

Projektni zadatak

„Istraživanje povjerenja javnosti u programe crnogorskih emitera koje će obuhvatiti i ispitivanje zastupljenosti i značaja, relevantnosti, pouzdanosti i povjerenju u informativne sadržaje crnogorskih emitera“

Jedna od nadležnosti Agencije, propisana članom 141 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, je da sprovodi, najmanje jednom godišnje, istraživanje javnog mnjenja o povjerenju, gledanosti, odnosno slušanosti emitera u Crnoj Gori.

Mjerenje gledanosti/slušanosti radijskih/televizijskih programa (mjerenje publike) se može definisati kao aktivnost prikupljanja, tumačenja ili drukčije obrade podataka o broju i obilježjima korisnika ovih medijskih usluga.

Dok je za istraživanje povjerenja u medije opravdano sprovođenje na godišnjem nivou, mjerenje gledanosti ili slušanosti radijskih/televizijskih programa ima smisla samo ako se podaci prikupljaju i objavljuju za značajno kraće vremenske intervale (dan, nedelja, mjesec dana).

U toku 2025. godine Agencija, uz podršku Misije OEBSa u Crnoj Gori objavila Studiju „MJERENJE MEDIJSKE PUBLIKE U CRNOJ GORI uz Analizu sistema i metodologije mjerenja televizijske gledanosti s preporukama“¹.

Kako i dalje u Crnoj Gori ne postoji standardizovano i široko prihvaćeno mjerenje gledanosti i slušanosti programa crnogorskih emitera, Agencija bi trebalo u toku 2026. godine, da prikupi podatke tj. sprovede istraživanje o zastupljenosti i značaju, relevantnosti, pouzdanosti i povjerenju u informativne sadržaje crnogorskih emitera, te njihovoj dostupnosti preko različitih tehnoloških platformi i digitalnih usluga. Istraživanje bi trebalo da pruži odgovor na pitanje da li su i koliko crnogorski emiteri svjesni, spremni i aktivni na polju prilagođavanja svoje ponude sadržaja promjenljivim zahtjevima tražnje i strukture gledalaca /sluhalaca/čitalaca za čiju pažnju se bore sa sve većim brojem i raznolikih aktera u medijskom ekosistemu.

Imajući u vidu da se radi o komplementarnim ispitivanjima javnog mnjenja, koji po svojoj prirodi, frekvenciji, metodologiji, načinu i potrebi verifikacije dobijenih podataka zahtijevaju slične ili iste kadrovske i tehničke kapacitete, Agencija će u toku 2026. godine sprovesti istraživanje povjerenja javnosti u programe crnogorskih emitera koje će obuhvatiti i ispitivanje zastupljenosti i značaja, relevantnosti, pouzdanosti i povjerenju u informativne sadržaje crnogorskih emitera.

Osnovna svrha ovog istraživanja je dobijanje podataka o uslovima, navikama i razlozima koji dovode do različitih preferencija i stepena povjerenja u medije i uspjeha medija da odgovore na neka od ključnih očekivanja ili potreba gledalaca i slušalaca, sa posebnim akcentom na informativne sadržaje.

Istraživanje javnog mnjenja treba da omogući analizu iz različitih perspektiva:

1. Odnos prema televizijskim i radijskim programima komercijalnih, javnih i neprofitnih emitera, sa lokalnim, regionalnim ili nacionalnim pokrivanjem, kao izvorima medijskih sadržaja, kao i odnos prema ostalim izvorima vijesti kao što su:
 - a. internetske publikacije (tradicionalnih medija ili nezavisno od njih),
 - b. platforme za razmjenu video sadržaja (komentatori, influenceri, medijske kuće, kreatori sadržaja, novinari, javne ličnosti ...)
 - c. servisi za pretraživanje ili agregiranje sadržaja medija i drugih kreatora sadržaja
2. Očekivanja i stepen zadovoljstva sa aspekta:
 - a. Stepena i razloga za određeno (ne)povjerenja u medije (pružanje pouzdanih, cjelovitih, tačnih i nepristrasnih informacija / izvještaja, zastupljenost pretjerivanja/senzacionalizma, predstavljanje različitih društvenih grupa, vrijednosti, ...)

