



Crna Gora
AGENCIJA ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE

Broj: 05-633/25-1001/1
Podgorica, 23.12.2025. godine

AMU PREDSTAVIO ISTRAŽIVANJE O POVJERENJU U PROGRAME CRNOGORSKIH EMITERA

Podgorica, (MINA) – Televizije imaju najveću publiku u Crnoj Gori i tu vrstu medija mjesečno prati skoro 95 odsto građana, pokazalo je istraživanje koje je za potrebe Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) sproveo IPSOS.

Istraživanje javnog mnjenja o povjerenju u programe crnogorskih emitera, koje je predstavljeno danas u Podgorici, dostupno je na linku: <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/12/AMU-Istrazivanje-javnog-mnjenja-o-povjerenju-u-programe-crnogorskih-emitera-decembar-2025.pdf>

Predstavnik IPSOS-a **Vladimir Raičević** rekao je da je istraživanje sprovedeno od 25. oktobra do 11. novembra, na uzorku od 1.041 ispitanika.

„Podaci ukazuju da najveću publiku u Crnoj Gori ima televizija koju mjesečno prati skoro 95 odsto, internet skoro 90 odsto i društvene mreže na mjesečnom nivou prati 82 odsto ukupne populacije“, kazao je Raičević.

On je rekao da te tri vrste medija imaju najveći dnevni domet, gdje sedam od deset punoljetnih građana prati jedan od ta tri medija.

„To je značajno, kada se shvati koliko se to promijenilo unazad desetak godina. Mi smo danas izloženi svakom mediju, čak u isto vrijeme, pa često u kući imate uključen televizor, na internetu ste i društvenim mrežama“, naveo je Raičević.

Kako je rekao, televizija kao dominantan medij raspolaže najmasovnijom publikom i skoro tri četvrtine populacije prati na dnevnom nivou televizijske programe, a svega šest odsto skoro nikada ne prati televiziju.

„Dominantno ovi koji ne prate su mlađi, a koji svakodnevno prate su dominantno stariji - preko 60 godina“, rekao je Raičević i dodao da struktura gledalaca televizije nije ništa drugačija u odnosu na region i svijet.

On je kazao da, prema podacima, radio koji su često zaboravljali i istraživači i oglašivači, i dalje pokazuje da je aktuelan i više od jedne trećine punoljetne populacije svakodnevno prati taj medij.

„Radio danas postaje medij mlade generacije. Nekad je bio vezan za stariju populaciju“, dodao je Raičević.

Kako je rekao, štampani mediji su u značajnoj mjeri u problemu i već godinu u padu u dnevnom i mjesečnom dometu.

„Trenutno skoro 60 odsto punoljetne populacije ne prati taj kanal komunikacije i dnevni domet štampe je tek oko šest odsto. To je u poređenju sa periodom prije 15-ak godina velika razlika“, naveo je Raičević, dodajući da se to promijenilo kada su svi krenuli sa digitalnim izdanjima.

On je rekao da štampana izdanja i ostale magazine ne prati 60 odsto populacije.

Govoreći o internetu, Raičević je rekao da se internet više puta dnevno jako često koristi i više od tri četvrtine crnogorske populacije dnevno prati neke sadržaje na internetu.

„Ukupan procenat korisnika interneta je skoro 90 odsto, što jasno ilustruje snagu tog izvora“, istakao je Raičević.

On je kazao da su pokušali da saznaju da li postoji razlika između internet stranica i aplikacija domaćih medija i drugih medija na našem jeziku.

„Digitalna izdanja domaćih dnevnih novina i magazina su postali dominantan oblik konzumacije medija svuda u svijetu, pa i kod nas. Četiri od deset punoljetnih crnogorskih građana konzumira tu vrstu medija na dnevnom nivou i 30 odsto javnosti koristi tu vrstu medija nedjeljno“, rekao je Raičević i dodao da to jasno ukazuje šta se desilo štampanim izdanjima.

On je rekao da je kod internet stranica domaćih televizija i radija nešto manji domet u odnosu na slične platforme dnevnih novina i na dnevnom nivou njih prati skoro trećina crnogorske populacije.

Raičević je rekao da inostrana digitalna izdanja na našem jeziku nešto manje od trećine javnosti prati na dnevnom nivou.

On je kazao da je istraživanje pokazalo da sedam od deset punoljetnih građana koristi digitalne medije kao izvor.

