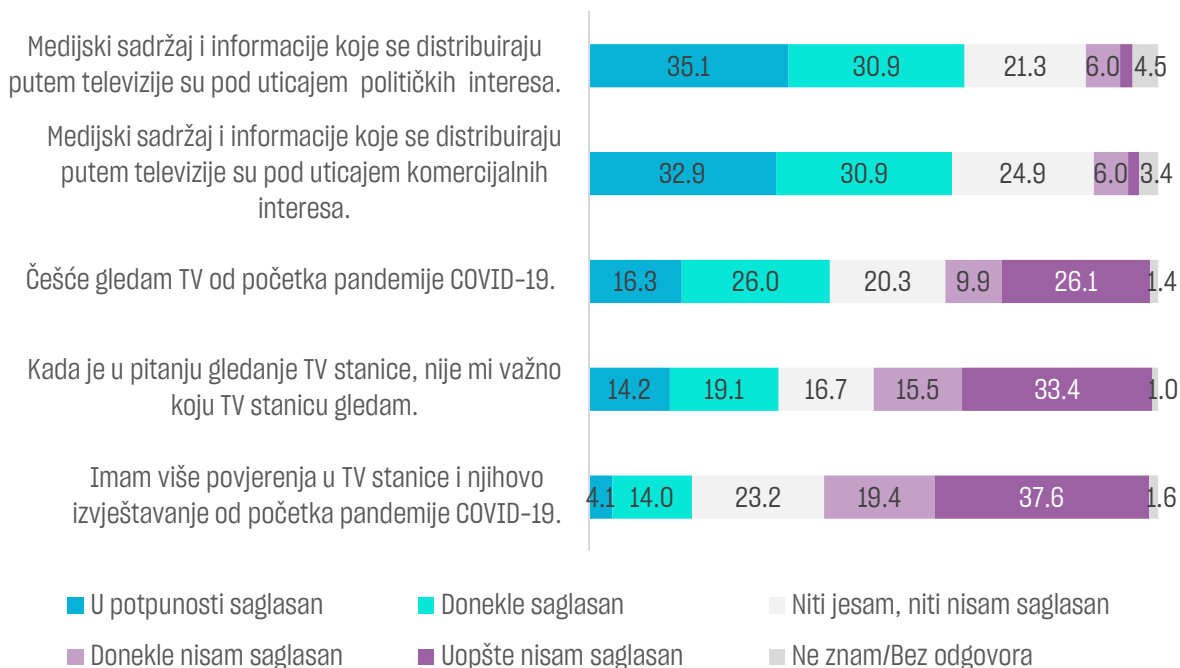
Što su ispitanici stariji to češće imaju povjerenja i u crnogorske i u regionalne TV stanice. Tako, crnogorskim TV stanicama vjeruje čak 65.3% ispitanika starijih od 50, ali samo 47.9% onih koji su mladi od 30 godina. U pogledu TV stanica iz regiona procenti su nešto niži – kumulativno povjerenje među starosnom grupom 51-65 godina iznosi 58.3%, a među osobama starosti od 16 do 30 godina tek 42.5%.

Sa druge strane, što su ispitanici većih prihoda, to imanju manje povjerenja u pomenute televizijske stanice.

Dodatno, ispitanicima smo ponudili i niz stavova vezanih za medije, te ih zamolili da pojasne u kojoj mjeri se slažu sa istima. Najveći broj ispitanika, nešto više od trećine, se u potpunosti slaže sa tvrdnjom da su medijski sadržaji i informacije na televiziji pod uticajem političkih interesa. Ovo češće tvrde ispitanici sa juga (52.6%) i iz centralne regije (39.1%), u odnosu na ispitanike sa sjevera (15.9%). Dodatno, takav stav češće imaju ispitanici starosti od 31 do 50 godina (39.3%), te od 51 do 65 godina (37.8%), dok ga najrjeđe dijele ispitanici starosti od 16 do 30 godina (27.3%).

Što je nivo obrazovanja ispitanika viši, to raste i vjerovatnoća da će biti saglasan sa ovim stavom.

Kada je u pitanju komercijalni uticaj na informacije koje se distribuiraju putem televizije, 32.9% ispitanika se u potpunosti slaže da ovakvi interesi utiču na sadržaj koji gledaju – češće ispitanici sa juga (47.8%) i iz centra (38.0%) u odnosu na ispitanike sa sjevera (13.9%).



Grafik 12: Sada ću Vam pročitati nekoliko stavova, molim Vas da mi navedete za svaki od njih u kojoj mjeri ste saglasni sa istim:

Relativna većina ispitanika je saglasna i sa trećim stavom na listi – kumulativno, njih 42.3% tvrdi da od početka COVID-19 pandemije češće gledaju TV, dok sa ovim stavom nije saglasno 36.0% ispitanika.

Nadalje, relativna većina od 48.9% ispitanika tvrdi da im je ipak važno koju TV stanicu gledaju, dok tačno trećina tvrdi da im nije važno koji TV kanal posmatraju.

Na začelju liste nalazi se stav da ispitanici imaju više povjerenja u TV stanice i njihovo izvještavanje od početka COVID-19 pandemije – sa ovim stavom kumulativno je saglasno tek 18.1%, 4.1% u potpunosti i 14.0% donekle. Sa druge strane, dominantna većina od 57.0% nije saglasna sa ovim stavom.

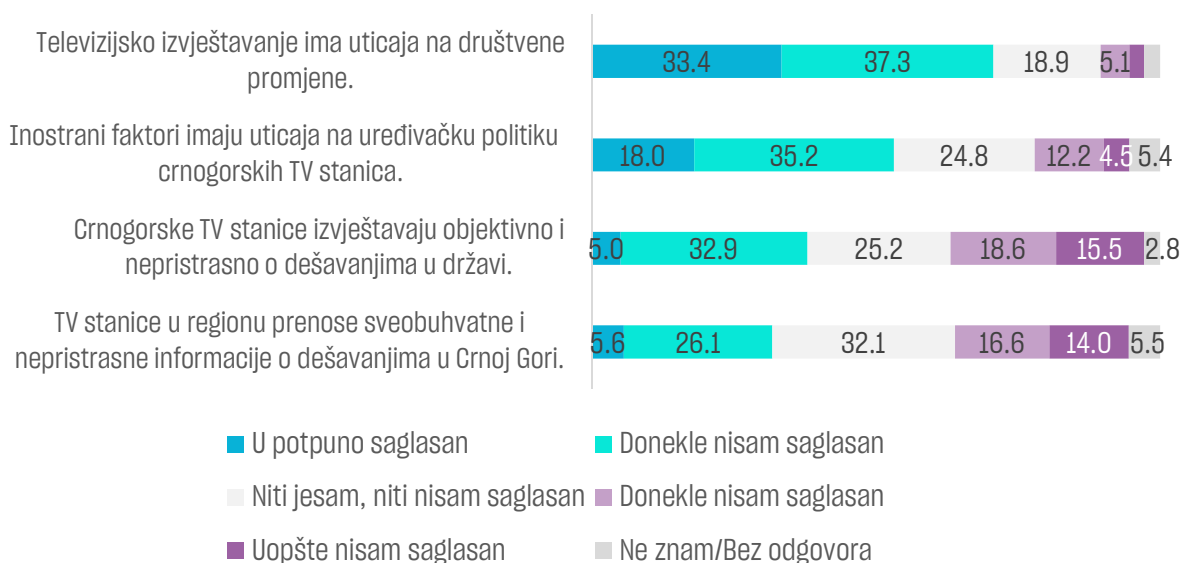
Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Nadalje, još jedno pitanje sa zadatim tvrdnjama postavljeno je ispitanicima, te su zamoljeni da ocijene u kojoj mjeri su saglasni sa istim. Ispitanici su najsaglasniji sa tvrdnjom da televizijsko izvještavanje ima uticaja na društvene promjene - **svaki treći ispitanik je u potpunosti saglasan sa ovom tvrdnjom**, dok je njih 37.3% donekle saglasno sa datom tvrdnjom. Ovakav stav ima 48.7% ispitanika sa juga, 33.4% iz centra, te 21.7% ispitanika sa sjevera zemlje.

Tako, kumulativno 53.2% ispitanika je u potpunosti ili donekle saglasno sa tvrdnjom da inostrani faktori imaju uticaja na uređivačku politiku crnogorskih TV stanica. Sa ovim stavom su saglasniji muškarci (54.7%) u odnosu na žene (51.6%), što je jedan od rijetkih slučajeva da su u ovom istraživanju prisutne statistički relevantne razlike s obzirom na pol ispitanika. Kao i u prethodnom slučaju, i ovaj stav češće dijele ispitanici sa juga i iz centralne regije u odnosu na ispitanike sa sjevera.

Kada je u pitanju objektivnost i nepristrasnost izvještavanja u Crnoj Gori, relativna većina od 37.9% ispitanika smatra da izvještavanje crnogorskih TV stanica jeste objektivno i nepristrasno, 25.2% nije bilo u stanju da se odluči, dok 34.1% smatra da izvještavanje domaćih TV stanica nije ni objektivno ni nepristrasno. Što je osoba starija, to češće smatra da je izvještavanje crnogorskih TV stanica pozitivnog predznaka - da je izvještavanje objektivno i nepristrasno smatra 45.2% ispitanika starijih od 50 godina, 36.8% onih starosti od 31 do 50 godina i tek 32.8% mladih od 30 godina.

Za razliku od dvije prethodne tvrdnje, ispitanici sa sjevera (50.0%) imaju veći stepen saglasnosti sa time da je izvještavanje crnogorskih TV stanica o dešavanjima u zemlji objektivno nego što je to slučaj sa ispitanicima nastanjenim u južnoj (34.2%) i centralnoj (31.7%) regiji.



Grafik 13: Molim Vas da navedete u kojoj mjeri ste saglasni sa sljedećim tvrdnjama:

Kada je u pitanju prenošenje sveobuhvatnih i nepristrasnih informacija o Crnoj Gori od strane TV stanica u regionu, tek 31.7% ispitanika pozitivno posmatra njihovo izvještavanje u datom kontekstu, dok gotovo istovjetan broj (30.6%) tvrdi suprotno. Da je izvještavanje TV stanica u regionu objektivno češće smatraju muškarci (34.5%) u odnosu na žene (28.8%). Nadalje, što je osoba obrazovanija, to negativnije posmatra izvještavanje TV stanica iz regiona - pozitivno ih ocjenjuje 28.1% visokoobrazovanih, 32.9% osoba sa srednjom stručnom spremom i 35.1% onih koji su završili samo osnovnu školu.

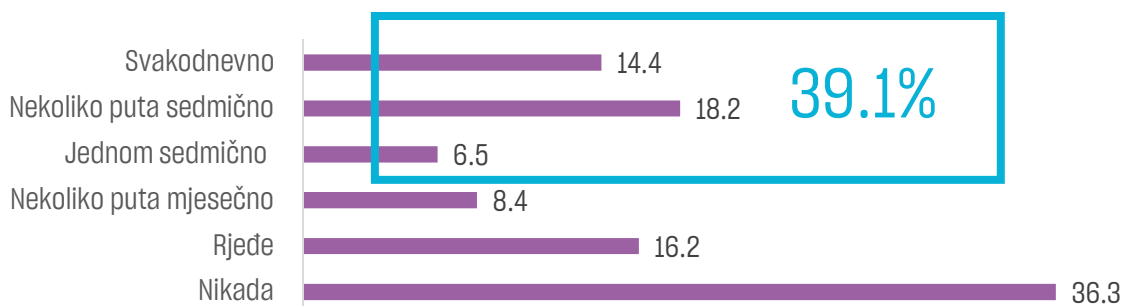
Interesantno, statistički značajne razlike u pogledu pola nisu prisutne.

Jutarnji program

Jutarnji program **barem jednom sedmično** prati **39.1% ispitanika** - 14.4% emisije ovog tipa prati svakodnevno, gotovo petina ispitanika tvrdi da ih gleda nekoliko puta sedmično, a 6.5% anketiranih ističe da barem jednom sedmično prate jutarnji program. Oko četvrtina ispitanika ove emisije prati nekoliko puta mjesečno ili rjeđe, dok više od trećine ispitanika ne pokazuje interesovanje za praćenje emisija ovog tipa. Statistički relevantne razlike prisutne su u pogledu niza socio-demografskih potkategorija.

