

Istraživanje snage brenda RTCG



Organization for Security and
Co-operation in Europe
Mission to Montenegro



Iznešeni stavovi ostaju odgovornost autora i ne predstavljaju nužno stavove OEBS-a, misija ili njenih država učesnica. Ni OEBS, Misije, ni njene države učesnice ne preuzimaju nikakvu odgovornost za posljedice koje mogu proizaći iz upotrebe ovog izvještaja. Ova publikacija se ne bavi pitanjima pravne ili druge odgovornosti za radnje ili propuste bilo koje osobe.



Istraživanje snage brenda RTCG

Novembar 2022.

Sadržaj

5

Uvod

6

Metodologija

7

Ključni nalazi

8

RTCG

45

Parlamentarni kanal

48

Radio

54

Internet i portali

66

Preporuke

67

Prilozi



Drugo istraživanje snage brenda RTCG sprovedeno je od strane agencije za istraživanje javnog mnjenja DAMAR plus tokom novembra 2022. godine. Kao i u slučaju prvog istraživanja, i drugo po redu nacionalno sveobuhvatno istraživanje je za **primarni cilj imalo dobijanje relevantnih informacija o tome kakva je svijest javnosti o brendu RTCG i percepcija o njegovom programu.**

Ovo istraživanje je sprovedeno šest mjeseci nakon prvobitnog, a sve u cilju utvrđivanja stepena uspjeha promjena izvršenih nakon primarnog istraživanja, kao i provjere da li su te promjene ispunile potrebe i očekivanja Nacionalnog javnog servisa.

Istraživanje je sprovedeno po usklađivanju metodologije ispitivanja javnog mnjenja sa predstavnicima donatora i RTCG-a na uzorku od 1009 građana.

Rezultati istraživanja trebaju još jednom da posluže kao indikatori za Strategiju razvoja i Akcioni plan usmjeren na unaprjeđenje percepcije brenda i unaprjeđenje programske šeme RTCG na osnovu prikupljenih podataka, kao i da mapiraju glavne oblasti za poboljšanje koje treba da bude dio Strategije razvoja i Akcionog plana RTCG.

Istraživanje je sprovedeno na bazi metodologije i rezultata istraživanja iz juna 2022. i novembra 2020. godine. Ovo istraživanje predstavlja drugi presjek stanja nakon implementacije nove uređivačke politike, i kao takvo daje empirijske dokaze o rezultatima pomenutih promjena.

Nijesu primijećeni značajni spoljašnji faktori koji su mogli da utiču na kvalitet prikupljenih odgovora. Sama dužina upitnika je predstavljala otežavajući faktor, međutim, obukom anketara oko dinamike sprovođenja ankete, prevaziđen je taj izazov.

Jedan od mogućih spoljnih faktora koji bi trebao biti uzet u obzir prilikom analize rezultata jeste intenziviranje društveno-političkih tenzija u odnosi na prvo istraživanje. Smatramo da pomenute tenzije ne mogu značajno da utiču na promjenu percepcije, prije svega RTCG-a, ali mogu određenih konkurenata.

Sve aktivnosti tokom istraživanja sprovedene su u okviru projekta „**Jačanje kapaciteta u medijskom pejzažu u Crnoj Gori**“, u sklopu kojeg Misija OEBS-a u Crnoj Gori (Misija) podržava Nacionalni javni servis i druge medijske kuće. Projekat ima za cilj unaprjeđenje vještina i kapaciteta za promociju pouzdanog, etičkog, rodno-osjetljivog i objektivnog izvještavanja uživo, kao i poboljšanje specifičnih novinarskih vještina, uključujući intervjuisanje, pripovijedanje, pisanje, rad s digitalnim medijima, video sadržajem, društvenim medijima i opremom za mobilno novinarstvo tokom pripreme faze, produkciju izvještavanja uživo i hitnih događaja, i postprodukciju.



Dizajn uzorka

Posmatranje procijenjene populacije iz ankete zasnovane na uzorku zahtijeva da uzorak bude reprezentativan za cijelu populaciju. Najbolji rezultati se postižu probabilističkim uzorkovanjem, pri čemu svaka jedinica ima poznatu vjerovatnoću odabira. U ovom istraživanju, korišćen je slučajni stratifikovani višestepeni uzorak, u kojem su popisni krugovi i biračka mjesta izabrana kao jedinice prve faze, domaćinstva su izabrana kao jedinice druge faze prema unaprijed određenom koraku, a lica u domaćinstvu su odabrana kao jedinice posljednje etape (metodom rođendana).

Stratifikacija i alokacija

Okvir za izbor uzorka je Popis stanovništva 2011. godine i birački spisak za 2020. godinu.

Ciljna populacija su građani stariji od 15 godina. Kao što je već opisano, primijenjen je višestepeni dizajn uzorka. Jedinice su grupisane u 6 stratuma (grupa) prema teritorijalnoj podjeli (Sjever, Centar, Jug) i prema tipu naselja (gradska i ruralna). Broj jedinica prve etape je odabran metodom vjerovatnoće proporcionalne broju osoba od 15 i više godina.

Jedinice druge faze, domaćinstva, odabrane su jednostavnim slučajnim uzorkom, sa unaprijed definisanim korakom kako bi se obezbijedila slučajnost i izbor 10 domaćinstava na nivou biračkog mjesta.

Jedinice posljednje etape su bile osobe u domaćinstvu odabrane metodom posljednjeg rođendana.

Veličina uzorka

1000 domaćinstava i 1000 lica raspoređeno na cijeloj teritoriji Crne Gore.

Realizacija:	Prikupljanje podataka obavljeno u vremenu od 27.10. do 05.11.2022. godine
Uzorački okvir:	Birački spisak 2020. i Popis stanovništva 2011. godine
Veličina uzorka:	1009
Tip uzorka:	Troetajni, stratifikovani uzorak
	Prva etapa: Popisni krug/Biračko mjesto
	Druga etapa: Domaćinstvo
	Treća etapa: Član domaćinstva
Tip istraživanja:	CAPi prosječne dužine 37 minuta
Margina greške:	+/- 3.1% za pojave sa incidencom od 50%



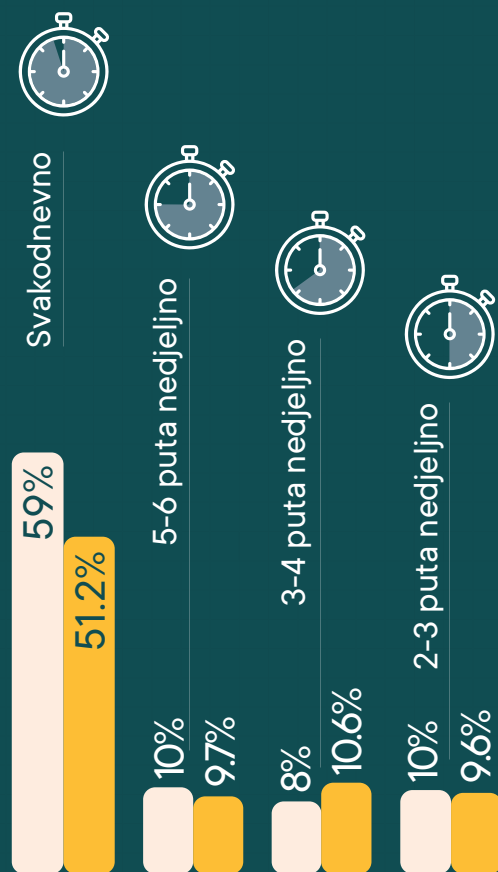
03 Ključni nalazi

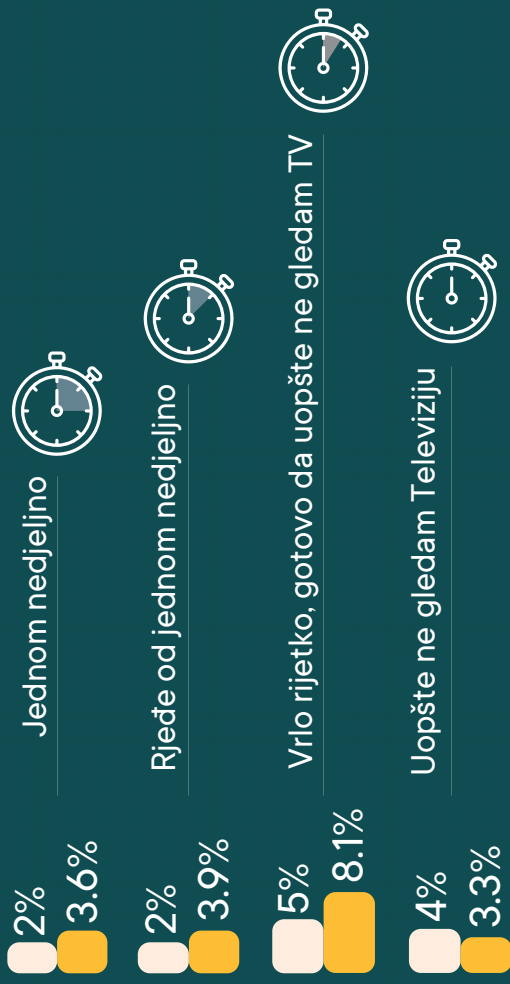
- RTCG je i dalje za većinu građana sinonim i pojam za televiziju.
- Oko 24% građana prati RTCG na dnevnom nivou, što predstavlja blagi pad od 3 procentna poena u odnosu na prethodno istraživanje. U poređenju sa drugim TV stanicama, RTCG je po svim parametrima druga po učestalosti gledanosti na prostoru Crne Gore.
- Međutim, kada direktno pitamo ispitanike, RTCG zauzima prvo mjesto po učestalosti i omiljenosti kod građana Crne Gore.
- Nastavlja se trend povećanja procenta građana koji više gledaju TVCG, a smanjenja procenta onih koji manje gledaju ovaj TV program.
- U prethodnom istraživanju svaki četvrti građanin smatrao je da je TVCG stanica koja je pod snažnim političkim uticajem. Ova percepcija je doživjela najveću promjenu i pala je sa 24,9% na 8,9%. Dodatno, percepcija da je RTCG TV stanica koja „prikazuje samo jednu stranu“ pala je sa 16,2% na 9,3%. Konačno, percepcija objektivnosti je porasla sa 13,4% na 17,4% i trenutno zauzima prvo mjesto.
- Nastavlja se trend povećanja procenta građana koji primjećuju promjene na bolje u programu TVCG.
- Na ključno pitanje, u koju TV stanicu imate najviše povjerenja, TV Vijesti i TVCG sada dijele prvo mjesto sa 27% povjerenja.
- Od juna je došlo do povećanja povjerenja od 8 procentnih poena u tačnost i objektivnost informacija koje se mogu čuti na TVCG.
- U odnosu na junsko istraživanje, procenat građana koji uopšte ne prate parlamentarni kanal je pao za 8 procentnih poena.
- Od ljeta, kumulativni procenat građana koji smatraju da je gledanje Parlamentarnog kanala povećalo njihovo znanje o funkcionisanju parlamenta se povećao sa 43% na 54%.
- U odnosu na junsko istraživanje, smanjen je procenat građana koji ne slušaju Radio Crne Gore, a povećan broj građana koji slušaju ovaj medij više puta nedjeljno.
- Radio Crne Gore je i dalje na petom mjestu po slušanosti i omiljenosti kod građana Crne Gore.
- Intenzitet posjeta portalu RTCG je u porastu prema svim parametrima u odnosu na junsko istraživanje.
- Portal RTCG-a nalazi se na trećem mjestu sa 14% povjerenja građana Crne Gore. Ovo predstavlja povećanje od 3 procentna poena u odnosu na junsko istraživanje.



U periodu između dva istraživanja uočen je relativan pad praćenja TV programa na nedjeljnom nivou. Dok je u junu skoro 60% građana Crne Gore gledalo TV program svakodnevno, u novembru je taj broj osjetno pao i to na 51,2%. Distribucija gledanja TV programa na nedjeljnom nivou u jasnom je padu sa redovnijeg ka rjeđem.

Koliko često, na nedjeljnom nivou, pratite TV program?



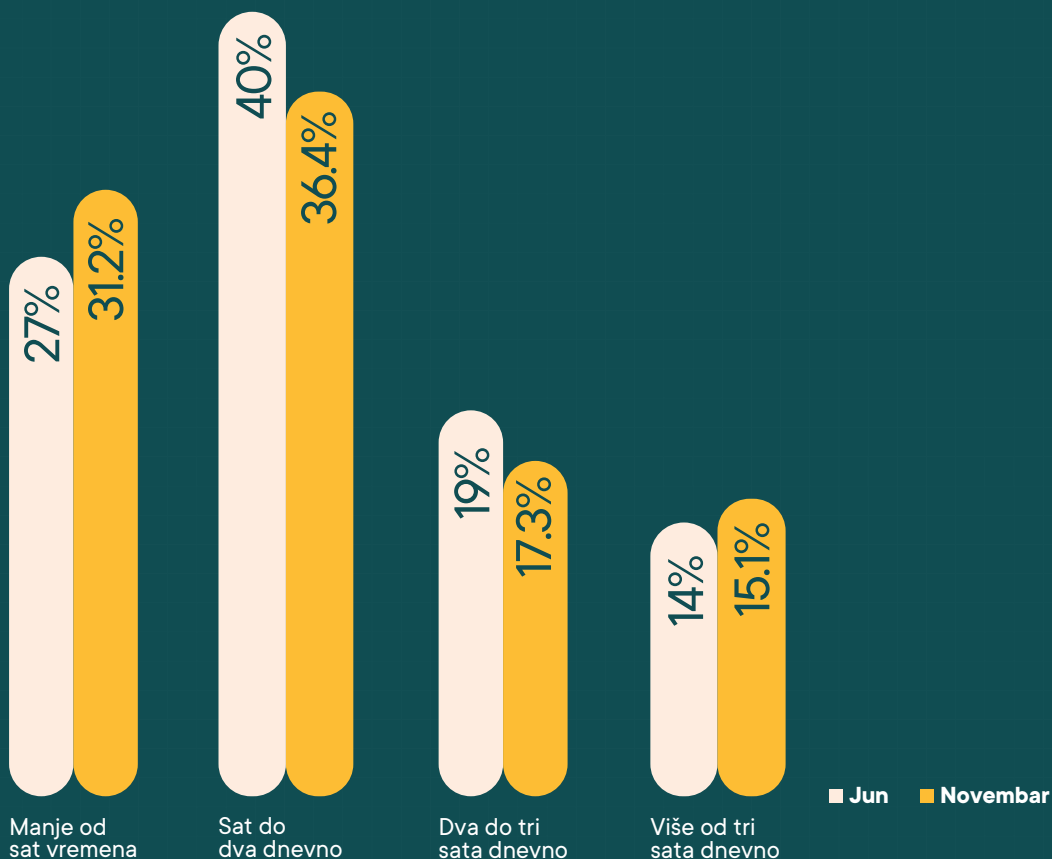


Jun
 Novembar



Najveći broj građana, njih 36,4%,
gleda TV program sat do dva dnevno.

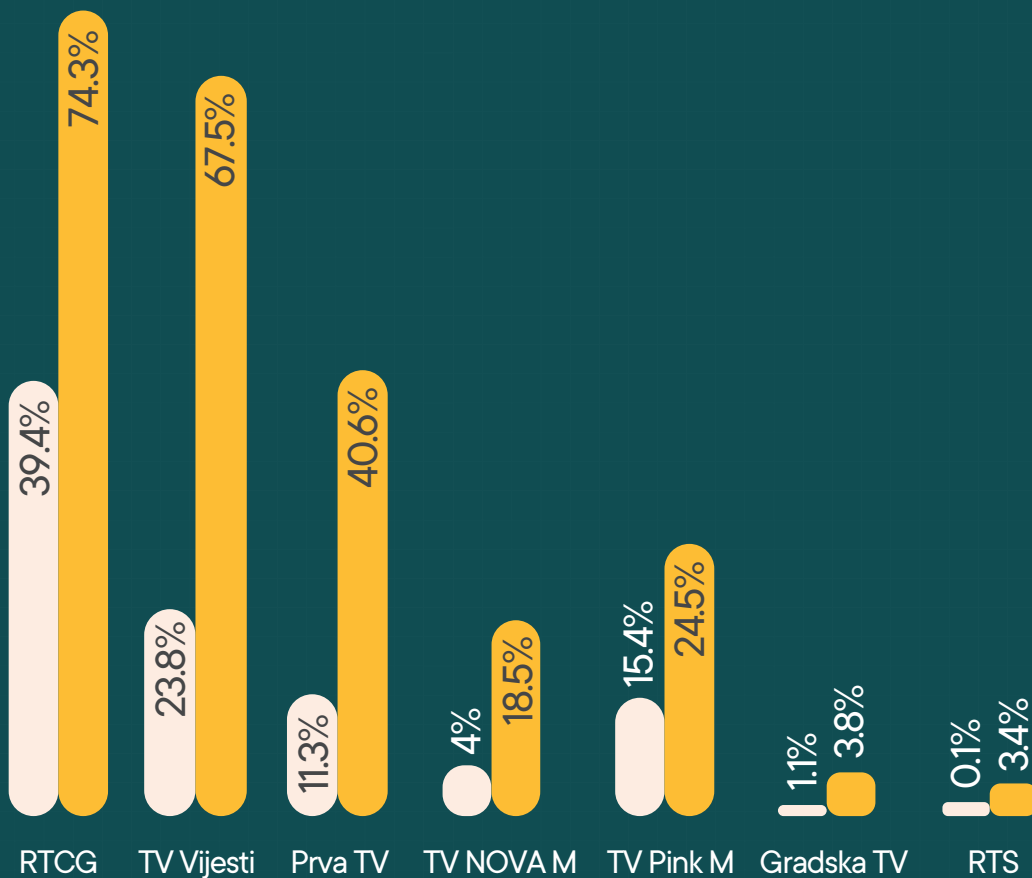
Koliko u prosjeku, tokom dana, pratite TV program?



I ovaj put građane smo pitali da navedu tri stanice kojih se prvo sjetе kada se pomene pojam televizija. RTCG je i dalje sinonim za televiziju sa 39,4% prepoznatljivosti i pored objektivnog pada prema ovom parametru u odnosu na jun. Ovu TV stanicu je ukupno pomenulo preko 74% ispitanika.

Za koje sve domaće TV stanice znate?