¹ <https://amu.me/wp-content/uploads/2026/02/Studija-Mjerenje-medijske-publike-u-Crnoj-Gori.pdf>

- b. Nezavisnosti medija / medijskih kuća od političkih i ekonomskih interesa
 - c. Prevencije i izbjegavanja govora mržnje, dezinformacija i prevarnih informacija
 - d. Doprinosa potrebama: (i) unapređenja znanja i informisanosti o važnim ili aktuelnim temama; (ii) informisanju o aktuelnim temama na lokalnom, državnom, međunarodnom (regionalnom, globalnom) nivou, važnim procesima ili događajima (izborni procesi, ratovi u Ukrajini i Gazi, krizne situacije, ...) ili interesantnim temama; (iii) dubljem razumijevanju konteksta, odnosa i dinamike u kojima se odvijaju ili su se odvijali određeni procesi ili događaja (istraživačko novinarstvo); (iv) dobijanju informacija od značaja za život i rad tj. ostvarivanje i zaštitu prava koji na njih utiču.
 - e. Doprinosa demokratiji i društvenoj koheziji (suzbijanju polarizacije, stereotipa, diskriminacije, segregacije,)
3. Odnos onog što publika želi i onoga što mediji nude u okviru svojih programa (formati, teme, učestalost, trajanje, dostupnost, inkluzivnost, zastupljenost različitih perspektiva / stavova, ...)
 4. Sposobnosti gledalaca/ slušalaca da prepoznaju pouzdane informacije
 5. Stepene razumijevanja / prepoznavanja i zabrinutosti zbog plasiranja/zastupljenosti lažnih vijesti
 6. Stepene razumijevanja i zabrinutosti zbog korišćenja vještačke inteligencije u medijima (kao podrška u izradi ili za izradu medijskih sadržaja)
 7. Sagledavanje zastupljenosti i značaja, relevantnosti, pouzdanosti i povjerenja u informativne sadržaje crnogorskih emitera i posebno:
 - a. Stepene praćenja informativnog programa: (i) Koje emisije (centralne informativne emisije, kratke informativne emisije, sadržaji o tekućim događajima (current affairs), infotainment sadržaji kao npr. jutarnji ili popodnevni programi, ...)? (ii) Koliko često? (iii) Koje programe (domaće, strane)?
 - b. Značaj koji pridaju tim sadržajima za njihovo informisanje?
 - c. Percepcija relevantnosti ovih sadržaja za svakodnevni život. Da li dovoljno zastupljene informacije iz različitih regiona, u zemlji i inostranstvu?
 - d. Ocjena pouzdanosti ovih sadržaja
 - e. Nivo povjerenja u ove sadržaje i šta utiče na njega?
 - f. Koliko su objektivni i nepristrasni?
 - g. Koliko su inkluzivni?
 - h. Da li su i koliko često izvor dezinformacija?
 - i. Da li se u njima poštuju jezički standardi?
 - j. Iz ugla gledalaca / slušalaca:
 - (i) Da li ovi sadržaji uspijevaju da odovore na promjene u načinima konzumacije vijesti (pristup, format, frekvencija, ...)?
 - (ii) Da li se u njima prepoznaju značaj i očekivanja za interakcijom sa gledaocima ili slušaocima kojih sve više imaju kod društvenih mreža, VSP i online agregatora?
 - (iii) Da li traže i nalaze sadržaje tradicionalnih medija na društvenim mrežama, VSP i agregatorima?
 - (iv) Koliko njihovom informisanju doprinose kreatori sadržaja (youtuberi, influenseri, podcasteri, ...), po temama, po regijama, ... ?
 - (v) Zastupljenost dezinformacija ili lažnih informacija u ovim sadržajima?

- (vi) Da li se oslanjaju ili izbjegavaju personalizaciju vijesti?
 - (vii) Kakav imaju odnos prema sadržajima koje kreirali ljudi u odnosu na sadržaje koji su kreirani uz pomoć AI, sa aspekta ažurnosti, transparentnosti, tačnosti, puzdanosti?
 - (viii) Da li vide razliku između novinarstava, aktivizma i politike?
- k. Iz ugla emitera:
- (i) Da li samostalno razvijaju ili se oslanjaju na fact-checking kapacitete drugih organizacija?
 - (ii) Da li i koliko često koriste AI u pripremi, prezentaciji i distribuciji informativnih sadržaja (izrada sažetaka, prevođenje na poznate jezike, dobijanje brzih odgovora, ...?
 - (iii) Da li i koje digitalne platforme koriste za prezentaciju svojih vijesti?