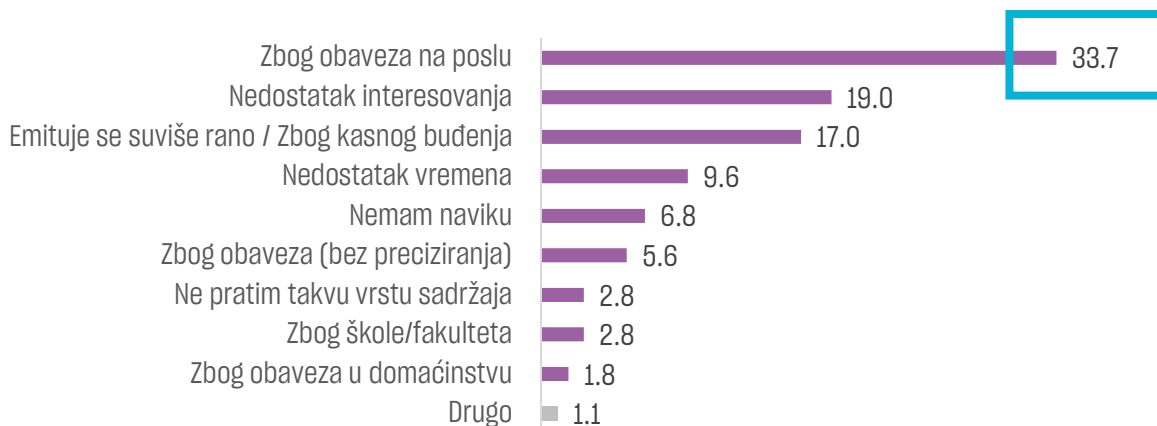
Nezaposleni češće od zaposlenih prate jutarnji program. Statistički značajne razlike postoje i u pogledu **obrazovanja**. Tako, 23.2% ispitanika sa niskim obrazovanjem svakodnevno gleda jutarnji program, što je slučaj i sa 15.7% ispitanika sa srednjim obrazovanjem, te svega 9.2% visokoobrazovanih ispitanika.

Dodatno, postoji **pozitivna korelacija** u pogledu starosti ispitanika i praćenja jutarnjeg programa. Naime, što su ispitanici **stariji**, to **češće svakodnevno prate** ovakve programe - jutarnji program ovom učestalosti prati 2.5% ispitanika starosti od 16 do 30 godina, 14.1% starosti od 31 do 50 godina i 27.9% ispitanika od 51 do 65 godina starosti.



Grafik 14: Da li pratite jutarnji program na TV-u?

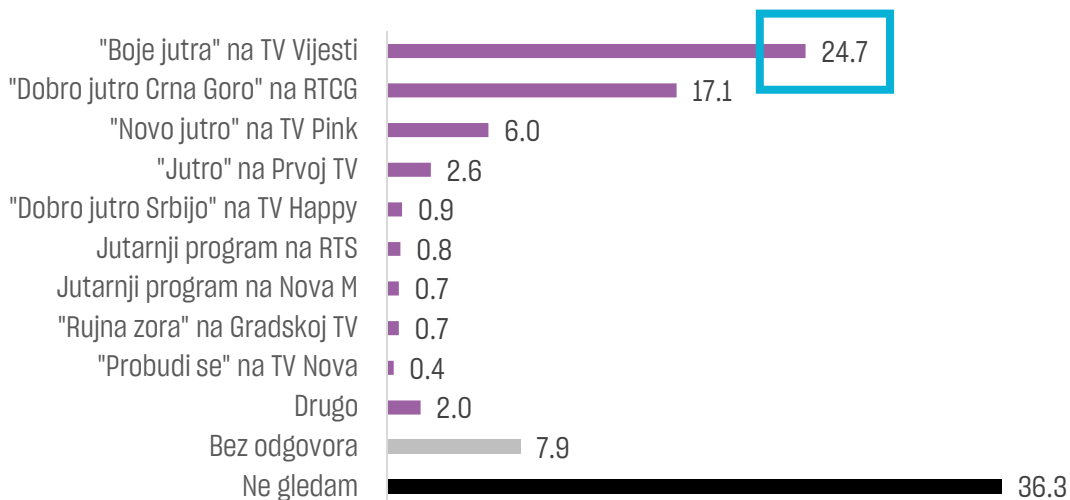
Ispitanike koji nikada ne gledaju jutarnji program pitali smo, putem otvorenog pitanja, zbog čega je to tako. Odgovori su rekodirani u šire, interno koherentne kategorije koje su prikazane u grafiku br. 15. Ključni razlog kojeg ispitanici tvrde da **ne prate jutarnji program** je činjenica da su u vrijeme prikazivanja ovih emisija **na poslu** - ovaj razlog ističe **trećina ispitanika** koji nikada ne prate jutarnji program. **Svaki peti** ispitanik ističe da **nije zainteresovan** za ovu vrstu programa, dok **17.0%** ispitanika objašnjava da se jutarnji program **emituje suviše rano** za njihove navike spavanja, odnosno buđenja.



Grafik 15: Zbog čega ne pratite jutarnji program na TV-u? (Otvoreno pitanje)

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Ispitanike smo pitali i koji jutarnji program najčešće prate. Relativna većina, njih 24.7%, prati „Boje jutra“ na TV Vijesti. Sljedeća najpopularnija emisija je „Dobro jutro Crna Goro“ na RTCG koju prati 17.1% sagovornika, dok se na trećem mjestu nalazi jutarnji program na TV Pink koji prati 6.0% svih ispitanika.



Grafik 16: Jutarnji program koje TV stanice najčešće gledate?

U tabeli ispod prikazane su statistički relevantne razlike vezane za učestalost praćenja pojedinih emisija. Analizirani su podaci samo za prve tri jutarnje emisije, budući da je broj pratilaca ostalih emisija u uzorku premali za dodatnu analizu.

Dominantna većina socio-demografskih potkategorija ispitanika najčešće prati emisiju „Boje jutra“ i te vrijednosti su u tabeli ispod obojane tamnijom nijansom. Svijetlijom nijansom označene su vrijednosti za drugu najčešće praćenu jutarnju emisiju.

Statistički značajne razlike glede preferirane jutarnje emisije postoje u pogledu regije, nivoa obrazovanja i starosti ispitanika.

„Boje jutra“ prati 34.0% ispitanika sa sjevera, 22.2% iz centra, te 16.8% iz južne regije. Postoji i pozitivna korelacija u pogledu starosti ispitanika i toga da li prate „Boje jutra“ – što su ispitanici stariji to češće prate upravo ovaj jutarnji program.

Kada je u pitanju **jutarnji program na RTCG**, primjetno je da i njega u većoj mjeri prate ispitanici sa sjevera u odnosu na centralni i južni dio Crne Gore. Istovremeno, što je ispitanik stariji, češće prati ovaj jutarnji program, što smo primijetili i u pogledu emisije „Boje jutra“.

Nadalje, sa obrazovnim nivoom ispitanika blago raste i učestalost praćenja jutarnjeg programa na RTCG.

Kategorija	Potkategorija	„Boje Jutra“ TV Vijesti	„Dobro jutro Crna Goro“ RTCG	„Novo jutro“ TV Pink
Regija	Jug	16.8%	12.1%	4.7%
	Centar	22.2%	18.2%	7.7%
	Sjever	34.0%	19.4%	4.2%
Obrazovanje	Nisko	22.8%	14.0%	3.5%
	Srednje	26.5%	17.2%	7.3%
	Visoko	20.8%	18.0%	3.2%
Godine	16-30	19.4%	7.9%	5.1%
	31-50	24.6%	22.0%	6.1%
	51-65	30.2%	20.4%	7.0%

Tabela 4: Jutarnji program koje TV stanice najčešće gledate? - ukršteno sa socio-demografskim potkategorijama

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Konačno, ispitanicima smo postavili pitanje **zbog čega prate** upravo taj jutarnji program, te šta im se najviše dopada kod istog. Pitanje je bilo otvorenog tipa, a odgovori ispitanika su rekodirani u kategorije date u priložu. Grafički su, za svaku od jutarnjih emisija, označena tri glavna razloga zbog kojega ispitanici prate datu emisiju.

„Boje jutra“ su praćene najčešće zbog zanimljivog i raznolikog sadržaja (19.0%), zbog aktuelnosti i informisanja (17.7%), dok 16.1% ispitanika koji prate ovaj jutarnji program kažu da je razlog navika.

„Dobro jutro Crna Goro“ ispitanici najčešće prate iz navike (26.4%), te zbog aktuelnosti i potrebe za informisanjem (22.4%), kao i njih 19.0% zbog zanimljivog i raznolikog sadržaja.

Dvije trećine ispitanika koji prate „Novo jutro“ ovu emisiju gledaju zbog zanimljivog sadržaja, svaki šesti to čini iz navike, a svaki osmi jer mu se emisija sviđa i ima povjerenja u informacije koje dobije u toku nje.

	“Boje Jutra” TV Vijesti	“Dobro jutro Crna Goro” RTCG	“Novo jutro” TV Pink
Zanimljiv, raznolik sadržaj	19.0	19.0	34.4
Aktuelnosti, informisanost	17.7	22.4	6.6
Navika	16.1	26.4	16.4
Interesantno i profesionalno izvještavanje	14.1	3.4	1.6
Sve mi se sviđa i imam povjerenja	8.4	9.8	13.1
Dobre teme	8.0	6.9	1.6
Interesantni gosti	4.4	1.1	1.6
Nemam poseban razlog	3.2	2.9	1.6
Dobri voditelji	2.0	1.7	8.2
Dnevnik	1.2	0.6	0.0
Drugo	3.6	5.2	13.1
Bez odgovora	1.6	0.6	1.6

*Tabela 5: Zbog čega najčešće gledate upravo taj jutarnji program? Šta Vam se najviše dopada kod datog programa?
(Otvoreno pitanje)*

Program o aktuelnim dnevno-političkim dešavanjima

Ovo poglavlje smo započeli pitanjem vezanim za poznavanje termina „infotainment“. Riječ je o informativnim sadržajima koji se prilikom emitovanja kombinuju sa sadržajem zabavnog karaktera. Dominantna većina od 95.9% ispitanika nije čula za ovaj vid televizijskog sadržaja.



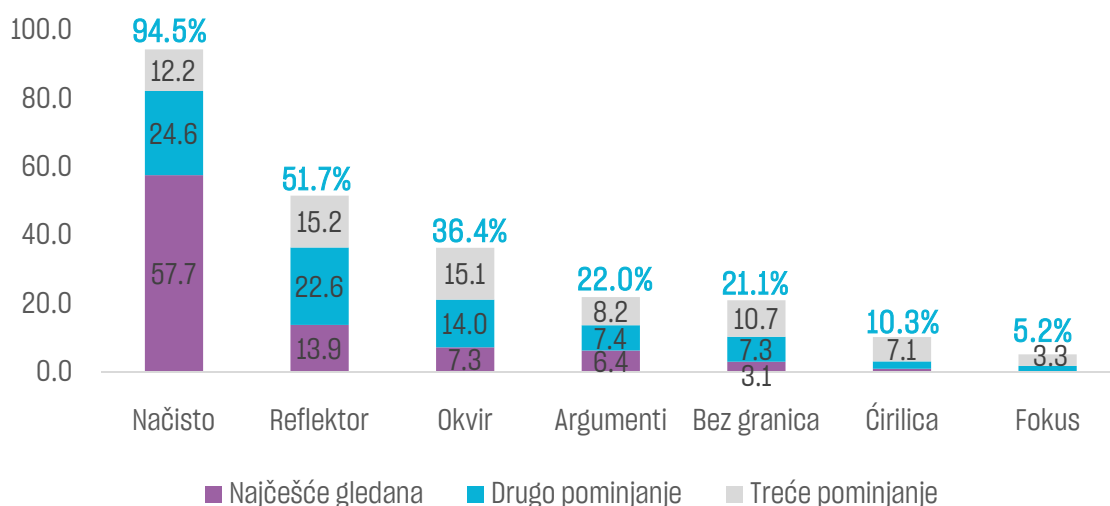
Grafik 17: Da li ste čuli za vid televizijskog sadržaja „infotainment“?

Statistički značajne razlike postoje jedino u pogledu obrazovanja ispitanika. Naime, 6.4% visokoobrazovanih ispitanika tvrdi da je čulo za ovaj termin, što je slučaj i sa 3.4% onih koji imaju završenu srednju školu. Istovremeno, u grupi osoba sa osnovnom školom kao najvišim nivoom obrazovanja niko od ispitanika nije čuo za infotainment.