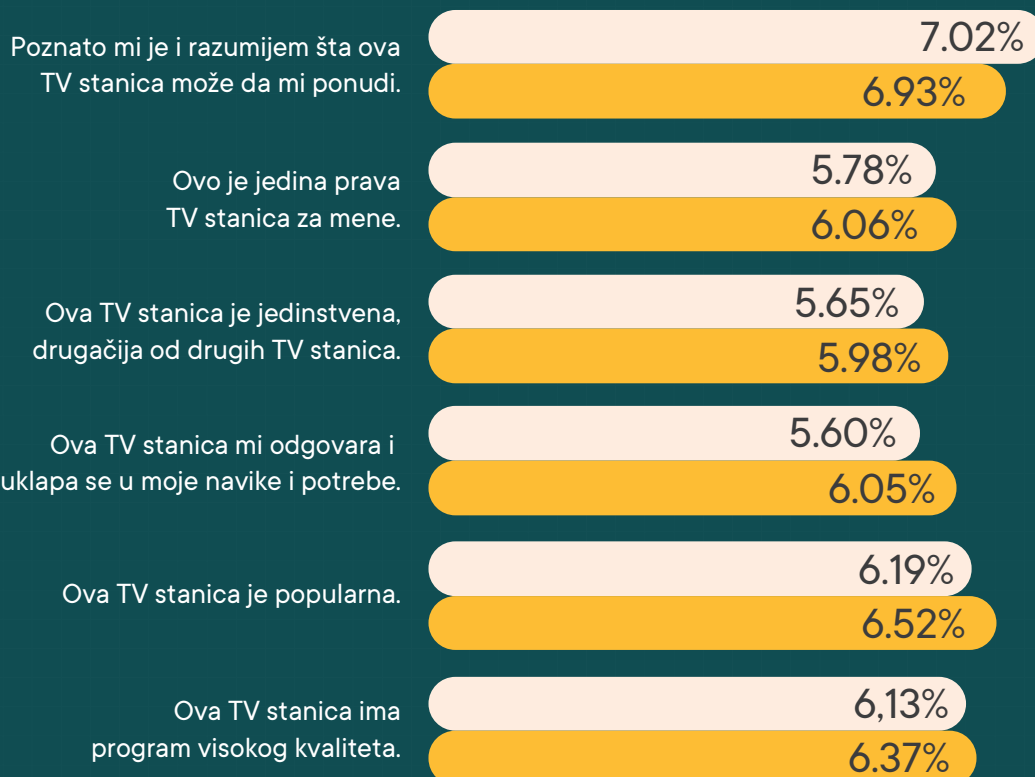
■ Prva pomenuta TV ■ Ukupno pomenuta TV



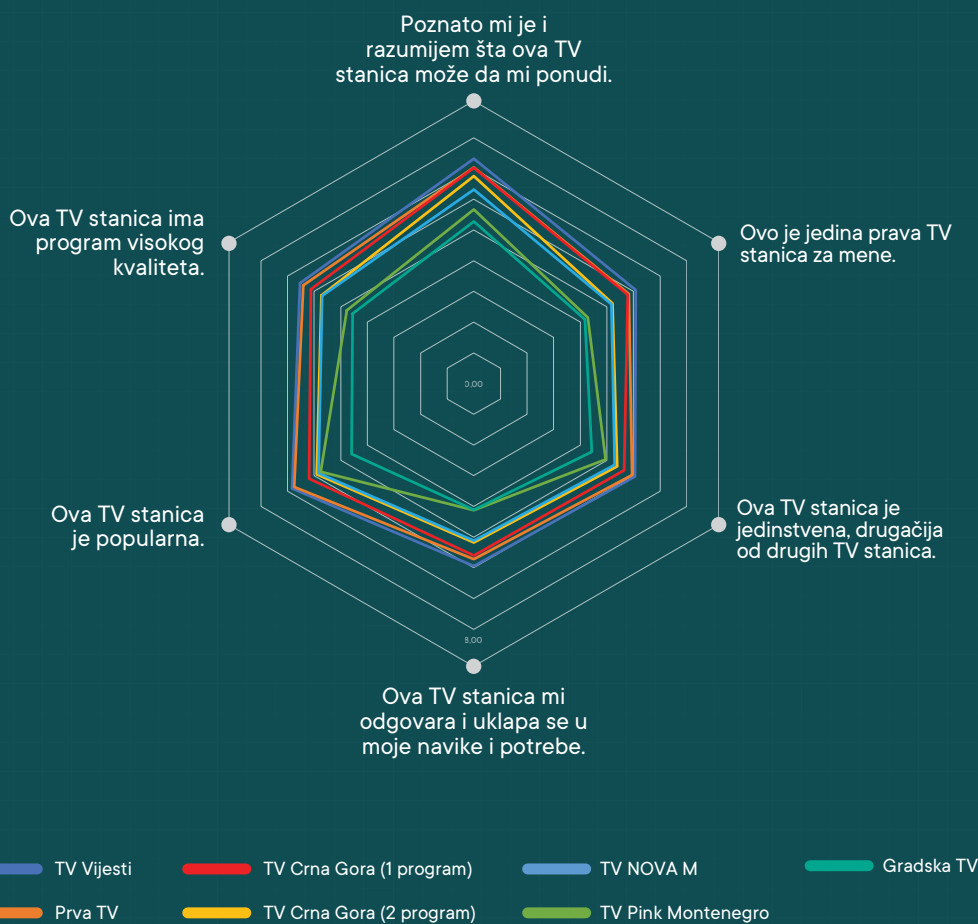
RTCG je na prvom mjestu prema potrebama i navikama gledalaca, a na drugom mjestu prema prepoznatljivosti i razumijevanju, ličnoj povezanosti gledalaca s njom, jedinstvenosti, percepciji popularnosti i kvalitetu programa. U mnogim kategorijama statistički je neznatna razlika sa drugoplasiranom TV stanicom. Značajno je istaći da postoji rast RTCG u percepciji skoro svih kategorija u odnosu na prethodno istraživanje.

Utisak o RTCG

■ Jun ■ Novembar



Molim Vas da mi za svaku tvrdnju koju ću pročitati date ocjenu od 1 do 10, na osnovu utiska koji o njoj imate, čak iako Vam ta TV stanica nije dovoljno poznata

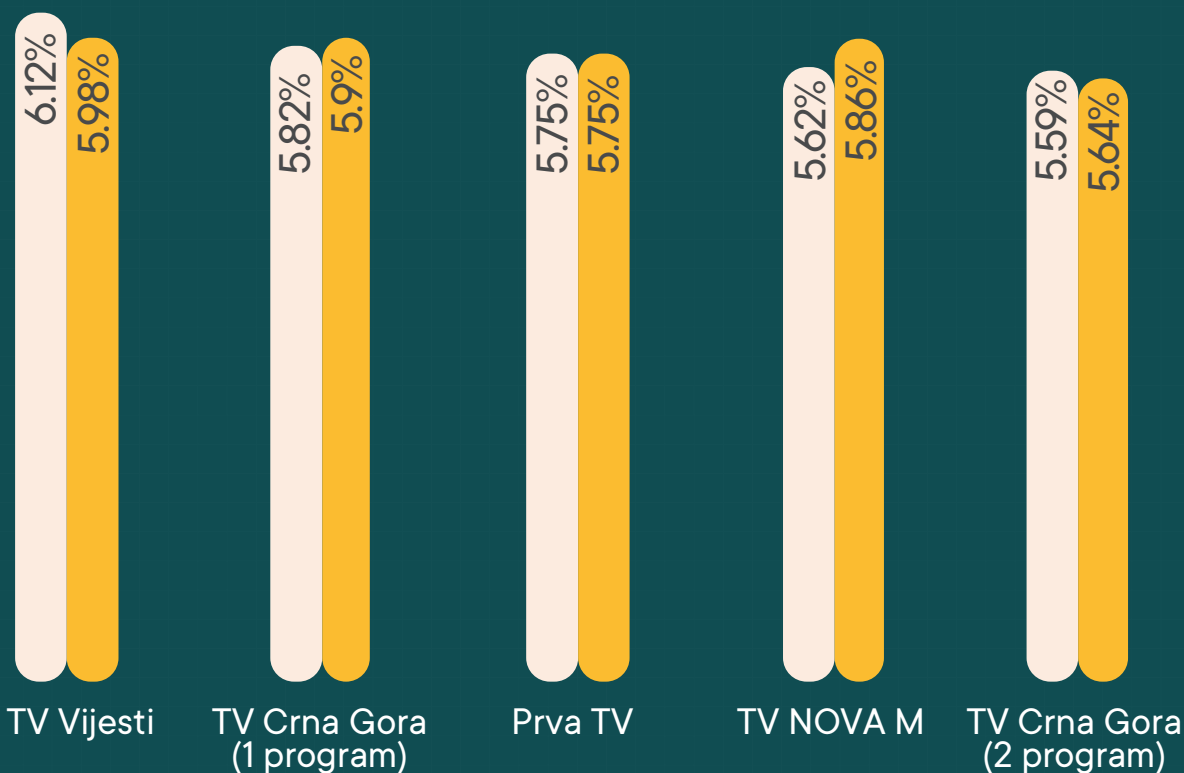


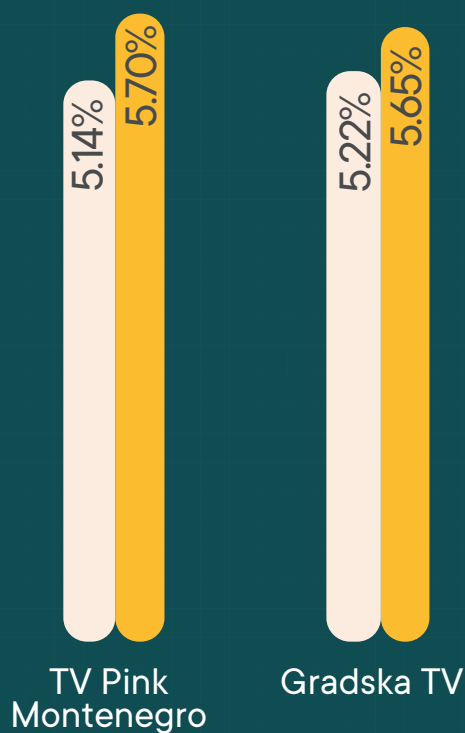


Građanima je postavljeno sljedeće pitanje: „Zamislite situaciju da svakom od nacionalnih TV kanala plaćate mjesečnu pretplatu od 5 EUR. Šta biste u takvoj situaciji rekli za sljedeće TV kanale? Cijena koju plaćam za ovaj TV kanal je više nego sto očekujem da platim za program koji se emituje na njemu. Molimo vas da date ocjenu od 1 do 10 (1 - Uopšte se ne slažem, 10 - U potpunosti se slažem).“

Spremnost plaćanja pretplate od 5 eura?

■ Jun ■ Novembar





Prema rezultatima istraživanja građani i dalje smatraju da bi pretplata od 5 eura bila više od onoga što očekuju da plate za program koji se emituje na njemu. Prema ovoj kategoriji postoji blaga, statistički neznatna promjena.

RTCG 1 je i dalje prepoznata kao stanica koja nije vulgarna, koja ima program konstantnog kvaliteta, TV stanica sa dugom tradicijom, TV stanica sa prepoznatljivim programom, TV stanica koja postaje sve bolja i bolja, TV stanica koja podsjeća na najveće svjetske televizije i TV stanica koja prikazuje najbolje što Crna Gora može da ponudi (gosti, teme, događaji). Postoje blage i neznatne oscilacije u vezi percepcije ovih tvrdnji.

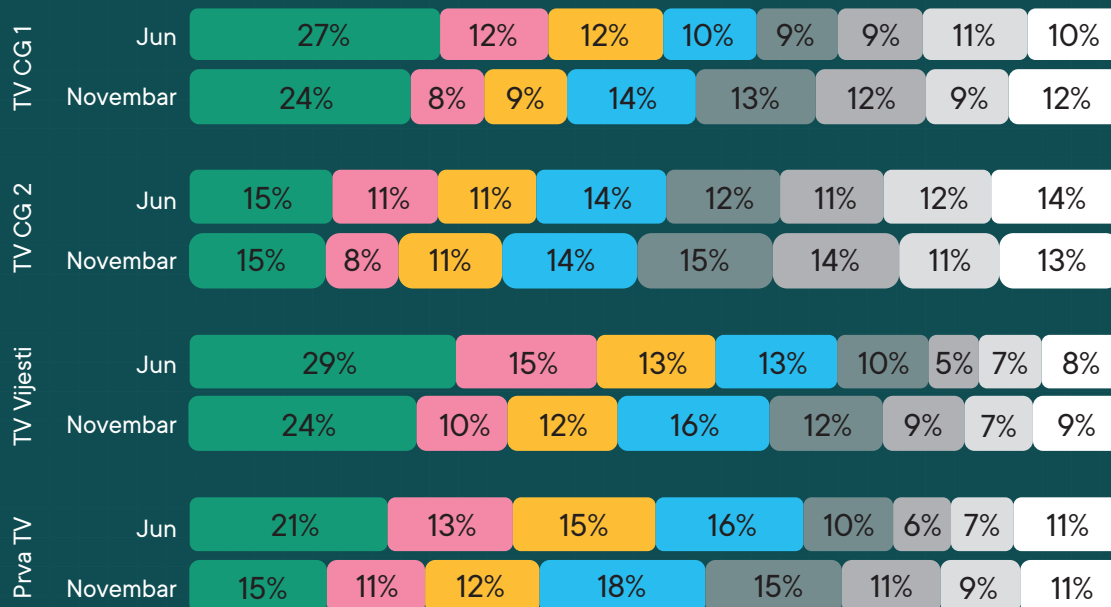
U prethodnom istraživanju svaki četvrti građanin je smatrao da je TVCG stanica koja je pod snažnim političkim uticajem. Ova percepcija je doživjela najveću promjenu i pala je sa 24,9% na 8,9%.

Dodatno, percepcija da je RTCG TV stanica koja „prikazuje samo jednu stranu“ pala je sa 16,2% na 9,3%. Končno, percepcija objektivnosti je porasla sa 13,4% na 17,4% i trenutno zauzima prvo mjesti.

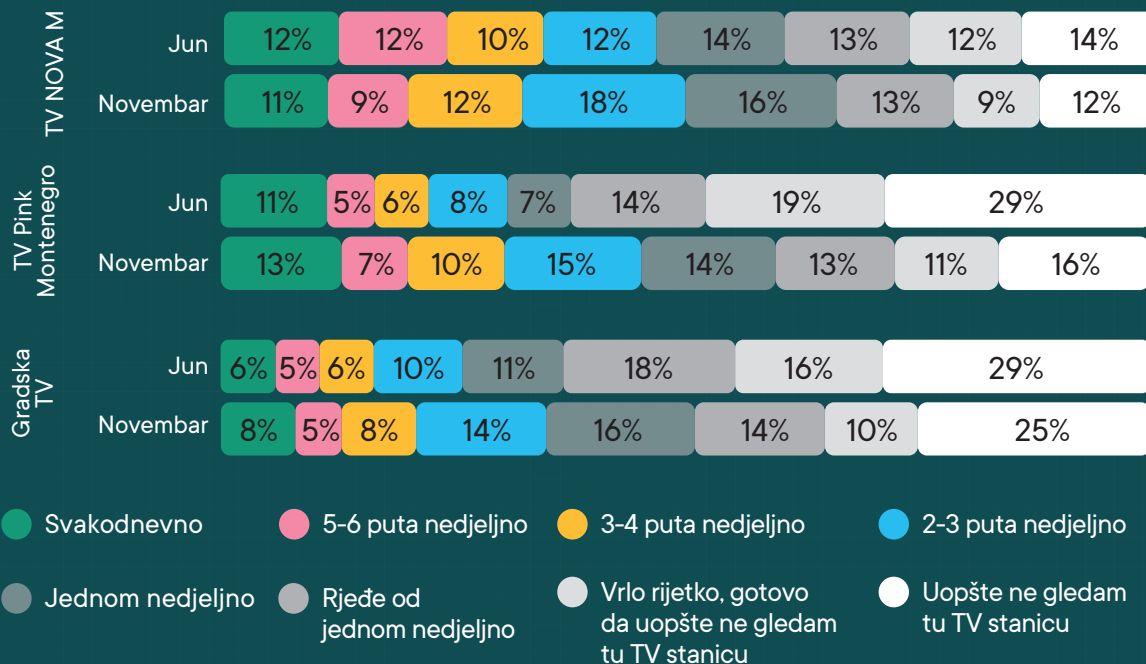
U odnosu na prethodno istraživanje, po većini parametara RTCG je napredovala. (Tabela prikazana u Aneksu Izvještaja)



Pitali smo građane koliko je njima lično važno koju TV stanicu gledaju. **Prosječna ocjena važnosti na skali od 1 do 10, u junu je bila 6,34, dok u novembru iznosi 6,04. Ovo predstavlja nastavak pada važnosti TV stanica kod građana.**



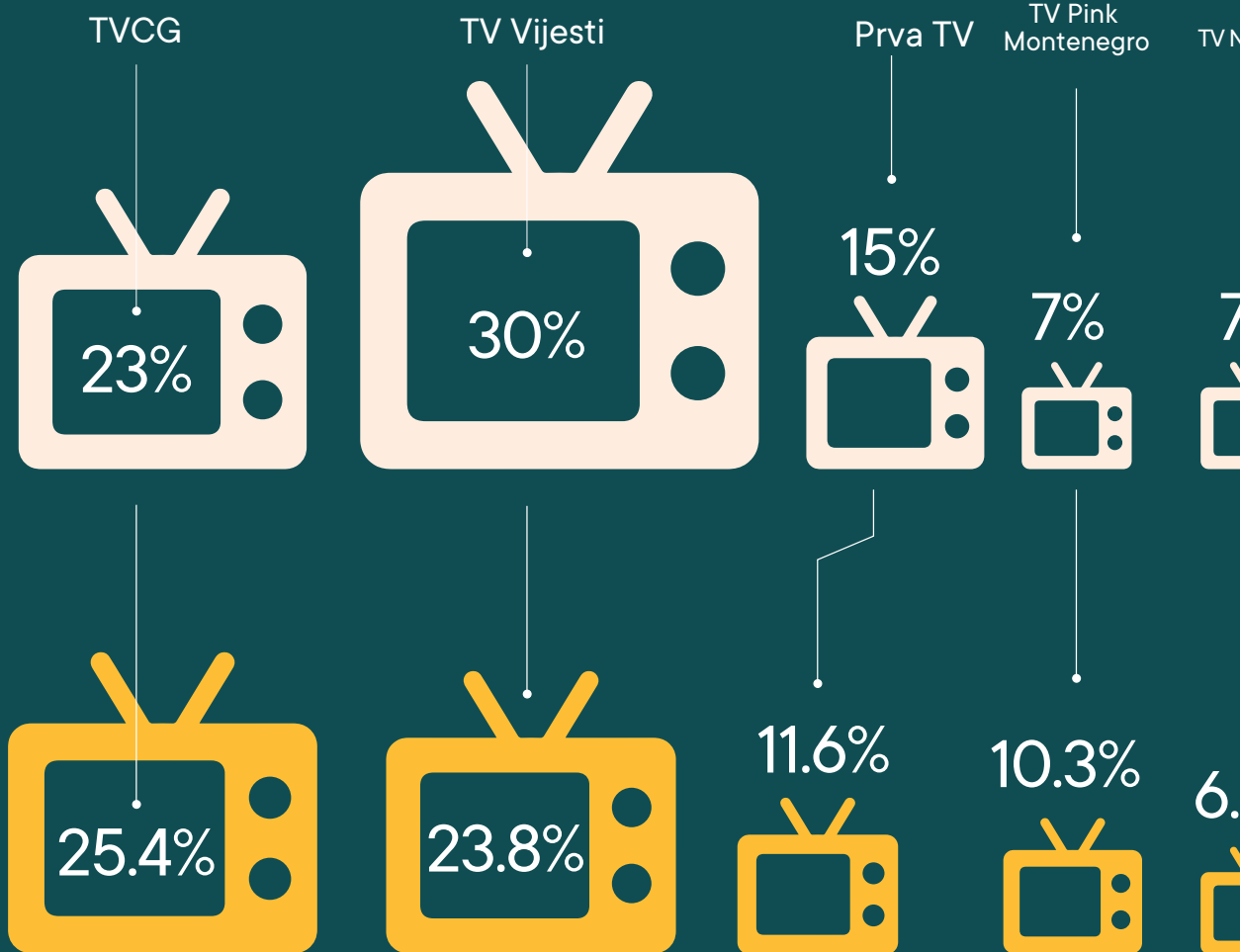
Oko 24% građana prati RTCG na dnevnom nivou, što predstavlja blagi pad od 3 procentna poena u odnosu na prethodno istraživanje. U poređenju sa drugim TV stanicama, RTCG je po svim parametrima druga po učestalosti gledanosti na prostoru Crne Gore.