Istraživanje treba da obuhvati odgovarajuće metode istraživanja (anketa) prilagođene veličini i strukturi ciljne grupe, kako bi imali cjelovitu povratnu informacija od ispitanika.

Izvršilac usluge biće obavezan da:

- predloži odgovarajuću metodologiju istraživanja, imajući u vidu veličinu i strukturu ciljne grupe (javnost Crne Gore, salušaoci/gledaoci).
- nakon realizacije konsultativnog procesa (koji sprovodi Naručilac), u sklopu finalizacije metodologije istraživanja uvaži sugestije emitera i dr. zainteresovanih strana.
- pripremi, u saradnji sa Naručiocem usluge, anketni upitnik koji će sadržati pitanja otvorenog i zatvorenog karaktera, kao i pitanja koja daju mogućnost davanja više odgovora, ali i ona koja su data u formi Likertovih skala.
- utvrditi reprezentativan i stratifikovan uzorak u okviru svih crnogorskih opština (nacionalni reprezentativni uzorak), koji će uzeti u obzir distribuciju domaćinstava po opštinama, kao i urbanu/ruralnu stratifikaciju.
- izvršiti obuku, kontrolu i nadzor anketara i dati izvještaj o obuci i monitoringu anketara.
- izvršiti prikupljanje podataka na terenu u formi direktnog intervjua (face to face) minimum 1000 ispitanika iz sva tri crnogorska regiona – sjeverni, centralni i južni, kao i kontrolu, unos i obradu istih.
- pripremiti prezentaciju (Power Point Presentation) sa ključnim rezultatima istraživanja.
- pripremiti izvještaj o rezultatima istraživanja, koji će sadržati analizu dobijenih podataka, nalaze i zaključke.
- obezbijediti učešće predstavnika Izvršioca usluge na prezentaciji finalnog izvještaja i na bar jednom događaju koji, po potrebi, organizuje Naručilac.

Faze realizacije:

Aktivnost	Opis	Vremenski okvir za sprovođenje	Rok	Zaduženja
Angažovanje Izvršioca usluge	Objava zahtjeva za dostavljanje ponuda preko elektronskog sistema javnih nabavki	15 dana		Sektor za pravne i ekonomske poslove
Priprema i predlaže odgovarajuće metode istraživanja	Usaglašen predlog metodologije istraživanja	5 dana		Sektor za nadzor / Izvršilac usluge
Konsultacije u vezi sa metodologijom istraživanja	Po osnovu predloga metodologije tražiti i prikupiti sugestije zainteresovanih strana (emiteri i dr.)	10 dana		Sektor za nadzor
Definisanje finalne metodologije istraživanja	Usaglašena metodologija istraživanja	5 dana		Sektor za nadzor / Izvršilac usluge
Formiranje upitnika i pitanja na koja treba staviti fokus u anketama	Kreira se lista pitanja sa ciljem dobijanja podataka o povjerenju javnosti u medije	15 dana		Sektor za nadzor / Izvršilac usluge
Sprovođenje istraživanja	Projektni tim sprovodi ankete, na osnovu utvrđene metodologije	45 dana		Izvršilac usluge
Obrada podataka	Konsultacije, kontrola, sistematizacija i sublimacija prikupljenih podataka, priprema za izvještaj	15 dana		Izvršilac usluge
Analiza i izrada izvještaja	Sačinjava se izvještaj o sprovedenim aktivnostima i dobijenim rezultatima istraživanja (narativni izvještaj i prezentacija ključnih rezultata)	10 dana		Izvršilac usluge / Sektor za nadzor
Prezentacija rezultata	Objavljivanje istraživanja (konferencija ili drugi vid javne prezentacije)	5 dana		Izvršilac usluge /Sektor za opšte i međunarodne poslove, Sektor za nadzor