Grupu od 4.1% ispitanika koji su čuli za pomenuti termin pitali smo da nam bliže pojašne njegovo značenje, a time smo i provjerili da li zaista znaju pravo značenje termina. Ispitanici su pojašnjavali upravo da se radi o informativnim televizijskim sadržajima koji su prikazani na zabavan i zanimljiv način, te zaključujemo da oni koji jesu čuli za termin takođe i znaju šta od predstavlja.

„Mislim da označava ubacivanje nekog oblika zabavnog i zanimljivog sadržaja u programe informativnog karaktera, kako bi možda privukli veću gledanost.“

Da bi saznali kakve to emisije u formi debata, razgovora, diskusija, intervjua sa političarima i ličnostima iz javnog života ispitanici gledaju, postavili smo im niz pitanja. Prvenstveno, bilo je potrebno da odgovore koju emisiju ovoga tipa najčešće gledaju.



Grafik 18: Koju emisiju u formi debata, razgovora, diskusija, intervjua sa političarima i ličnostima iz javnog života posvećenu aktuelnim zbivanjima NAJČEŠĆE gledate? & Koju JOŠ emisiju u formi debata, razgovora, diskusija, intervjua sa političarima i ličnostima iz javnog života gledate? - sedam najgledanijih emisija

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Za odabranu emisiju smo im postavili pitanja o razlozima zašto gledaju baš tu emisiju, šta gledaju ako ona nije dostupna, gdje gledaju datu emisiju i koliko imaju povjerenja u nju. Nakon toga smo im još dva puta postavili isti set pitanja, te je bilo potrebno da navedu koje emisije sličnog sadržaja dodatno prate i da odgovore na već pomenuta prapratna pitanja.

Na grafiku iznad vidimo nekoliko podataka. Prvenstveno, vidimo da je prva pomenuta, odnosno najčešće gledana emisija ovog tipa „Načisto“ koju vodi novinar **Petar Komnenić** - nju je, kao emisiju koju najčešće gledaju istaklo 57.7% ispitanika. Za ovu emisiju valja napomenuti da je značajan broj ispitanika navodio ime voditelja emisije prije nego li njen naziv, što navodi na to da je sama emisija prepoznatljiva upravo po osobi koja je vodi. Nakon toga, najčešća prva pomenuta emisija je „Reflektor“ sa **Aleksandrom Mudrešom** sa 13.9%, te „Okvir“ i „Argumenti“ na RTCG-u sa 7.3% i 6.4%. Emisiju „Bez granica“ kao onu koju najčešće gledaju istaklo je 3.1% ispitanika, dok 1.0% njih tvrdi na najčešće prati emisiju „Ćirilica“ na Happy TV.

Pored najčešće gledane emisije, kao što je pojašnjeno ranije, ispitanike smo zamolili da navedu dvije dodatne emisije ovog karaktera koje prate. Tako, 24.6% ispitanika je kao drugi odgovor navelo emisiju „Načisto“, a istu emisiju je kao treći odgovor dodatno istaklo još 12.2%. Kumulativno, 94.5% ispitanika tvrdi da u manjoj ili većoj mjeri prati emisiju koju vodi Petar Komnenić.

„Reflektor“ kumulativno prati 51.7% ispitanika, emisiju „Okvir“ 36.4%, dok „Argumente“ ističe ukupno nešto više od petine ispitanika. Nadalje, 21.1% sagovornika navelo je emisiju „Bez granica“, svaki deseti emisiju „Ćirilica“ a svaki dvadeseti „Fokus“.

Pored ovih emisija, sa učestalošću navođenja u intervalu od 1.0% do 5.0% ispitanici su navodili i emisije „Naglas“, „Teleskopija“, „Živa istina“, „B92 Debata“, „U žiži“, „Aktuelno“, „Utišak nedelje“ i „Magnum“. Sa učestalošću manjom od 1.0% spomenute su i emisije poput „U 4 oka“, „Hej Sloveni“, „Dvogled“, „Oko magazina“, „Aritmija“, „Reč na reč“ itd.

Nadalje, ispitanici su navodili i emisije koje ne spadaju u emisije koje se bave aktuelnim dnevno-političkim dešavanjima *stricto sensu*, a koje su u većoj mjeri zabavnog karaktera poput „Veče sa Ivanom Ivanovićem“, „AmiG Show“, „Dnevna soba“, „Ekskluziv“ i slično.

Analizirali smo i socio-demografske karakteristike ispitanika koji su istakli da najčešće gledaju neku od gore pomenutih emisija, a za analizu smo odabrali *pet onih koje su najčešće praćene*⁴. Svaka od socio-demografskih potkategorija najčešće prati emisiju „Načisto“, pri čemu su vrijednosti za nju u tabeli ispod označene tamnijom nijansom. Svjetlijom nijansom je označena druga najpraćenija emisija za svaku od potkategorija.

Kategorija	Potkategorija	Načisto	Reflektor	Okvir	Argumenti	Bez granica
Prihodi	Niski	55.2%	11.5%	11.5%	4.8%	6.7%
	Srednji	55.3%	17.3%	4.4%	6.6%	0.9%
	Visoki	59.6%	15.8%	4.7%	8.2%	0.6%
Regija	Jug	52.6%	15.4%	2.6%	5.8%	0.6%
	Centar	62.1%	14.9%	6.0%	7.5%	0.9%
	Sjever	54.2%	11.0%	12.3%	4.8%	8.4%
Mjesto življenja	Grad	62.7%	12.1%	7.3%	5.3%	1.3%
	Prigradsko naselje	50.4%	16.5%	5.9%	9.7%	3.0%
	Selo	54.6%	15.5%	10.3%	2.1%	10.3%

Tabela 6: Koju emisiju u formi debata, razgovora, diskusija, intervjua sa političarima i ličnostima iz javnog života posvećenu aktuelnim zbivanjima NAJČEŠĆE gledate? - ukršteno sa socio-demografskim potkategorijama

⁴Emisiju „Ćirilica“, šestu po popularnosti, najčešće prati 10 od 1008 ispitanika koji su uzeli učešće u istraživanju, što je nedovoljno za dodatnu analizu na ovom nivou.

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Emisiju „Načisto“ u mjeri većoj od prosjeka gledaju ispitanici koji žive u centralnoj regiji i gradskim sredinama, te oni koji imaju veće prihode.

Značajne razlike u praćenosti prisutne su i u pogledu emisije „Bez granica“. Naime, 8.4% ispitanika sa sjevera tvrdi da najčešće gleda ovu emisiju, dok isto važi za svega 0.9% ispitanika iz centra i 0.6% sa juga. Dodatno, emisiju najčešće gleda 10.3% ispitanika sa sela, 3.0% iz prigradskih naselja, dok svega 1.3% iz gradova. Takođe, postoji negativna korelacija u pogledu prihoda – što su ispitanici većih prihoda to manje gledaju ovu emisiju.

Pored gledanosti konkretnih emisija, pokušali smo da utvrdimo zbog čega ispitanici gledaju baš njih. Stoga, svim ispitanicima koji su odabrali neku od emisija, postavili smo otvoreno pitanje uz molbu da istaknu glavni razlog zbog kojeg gledaju datu emisiju. Podaci su prikazani za sedam najgledanijih TV emisija, pri čemu je svaku od njih navelo kumulativno više od 5.0% sagovornika. Odgovori su rekodirani u šire, interno koherentne grupe i prikazani u tabeli koja slijedi. Tri najučestalija odgovora za svaku od emisija su označena u tabeli koja slijedi.

Tako, ispitanici koji gledaju „Načisto“ i „Bez granica“ ističu **kvalitete voditelja** datih emisija – 28.6% onih koji prate „Načisto“ ističu Petra Komnenića kao razlog zbog kojega gledaju datu emisiju, dok isto tvrdi čak 37.3% ispitanika koji prate emisiju „Bez granica“ i rad Seada Sadikovića.

Ostale navedene emisije ispitanici najčešće prate zbog interesantnih tema – ovaj razlog je u pogledu emisije „Ćirilica“ istaklo 40.0% ispitanika koji je gledaju, dok isto važi za 33.3% onih koji prate „Reflektor“, 31.6% onih koji gledaju „Okvir“ i 24.2% ispitanika koji gledaju emisiju „Argumenti“.

	Načisto	Reflektor	Okvir	Argumenti	Bez granica
Dobri, profesionalni voditelji i novinari	28.6%	10.0%	11.8%	16.5%	37.3%
Interesantne teme	19.1%	33.3%	31.6%	24.2%	27.1%
Interesantni gosti	16.2%	19.9%	15.4%	18.7%	3.4%
Aktuelno	12.2%	10.4%	20.6%	17.6%	8.5%
Zanimljiv, raznolik sadržaj	6.9%	7.5%	2.9%	7.7%	0.0%
Zbog političkih tema i dobrih debata	5.3%	2.0%	2.9%	3.3%	0.0%
Interesantno i profesionalno izvještavanje	3.4%	2.0%	0.7%	2.2%	1.7%
Imam povjerenja	2.6%	3.5%	5.1%	2.2%	5.1%
Navika	2.4%	3.5%	2.9%	4.4%	3.4%
Zbog zabave	1.2%	1.0%	0.0%	0.0%	3.4%
Drugo	2.2%	7.0%	5.9%	3.3%	10.2%

Tabela 7: Zbog čega gledate upravo tu emisiju? (Otvoreno pitanje)

Kada je u pitanju emisija koju ispitanici najčešće prate, pitali smo ih šta bi uradili u slučaju da im ta emisija nije dostupna. Odgovori su unaprijed definisani i prikazani su u tabeli ispod. Najučestaliji odgovor za svaku od emisija označen je ljubičastom bojom. Primjetno je da ispitanici u pogledu najčešće gledanih emisija u najvećem broju slučajeva tvrde da bi najčešće pogledali emisiju slične uređivačke politike. To važi za 36.0% ispitanika koji najčešće prate „Reflektor“, 29.8% onih koji najčešće prate emisiju „Argumenti“ i 29.6% ispitanika koji najčešće prate „Okvir“.

Kada je emisija „Načisto“ u pitanju, relativna većina ispitanika od 29.8% tvrdi da ne bi gledala nijednu drugu emisiju, dok dodatnih 29.0% ispitanika smatra da bi pogledali neku drugu emisiju koja ima sličnu uređivačku politiku onoj koju najčešće gledaju.

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Na kraju, kod emisije „Bez granica“ apsolutna većina ispitanika od 54.5% tvrdi da bi pogledali bilo koju drugu emisiju na drugim TV stanicama u slučaju da im ova nije dostupna.

	Načisto	Reflektor	Okvir	Argumenti	Bez granica
Ne bih gledao nijedan drugi talk show	29.8%	26.0%	25.9%	19.1%	4.5%
Ne bih gledao nijedan drugi talk show, ali bih potražio snimak emisije mog omiljenog talk show-a na internetu	16.9%	19.0%	11.1%	10.6%	4.5%
Pogledao bih neki drugi talk show koji ima sličnu uređivačku politiku kao moj omiljeni	29.0%	36.0%	29.6%	29.8%	22.7%
Pogledao bih bilo koji drugi talk show na bilo kojoj drugoj TV stanici	20.5%	17.0%	31.5%	25.5%	54.5%
Ne znam/bez odgovora	3.8%	2.0%	1.9%	14.9%	13.6%

Tabela 8: U slučaju da Vam je data emisija nedostupna, šta biste uradili:

Značajno je i na koji način ispitanici gledaju ove emisije. I ovdje smo imali četiri unaprijed definisana odgovora koja smo ponudili ispitanicima koji najčešće gledaju pet najpopularnijih emisija. Svih pet emisija ispitanici najčešće gledaju putem televizije, a procenti se kreću od 94.3% ispitanika u pogledu emisije „Okvir“ do 83.0% u pogledu emisije „Argumenti“. „Reflektor“ (6.9%) se češće od ostalih emisija prati podjednako na sva tri ponuđena načina - putem televizije, YouTube kanala i interneta, a isto važi i kada je u pitanju gledanost ove emisije putem interneta.

	Načisto	Reflektor	Okvir	Argumenti	Bez granica
Na televizoru	89.3%	86.1%	94.3%	83.0%	91.3%
Podjednako na sva tri načina	5.9%	6.9%	0.0%	6.4%	4.3%
Na YouTube kanalu	2.4%	0.0%	3.8%	4.3%	4.3%
Putem interneta	2.3%	6.9%	1.9%	6.4%	0.0%

Tabela 9: Gdje i na koji način primarno gledate pomenutu emisiju?