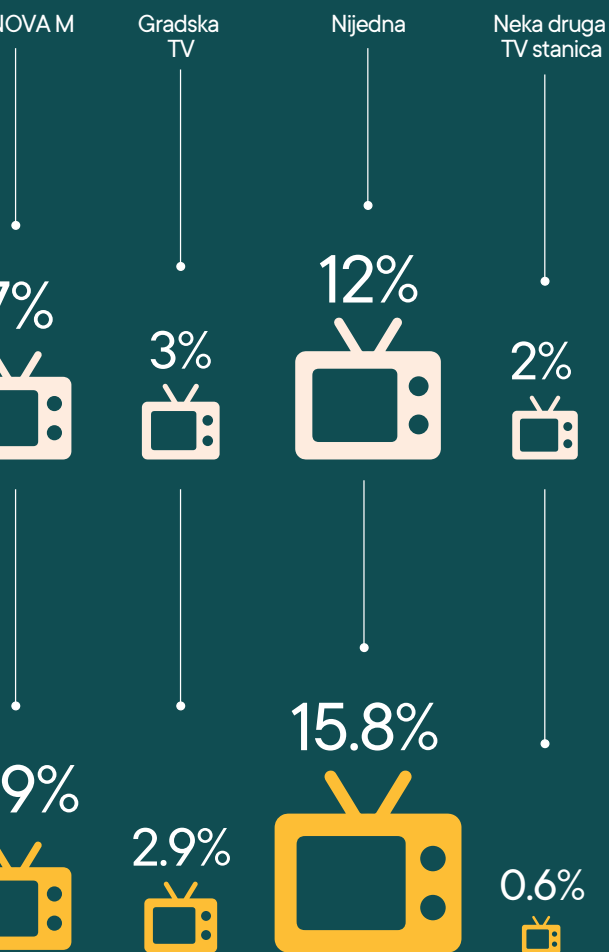




Koju domaću TV stanicu/ program najčešće gledate?

■ Jun ■ Novembar



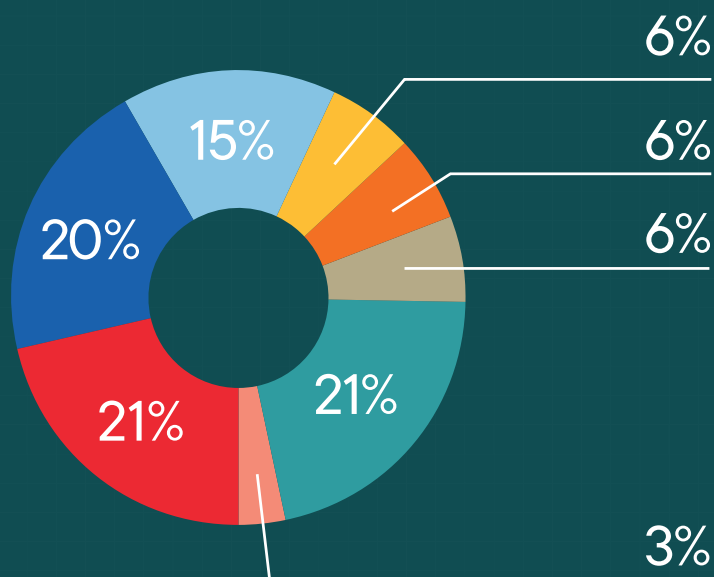


Na pitanje koju stanicu/program najčešće gledaju, 25,4% građana je izjavilo da je to TVCG. Ovo predstavlja porast od 2,4 procentna poena u odnosu na prethodno istraživanje, a uslijed pada gledanosti najbližeg konkurenta, pozicionira RTCG na prvo mjesto prema ovom parametru.

Takođe, preko 23,3% ispitanika se izjasnilo da im je TVCG omiljena TV stanica, i sa tim udjelom TVCG je zauzela prvo mjesto. Izmjeren je porast od 2,3 procentna poena u odnosu na istraživanje iz juna 2022. godine.

Koja Vam je omiljena TV stanica?

Jun



TVCG



TV Vijesti



Prva TV



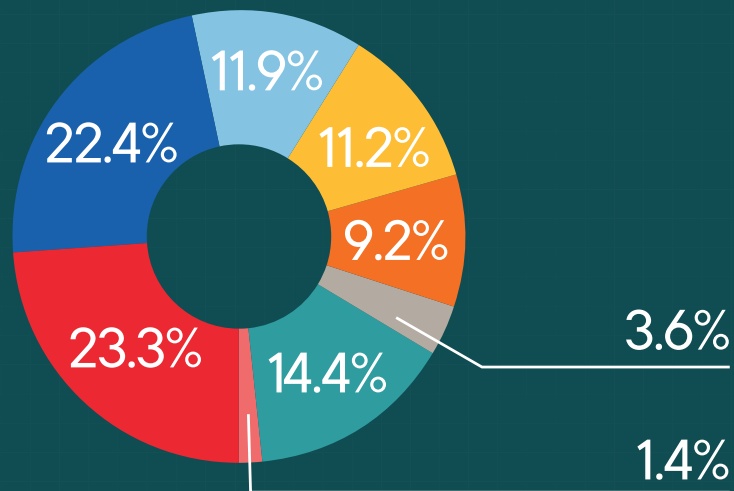
TV Pink Montenegro

Raznovrstan program, brzo emitovanje vijesti i informacija, kao i navika, glavni su razlozi zbog kojih se TVCG najčešće gleda.

Isti su razlozi zbog kojih je TVCG građanima i omiljena TV stanica.

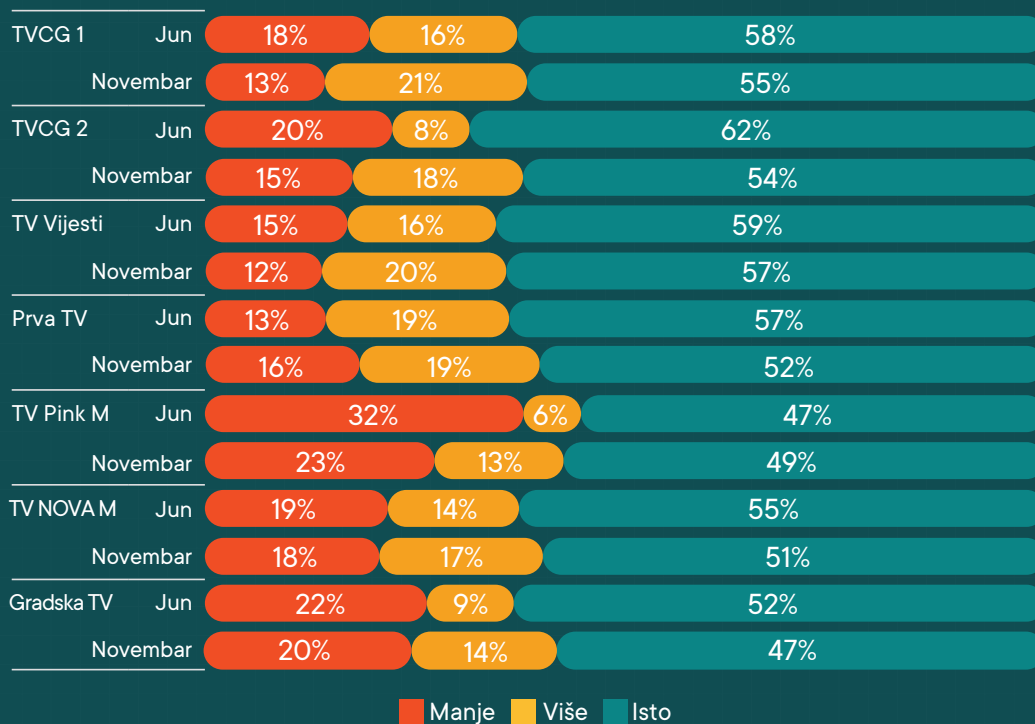
Nastavlja se trend povećanja procenta građana koji više gledaju TVCG, a smanjenja procenta onih koji manje gledaju ovaj TV program.

Novembar





Za svaku od sljedećih TV stanica, molim Vas da mi kažete da li je gledate manje ili više nego prije godinu dana?





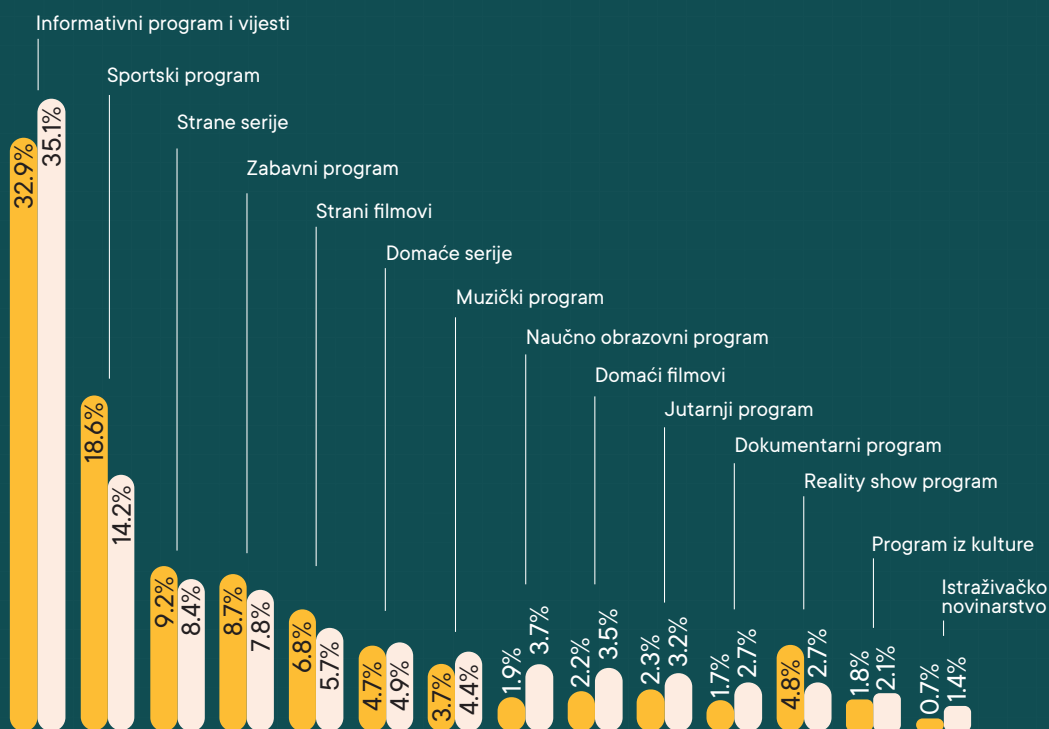
Informativni program i vijesti su i dalje najvažnija vrsta programa za najveći broj građana, iako je važnost ovog dijela programa opala za nešto preko 2 procentna poena.

Građani smatraju da TVCG ima najbolji jutarnji, dokumentarni, naučno obrazovni, kulturni i sportski program. Prema ovom istraživanju TVCG ima i najbolje istraživačko novinarstvo. U odnosu na junska istraživanja, postoji povećanje od 6 procentnih poena u ovom segmentu.

S druge strane, građani nijesu zadovoljni sa kvalitetom zabavnog programa na TVCG, iako je i u ovom segmentu primijećeno poboljšanje. (Tabela prikazana u Aneksu Izvještaja)

Koja vrsta programa je Vama lično najvažnija?

■ Jun ■ Novembar

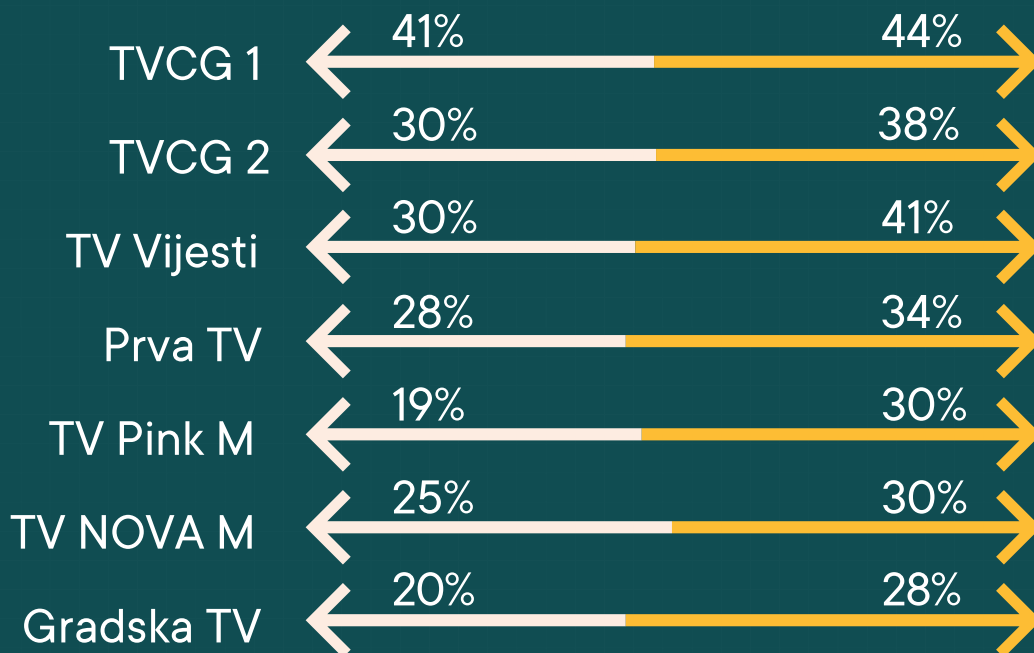




Kao i u odnosu na 2020. godinu, i kada se radi o junskom istraživanju, najveći broj građana je zapazio neke promjene na TVCG 1.

Da li ste na sljedećim TV stanicama zapazili neke promjene, bilo da su one na bolje ili na lošije? - % odgovora DA

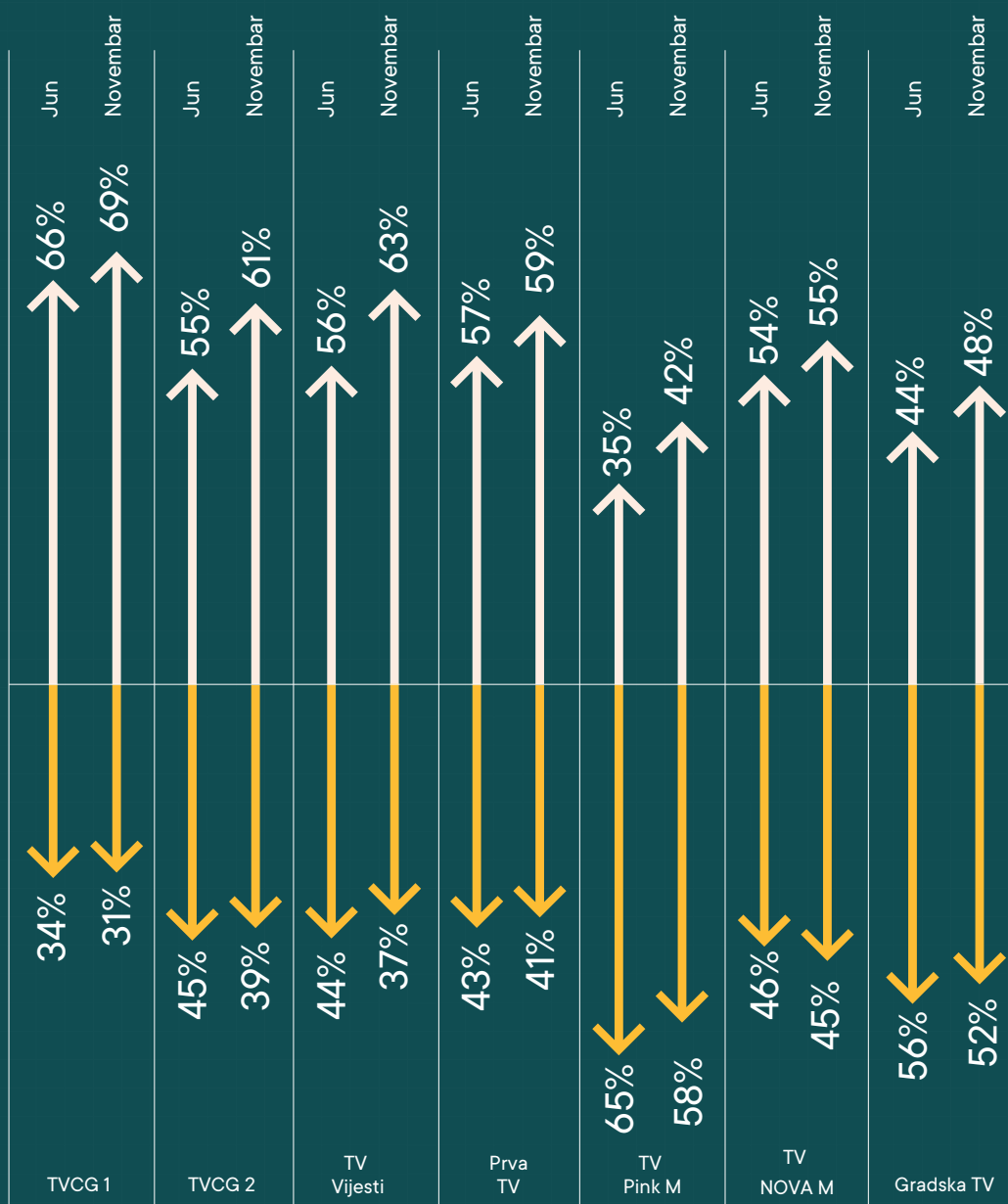
■ Jun ■ Novembar



Od građana koji su rekli da su primijetili neke promjene na TVCG, 69% smatra da su one na bolje, što je povećanje od 3 procentna poena u odnosu na junsko istraživanje.

Da li su te promjene na bolje ili na lošije?

■ Na bolje ■ Na lošije

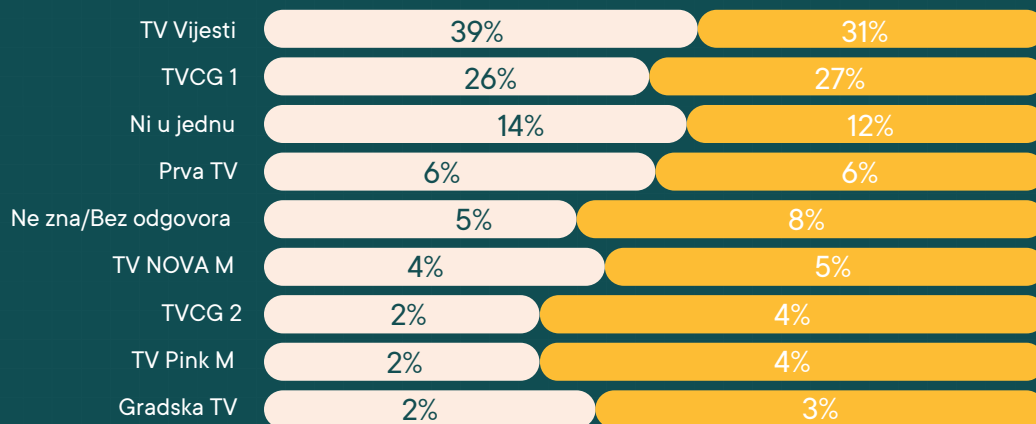




U slučaju važnog događaja građani Crne Gore i dalje najčešće uključuju TV Vijesti (31%), dok se TVCG 1 nalazi na drugom mjestu (27%). Ovim se nastavio trend smanjenja razlike između TV Vijesti i TVCG prema ovom parametru, a isto je zabilježeno i tokom prethodnog mjerenja.

Kada se desi neki važan događaj, koju TV stanicu najčešće uključite da biste se informisali o tom događaju?

