



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE**

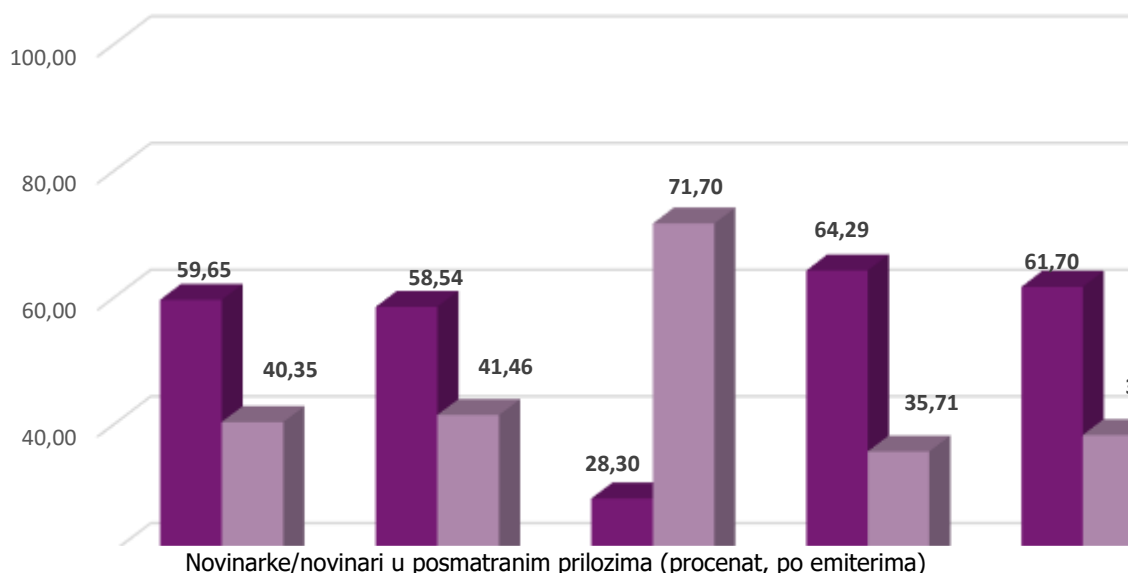
Broj: 05-633/25-76/1  
Podgorica, 22.01.2025. godine

**ANALIZA AMU: ŽENE ZASTUPLJENIJE KAO UREDNICE I VODITELJKE, NE I KAO SAGOVORNICE**

Najnovija analiza Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) o vidljivosti žena i muškaraca u centralnim informativnim emisijama nacionalnih televizija pokazala je ujednačenost autorstva priloga između žena i muškaraca. Žene se češće zastupljene kao urednice programa, takođe i kao voditeljke, a novinarki je više po skoro svim temama koje obuhvataju posmatrani informativni sadržaji. Ipak, i dalje, postoji značajna razlika u zastupljenosti žena i muškarca u centralnim informativnim emisijama kao sagovornika/ca.

U periodu od 3. do 9. juna 2024. godine, analizirane su centralne informativne emisije sedam televizijskih programa sa nacionalnim pokrivanjem: Prvi program Televizije Crne Gore (TVCG 1), Televizija Vijesti, Prva TV, TV Nova M, TV E, TV Nikšić i Adria TV. Analizirano je 48 informativnih emisija i to „Dnevnik“ (Prvi program Televizije Crne Gore), „Vijesti u pola 7“ (Televizija Vijesti), „Žurnal“ (Prva TV), „Centralni dnevnik“ (TV Nova M), „Info plus“ (Adria TV), „24 sata“ (TV E), „Vink“ (TV Nikšić), sa ukupno 328 novinarskih priloga.