Konačno, možda i najvažnije pitanje vezano za ove emisije je pitanje povjerenja. Pitanje o povjerenju postavili smo onim ispitanicima koji najčešće gledaju neku od datih emisija. Kumulativno, svi ispitanici koji najčešće gledaju emisiju „Bez granica“ tvrde da u potpunosti vjeruju sadržaju koji se emituje u toku nje. Ovaj podatak treba shvatiti sa rezervom, budući da je samo 31 od 1008 ispitanika ovu emisiju istaklo kao onu koju najčešće gledaju. Relativno mali broj ispitanika ukazuje na mogućnost da rezultat bude „osjetljiviji“ na ekstremne vrijednosti - ukratko, što je broj ispitanika na neko od pitanja veći, veće je i povjerenje u tačnost rezultata. Nadalje, 88.9% gledalaca „Okvira“ vjeruje svojoj omiljenoj emisiji, a isto važi za 80.2% onih koji najčešće prate „Reflektor“, 79.8% ispitanika koji češće od ostalih emisija prate „Načisto“ i 76.6% onih koji gledaju emisiju „Argumenti“.

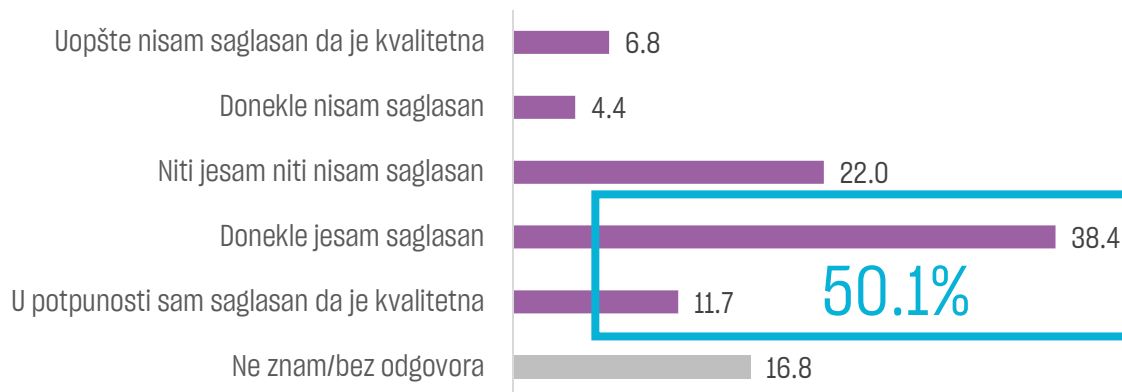
	Načisto	Reflektor	Okvir	Argumenti	Bez granica
Ne vjerujem uopšte	1.0%	1.0%	1.9%	0.0%	0.0%
Donekle ne vjerujem	2.6%	7.9%	0.0%	2.1%	0.0%
Niti vjerujem niti ne vjerujem	15.4%	10.9%	9.3%	21.3%	0.0%
Donekle vjerujem	57.2%	63.4%	64.8%	59.6%	40.9%
U potpunosti vjerujem	22.6%	16.8%	24.1%	17.0%	59.1%
Ne znam/bez odgovora	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

Tabela 10: U kojoj mjeri imate povjerenja u informacije koje dobijate iz te emisije?

Na kraju ove cjeline, ispitanicima smo ponudili dva pitanja vezana za kvalitet emisija koje se prikazuju na crnogorskim TV stanicama, a održavaju se u formi debata, razgovora, diskusija i intervjua sa političarima i ličnostima iz javnog života.

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Kumulativno, 50.1% ispitanika je zadovoljno kvalitetom emisija ovog tipa - 11.7% veoma zadovoljno i 38.4% donekle zadovoljno. Što je ispitanik stariji, to iskazuje veće zadovoljstvo ovim tipom emisija - među starijima od 50 godina zadovoljnih je 61.9%, dok taj broj pada na 50.8% u starosnoj grupi 31-50 godina i samo 38.5% među ispitanicima mlađim od 30 godina.



Grafik 19: U kojoj mjeri ste saglasni da je ponuda emisija koje se prikazuju na crnogorskim TV stanicama, a održavaju se u formi debata, razgovora, diskusija i intervjua sa političarima i ličnostima iz javnog života kvalitetna?

Nadalje, kvalitetom emisija u formi debata i diskusija su najzadovoljniji ispitanici sa sjevera, njih 58.2%. Percepcija kvaliteta među ispitanicima koji žive u centralnoj (47.4%) i južnoj (44.6%) regiji je znatno niža. Ostale razlike među socio-demografskim kategorijama nisu statistički relevantne.

Ispitanike koji nijesu zadovoljni ponudom pitali smo i zašto, i odgovori su se pretežno odnosili na to da je potrebno **više objektivnosti**, **više kvalitetnijeg sadržaja**, **te boljih gostiju**.

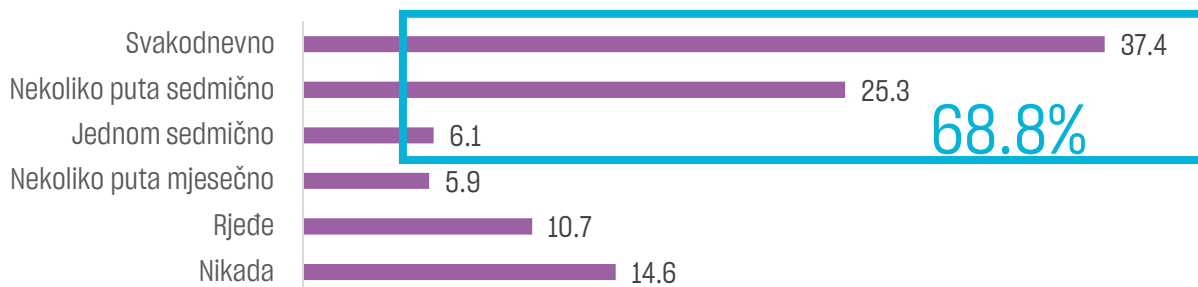
„Treba više kvalitetnijih novinara u smislu da su obrazovaniji i više informisani.“

„Treba unaprediti uredjivacku politiku i uvesti više obektivnosti u ovakve emisije.“

„Trebalo bi uvesti jos neke dodatne emisije sa boljim gostima.“

Informativni program

Centralne informativne emisije **barem jednom sedmično** prati čak **68.8%** ispitanika. Relativna većina od **37.4%** ispitanika emisije ovog tipa prati **svakodnevno**, **četvrtina** ispitanika tvrdi da ih gleda **nekoliko puta sedmično**, a **6.1%** anketiranih ističe da **barem jednom sedmično** prate centralne informativne emisije. Oko petina ispitanika ove emisije prati nekoliko puta mjesečno ili rjeđe, dok svaki dvanaesti ne pokazuje interesovanje za praćenje emisija ovog tipa. Statistički relevantne razlike prisutne su u pogledu većine socio-demografskih potkategorija.



Grafik 18: Da li gledate centralne informativne emisije?

Najznačajnije razlike prisutne su u pogledu **starsosne dobi ispitanika** - što su ispitanici stariji, češće gledaju emisije ovog tipa. Tako, centralne informativne emisije svakodnevno gleda čak **65.7%** ispitanika starosti od 51 do 65 godina. Isto tvrdi tek trećina ispitanika starosti od 31 do 50 godina i svaki peti ispitanik mlađi od 30 godina.

Informativne emisije **češće** od ostalih ispitanika prate **građani sa sjevera** - njih **46.6%** emisije ovog tipa prati svakodnevno, što važi i za **37.1%** ispitanika sa juga i **31.5%** onih koji žive u centralnoj regiji. Istovremeno, vrijedi primijetiti da čak petina ispitanika sa juga tvrdi da nikada ne gleda centralne informativne emisije. U ostalim regijama riječ je o znatno manjem broju sagovornika - osmini kada je riječ o centralnoj regiji i petnaestini kada je riječ o sjeveru.

Što su **primanja** ispitanika **veća**, oni **rjeđe** tvrde da **prate** centralne informativne emisije. Naime, emisije datog karaktera svakodnevno prati samo **27.9%** ispitanika sa visokom prihodima, dok isto važi za **35.3%** osoba koje imaju srednja i **45.6%** onih sa niskim primanjima.

Najinteresantnija je **situacija** prisutna u pogledu **obrazovnog profila** ispitanika. Slično kao i kod visine prihoda, što je ispitanik obrazovaniji to u manjoj mjeri svakodnevno prati informativne emisije. Naime, emisije datog karaktera svakodnevno prati samo **29.6%** ispitanika sa visokom školskom spremom, dok taj broj raste na **38.9%** među onima koji su završili srednju školu i **57.9%** među osobama kojima je osnovna škola najviši postignuti nivo obrazovanja.

Istovremeno, među ispitanicima sa višim i srednjim obrazovanjem prisutan je i značajno manji broj ispitanika koji nikada ne prate informativne emisije - svaki sedmi ispitanik iz ove dvije grupe je na dato pitanje odabrao odgovor "nikada", a isto važi čak za četvrtinu ispitanika koji su završili samo osnovnu školu.

Ukratko, **raspored odgovora** po kategorijama kod **osoba sa visokim obrazovanjem** je **ravnomjerniji**, dok su osobe nižeg obrazovanja sklonije ekstremnijim vrijednostima - **ili prate informativne emisije svakodnevno ili to ne rade uopšte**.

Ispitanike koji tvrde da **nikada ne gledaju** centralne informativne emisije pitali smo **zbog čega** je to tako. Odgovor na ovo pitanje dalo je 115 ispitanika, a njihovi odgovori su rekonstruirani u šire, interno koherentne kategorije. Najveći broj ispitanika iz ove grupe, njih **32**, tvrdi da ih prosto **ne interesuje sadržina** tih emisija. Kako obrazlaže jedan od njih, „ne zanima me politika, a uglavnom su u tim emisijama bombastične vijesti i politika kao glavna ili od kad je počelo sa korona virusom onda je i COVID tema broj jedan a to čovjeka zamara, trebaju sadržaji da se čovjek opusti poslije napornog dana” .

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Pored toga, značajan broj ispitanika iz ove grupe ističe da ne gledaju centralne informativne emisije na televiziji jer se **informišu putem online portala** i društvenih mreža, te da **nemaju vremena** da prate emisije tog tipa. Što se ostalih kategorija tiče, izdvojili smo neke od interesantnijih odgovora.

„U posljednjih 30 godina na informativnim emisijama nisam mogla ništa da čujem što bi bilo nepristrasno od strane uređivačke politike.“

„Ne mogu to da gledam, djeluju mi na nervnu bazu, meni mozak to ne prihvata.“

„To ću da gledam kad ostaram, ali mama stalno gleda.“

„Ne vjerujem im, pod uticajem su politike i ostalih faktora koji ne smiju biti umiješani u objektivno informisanje.“

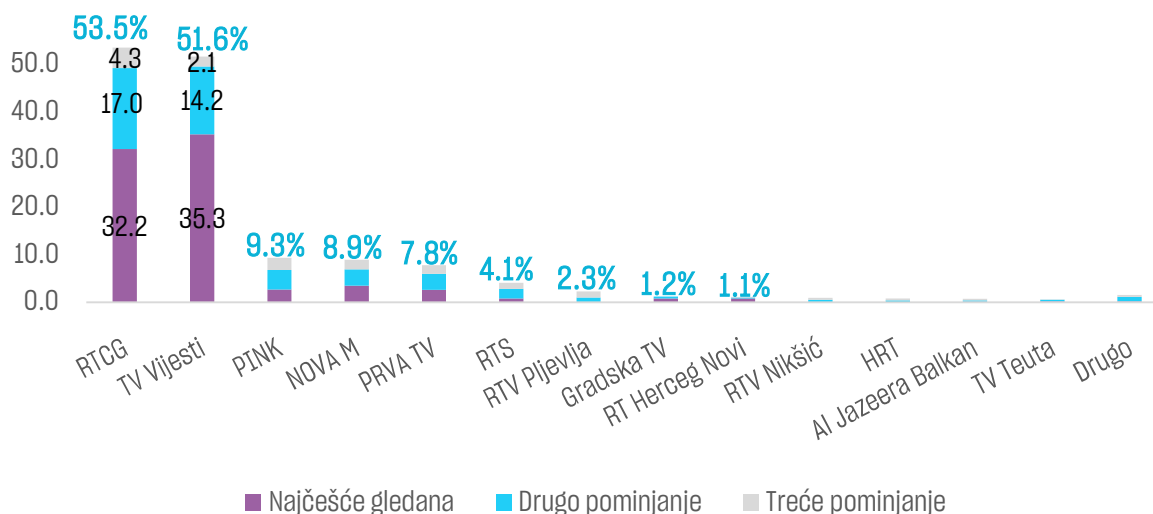
Svi odgovori rekodirani u kategorije dati su u listi ispod, uz broj ponavljanja za svaku od njih:

- Ne interesuje me/ ne zanima me - 42 ponavljanja,
- Informišem se online - 19 ponavljanja,
- Nemam vremena - 15 ponavljanja,
- Ne vjerujem tim emisijama - 11 ponavljanja,
- Interesuju me samo zabavne emisije - 11 ponavljanja,
- Dosadne su - 9 ponavljanja,
- Zamaraju me - 8 ponavljanja,

Osim uopštenih informacija o učestalosti gledanja centralnih informativnih emisija, sa ispitanicima smo razgovarali i o tome **koje informativne emisije prate**. Od ispitanika smo tražili da prvo navedu emisiju koju **najčešće gledaju**. U slučaju da prate više emisija, ispitanici su mogli da navedu do tri centralne informativne emisije.