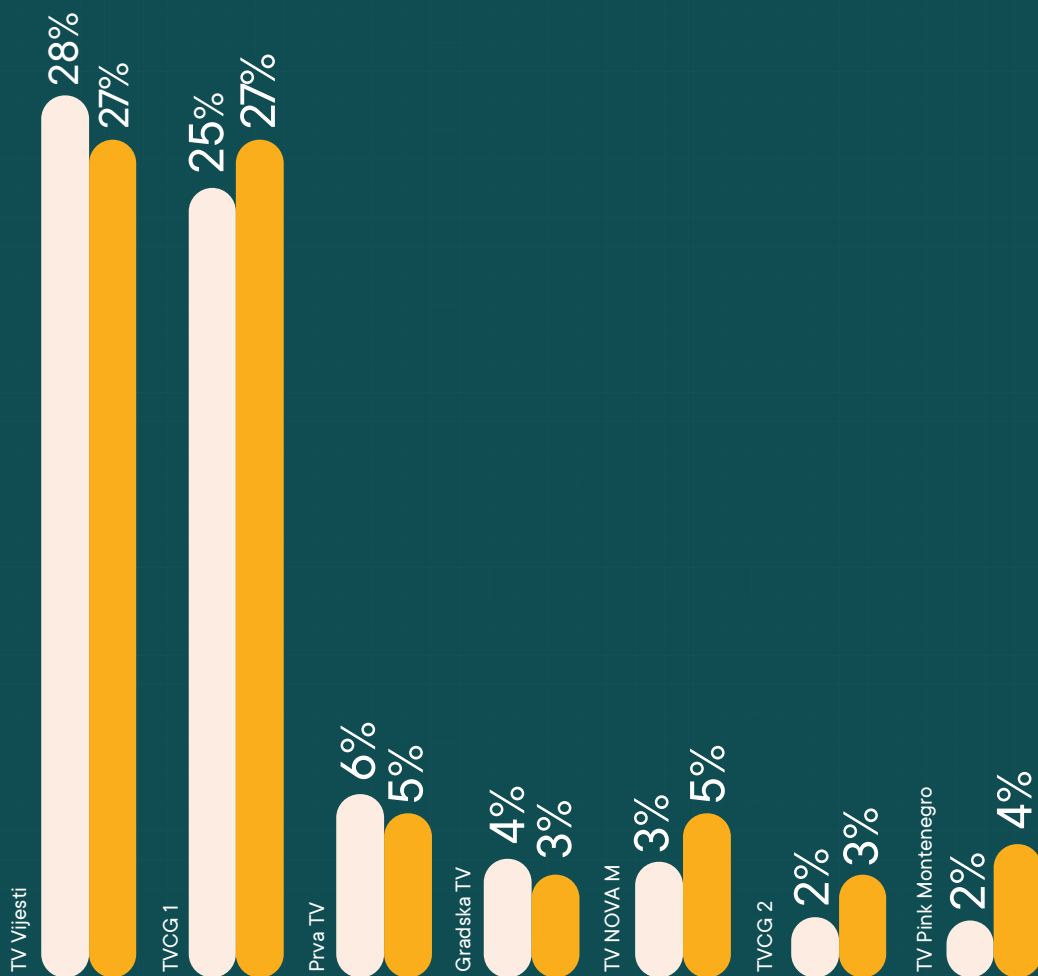
■ Jun ■ Novembar



Na ključno pitanje, u koju TV stanicu imate najviše povjerenja, TV Vijesti i TVCG sada dijele prvo mjesto sa 27% povjerenja. U odnosu na junsko istraživanje TV Vijesti su izgubile 1 procentni poen povjerenja, dok je RTCG dobio 2 procentna poena.

U koju TV stanicu imate NAJVIŠE povjerenja?

■ Jun ■ Novembar

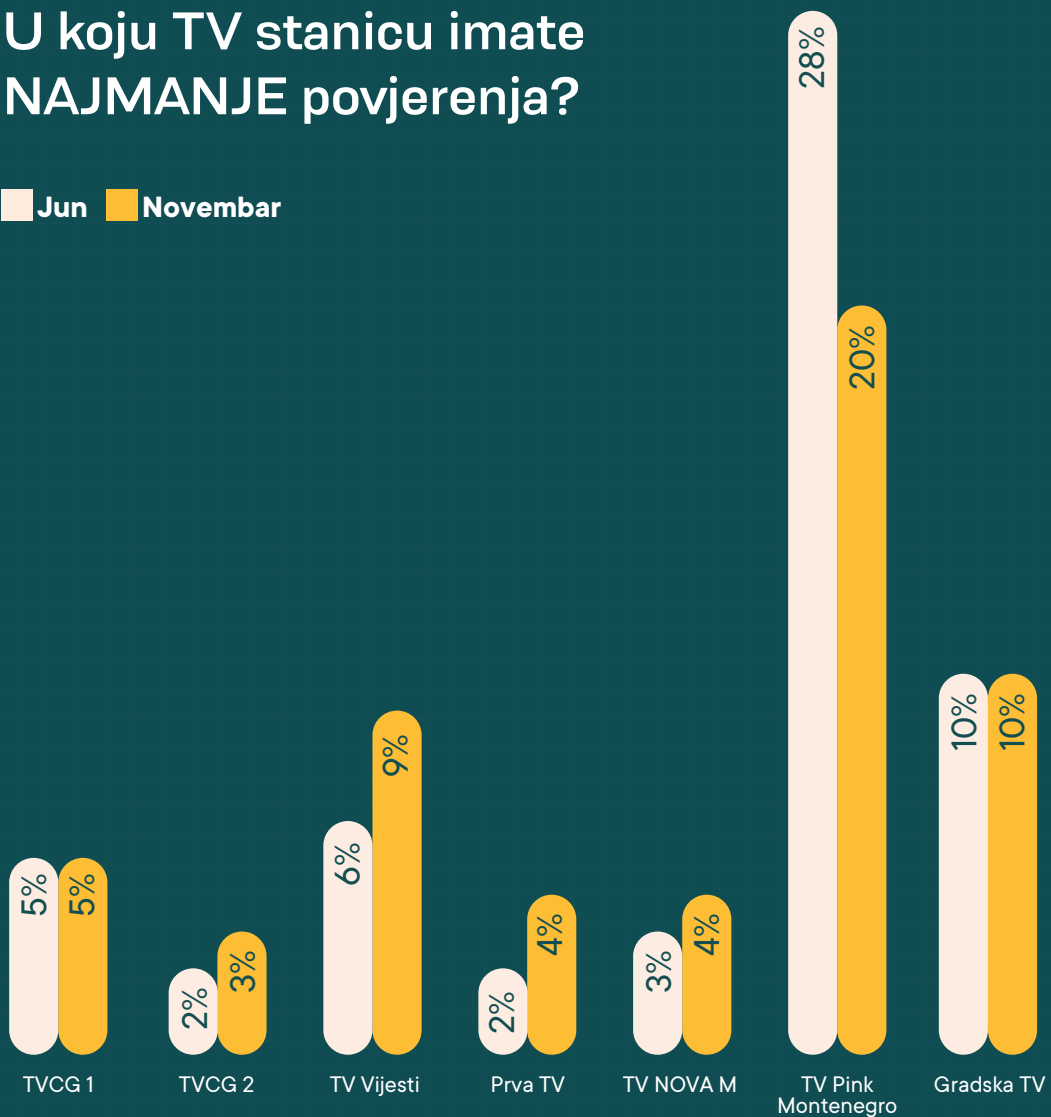




S druge strane, nepovjerenje u program TVCG 1 i TVCG 2 je ostalo relativno isto, na nivou smanjenja iz junu 2022. godine, u odnosu na 2020. godinu kada smo imali pad sa 15% na 5%.

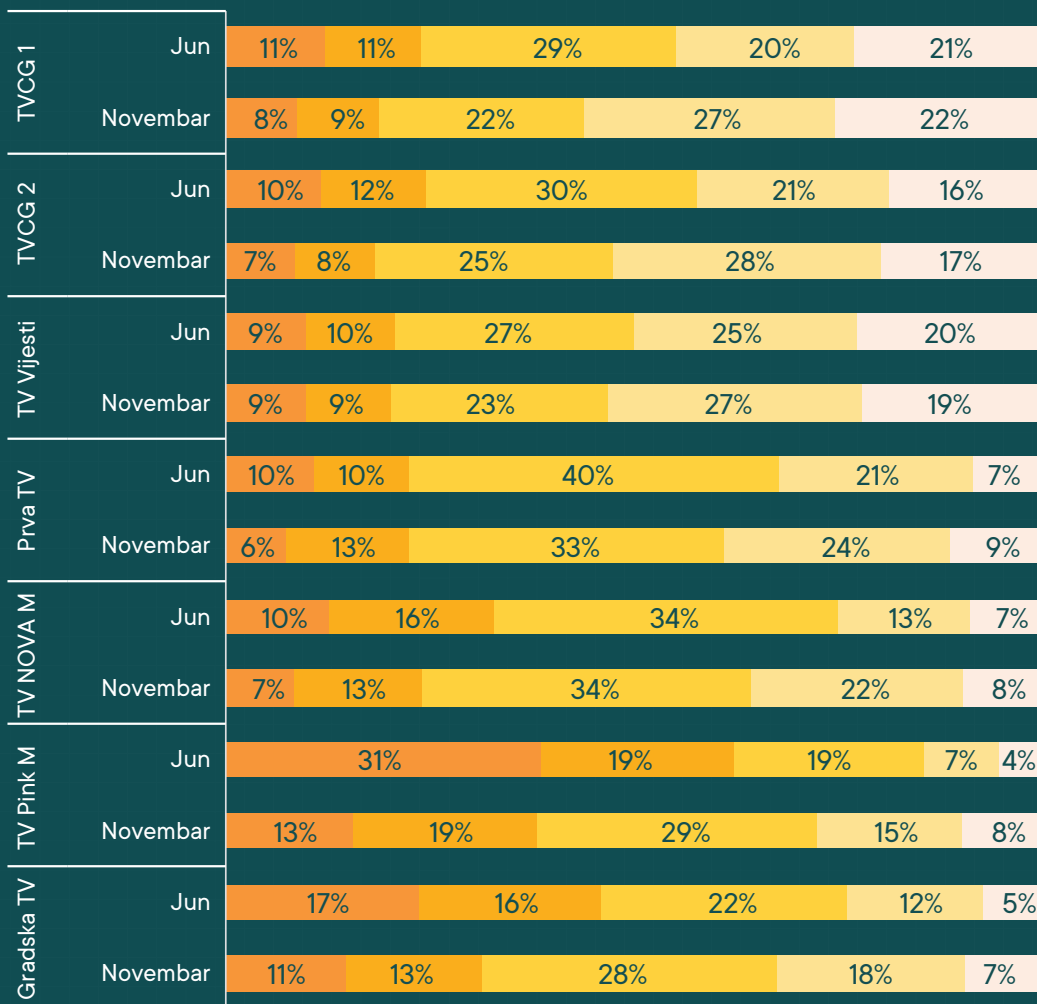
U koju TV stanicu imate NAJMANJE povjerenja?

■ Jun ■ Novembar



Kumulativno 49% ispitanika u značajnoj mjeri vjeruje u tačnost i objektivnost informacija koje se mogu čuti na TVCG 1. Ovo predstavlja povećanje od 8 procentnih poena u odnosu na jun i pozicionira TVCG na prvom mjestu.

U kojoj mjeri vjerujete u tačnost i objektivnost informacija koje se mogu čuti na sljedećim TV stanicama?

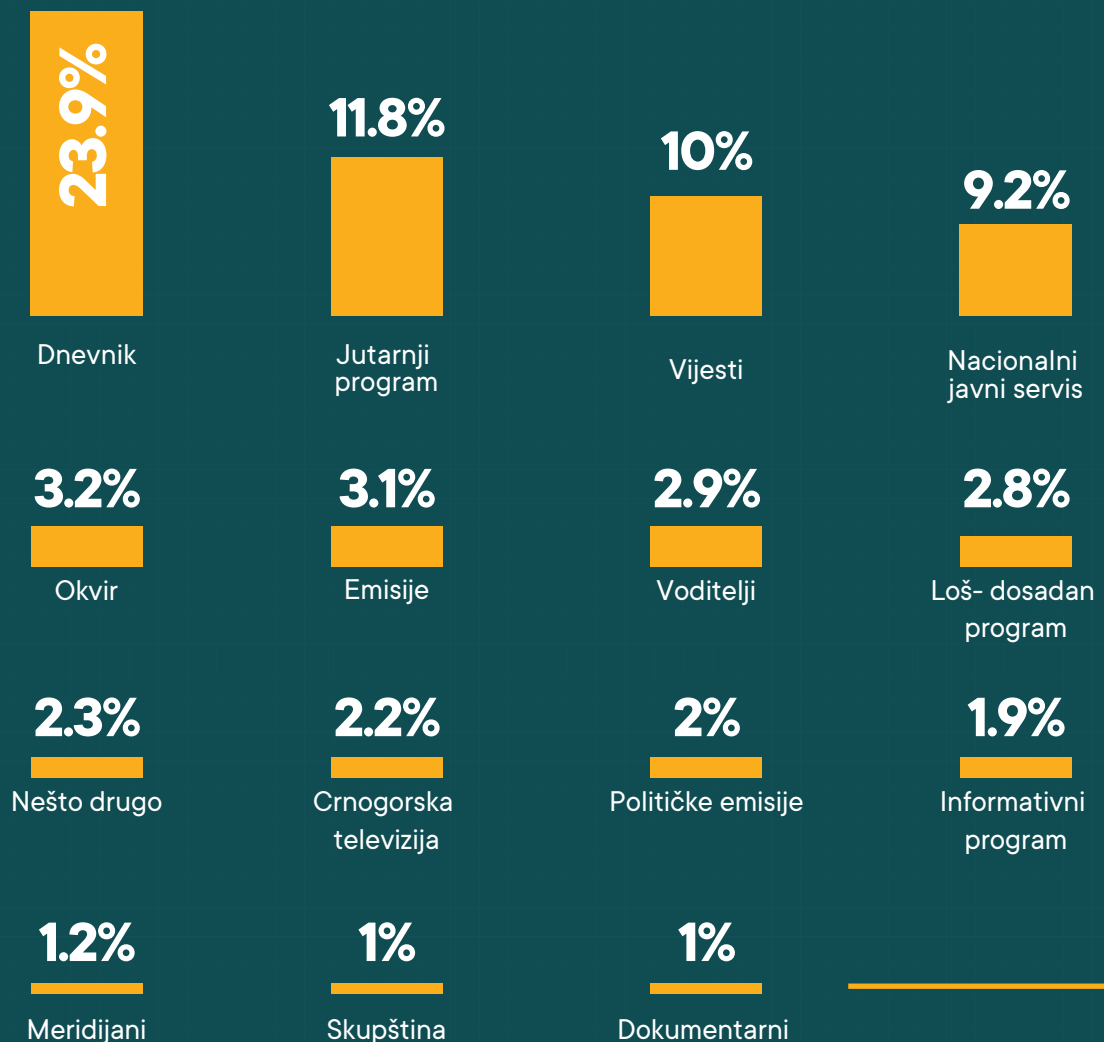


● Nimalo ● Veoma malo ● Osrednje ● Prilično ● Veoma



Nastavlja se trend koji ukazuje da su Dnevnik i Jutarnji program prve asocijacije građana na TVCG1.

Šta Vam prvo padne na pamet kada se spomene RTCG1?