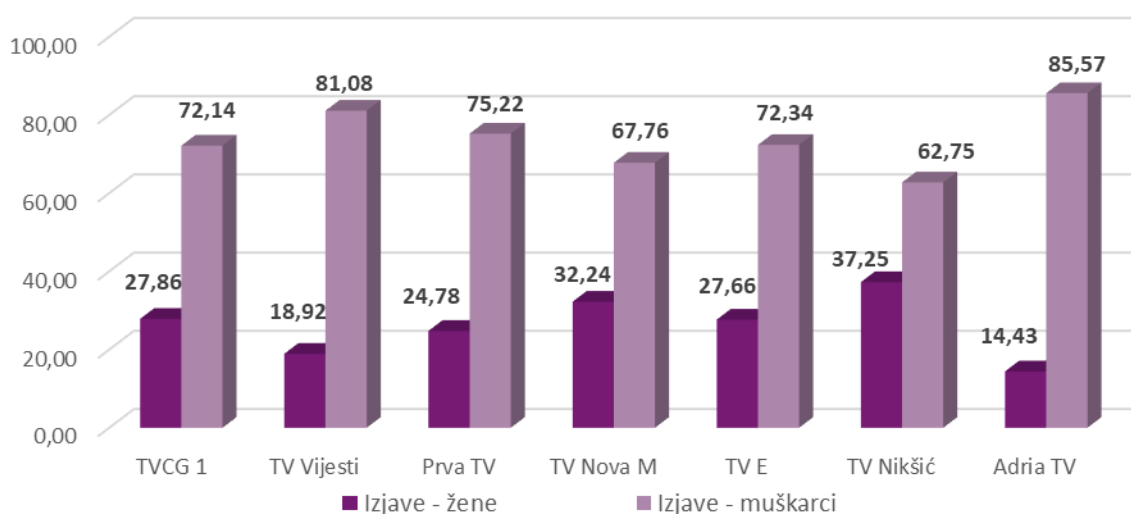
Od posmatrane 33 centralne informativne emisije, u tri od četiri slučaja, žene su bile urednice (25 emisija), dok su muškarci bili urednici osam emisija. Takođe, žene su bile voditeljke u četiri petine emisija (81,25%), dok su muškarci vodili devet emisija.



Ukupno posmatrano, u 162 (49%) od 328 analiziranih priloga autorke su bile novinarke, dok su autori 166 priloga bili novinari. Uprkos ujednačenosti, posmatrajući po televizijama, mogu se uočiti značajna odstupanja i neravnomjerna zastupljenost novinara i novinarki u izradi priloga/vijesti. Razlika je najveća kod Adria TV gdje su, u posmatranom periodu, novinarke proizvele 22,64%, a novinari 77,36% priloga i/ili izvještaja. Potom slijedi Prva TV, gdje su u okviru centralnih informativnih emisija novinarke proizvele 28,30% priloga i izvještaja, a novinari 71,70%.

Angažovanje novinarki je veće po skoro svim temama koje obuhvataju posmatrane informativne sadržaje. Sport je jedina tematska oblast gdje se bilježi dominantno angažovanje novinara.

Najveća razlika u zastupljenosti žena i muškarca u centralnim informativnim emisijama pokazala se prilikom upoređivanja broja sagovornica i sagovornika. Od 1001 izjave uzete od relevantnih sagovornica/sagovornika, na svih sedam posmatranih televizija, samo 26,47% su izjave uzete od žena.



Sagovornice/sagovornici u posmatranim priložima (procenat izjava, po emiterima)

Najznačajnije razlike se mogu uočiti kod priloga posvećenih političkim temama i temama od značaja za privredu/društvo i sport, gdje je višestruko veće učešće muškaraca kao sagovornika. Sa druge strane, žene su donekle zastupljenije u izjavama vezanim za zdravlje i kulturu.

**Savremeni mediji su usko povezani sa formiranjem društvenih obrazaca i kulturnih identiteta i mogu uticati na formiranje vrijednosnih stavova i javnog života kroz selekciju i favorizovanje određenih tema, događaja, stavova i vrijednosti. Stoga se od njih očekuje da budu inventivniji i aktivniji i u fokus javnosti samoinicijativno stavljaju pitanja i teme koje se odnose na promociju i ostvarivanje politike rodne ravnopravnosti u svim oblastima.**

Kompletna analiza dostupna je na sajtu Agencije – [www.amu.me](http://www.amu.me).

Sektor za opšte i međunarodne poslove

**Damir Nikočević**

Službenik za odnose sa javnošću i upravljanje projektima