U grafiku su istaknute sve TV stanice koje je ukupno navelo više od 0.5% ispitanika. Kumulativno, najveći broj ispitanika (53.5%) naveo je da gleda centralnu informativnu emisiju na **RTCG**, dok je nešto manji procenat (51.6%) istakao da prati **TV Vijesti**. Nadalje, ukupno 9.3% gleda informativne emisije na **televiziji PINK**, pri čemu je interesatno da većina njih ističe kratki informativni format „Minut dva“, a ne Nacionalni dnevnik koji se na ovoj TV stanici emituje u 18:30 časova.

Više od 5% ispitanika prati i centralne informativne emisije na televizijskim stanicama **Nova M (8.9%)** i **Prva TV (7.8%)**, dok **RTS** prati kumulativno 4.1% ispitanika.



Grafik 21: Na kojim sve kanalima gledate centralnu informativnu emisiju?

Slijede tri crnogorska lokalna emitera – RTV Pljevlja, Gradska TV i RTV Herceg Novi – čije centralne informativne emisije prati više od 1.0% ispitanika. Važno je istaći da su emisije na RTV Pljevlja i RTV Herceg Novi najčešće

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

isticane kao druga ili treća opcija, što upućuje na to da one ispitanicima služe kao **pomoćno sredstvo** kako bi bili u toku sa dešavanjima koja se zbivaju na nivou njihove lokalne zajednice.

Na kraju, data je i kategorija „Drugo“, u koju spadaju sve pomenute TV stanice sa manje od 0.5% ukupne zastupljenosti, kao npr. Adria TV, B92, N1, Happy TV i Top Channel.

Pored ukupne gledanosti određene centralne informativne emisije, važan pokazatelj je i to koju emisiju ispitanici **najčešće primarno prate**. Raspored odgovora je vrlo sličan ranije opisanom, pri čemu je primjetno da postoji **razlika na čelnoj poziciji**. Tako, iako ukupno najveći broj ispitanika prati centralnu informativnu emisiju na RTCG, **TV Vijesti** se ističu kao ona **TV stanica čija se informativna emisija najčešće prati** - nju je kao prvu istaklo 35.3% ispitanika, dok procenat u pogledu RTCG-a iznosi 32.2%.

Kao i u prethodnom poglavlju, i ovdje smo ispitanike zamolili da kroz odgovor na otvoreno pitanje obrazlože **zbog čega gledaju** pojedine centralne informativne emisije. Stoga, svim ispitanicima koji su odabrali neku od emisija, postavili smo otvoreno pitanje uz molbu da istaknu glavni razlog zbog kojeg gledaju datu emisiju. Podaci su prikazani za **pet najgledanijih televizijskih kanala**, pri čemu je centralnu informativnu emisiju na svakom od njih navelo kumulativno više od 5.0% sagovornika. Odgovori su rekodirani u šire, interno koherentne grupe i prikazani u tabeli koja slijedi. Tri najučestalija odgovora za svaku od emisija su označena u tabeli koja slijedi.

Većinu centralnih informativnih emisija ispitanici gledaju zbog informacija koje dobijaju - to je slučaj sa 50.6% onih koji gledaju centralnu informativnu emisiju na RTCG, 45.3% onih koji prate TV Vijesti, 43.0% ispitanika koji gledaju informativnu emisiju na Prva TV i 31.1% onih koji prate stanicu Nova M. Jedini izuzetak su informativne emisije na TV stanici Pink. Već ranije smo naznačili da je u pogledu ove TV stanice većina ispitanika istakla da prati kraći informativni format pod nazivom „Minut dva“ a ne „Nacionalni dnevnik“. Kratkoća je od strane grupe ispitanika koja prati TV Pink istaknuta kao kvalitet, te 33.3% ispitanika koji prate informativu na ovoj TV stanici ističu da to čine zbog toga što informativna emisija „najkraće traje“.

Kao još dva bitna razloga ističu se navika⁵ i pravovremenost pruženih informacija⁶.

	TV Vijesti	RTCG	Nova M	Prva TV	Pink
Zbog informacija	45.3%	50.6%	31.1%	43.0%	32.2%
Navika	11.2%	13.5%	13.3%	10.1%	3.3%
Pravovremene informacije	8.4%	7.5%	15.6%	17.7%	10.0%
Objektivnost	6.5%	2.3%	3.3%	2.5%	1.1%
Odgovara mi termin	5.5%	3.2%	4.4%	7.6%	3.3%
Povjerenje	4.7%	4.1%	5.6%	5.1%	0.0%
Sviđa mi se	4.1%	1.5%	12.2%	6.3%	6.7%
Gledaju ukućani pa onda i ja	3.7%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%
Zbog vremenske prognoze	3.3%	0.6%	2.2%	0.0%	0.0%
Nemam razlog	2.5%	2.3%	2.2%	2.5%	0.0%
Zbog upoređivanja informacija	2.4%	4.5%	4.4%	3.8%	0.0%
Najkraće traje	0.6%	0.6%	1.1%	1.3%	33.3%
Ako propustim onu koju prvu gledam	0.6%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%
Zbog lokalnih vijesti	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Zbog vijesti iz regiona	0.0%	0.2%	1.1%	0.0%	1.1%
Drugo	1.2%	3.0%	3.3%	0.0%	8.9%

Tabela 11: Zbog čega gledate upravo tu centralnu informativnu emisiju?

⁵Češće u slučaju TV Vijesti i RTCG

⁶Češće u pogledu TV stanica Nova M i Prva TV

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Sa ispitanicima smo razgovarali i o tome u kojoj mjeri imaju povjerenja u izvještavanje pojedinih centralnih informativnih emisija. Pitanje o povjerenju postavili smo onim ispitanicima koji najčešće gledaju centralne informativne emisije na nekoj od navedenih TV stanica.

Obradeni su podaci jedino za centralne informativne emisije koje se prikazuju na RTCG i TV Vijesti⁷. Budući da analizirani ispitanici najčešće prate centralne informativne emisije na dvije ranije spomenute TV stanice, očekivano je da im dominantna većina ispitanika u oba slučaja vjeruje. Ipak, primjetno je da je nivo povjerenja onih ispitanika koji najčešće gledaju informativnu emisiju na TV Vijesti nešto viši u odnosu na one koji najčešće prate RTCG. Tako, informacijama koje dobijaju na TV Vijesti vjeruje ukupno 84.8%⁸ od onih ispitanika koji najčešće prate centralnu informativnu emisiju na toj TV stanici, dok kod ispitanika koji prate informativnu emisiju na RTCG taj broj iznosi 80.2%⁹.

	U potpunosti vjerujem	Donekle vjerujem	Niti vjerujem niti ne vjerujem	Donekle ne vjerujem	Ne vjerujem uopšte	Ne znam/bez odgovora
RTCG	18.5	61.7	13.6	2.8	1.9	1.5
TV Vijesti	19.1	65.7	12.1	1.7	1.1	0.3

Tabela 12: U kojoj mjeri imate povjerenja u informacije koje dobijate iz te centralne informativne emisije?

Nadalje, sa govornike smo pitali u kojoj mjeri izvještavanje TV stanica utiče na formiranje njihovih stavova. Manje od petine ispitanika priznaje da izvještavanje utiče na obrazovanje njihovih stavova - 1.3% tvrdi da u potpunosti utiče, a 16.8% da uglavnom utiče. Istovremeno, gotovo polovina ispitanika tvrdi da izvještavanje TV stanica nema uticaja na proces u kojem formiraju stavove o određenim društveno-političkim zbivanjima.

Interesantno, osobe starije od 50 godina znatno češće od ostalih priznaju da TV stanice svojim izvještavanjem utiču na njihovo formiranje stavova - dok je sa ovom tvrdnjom saglasno 15.5% ispitanika mladih od 30 godina i 15.3% onih koji imaju između 30 i 50 godina, isto tvrdi čak 25.1% ispitanika starijih od 50 godina.

Sa ovom tvrdnjom su najmanje saglasni ispitanici koji žive u centralnoj regiji (15.8%), dok je stepen saglasnosti u ostale dvije regije na približno istom nivou - tako, 20.1% ispitanika sa sjevera i 20.7% onih koji žive na jugu Cne Gore smatra da izvještavanje TV stanica ima uticaja na njihovo formiranje stavova.

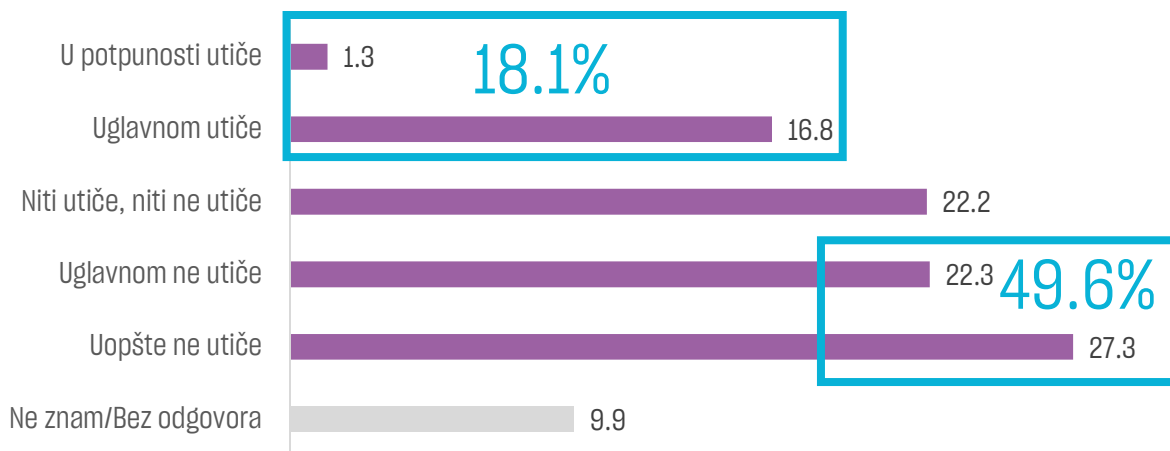
Statistički relevantne razlike prisutne su još i u pogledu visine prihoda ispitanika - što su prihodi ispitanika niži, to češće tvrde da primjećuju uticaj TV stanica na formiranje njihovih stavova.

⁷Nijednu od emisija ovog sadržaja na drugim TV stanicama najčešće ne prati više od 30 ispitanika, što je premali broj za dodatnu analizu na ovom nivou.

⁸19.1% u potpunosti i 65.7% donekle

⁹18.5% u potpunosti i 61.7% donekle

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

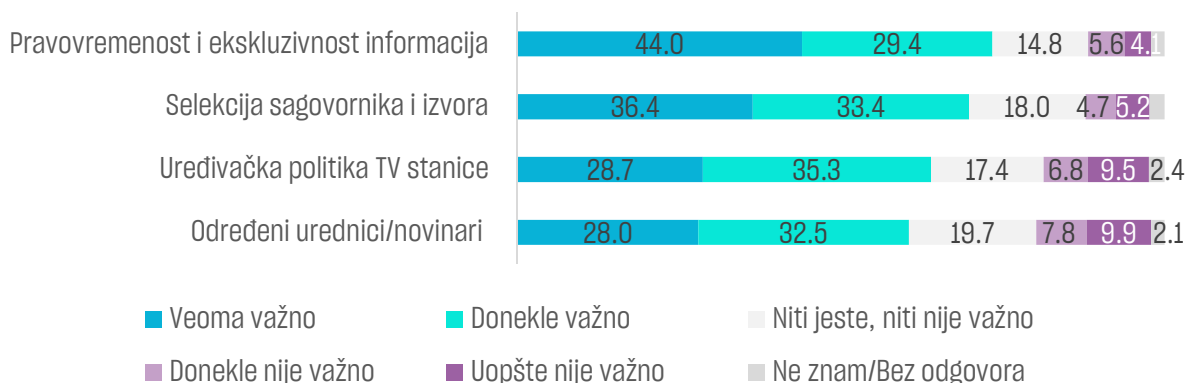


Grafik 22: U kojoj mjeri izvještavanje televizijskih stanica utiče na formiranje Vaših stavova?

