



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**  
**Broj: 02 – 194**  
**Podgorica, 16.02.2022. godine**

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE:  
**PREZENTACIJA KLJUČNIH NALAZA ISTRAŽIVANJA O STAVOVIMA I PERCEPCIJI  
GRAĐANA CRNE GORE U POGLEDU ODABRANIH KATEGORIJA DOMAĆIH I  
STRANIH TV PROGRAMA**

Agencija za elektronske medije predstavila je ključne nalaze istraživanja o stavovima i percepciji građana Crne Gore u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa koje je za potrebe Agencije uradila agencija De Facto Consultancy.

„Cilj istraživanja je utvrđivanje stavova građana Crne Gore u pogledu odabranih kategorija domaćih i stranih TV programa, i sagledavanja preferencija na medijskom tržištu sa aspekta različitih žanrova programskih sadržaja (informativni, infotainment, zabavni i sportski sadržaji)“, kazala je ispred Agencije za elektronske medije **Elvira K. Ceković**, rukovoditeljka za odnose sa javnošću i opšte poslove, i dodala kako je ovo prvo istraživanje koje je Agencija uradila kako bi stručnoj javnosti omogućila podatke od značaja za sektor audio-vizelnog usluga.

Podaci istraživanja govore o tome kako ispitanici gledaju televizijski sadržaj, kakav sadržaj gledaju i koliko, kao i zašto biraju baš taj sadržaj.

Ceković je istakla da je televizija 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.

Istraživanje pokazuje da se televizija dominantno gleda u periodu od 18 do 22 časa (64,5%). Pri čemu je uočena pozitivna korelacija kada je u pitanju starost ispitanika. Naime, što su ispitanici stariji (51 do 65 godina) to češće gledaju televizijski sadržaj u tom periodu (76.6%) . Sa druge strane, primjećena je negativna korelacija kada je u pitanju gledanje televizije nakon 22 časa - što su ispitanici stariji to rjeđe gledaju televiziju u tom vremenskom periodu.

Izvršni direktor agencije De Facto Consultancy **Stevan Kandić** detaljnije je prezentovao ključne nalaze.

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. 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.

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 faktor imaju uticaja na uređivačku politiku crnogorskih TV stanica.

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.

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.

Rezultati ovog istraživanja su, takođe, potvrdili podatke sa kojima raspolaže Agencija, a to je da dominantno svi ispitanici televiziju gledaju putem tkz. kablovske televizije ili interneta dok samo 4,8% televiziju gleda putem zemaljske televizije uz upotrebu frekvencija.

Trenutno je u postupku izrada medijske strategije kao i seta medijskih zakona Agencija smatra da će rezultati nacionalnog reprezentativnog istraživanja, biti izuzetno značajni za definisanje budućih politika u ovoj oblasti.

„Takođe, planiramo da nastavimo sa ovakvim i sličnim istaživanjima kako bismo Agencija i stručna javnost bila u mogućnosti da prati promjene trendova u oblasti AVM usluga kroz vrijeme, što nam omogućava da uočimo dinamiku tih promjena“, pojasnila je Ceković.

Cijeli izvještaj možete pogledati na sajtu Agencije za elektronske medije [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org)

**Služba za odnose s javnošću i opšte poslove**

Elvira K. Ceković, s.r.