5.9%

Duga tradicija

5.7%

Sportske emisije

4.8%

Državna TV

3.5%

Agrosaznanje

2.7%

Pouzdana

2.6%

Crna Gora

2.5%Pod uticajem
političara**2.3%**

Fokus

1.9%

Tačnost

1.6%

Uspješna TV

1.3%

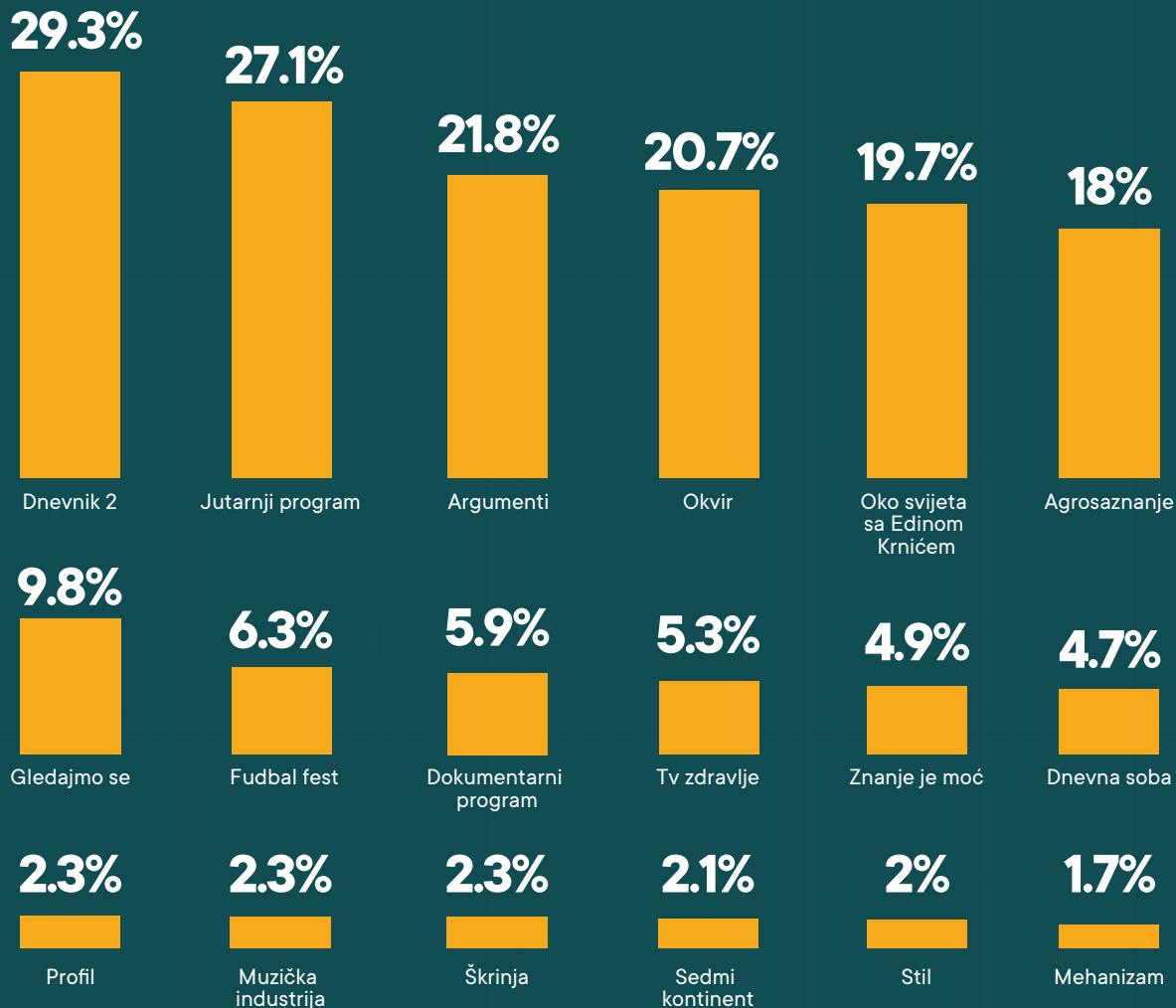
Objektivna

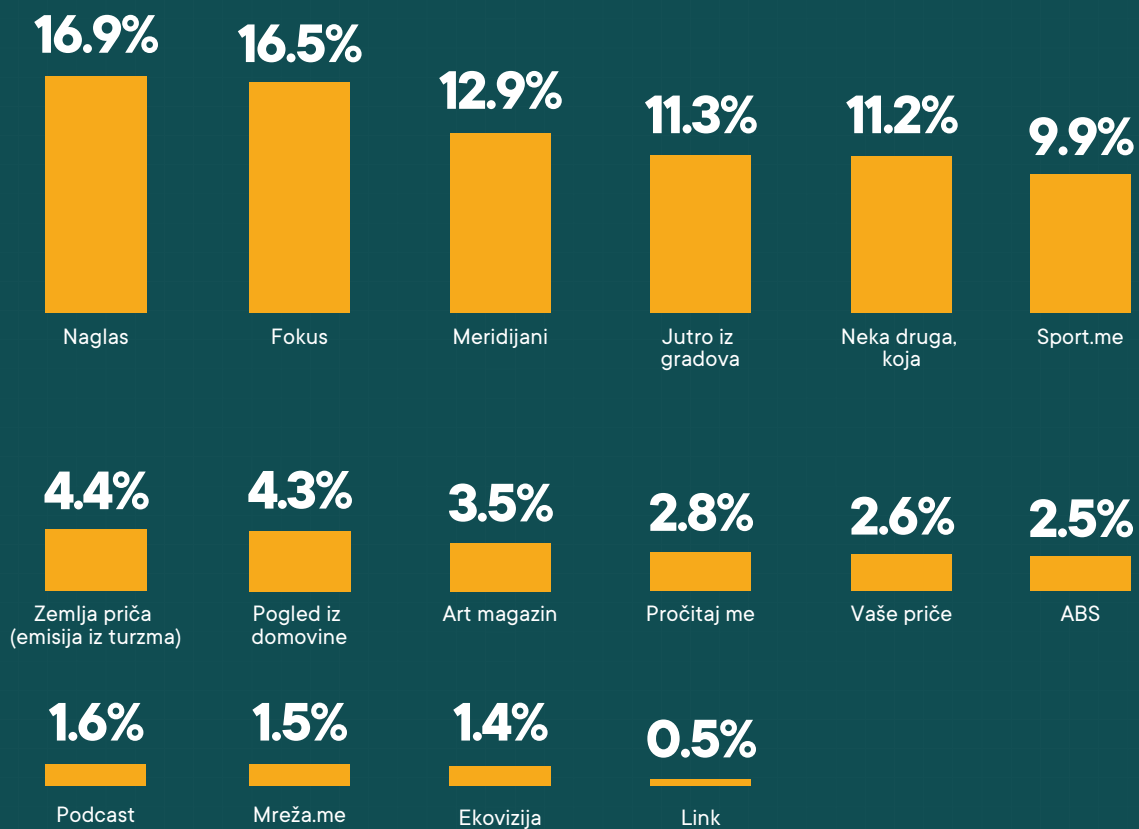
1.3%Vremenska
prognoza



Centralni dnevnik, Jutarnji program, emisije Argumenti i Okvir, kao i Oko svijeta sa Edinom Krnićem su emisije/programi koji prema ispitanicima čine suštinu programske ponude TVCG. U odnosu na junsko istraživanje, Dnevnik 2 je preuzeo prvo mjesto od Jutarnjeg programa, a Argumenti poziciju Okvira.

Koje su to emisije RTCG koje su ono najbolje od te TV stanice?

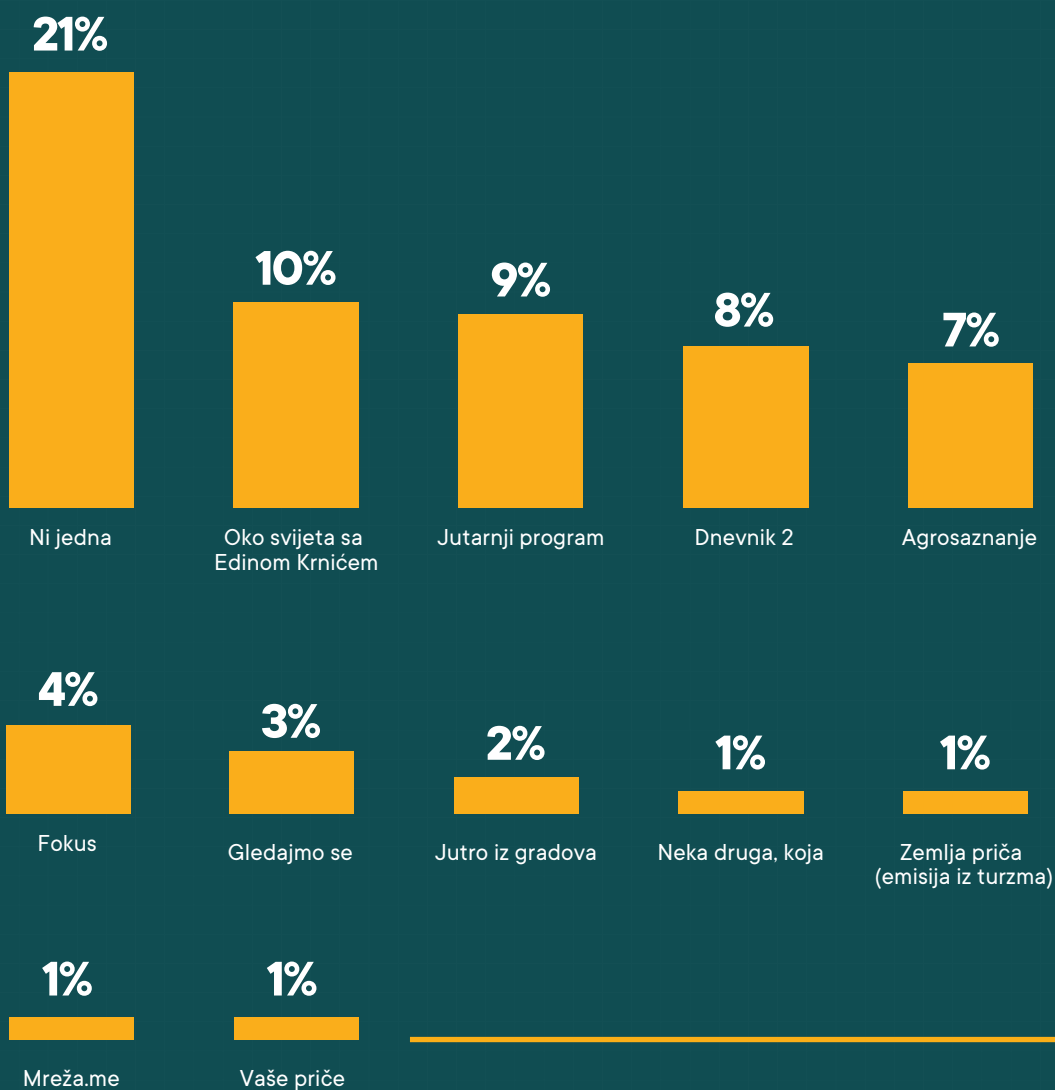


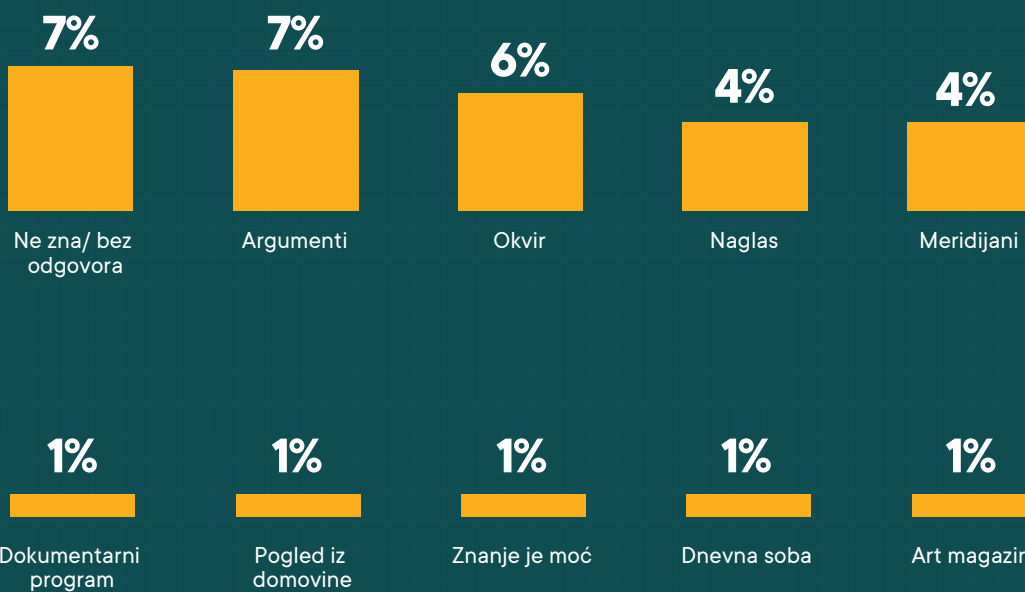




Oko svijeta sa Edinom Krnićem je najomiljenija emisija kod svakog desetog građanina Crne Gore.

Koja od ovih emisija na RTCG je Vaše omiljena TV emisija?



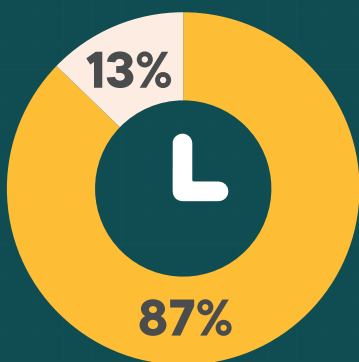




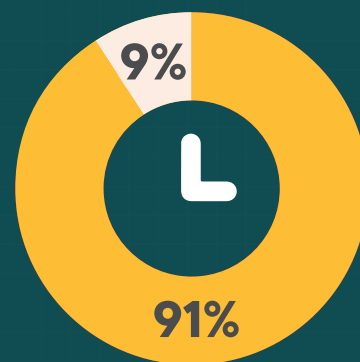
Značajna većina ispitanika i dalje smatra da je termin emitovanja njihove omiljene emisije adekvatan.

Da li je adekvatan termin emitovanja Vaše omiljene emisije?

Jun



Novembar

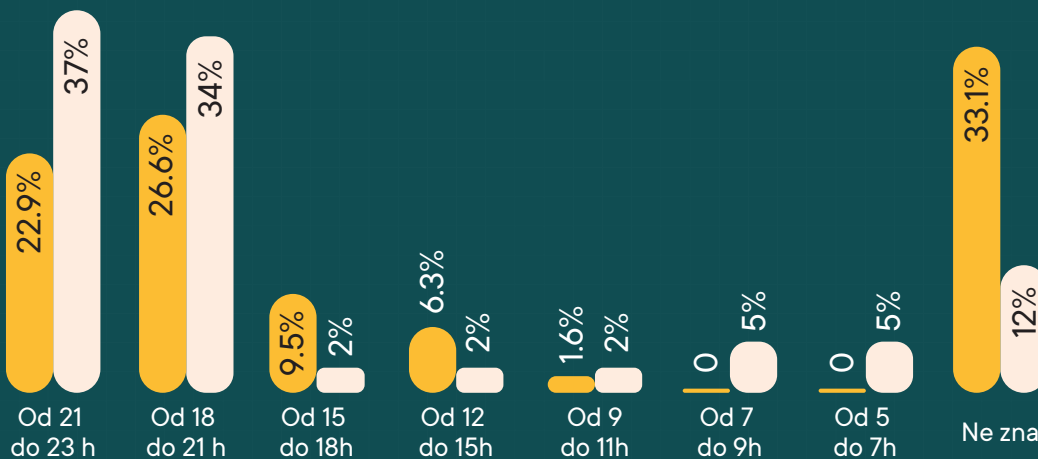


■ Ne ■ Da

Skoro trećina ispitanika nema specifični poželjni termin za emitovanje.

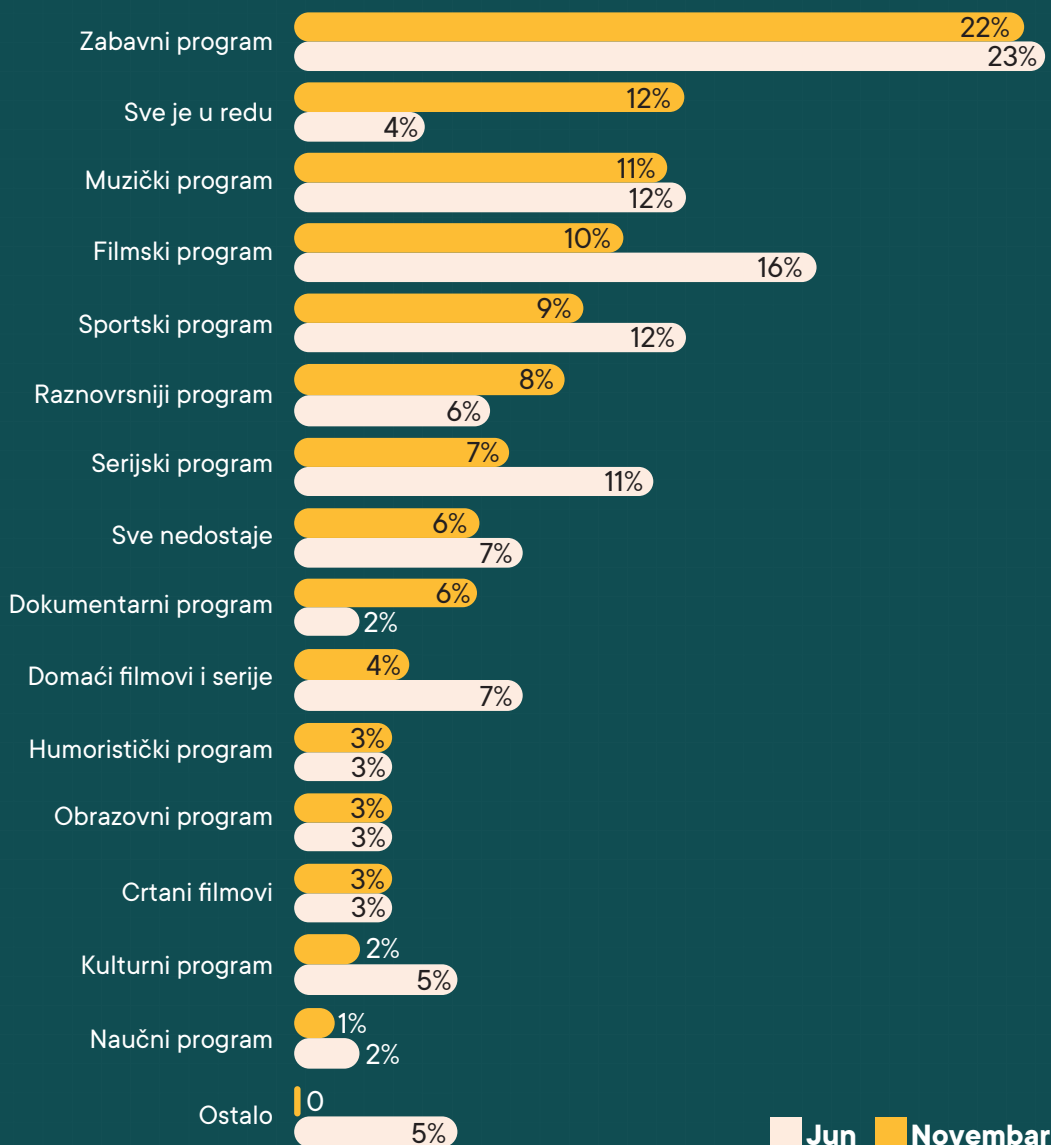
Poželjni termini za emitovanje emisija

■ Jun ■ Novembar



I dalje najveći broj građana smatra da RTCG 1 najviše nedostaje zabavni program. Primjetno je da prema većini parametara procenat građana kojima nešto nedostaje opada, a da se tri puta uvećao procenat građana koji smatraju da je sve u redu.

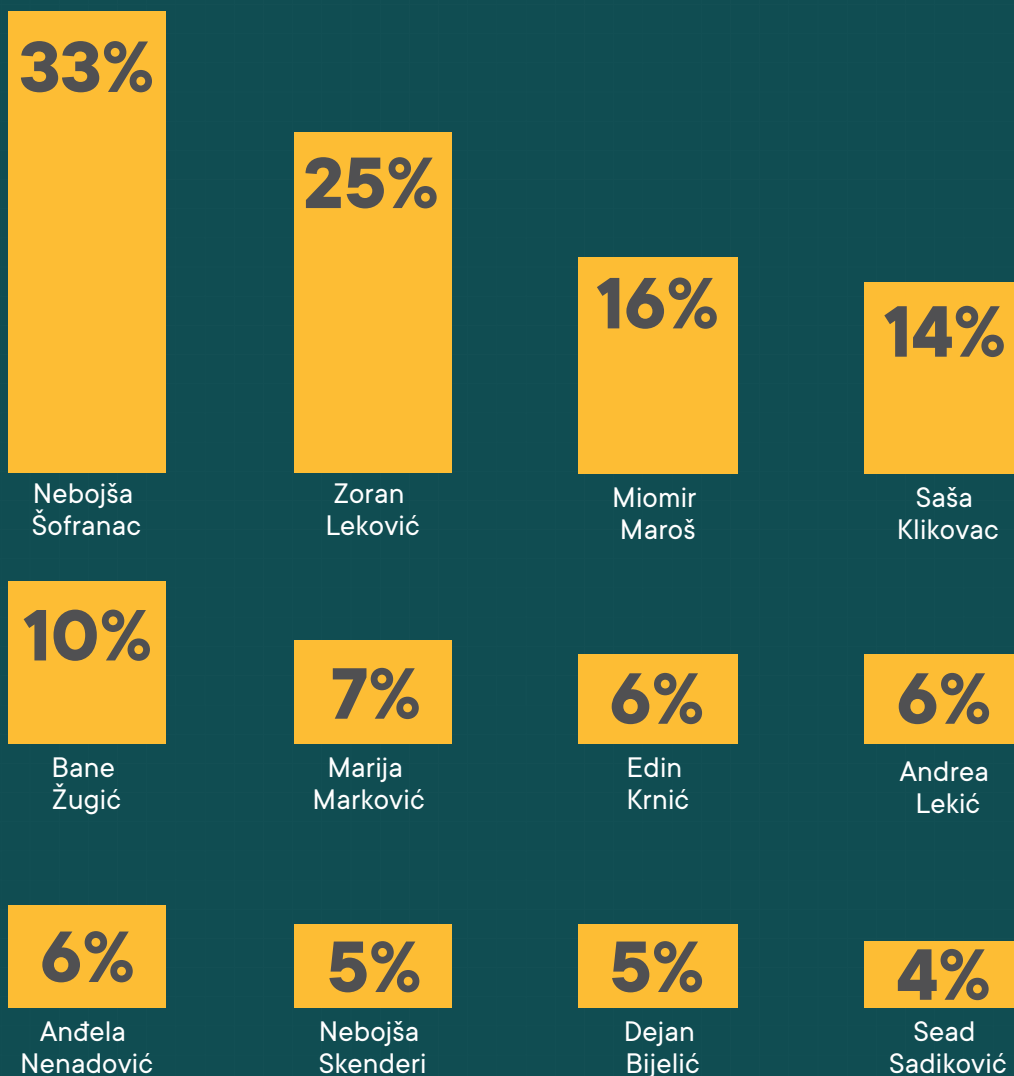
A šta od programa, po Vašem mišljenju, najviše nedostaje na RTCG1?





Nebojšu Šofranca i Zorana Lekovića građani Crne Gore percipiraju kao zaštitna lica RTCG 1. U odnosu na junsko istraživanje, na trećem mjestu nalazi se Miomir Maroš koji je zamijenio Sašu Klikovca.