Posljednje pitanje u ovom poglavlju izvještaja vezano je za karakteristike koje TV stanica mora posjedovati, a koje su važne za uspostavljanje povjerenja u nju. Tako, ispitanici najčešće ističu **pravovremenost i ekskluzivnost informacija** - ovu karakteristiku kao važnu kumulativno ističe **73.4%** ispitanika. Ova karakteristika je važnija ženama (76.3%) nego muškarcima (70.5%). Nadalje, što je ispitanik stariji, to češće ističe ovu karakteristiku.

Kao drugu najznačajniju karakteristiku ispitanici ističu **selekciju sagovornika i izvora** - nju kao bitnu vidi **69.8%** ispitanika. Što je ispitanik obrazovaniji, to mu je ova karakteristika bitnija - kao važnu je percipira 78.0% ispitanika sa visokim obrazovanjem, 67.2% onih koji imaju završenu srednju školu i tek 55.1% ispitanika koji imaju osnovnu školu kao najviši završeni stepen obrazovanja. Ova karakteristika je najbitnija osobama iz južne regije, a njena važnost opada od juga ka sjeveru.

Interesantno, uređivačka politika TV stanice (64.0%) i izbor urednika i novinara (60.5%) su nešto rjeđe isticali kao značajne karakteristike koji utiču na stepen (ne)povjerenja prema određenoj TV stanici.



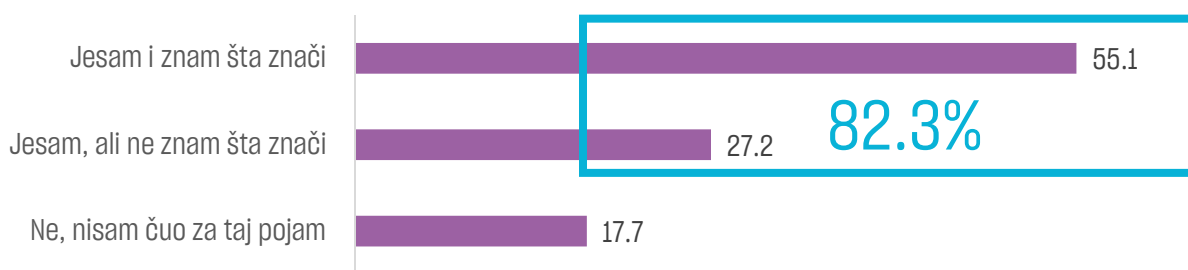
Grafik 23: U kojoj mjeri su Vam sljedeće karakteristike važne kada odlučujete da li vjerujete nekoj TV stanici ili ne:

Vjerodostojnost informacija

Prvo pitanje u ovom poglavlju odnosi se na poznavanje pojma “lažnavijest”, tj. fakenews. Kumulativno, četiri od pet ispitanika tvrdi da je čulo za ovaj pojam – njih 55.1% tvrdi da je čulo za “lažne vijesti” i zna šta ovaj pojam znači, dok je dodatnih 27.2% upoznato sa pojmom, ali ne poznaje njegovo tačno značenje.

Statistički značajne razlike u pogledu odgovora na ovo pitanje postoje kod većeg broja socio-demografskih potkategorija. Tako, muškarci (ukupno 86.3%) češće od žena (78.4%) tvrde da su upoznati sa pojmom “lažna vijest”, a isto važi za stanovnike centralne regije (87.0%) u odnosu na one koji žive u sjevernom (81.2%) i južnom (74.6%) dijelu Crne Gore.

Najznačajnije razlike prisutne su s obzirom na obrazovni nivo ispitanika – naime, što je ispitanik obrazovaniji, to češće tvrdi da je čuo za “lažne vijesti”. Sa ovim pojmom je upoznatno 89.0% ispitanika sa visokom školskom spremom, 81.0% onih koji su završili srednju školu i 61.4% ispitanika sa osnovnom školom kao najvišim postignutim nivoom obrazovanja.



Grafik 24: Da li ste upoznati sa pojmom „lažna vijest” (fake news)?

Značajno je naglasiti da su odgovori na prethodno pitanje samoprocjena ispitanika. Stoga, onim sagovornicima koji tvrde da su čuli za lažne vijesti i znaju šta taj pojam znači postavili smo dodatno pitanje kao vid provjere. Naime, od njih smo tražili da opišu šta po njihovom mišljenju predstavlja širenje lažnih vijesti u televizijskom izvještavanju. Samo 7 od 555 ispitanika koji su tvrdili da su čuli za lažne vijesti i znaju šta taj pojam znači nije bilo u stanju da da odgovor. Sa druge strane, ostalih 548 sagovornika dalo je neku vrstu opisne definicije lažnih vijesti koja se može prihvatiti kao tačna.

Odgovore smo, kao i ranije, rekodirali u šire interno koherentne grupe. Kategorije su ravnomjerno raspoređene, te nema onih koje se pretjerano ističu u odnosu na ostale. Ispitanici smatraju da se lažne vijesti manifestuju kao plasiranje lažnih, polutačnih i neprovjerenih informacija.

“Plasiranje lažne informacije koja se nigdje drugdje nije objavila osim na tom TV kanalu.”

“Plasiranje neprovjerenih informacija kako odgovara uređivačkoj politici televizije.”

“Širenje informacija koje ne dolaze od provjerenog izvora.”

“Emitovanje neprovjerenih stvari koje nas ubijaju psihički i opterećuju.”

“Plasiranje niza neistina i dijelom tačnih informacija o javnim ličnostima, o ekonomiji, o zdravlju, te sve ono što može izazvati paniku kod određenog broja ljudi.”

“Saopštavanje laži u cilju veće gledanosti, komercijale i marketinga.”

Pod lažnim vijestima ispitanici podrazumijevaju i širenje dezinformacija i manipulisanje podacima.

“Širenje dezinformacija sa ciljem da se gledaoci dovedu u zabludu i da se lose utiče na državljane Crne Gore”.

“Dezinformacije koje se prenesu na TV, a nastale su pod uticajem stranih ili domaćih mafija i kriminalnih službi.”

“To je manipulisanje građanima, najčešće zbog politike.”

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

“Manipulisanje sadržajem kako bi se ostvario svoj neki interes.”

Termini koje su ispitanici često navodili su i obmanjivanje, izmišljanje vijesti i senzacionalizam.

“Obmana da se široke narodne mase dovedu da pričaju o temama koje život ne znače umjesto o poslu i tome kako preživjeti, nego nam se serviraju neke sporedne informacije i to još pogrešno protumačene i izvučene iz konteksta.”

“Izmišljene vijesti uglavnom o našoj državi koje plasiraju izdajnički mediji u Crnoj Gori.”

“To je senzacionalizam kad lažu da podignu rejting svoj, svoje partije ili onoga što zastupaju.”

“Vijest da bi se narod zbulio i da bi nekoga oblatili da bi se povećala gledanost, ali nažalost to je pogubno po same te medije.”

Jedan dio ispitanika tvrdi i da proliferacija lažnih vijesti može biti olako shvaćena u društvu, ali da može voditi ozbiljnim posljedicama poput izazivanja panike i mržnje te da se na taj način gradi kultura nepovjerenja prema medijima.

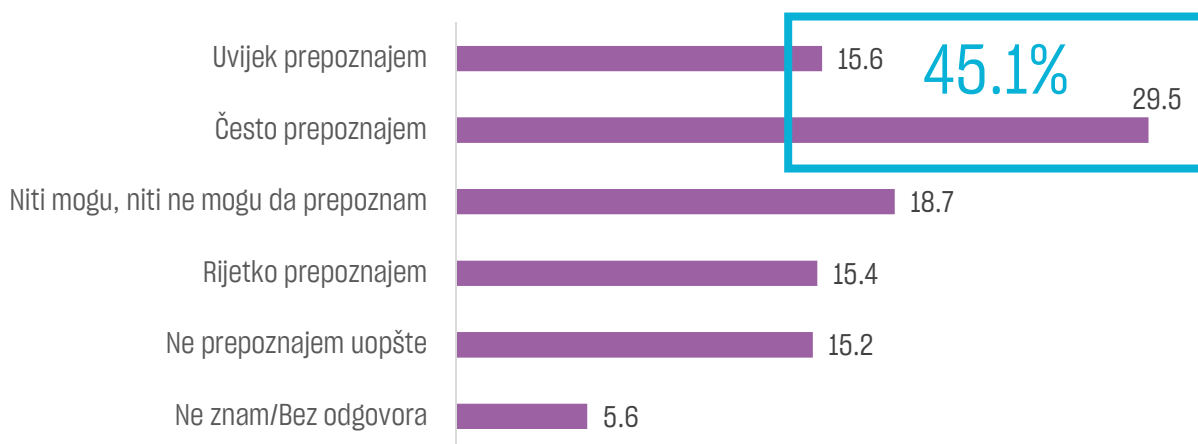
“Namjerno se lažne informacije emituju da bi se izazvala panika i skretalo se sa bitnih tema.”

“Zaglupljuje se stanovništvo uz opasnost da se izazovu otvoreni sukobi jer se više ne zna šta je istina a šta laž.”

“Kad se plasira nešto što nije tačno ali u svrhu govora mržnje, a građani se na to primaju.”

Sa govornike smo pitali i da li smatraju da mogu prepoznati kada TV stanice prenose informacije preuzete od tabloida. Ukupno njih 45.1% smatra da prepoznaju takve situacije - 15.6% tvrdi da uvijek prepoznaju kada TV stanice prenose informacije koje su prije toga objavljene u tabloidima, dok 29.5% često prepoznaje takve situacije. Statistički relevantne razlike prisutne su u pogledu regije u kojoj ispitanici žive, njihovog nivoa obrazovanja i visine prihoda. Tako, ispitanici iz centralne regije češće od ostalih (48.2%) tvrde da uvijek ili često prepoznaju kada TV stanice preuzmu informacije iz tabloida. Isto tvrdi 46.6% ispitanika sa juga i tek 39.0% ispitanika nastanjenih na sjeveru Crne Gore.

Nadalje, što su obrazovni nivo i visina primanja ispitanika viši, to oni češće tvrde da uvijek ili često prepoznaju da televizijske stanice koriste podatke preuzete od tabloida. Tako npr., sa ovom tvrdnjom saglasne su tri petine ispitanika sa fakultetskim obrazovanjem, dvije petine onih koji su završili srednju školu i samo jedna petina sa govornika sa osnovnoškolskim obrazovanjem.



Grafik 25: Da li, prema Vašoj procjeni, smatrate da možete prepoznati kada TV stanice prenesu informaciju preuzetu od tabloida?

Kako bi sa svim ispitanicima mogli razgovarati o “lažnim vijestima”, prije prelaska na naredna pitanja anketari su imali za zadatak da ispitanicima pročitaju kratko pojašnjenje samog pojma. Tako, lažne vijesti smo opisali kao

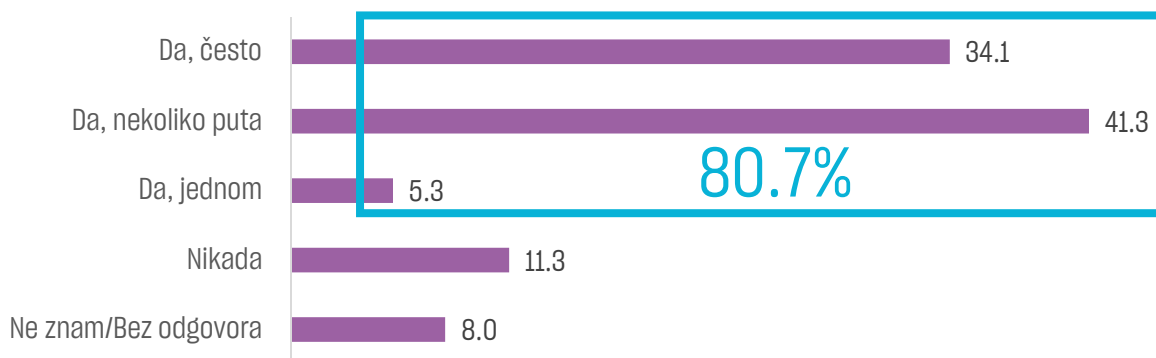
Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

“namjerno plasiranje vijesti koje sadrže ili prenose lažne, netačne ili polutačne informacije u cilju zavaravanja ili manipulisanja javnosti”.