Istaživanje je pokazalo da su podkasti već prodrli u crnogorsku publiku i, kako je rekao Raičević, nešto manje od 60 odsto punoljetne populacije prati tu vrstu medija.

„To ukazuje na našu spremnost da se brzo adaptiramo, kao konzumenti i kao proizvođači tog medijskog sadržaja“, kazao je Raičević.

On je naveo da su, prema rezultatima istraživanja, društvene mreže jedan od tri najpraćenija izvora medijskog sadržaja u Crnoj Gori i da imaju publiku od skoro tri četvrtine populacije.

„Izloženost društvenim mrežama i informacijama sa društvenih mreža je ogromna“, naglasio je Raičević.

On je kazao da je istraživanje pokazalo visok nivo zainteresovanosti za informativne sadržaje, pa tri četvrtine punoljetnih građana ima neki nivo zainteresovanosti za te sadržaje.

„Kao glavni izvor informisanja i dalje je televizija sa 83 odsto, slijede društvene mreže sa 45 odsto, internet pretraživači 41, internet stranice ili aplikacije domaćih dnevnih novina i magazina 30 odsto, a radio 23 odsto“, naveo je Raičević.

On je rekao da je to što su za skoro polovinu građana društvene mreže glavni izvor informisanja opasnost po društvo, ali i medije.

Raičević je rekao da je prema istraživanju najviši stepen zainteresovanosti građana za vijesti i informacije iz lokalnog okruženja, a slijede vijesti iz svijeta, o zdravlju, politici, ekonomiji.

Kako je naveo, na pitanje zašto prate informativni sadržaj, najviše građana kaže zato što žele da se osjećaju informisanim i da imaju o čemu da pričaju sa prijateljima.

„Ono što proizvode mediji je dio svakodnevice. Proizvodite sadržaj o kom mi pričamo, ne samo da se time bavimo u slobodno vrijeme, nego da i to vrijeme potrošimo komentarišući šta smo danas saznali ili pročitali“, rekao je Raičević.

On je istakao da je fenomen izbjegavanja vijesti formiran i među crnogorskom publikom, pa prema istraživanju više od 20 odsto crnogorske publike vrlo često izbjegava informativne sadržaje.

„Trebalo se zapitati zašto je to tako, iako je to globalni trend. To znači da smo preuzeli matricu koja se dešava i vani, pa smo možda postali dosadni, neatraktivni“, rekao je Raičević.

Prema istraživanju, kao motive za izbjegavanje sadržaja ispitanici navode previše politike u vijestima, previše ratova i patnji, uglavnom negativne i pesimistične vijesti koje utiču na raspoloženje.

„Prije 15-ak godina u sličnom istraživanju je zaključak bio da je sve crno-bijelo, a danas smo na ivici da bude sve crno, nemamo mnogo „bijelih“ vijesti, nijesam siguran da je to pravi put“, naveo je Raičević.

On je rekao da, kada je televizija kao izvor u pitanju, među crnogorskom publikom dominiraju Televizija Vijesti i prvi kanal Televizije Crne Gore (TVCG), a slijede zatim Prva, Nova M, TVCG 2, programi lokalnih javnih emitera, pa ostale televizije sa nacionalnom ili kablovskom pokrivenošću.

„Kao glavni izvor informativnih sadržaja nedvosmisleni lider je Televizija Vijesti, koju više od 40 odsto građana smatra primarnim izvorom informisanja, zatim TVCG 1 sa skoro 30 odsto, a slijede Nova M, Prva, TV E, lokalni javni emiteri“, naveo je Raičević.

On je kazao da najveći dio javnosti ocjenjuje da se može vjerovati u informativne sadržaje koji se emituju u domaćim televizijskim programima.

Za dio crnogorske medijske javnosti koji se informiše preko digitalnih izdanja medijskih kuća, važni izvori informisanja su Vijesti, CDM, koje prati između 60 i 80 odsto tog segmenta publike, a slijede portal Analitika, Mondo, Antena M, RTCG i ostali portali.

„Kao glavni izvor informisanja među digitalnim izdanjima medija dominantan izvor su Vijesti, CDM, Dan, RTCG, portal Analitika“, rekao je Raičević.

Prema istraživanju, kako je naveo Raičević, od dijela publike koji koristi digitalna izdanja domaćih medija, preko 80 odsto kaže da im se može vjerovati.

Raičević je rekao da je istraživanje pokazalo da se tim digitalnim platformama najviše pristupa preko telefona, a slijede pametni televizori, pa tek onda računari.