Ko su, po Vašem mišljenju, zaštitna lica RTCG1?



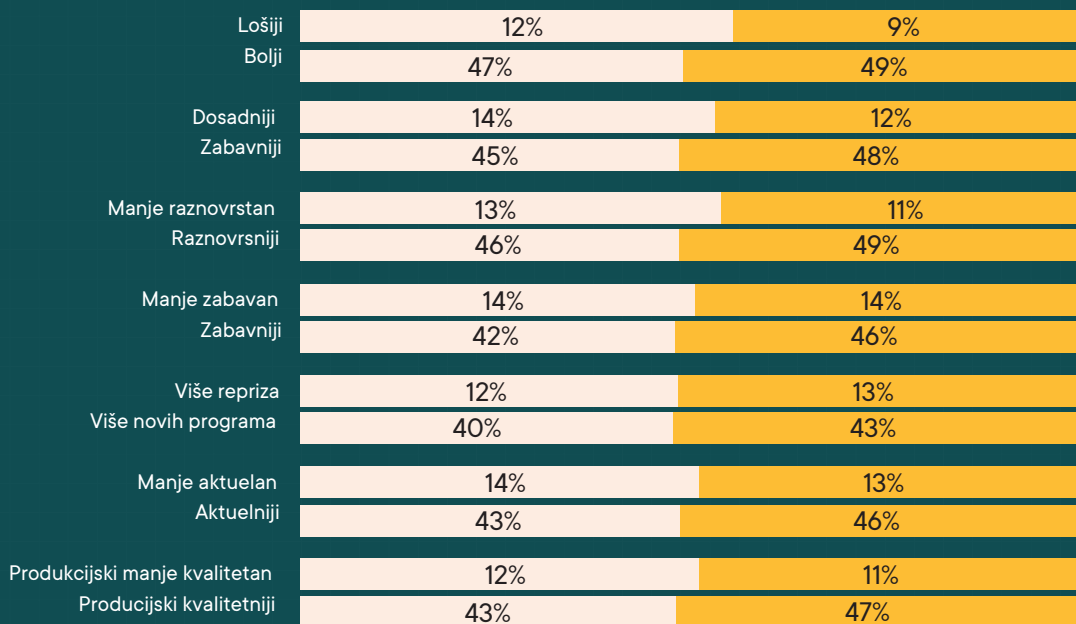
4%Ivan
Maksimović**3%**Duška
Pejović**3%**Sabrija
Vulić**2%**Biljana
Stanković**2%**Milica
Stijepović**2%**Isidora
Sekulić**2%**Boris
Šarančić**2%**Sandra
Rmuš Gegović**2%**Tijana
Mišković**1%**Dajana
Golubović**1%**Damir
Ramović**1%**Maja
Kovačević**1%**Dragana
Mrkić**1%**Danijel
Garić**1%**Bojan
Terzić



U odnosu na junsko istraživanje, 2 procentna poena više građana, odnosno njih 49%, smatra da je program RTCG 1 bolji i kvalitetniji danas nego što je bio prije godinu dana. Dodatno, procenat građana koji smatraju da je program lošiji se smanjio sa 12% na 9%.

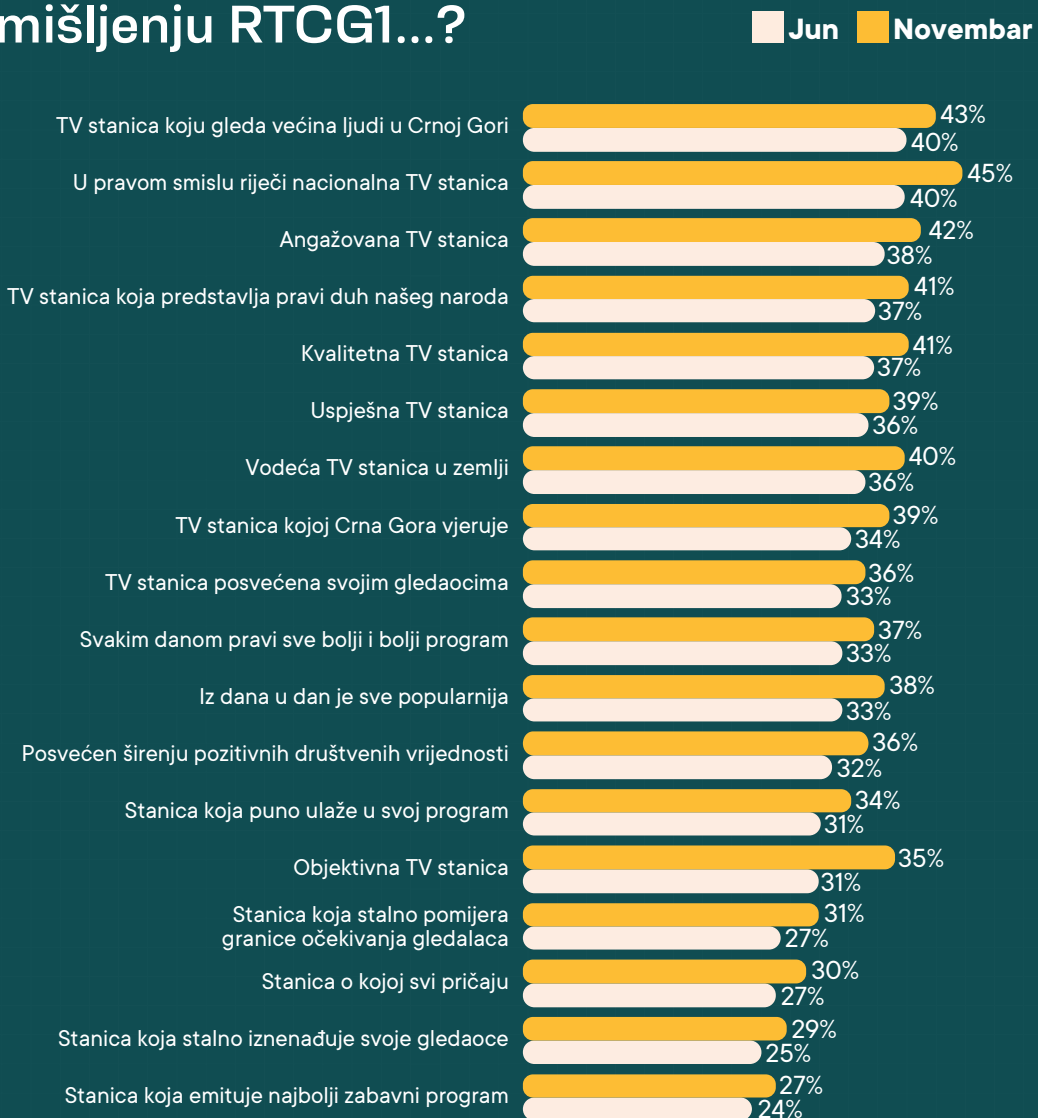
Program RTCG1 je danas nego prije godinu dana?

■ Jun ■ Novembar



RTCG je kod građana prepoznata kao TV stanica koju gleda većina ljudi u Crnoj Gori, i da je u pravom smislu riječi nacionalna TV stanica. Osjetno je poraslo prepoznavanje RTCG kao: uspješne TV stanice (za 9.2%), TV stanice koja predstavlja pravi duh našeg naroda (8.9%), angažovane TV stanice (za 7.9%), vodeće TV stanice u zemlji (za 7.9%).

U kojoj je mjeri, po vašem mišljenju RTCG1...?

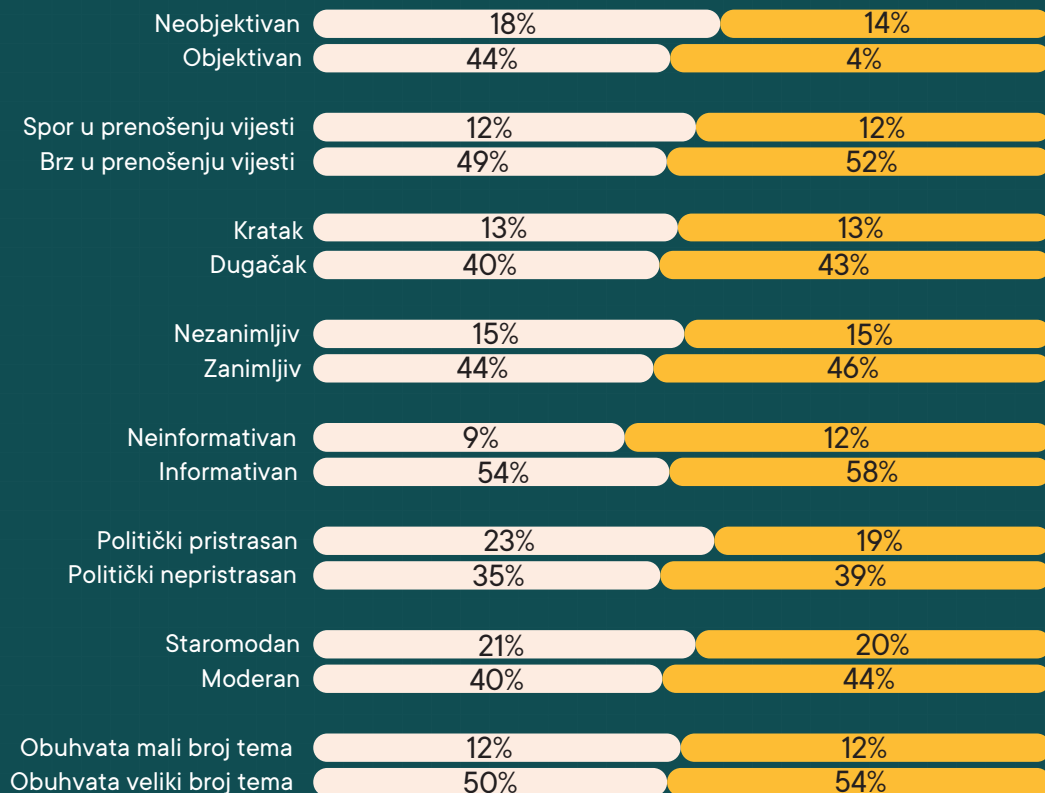




Dnevnik RTCG je prepoznat kao objektivn, brz u prenošenju vijesti, dugačak, zanimljiv, informativan, politički nepristrasan, moderan i obuhvata veliki broj tema. U odnosu na istraživanje iz juna 2022. godine, postoji poboljšanje u percepciji svih parametara.

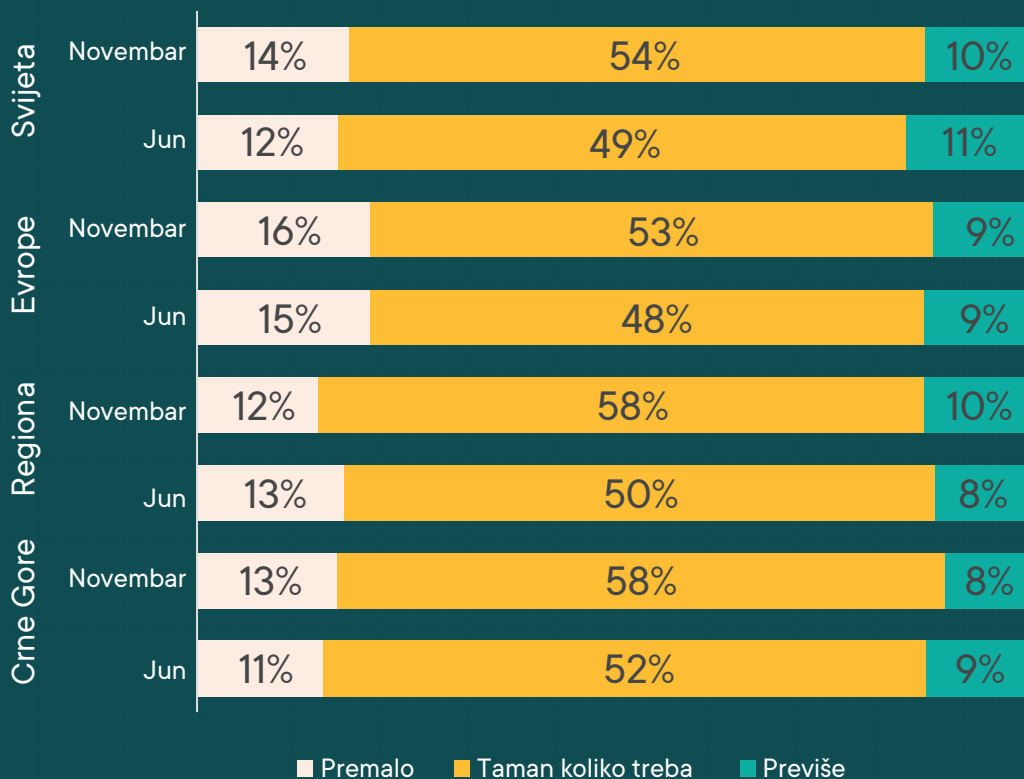
Koristeći sljedeće parove atributa, probajte da opišite DNEVNIK RTCG

■ Jun ■ Novembar



Statistički se značajno povećao procenat građana koji smatraju da su teme iz Svijeta, Evrope, Regiona i Crne Gore adekvatno zastupljene, uz relativno blag porast onih koji žele više vijesti iz Svijeta i Crne Gore.

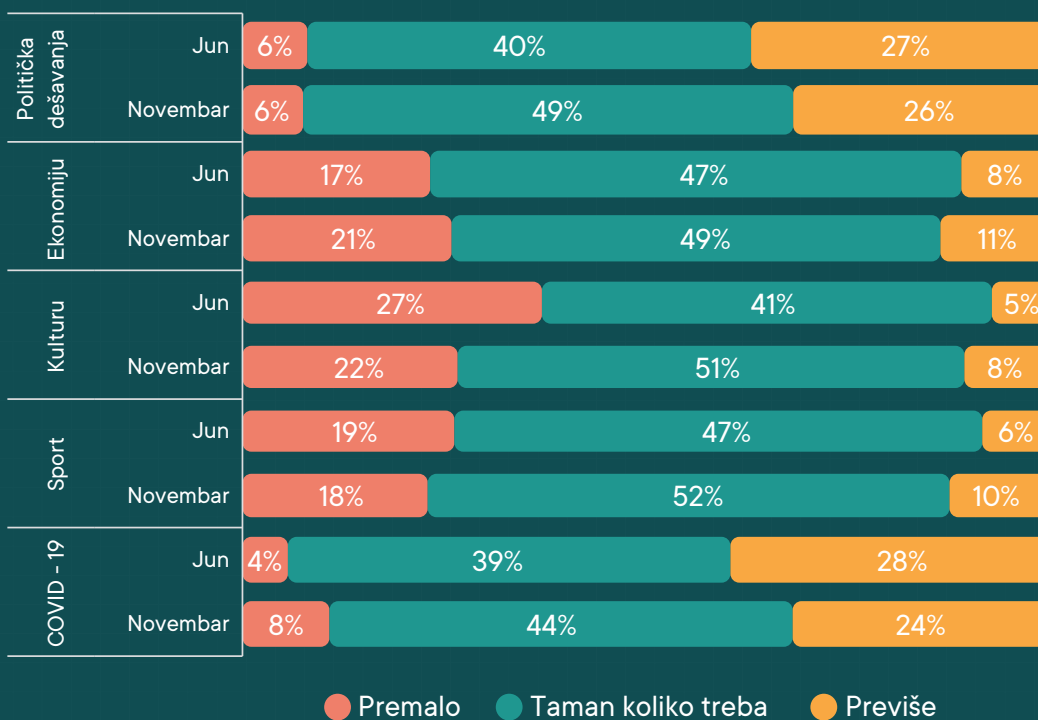
Da li biste rekli da DNEVNIK RTCG ima premalo, previše ili taman koliko treba vijesti iz...





U odnosu na prošlo istraživanje, statistički je primjetno da su građani konstatovali prilagođavanje sadržaja iz politike, kulture i sporta.

Da li biste rekli da u njemu ima premalo, previše ili taman koliko treba vijesti vezanih za...

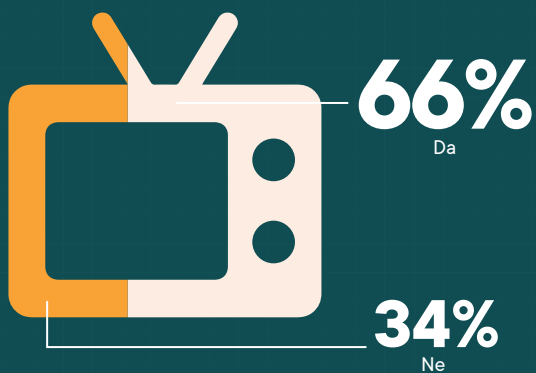


→ 05 Parlamentarni kanal

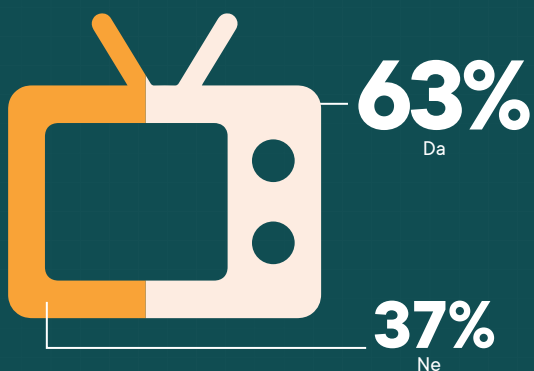
Upoznatost građana sa činjenicom da RTCG emituje Parlamentarni kanal je ostala relativno ista.

Da li ste upoznati da RTCG emituje Parlamentarni kanal?

Jun



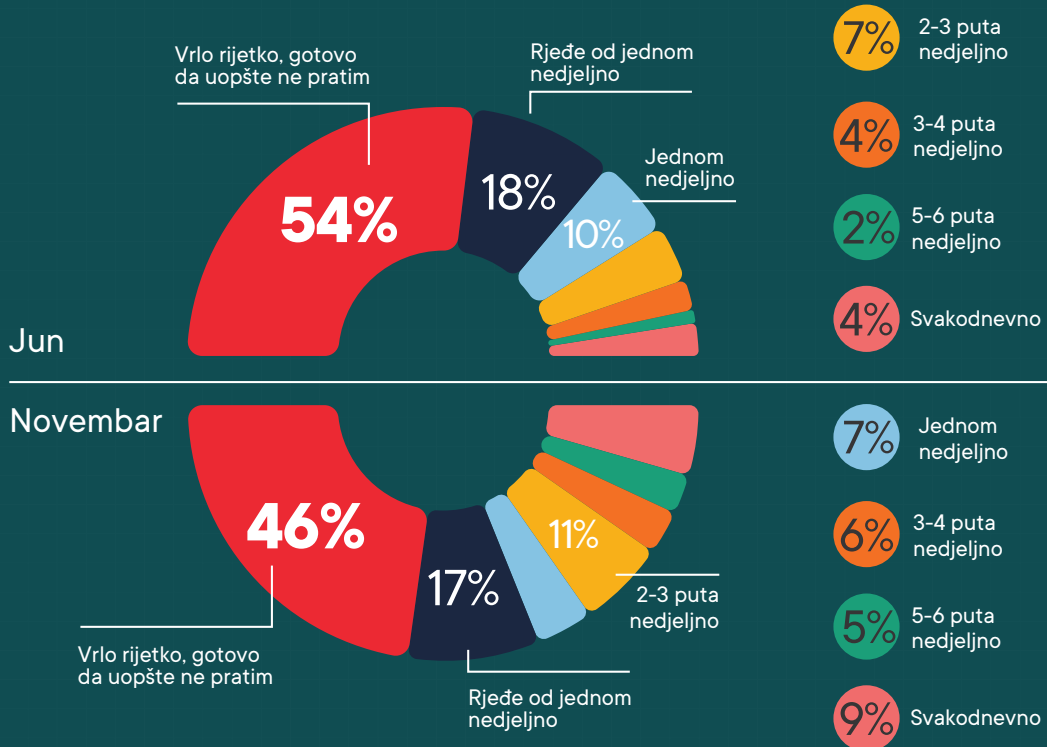
Novembar





U odnosu na junsko istraživanje, procenat građana koji uopšte ne prate parlamentarni kanal je pao za 8 procentnih poena. Dodatno, povećao se broj građana koji svakodnevno i više puta nedjeljno prate ovaj program.