Kumulativno, čak **80.7%** ispitanika tvrdi da je **primijetilo lažnu vijest** u televizijskom sadržaju - 34.1% tvrdi da im se to dešava često, 41.3% je lažne vijesti primijetilo nekoliko puta, a 5.3% ispitanika samo jednom. Istovremeno, devetina ispitanika tvrdi da nikada nije primijetila lažne vijesti u televizijskom sadržaju, a dvanaestina nije pružila konkretan odgovor na ovo pitanje.

Ispitanici iz centralne regije češće od ostalih (39.7%) tvrde da su imali priliku da često vide lažne vijesti u televizijskom sadržaju, a slijede ispitanici sa juga (33.8%) i sjevera (25.9%). Takođe, primjetno je postojanje **pozitivne korelacije** između obrazovnog nivoa i visine prihoda ispitanika sa jedne strane, te učestalosti sa kojom su ispitanici primijetili lažne vijesti sa druge strane. Naime, što je ispitanik obrazovaniji i ima veće prihode, u većoj mjeri tvrdi da prepoznaje lažne vijesti. Tako, dok samo 6.7% ispitanika sa visokom školskom spremom smatra da nikada nisu primijetili lažne vijesti prilikom gledanja televizije, procenat raste na 12.0% među onima koji imaju srednju stručnu spremu i 26.8% među ispitanicima sa završenom osnovnom školom kao najvišim nivoom obrazovanja.

Razlike u pogledu primanja nisu u toj mjeri drastične, ali jesu statistički relevantne. Tako, lažne vijesti u televizijskom sadržaju najčešće nisu vidljive osobama sa niskim prihodima (16.2%), dok se to rjeđe dešava onima koji imaju srednje (9.2%) i visoke prihode (8.1%).



Grafik 26: Da li ste do sada primijetili neku lažnu vijest u televizijskom sadržaju?

Nadalje, sa ispitanicima smo razgovarali i o tome za koje oblasti najčešće vezuju lažne vijesti. Dominantna većina ispitanika, njih **46.9%**, je kao svoj prvi odgovor odabrala **politiku**. Petina ispitanika smatra da se lažne vijesti češće vezuju za COVID-19 pandemiju nego za druge oblasti, dok je svaki sedmi ispitanik istakao zabavu, tj. vijesti o poznatim ličnostima.

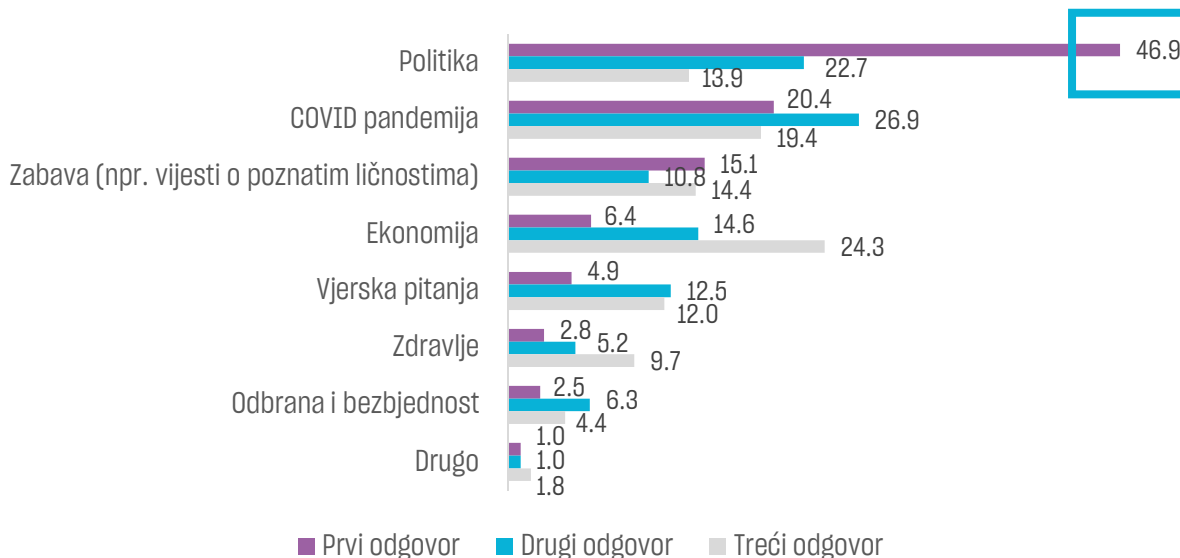
Muškarci (50.1%) češće od žena (43.9%) smatraju da se lažne vijesti vezuju za politiku, dok je uvjerenje da je to prisutno u domenu tema vezanih za zabavu znatno rjeđe među osobama muškog pola - ovu oblast ističe 10.9% muškaraca i čak 19.2% žena.

U pogledu **starosti ispitanika** najznačajnije su razlike kada je prisustvo lažnih vijesti u **politici**. Naime, što je **osoba starija, češće tvrdi** da je upravo ova oblast u najvećoj mjeri pod uticajem lažnih vijesti. Politiku kao svoj prvi izbor ističe 52.5% ispitanika starijih od 50 godina, 46.2% onih koji imaju između 31 i 50 godina i 42.9% sagovornika mlađih od 30 godina.

Stanovnici juga (35.2%) znatno rjeđe vezuju politiku za lažne vijesti u odnosu na ispitanike iz centralne regije (50.5%) i a sjevera (50.3%). Istovremeno, oni prisustvo lažnih vijesti češće od prosjeka primjećuju u pogledu COVID pandemije (31.8%) i vijesti vezanih za zabavu i poznate ličnosti (19.3%).

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

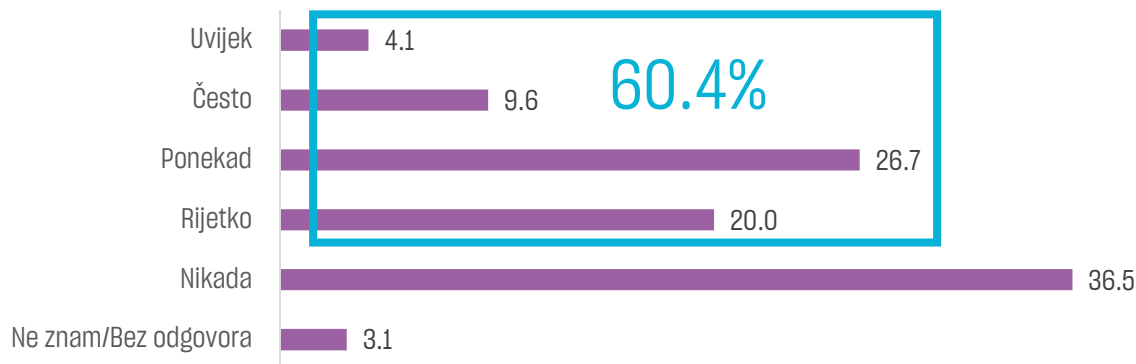
U pogledu sve tri socio-demografske potkategorije vezane za obrazovanje, politika dominira kao najznačajnija oblast za koju su vezane lažne vijesti. Ipak, postoje značajne razlike u pogledu percepcije prisustva lažnih vijesti vezanih za COVID pandemiju i za zabavu. Tako, što je osoba obrazovanija, u većoj mjeri smatra da su lažne vijesti prisutne kada je izvještavanje o COVID pandemiji u pitanju. Istovremeno, što je obrazovanija, smatraće da su lažne vijesti vezane za poznate ličnosti rjeđe prisutne.



Grafik 27: Prema Vašem mišljenju, za koje tri oblasti od navedenih se najviše vezuju lažne vijesti?

Nakon što smo provjerili percepciju prisutnosti lažnih vijesti u pogledu pojedinih oblasti izvještavanja, sa ispitanicima smo razgovarali i o tome koliko često provjeravaju vjerodostojnost informacija koje dobijaju putem televizije. Kumulativno, 60.4% ispitanika tvrdi da provjerava vjerodostojnost informacija, u manjoj ili većoj mjeri.

Tako, 4.1% tvrdi da uvijek provjerava vjerodostojnost dobijenih informacija, desetina ispitanika to radi često, četvrtina ponekad, a petina rijetko. Statistički značajne razlike u pogledu ovog pitanja prisutne su s obzirom na regiju u kojoj ispitanici žive i njihov obrazovni nivo. Tako, ispitanici iz centralne regije (14.9%) i sa juga (13.8%) češće od onih sa sjevera (12.0%) tvrde da uvijek ili često provjeravaju vjerodostojnost informacija. Razlike su znatno vidljivije u pogledu obrazovnog profila ispitanika - vjerodostojnost informacije uvijek ili često provjerava 20.4% osoba sa visokom školskom spremom, 11.5% onih koji imaju srednju školsku spremu i samo 8.8% osoba sa osnovnom školom kao najvišim postignutim nivoom obrazovanja.

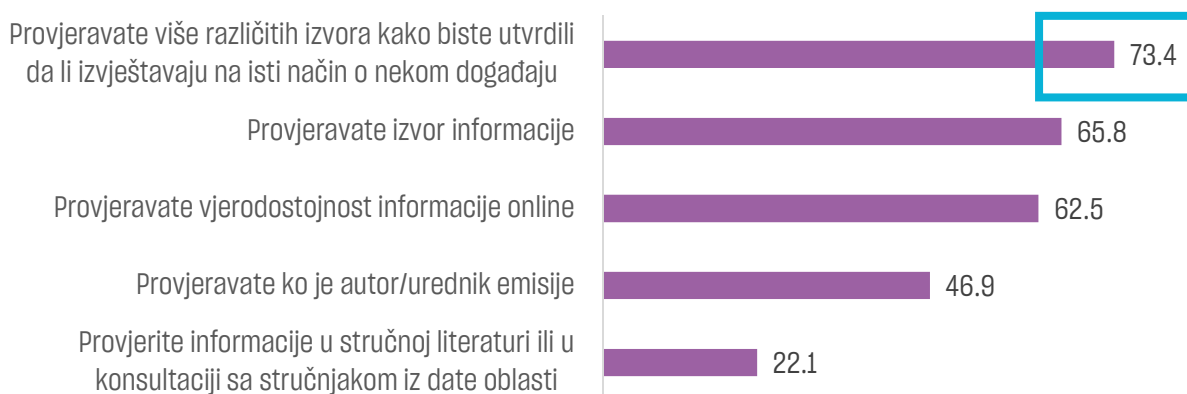


Grafik 28: Da li provjeravate vjerodostojnost informacija koje dobijate putem televizije?

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

Ispitanike koji tvrde da provjeravaju vjerodostojnost informacija koje dobijaju iz televizijskih sadržaja pitali smo na koji način to rade. Pitanje je omogućavalo da ispitanici daju više od jednog odgovora, te ne treba da čudi što zbir svih odgovora prelazi 100%.

Provjeravanje vjerodostojnosti informacija na način što će se **konsultovati više izvora podataka** je najčešći način koji ispitanici koriste - njeđa su odabrala tri od četiri ispitanika iz grupe onih koji provjeravaju tačnost i pouzdanost informacija koje dobijaju. Nadalje, **65.8%** ispitanika **provjerava sam izvor informacije**, a **62.5%** **konsultuje i online servise** kako bi provjerili da li je informacija tačna. Gotovo polovina ispitanika provjerava ko je autor emisije kako bi na taj način ocijenila vjerodostojnost njenog sadržaja, dok ispitanici najrjeđe provjeravaju stručnu literaturu ili razgovaraju sa stručnjacima za datu oblast kako bi provjerili tačnost informacije - to radi tek petina onih koj se bave provjerom vjerodostojnosti podataka koje dobijaju putem televizije.



Grafik 29: Na koji način provjeravate vjerodostojnost informacija koje dobijate putem televizije: (Moгуće više odgovora)

Pored učestalosti provjere vjerodostojnosti informacija, sa ispitanicima smo razgovarali i o tome da li znaju kome mogu **podnijeti prigovor** na rad TV stanice ukoliko smatraju da njeno izvještavanje nije primjereno ili dozvoljeno. **Svaki deveti** ispitanik je dao **pozitivan odgovor** na ovo pitanje. Muškarci (13.7%) češće od žena (8.1%) tvrde da znaju kome mogu podnijeti prigovor na rad TV stanica, a isto važi za stanovnike centralne regije (15.6%) u odnosu na one koji žive na jugu (6.9%) i sjeveru (6.8%).