Istraživanje je pokazalo da je nešto više od trećine publike kazalo da koristi društvene mreže kao izvor informisanja, a dominantno Facebook, dok slijede Instagram, Viber i YouTube.

Govoreći o povjerenju, Raičević je rekao da 47 odsto ima visok nivo povjerenja u informacije plasirane preko televizije, dok svi ostali mediji ostvaruju daleko manji nivo povjerenja.

On je rekao da javnost najveće rezerve iskazuje prema društvenim mrežama, za koje isto tako kažu da su im glavni izvor informisanja.

Raičević je, govoreći o dijelu istraživanja o objektivnosti, nezavisnosti i profesionalizmu medija, rekao da značajan broj građana procjenjuje da mediji nijesu nezavisni od političkog i ekonomskog uticaja u izvještavanju.

„Medijski pluralizam se ocjenjuje pozitivno, uz ocjenu da i dalje nedostaje objektivnost i nepristrasnost u izvještavanju“, rekao je Raičević.

On je dodao da, prema rezultatima istraživanja, 48 ispitanika nije saglasno da je izvještavanje medija većinom nezavisno od političkog i državnog uticaja.

Govoreći o lažnim vijestima, Raičević je rekao da se skoro polovina populacije često pita šta je istinito, a šta lažno.

„Tek 15 odsto vjeruje neupitno u istinitost sadržaja koji dobije od svog medija. To govori da smo uspjeli u namjeri da stalno postavljamo pitanje da li je tačno. Mediji koji su kredibilni moraju da imaju visok nivo

povjerenja i ne smije biti dileme da li je lažno ili nije, a konzumenti kažu nijesu sigurni da je tačno", kazao je Raičević.

Kako je naveo, skoro dvije trećine ispitanika je skoro primijetilo neku lažnu vijesti u crnogorskom medijskom prostoru, a većinu na društvenim mrežama.

Raičević je istakao da je, prema istraživanju, skoro trećina populacije zabrinuta zbog pojave lažnih vijesti.

„Lažne vijesti su zamka koju ne shvatamo na najbolji način. Povjerenje je u direktnoj vezi sa lažnim vijestima. Sa jednom lažnom viješću može se gubiti povjerenje", naglasio je Raičević.

On je rekao da su posljedice po medije velike, ali po društvo daleko veće i mnogo opasnije.

Direktorica Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) Sunčica Bakić rekla je da savremeni medijski ambijent zahtijeva praćenje ponašanja publike i da različiti aspekti mjerenja odnosa publike prema medijskim sadržajima daju cjelovitu sliku o ulozi medija u društvu.

Ona je ukazala na razliku između gledanosti i povjerenja, navodeći da gledanost govori koliko je neki medij ili neka vrsta sadržaja praćena, ali ne kako publika taj sadržaj vrednuje.

„Povjerenje pokazuje koliko građani određene izvore doživljavaju kao tačne i pouzdane", dodala je Bakić.

Kako je rekla, iako AMU prema zakonu ima obavezu da jednom godišnje objavi istraživanje povjerenja u medije, istraživanje koje je predstavljeno danas je dio i šire odgovornosti Agencije da javnosti obezbijedi pouzdane i uporedive podatke.

Bakić je istakla da je povjerenje u medije važno, ne samo sa aspekta pojedinačnih medijskih usluga, već i sa aspekta grupa medija i vrsta komunikacije.

„Imajući u vidu specifičan društveni i politički kontekst Crne Gore, važno je pratiti koje vrste medijskog sadržaja i komunikacije građani doživljavaju kao najkredibilnije", rekla je Bakić.

Ona je dodala da im je veoma važno da isprate koliko urednički kontekst ima uticaj na izgradnju tog povjerenja i da li i dalje profesionalni standardi, transparentnost i jasnost uređivačkih politika imaju uticaja na percepciju konzumenata u odnosu na medijske sadržaje.

Bakić je dodala da su danas predstavljeni podaci značajni za donošenje odluka, kako u regulatornom, tako i u medijskom i tržišnom smislu.

„Pouzdati podaci o povjerenju i gledanosti predstavljaju osnov za odgovorno planiranje, unapređenje kvaliteta medijskih sadržaja i jačanje povjerenja javnosti u medijski sistem", zaključila je Bakić.

Kompletan video materijal sa predavljanja istraživanja dostupan je na linku: <https://www.youtube.com/watch?v=Ro5WYqrDsQA>.