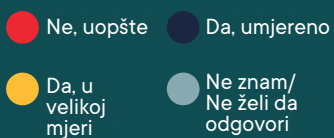
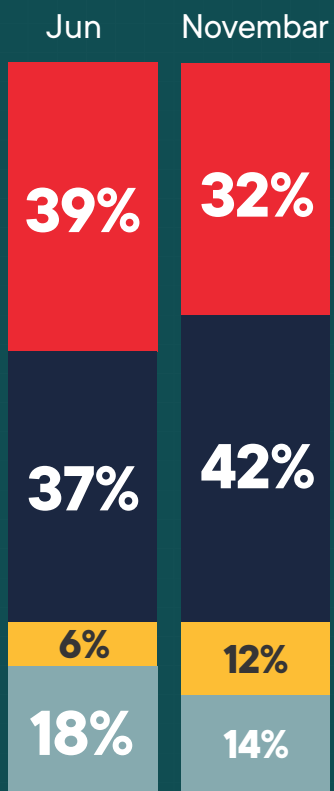
Koliko često pratite program Parlamentarnog kanala?



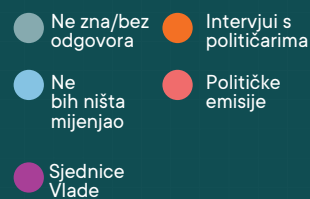
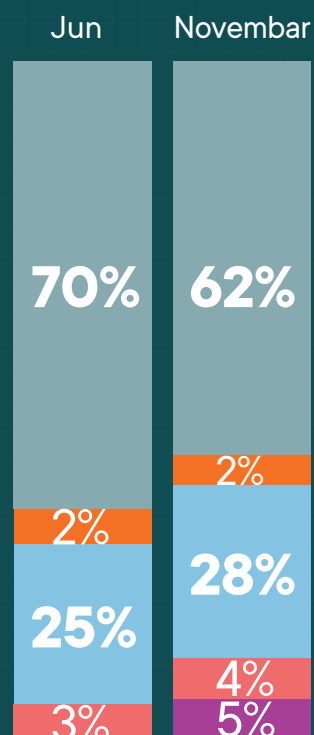
Od ljeta, procenat građana koji ne smatraju da je gledanje Parlamentarnog kanala povećalo njihovo znanje o funkcionisanju parlamenta se smanjio sa 39% na 32%, a kumulativni procenat građana koji imaju pozitivan stav ka ovom pitanju se povećao sa 43% na 54%.

Dok 62% ispitanika nema mišljenje o tome što bi željeli da vide na Parlamentarnom kanalu, njih 28% ne bi ništa mijenjalo, a 5% bi voljelo da vidi prenose sjednica Vlade CG.

Da li je gledanje Parlamentarnog kanala povećalo Vaše znanje o funkcionisanju parlamenta?



Koji sadržaj biste željeli da vidite na Parlamentarnom kanalu?

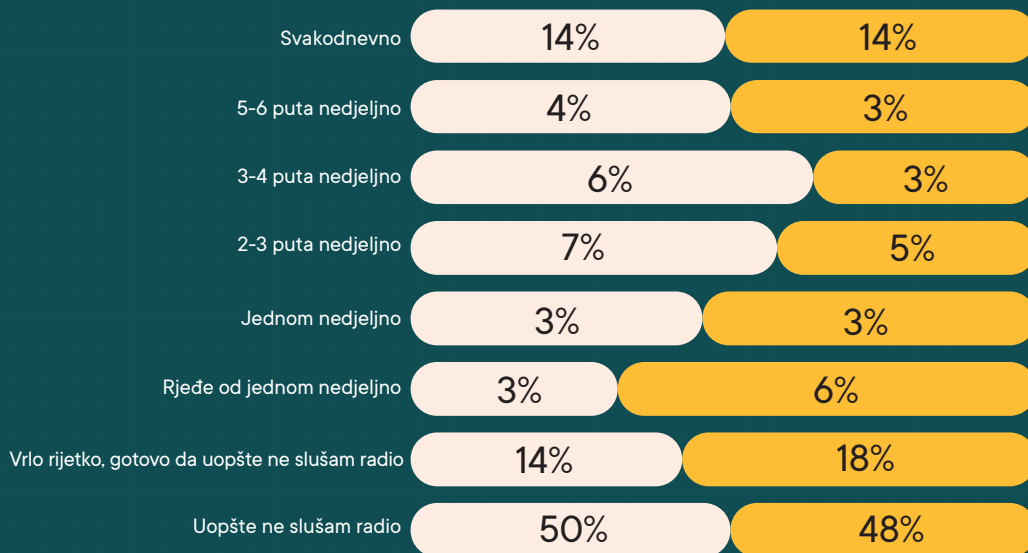


→ 06 Radio

Primijećen je blagi pad u intenzitetu slušanja radija u proteklih pola godine kod građana Crne Gore. U novembru, manje od trećina građana sluša radio program jednom nedjeljno ili češće.

Koliko često, na nedjeljnom nivou, pratite radio program?

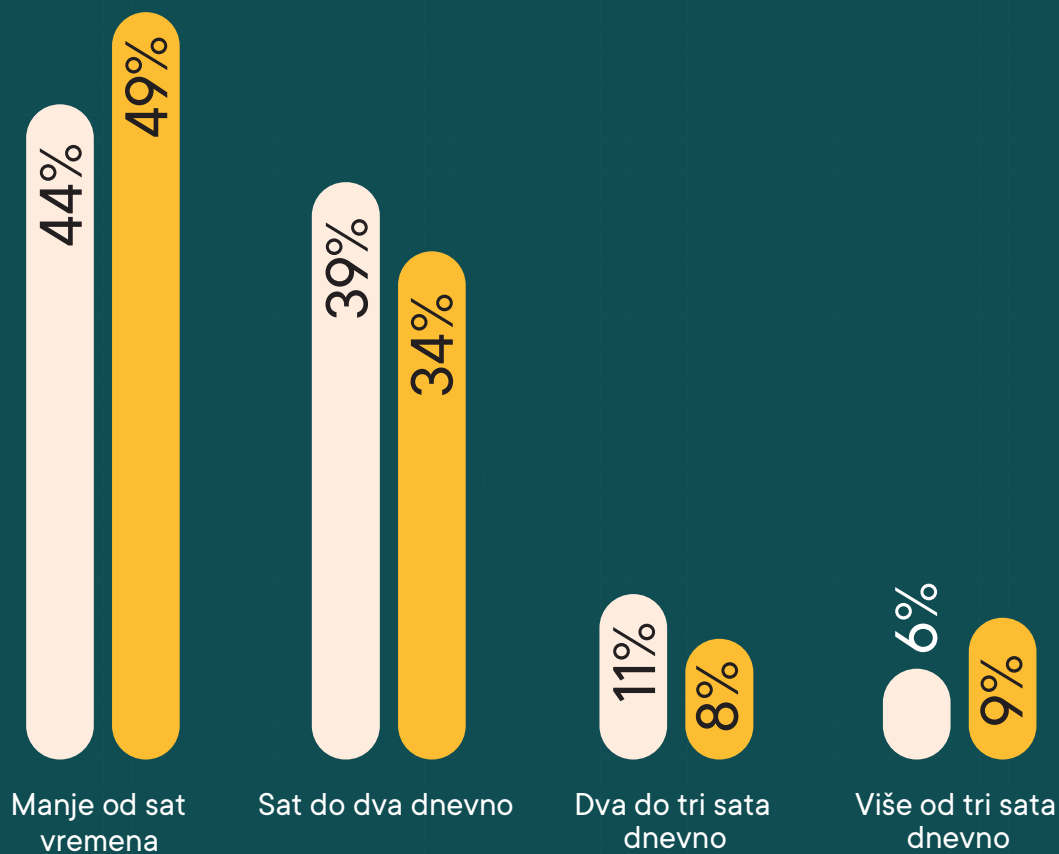
■ Jun ■ Novembar



Kod građana koji slušaju radio postoji blago povećanje vremena koji provedu uz ovaj medij.

Koliko u prosjeku, tokom dana, pratite radio program?

■ Jun ■ Novembar

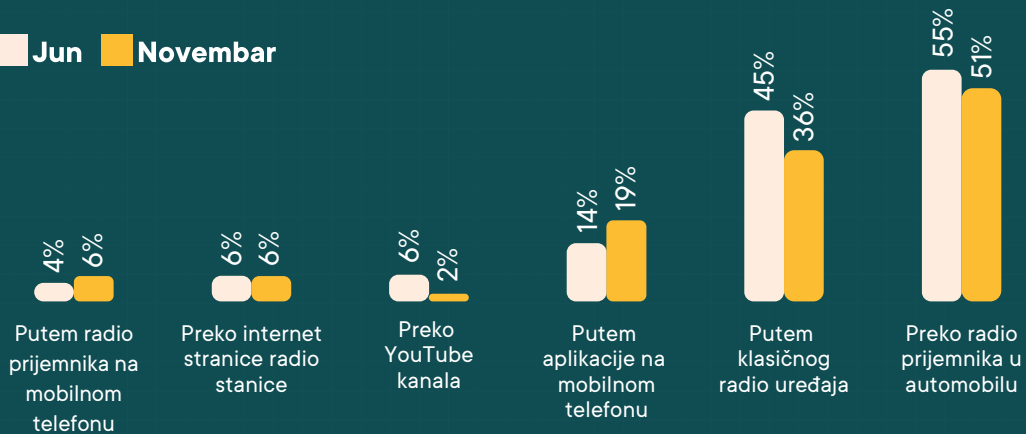




Građani i dalje najčešće slušaju radio preko radio prijemnika u automobilu i preko klasičnog radio prijemnika.

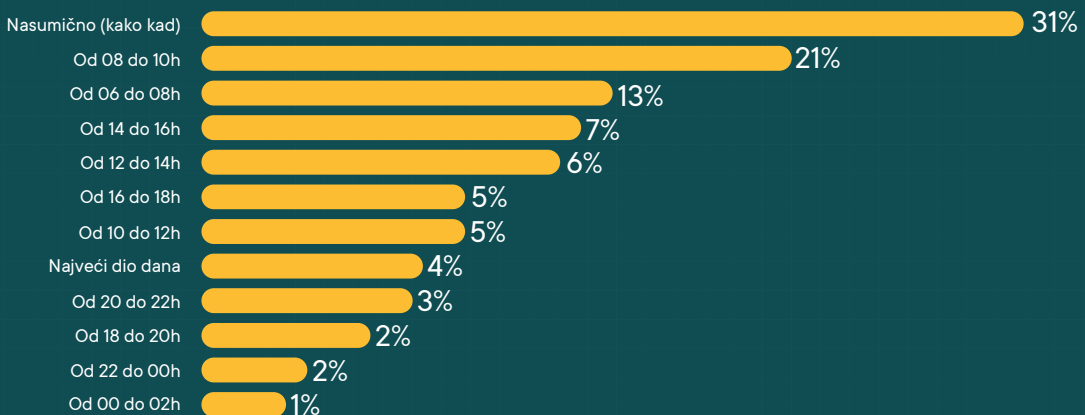
Putem kog uređaja slušate radio program?

■ Jun ■ Novembar



Skoro trećina građana nema specifično vrijeme slušanja radija, dok skoro 40% sluša radio u intervalu do 12h.

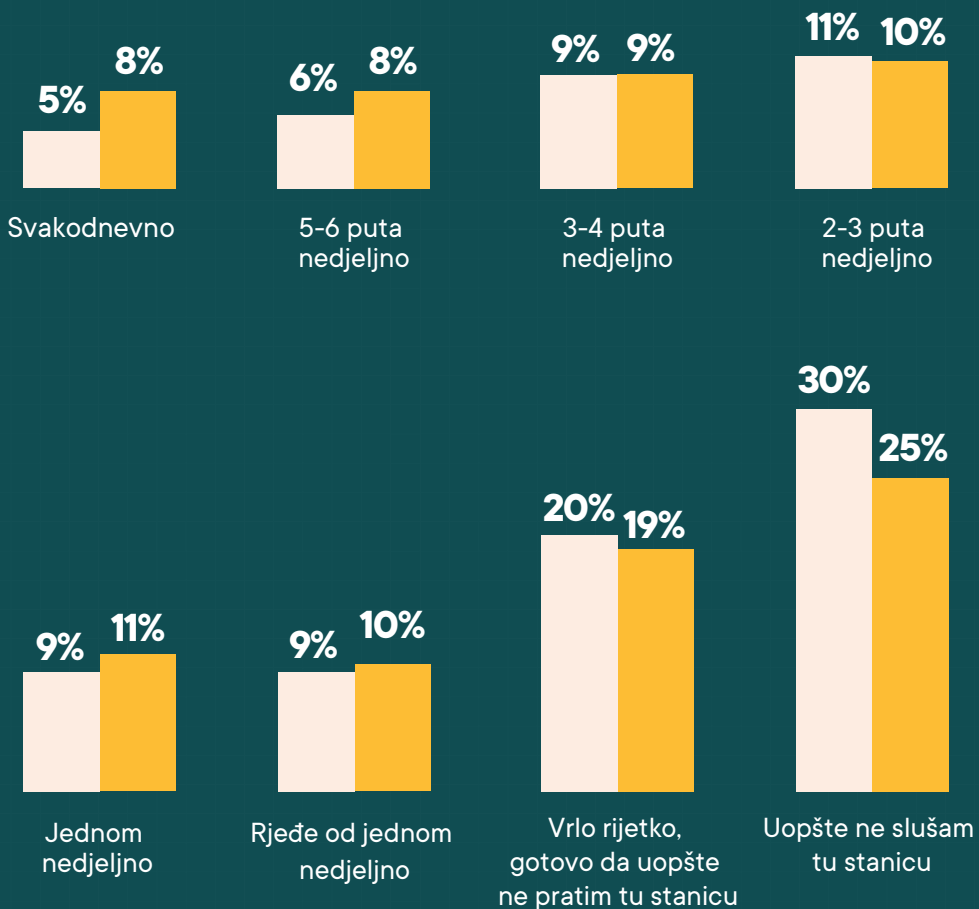
U koje vrijeme najčešće slušate radio program?



U odnosu na junsko istraživanje, smanjen je procenat građana koji ne slušaju radio CG, a povećan broj građana koji slušaju ovaj medij više puta nedjeljno.

Koliko često pratite Radio CG

■ Jun ■ Novembar

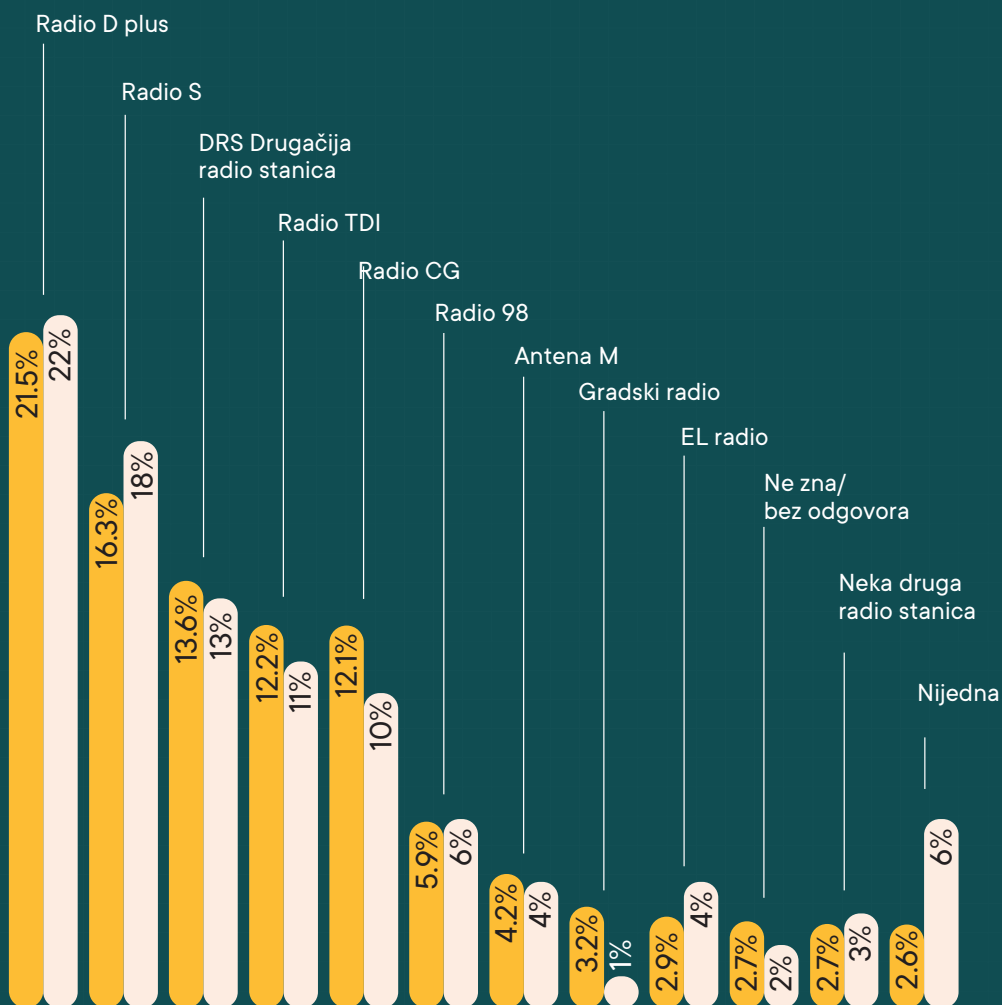




Radio D+ je i dalje najslušanija radio stanica, dok se Radio CG nalazi i dalje na petom mjestu sa cjelokupnim povećanjem slušanosti od 2,1 procentna poena. Ovo je drugo konsekventno izmjereno povećanje slušanosti nacionalnog radija.

Koju domaću radio stanicu najčešće slušate?