Osim u pogledu ovih socio-demografskih potkategorija, statistički značajne razlike su prisutne i u pogledu obrazovanja i prihoda ispitanika. Tako, 15.9% osoba sa visokom stručnom spremom tvrdi da zna kome može podnijeti prigovor na rad TV stanice, a isto važi za 9.7% onih koji imaju srednju stručnu spremu. Istovremeno, niti jedna od 56 osoba koje imaju osnovnu školu kao najviši postignuti nivo obrazovanja nije odgovorila potvrdno na ovo pitanje. Kada su prihodi ispitanika u pitanju, primjetna je pozitivna korelacija sa odgovorom na ovo pitanje - naime, što su prihodi ispitanika veći, oni češće tvrde da znaju kome mogu da se obrate sa svojim prigovorom.

Nadalje, interesatno je istaći da pozitivna korelacija glede ovog pitanja postoji i s obzirom na starost ispitanika - što je ispitanik stariji, to češće tvrdi da zna kome može podnijeti prigovor. Ipak, te razlike nisu statistički relevantne i ne mogu se generalizovati na cjelokupnu populaciju Crne Gore.



Grafik 20: Da li znate kojem tijelu/organu možete podnijeti prigovor na rad TV stanice ukoliko smatrate da izvještavanje nije primjereno ili dozvoljeno iz nekog drugog razloga?

Budući da je i kod prethodnog pitanja riječ o samoprocjeni znanja, ispitanicima koji su odgovorili potvrdno postavili smo dodatno pitanje gdje smo ih zamolili da precizno navedu tijelo kojem bi podnijeli prigovor. Od 110 ispitanika, njih 108 je pružilo neku vrstu odgovora.

Relativna većina od 39 ispitanika istakla je Agenciju za elektronske medije kao instituciju kojoj bi se obratili u slučaju da primijete da izvještavanje neke od TV stanica u Crnoj Gori nije primjereno ili dozvoljeno iz nekog drugog razloga. Šesnaest ispitanika bi se obratilo organima emitera, bilo da jer riječ o upravnom odboru, direktoru ili uredniku emisije. Nadalje, 14 je kao odgovor istaklo “nadležnog regulatora” bez navođenja preciznog imena organa, a po 11 osoba je istaklo Radio-difuzni centar i sudstvo. Svi navedeni odgovori dati su u listi ispod, uz broj ponavljanja za svaki od njih:

- Agencija za elektronske medije - 39 ponavljanja,
- Upravni odbor/direktor/urednik emisije - 16 ponavljanja,
- Nadležni regulator/agencija koja se bavi kontrolom - 14 ponavljanja,
- Radio-difuzni centar - 11 ponavljanja,
- Sud - 11 ponavljanja,
- Sindikat medija - 5 ponavljanja,
- EKIP - 4 ponavljanja,
- Tužilaštvo - 3 ponavljanja,
- Ombudsman - 2 ponavljanja,
- Javni servis - 2 ponavljanja,
- Inspekcija rada - 1 ponavljanja.

Na kraju, istu grupu ispitanika pitali smo i zbog čega bi podnijeli prigovor, tj. šta im konkretno smeta u izvještavanju TV stanica koje svoj program emituju u Crnoj Gori.

Većina ispitanika ističe da bi progovor podnijeli u slučaju da prepoznaju određene informacije kao neistinite, pristrasne i plasirane u cilju da javnost stekne pogrešnu sliku o nekom događaju ili osobi.

“Jedino ako bi neko plasirao očigledno lažne informacije.”

“Smetale mi bi očigledne lažne cijesti i spinovanja da se iznose u javnost.”

“Jednostrano izvještavanje, uticaj partija na medijske kuće.”

Takođe, dio ispitanika osvrnuo se ina to da bi reagovao ukoliko bi izvještavanje bilo usmjereno na izaizavnje panike ili mržnje i podsticanje populizma.

“Zbog stvaranja loše atmosfere i mržnje.”

“Zbog širenja nacionalne mržnje i uznemiravanja građana.”

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

“Zbog grubih i uvredljivih komentara.”

“Lažne vijesti koje mogu da izazovu kaos i paniku, konkretno spinovi koji su pratili ustoličenje mitropolita Joanikija.”

Manji broj ispitanika kao glavne razloge za podnošenje prigovora ističe uticaj stranih faktora na izvještavanje medija koji se emituju u Crnoj Gori.

“Mislim da podnesem prigovor kad vidim veliki broj napada orjentisanih na našu građansku i proevropski orjentisanu državu.”

“Neprijemljen uticaj stranog faktora, neobjektivnost domaćih medija.”

“Lažne vijesti iz regiona o dešavanjima u Crnoj Gori.”

“Pristrasnost zbog političkih i vjerskih uticaja, favorizuju drugu državu.”

Takođe, dio ispitanika ističe da bi ih na podnošenje prigovora podstaklo jedino da oni lično ili njihova porodica budu oštećeni medijskim izvještavanjem.

“Podnio bih prigovor ako se informacije tiču mene lično, a da nisam dao odobrenje prije toga.”

“Da vijest ugrožava moju slobodu i prava, reagovala bih.”

“Generalno ako bi štetili mom ugledu ili poslu putem medija onda bi se odlučio na taj korak.”

Zabrinjavajuće je da dobar dio njih tvrdi da ne bi reagovao na neprijemljen sadržaj koji plasiraju TV stanice, najčešće ističući da smatraju da bi izostala prava reakcija nadležnih službi te da bi ih to koštalo utrošenog vremena, a ne bi izmijenilo uređivačku politiku medija koji se bavi neetičkim izvještavanjem.

“Apsolutno ne bih podnijela prigovore, jer mislim da moje mišljenje ne bi ništa značilo.”

“Upitno je da li bi ikoja institucija reagovala na takav prigovor. Nisam siguran šta oni mogu da urade, neku kaznu da daju.”

Pregled najvažnijih nalaza

Televizija je neizostavni dio dominantnog dijela crnogorskih domaćinstava. Nju svakodnevno prati 57.8% ispitanika, dok je građani u prosjeku gledaju češće od pet dana sedmično. Dodatno, 42.3% ispitanika tvrdi da od početka COVID pandemije TV gleda još češće nego ranije.

TV stanice se najčešće gledaju u popodnevnim časovima – gotovo dvije trećine ispitanika TV najčešće gleda u periodu od 18 do 22 časa, a dodatna četvrtina TV program najčešće prati nakon 22 časa.

Trećina ispitanika najčešće prati filmski i serijski program, a slijede sportski program (22.6%) i informativa (15.7%).

Dvije petine ispitanika najčešće prati crnogorske TV stanice sa nacionalnom pokrivenošću, a četvrtina strane TV stanice iz regije koje program emituju na jezicima razumljivim u Crnoj Gori. Kao prva asocijacija na TV stanice ispitanicima na pamet padaju TV Vijesti (29.0%), RTCG (27.9%), TV Pink (8.4%) i Prva TV (8.0%).

Ispitanici TV gledaju najčešće kako bi bili u toku sa dešavanjima u Crnoj Gori (59.8%), te zbog toga što im TV omogućava zabavu i predstavlja opuštanje (55.9%). Dodatno, njih 48.9% tvrdi da im je važno koju TV stanicu gledaju.

Povjerenje u crnogorske TV stanice (53.5%) je nešto veće u odnosu na povjerenje u TV stanice iz zemalja regiona (46.9%). Da su crnogorske TV stanice prilikom izvještavanja o dešavanjima u zemlji objektivne, smatra 37.9% ispitanika, a isto za strane TV stanice iz zemalja regiona tvrdi 31.7%. Nadalje, samo 18.1% ispitanika ističe da im je povjerenje u TV stanice od početka COVID pandemije veće nego ranije.

Ispitanici su svjesni uticaja koji pojedine interesne grupe imaju na sadržaj koji emituju mediji. Tako, njih 66.0% smatra da je medijski sadržaj pod uticajem političkih interesa, 63.8% da komercijalni interesi utiču na način na koji mediji izvještavaju, a 53.2% da inostrani faktori imaju uticaja na uređivačku politiku crnogorskih TV stanica.

Jutarnji program barem jednom sedmično prati 39.1% ispitanika – 14.4% emisije ovog tipa prati svakodnevno, gotovo petina ispitanika tvrdi da ih gleda nekoliko puta sedmično, a 6.5% anketiranih ističe da barem jednom sedmično prate jutarnji program. Oko četvrtina ispitanika ove emisije prati nekoliko puta mjesečno ili rjeđe, dok više od trećine ispitanika ne pokazuje interesovanje za praćenje emisija ovog tipa.

Relativna većina, njih 24.7%, prati „Boje jutra“ na TV Vijesti. Slijedeća najpopularnija emisija je „Dobro jutro Crna Goro“ na RTCG koju prati 17.1% sagovornika, dok se na trećem mjestu nalazi jutarnji program na TV Pink koji prati 6.0% svih ispitanika.

Dominantna većina ispitanika nije čula za „infotainment“ kao vid televizijskog sadržaja (95.9%).

Najčešće gledana emisija u vidu debata i razgovora sa političarima i javnim ličnostima je „Načisto“ koju vodi novinar Petar Komnenić (57.7%). Nakon toga, najčešće prva pomenuta emisija je „Reflektor“ sa 13.9%, te „Okvir“ i „Argumenti“ na RTCG sa 7.3% i 6.4% pominjanja.

Kumulativno, 50.1% ispitanika, odnosno svaki drugi ispitanik je u nekoj mjeri zadovoljan ponudom emisija u formi debata, razgovora, diskusija i intervjua koje se emituju u Crnoj Gori.

Centralne informativne emisije barem jednom sedmično prati čak 68.8% ispitanika – relativna većina od 37.4% ispitanika emisije ovog tipa prati svakodnevno, četvrtina ispitanika tvrdi da ih gleda nekoliko puta sedmično, a 6.1% anketiranih ističe da barem jednom sedmično prate centralne informativne emisije.

Kumulativno, najveći broj ispitanika (53.5%) naveo je da gleda centralnu informativnu emisiju na RTCG, dok je nešto manji procenat (51.6%) istakao da prati TV Vijesti. Nadalje, ukupno 9.3% gleda informativne emisije na

Stavovi i percepcije ispitanika u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa

televiziji PINK, pri čemu je interesatno da većina njih ističe kratki informativni format „Minut dva“, a ne Nacionalni dnevnik koji se na ovoj TV stanici emituje u 18:30 časova.

Svaki peti ispitanik smatra da TV emisije utiču na način na koji formira stavove.

Četiri od pet ispitanika tvrde da je čulo za pojam „lažna vijest“ - njih 55.1% tvrdi da je čulo i zna šta ovaj pojam znači, dok je dodatnih 27.2% upoznato sa pojmom, ali ne poznaje njegovo tačno značenje.

Ukupno 45.1% ispitanika smatra da prepoznaju situacije kada TV stanice prenose informacije preuzete od tabloida - 15.6% tvrdi da uvijek prepoznaju kada TV stanice prenose informacije koje su prije toga objavljene u tabloidima, dok 29.5% često prepoznaje takve situacije.

Kumulativno, čak 80.7% ispitanika tvrdi da je primijetilo lažnu vijest u televizijskom sadržaju - 34.1% tvrdi da im se to dešava često, 41.3% je lažne vijesti primijetilo nekoliko puta, a 5.3% ispitanika samo jednom. Istovremeno, devetina ispitanika tvrdi da nikada nije primijetila lažne vijesti u televizijskom sadržaju, a dvanaestina nije pružila konkretan odgovor na ovo pitanje. Lažne vijesti ispitanici najčešće prepoznaju među temama vezanim za politiku - ovu oblast je kao prvu spomenutu navelo čak 46.9% osoba.

Ukupno tri petine ispitanika tvrdi da provjerava vjerodostojnost informacija koje dobija putem televizije - 4.1% to radi uvijek, 9.6% često, 26.7% ponekad, a 20.0% rijetko. Najčešći metod za provjeru vjerodostojnosti je provjeravanje više različitih izvora kako bi se ispitanik uvjerio da se o nekom događaju izvještava na isti način.

Svaki deveti ispitanik tvrdi da zna kojem tijelu može podnijeti prigovor na rad TV stanice ukoliko smatra da je izvještavanje neprimjereno ili nedozvoljeno. Od 108 ispitanika koji su tvrdili da znaju o kojem se tijelu radi i koji su dodatno upitani da navedu naziv datog tijela, njih 39 je istaklo Agenciju za elektronske medije.