■ Jun ■ Novembar

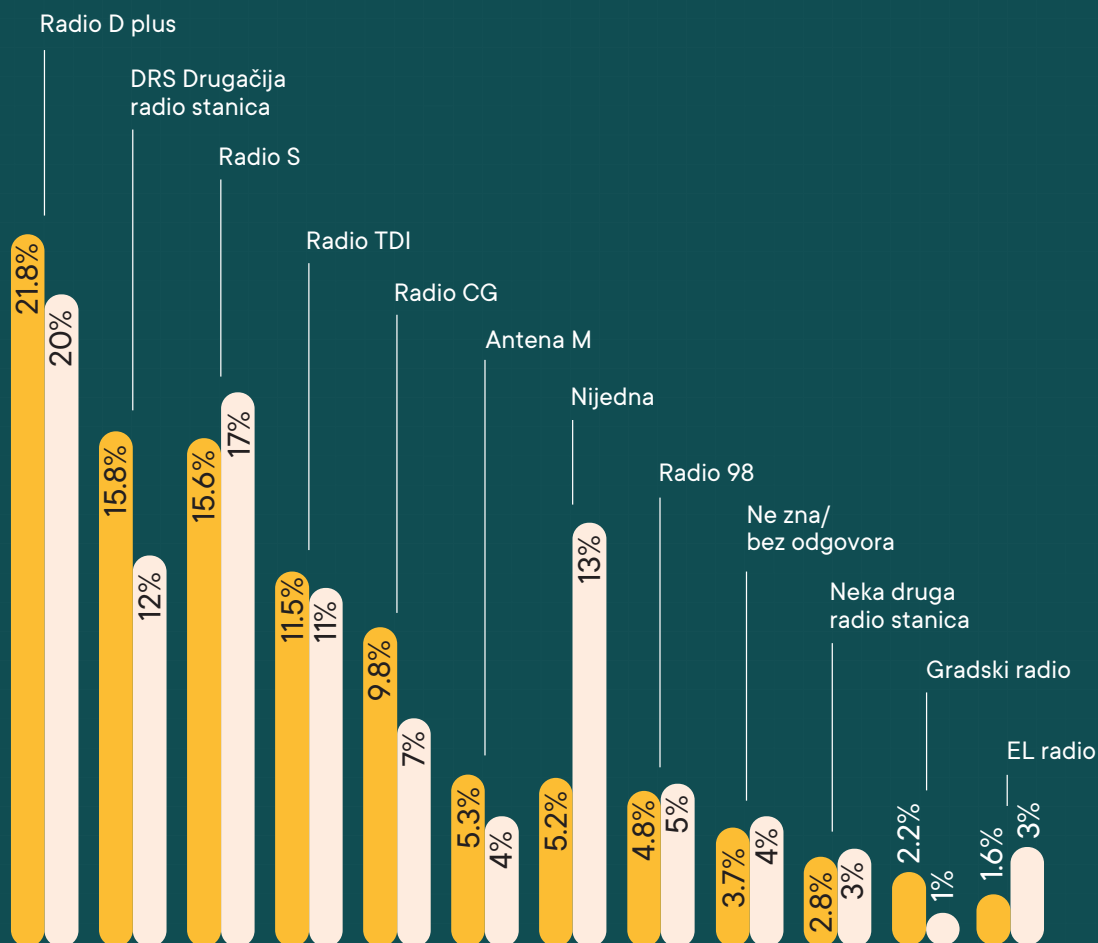


Radio CG je takođe na petom mjestu po omiljenosti među građanima Crne Gore. U ovoj kategoriji zabilježeno je povećanje od 2,8 procentna poena.

Kao razlozi za najčešće slušanje Radija CG, izdvojili su se puštanje muzike koju slušaoci vole, jer ih program opušta i zabavlja, navika, kao i kvalitetan i raznovrstan program.

Koja Vam je omiljena radio stanica?

■ Jun ■ Novembar



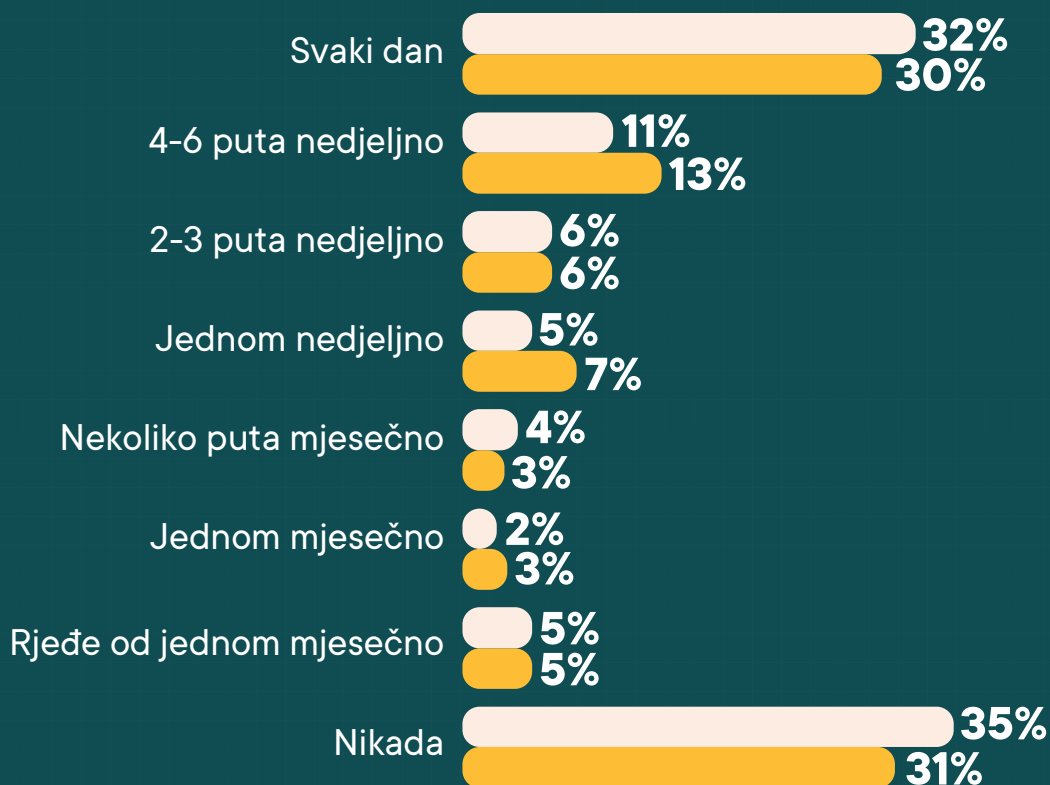


07 Internet i portali

Informativne portale i internet stranice svakodnevno posjećuje 30% građana, što predstavlja relativno istovjetan rezultat u odnosu na prethodno istraživanje. Za ostale izvore informisanja, rezultati se nalaze u tabeli u prilogu.

Koliko često posjećujete informativne portale i internet

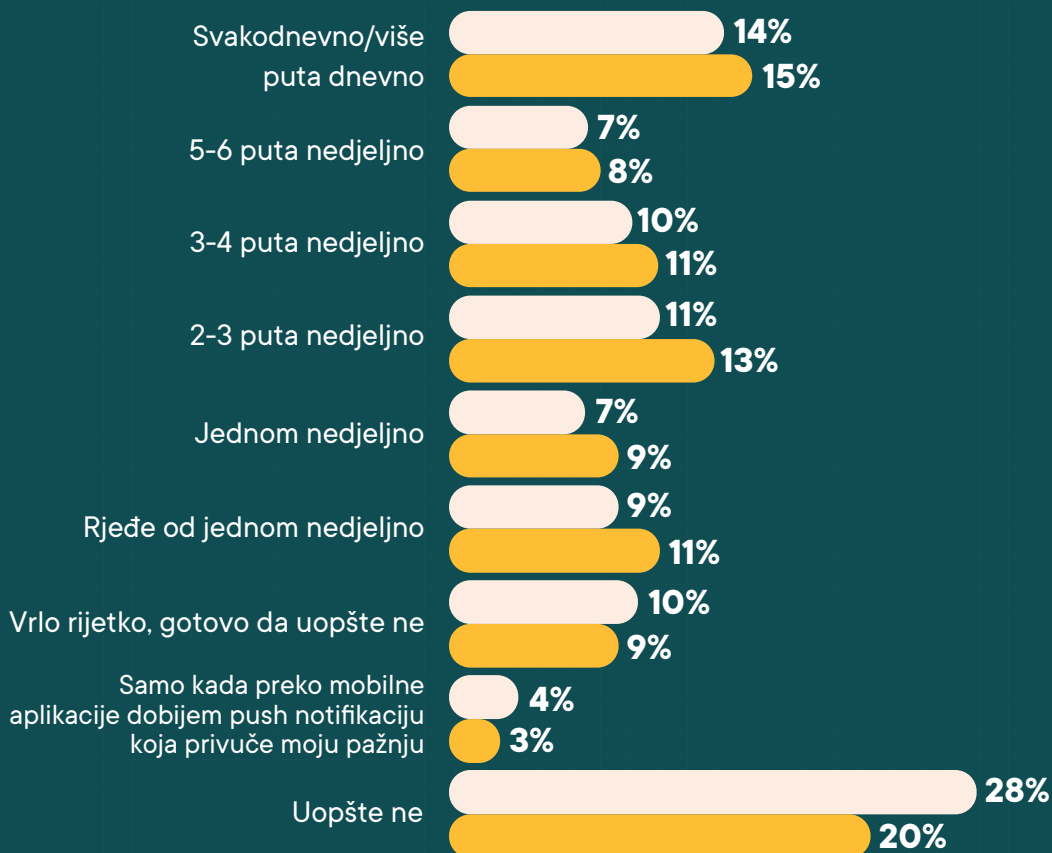
■ Jun ■ Novembar



Intenzitet posjete portalu RTCG je u porastu prema svim parametrima u odnosu na junska istraživanja. Ključna razlika je vidljiva u osjetnom smanjenju broja građana koji uopšte ne posjećuju ovaj portal. Procenat ovih građana je pao sa 28% na 20%.

Koliko često pratite portal RTCG?

■ Jun ■ Novembar

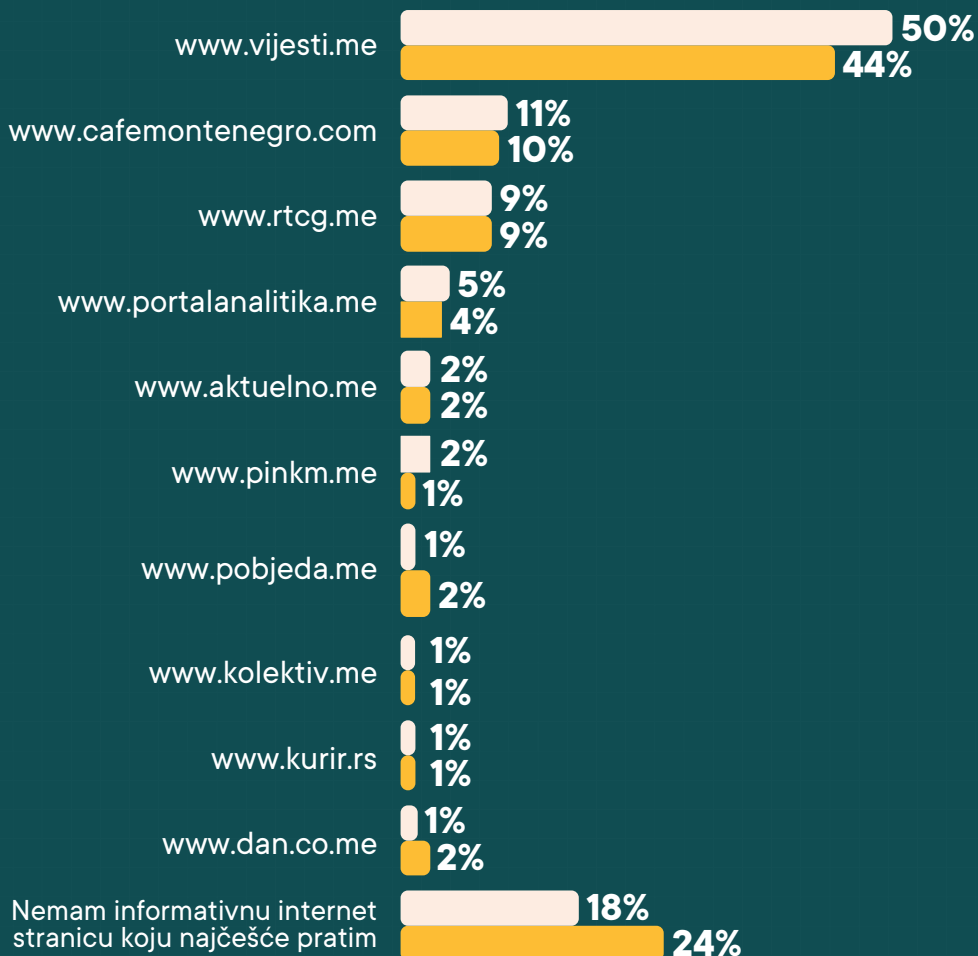




Najveći broj internet korisnika i dalje u najvećem broju svakodnevno posjećuje internet stranicu Vijesti. RTCG se i dalje nalazi na trećem mjestu i ovu stranicu najčešće posjećuje skoro svaki deseti građanin Crne Gore.

Koju od ovih informativnih internet stranica najčešće posjećujete

■ Jun ■ Novembar

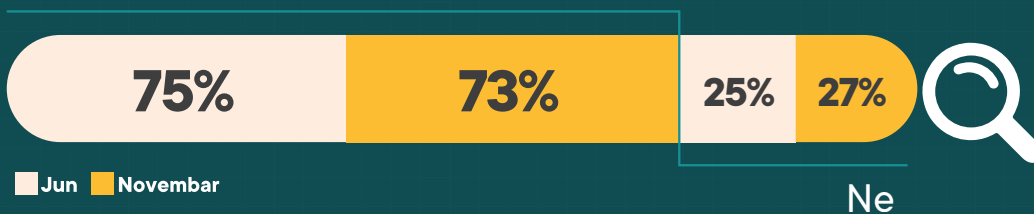


Razlozi zašto građani najčešće posjećuju portal RTCG-a su jer ovaj portal zastupa ideje i stavove koje i oni zastupaju, jer obrađuje širok spektar tema i jer je objektivn.

Skoro $\frac{3}{4}$ građana pored primarne informativne stranice posjećuju još i neku drugu. Portal RTCG-a na ovoj ljestvici sada zauzima drugo mjesto sa sekundarnom posjetom kod 35% internet korisnika.

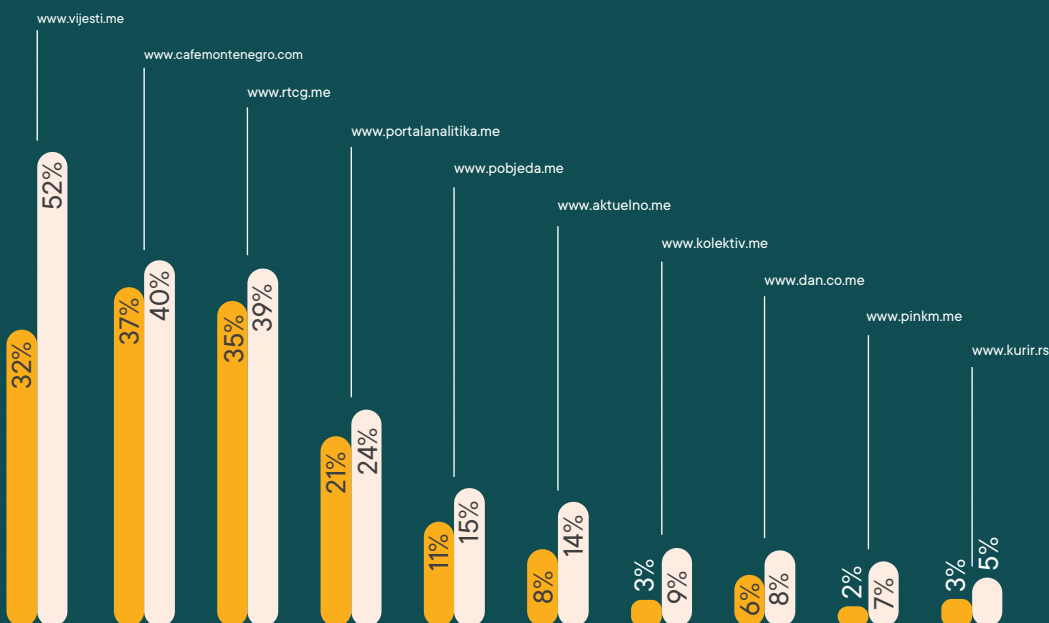
Pored te informativne internet stranice, postoje li još neke koje vrlo često posjećujete?

Da



Koja je to stranica?

Jun Novembar





Portal RTCG-a nalazi se na trećem mjestu sa 14% povjerenja građana Crne Gore. Ovo predstavlja povećanje od 3 procentna poena u odnosu na junsko istraživanje.

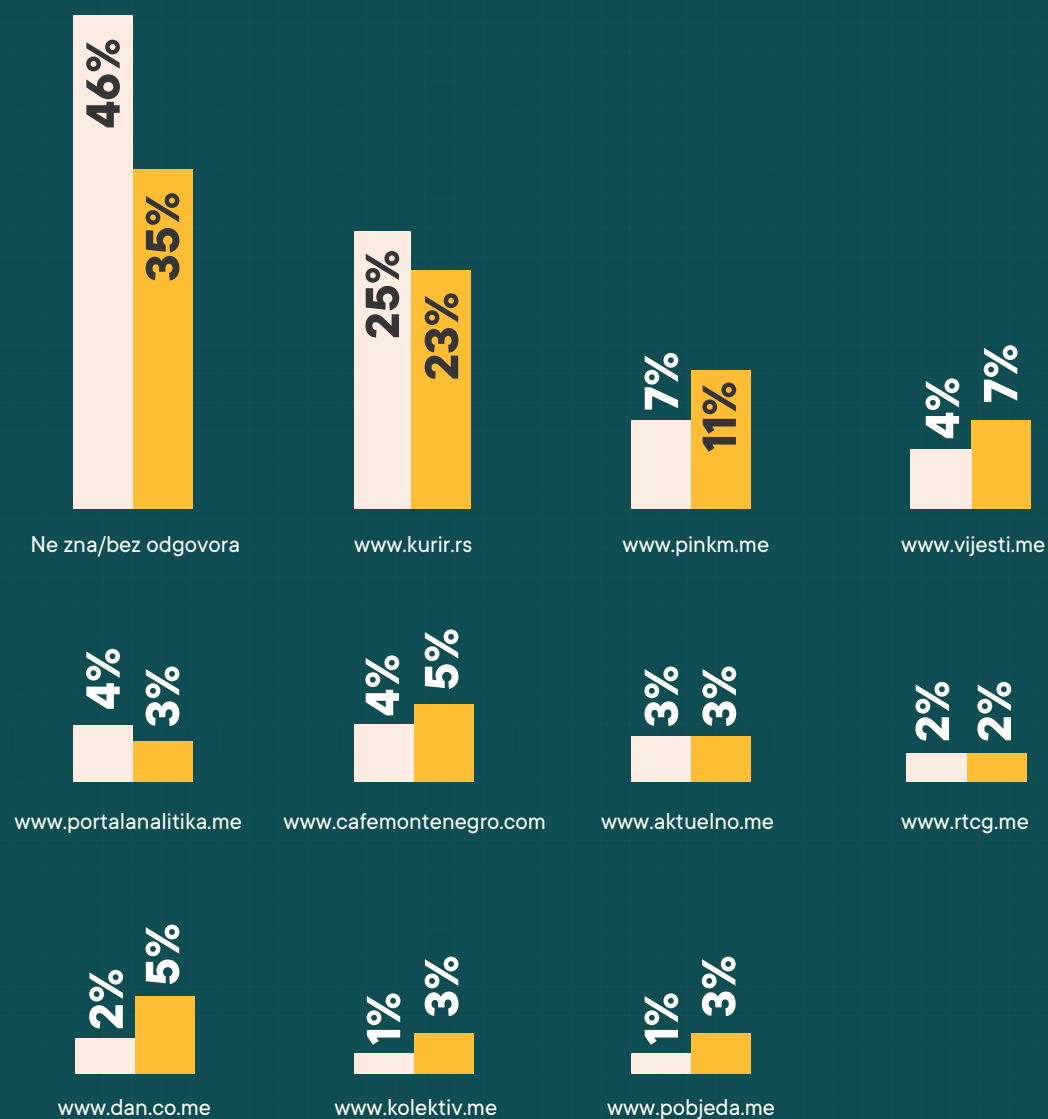
U koju informativnu internet stranicu imate najviše povjerenja?

■ Jun ■ Novembar



U koju informativnu internet stranicu imate najmanje povjerenja?

■ Jun ■ Novembar

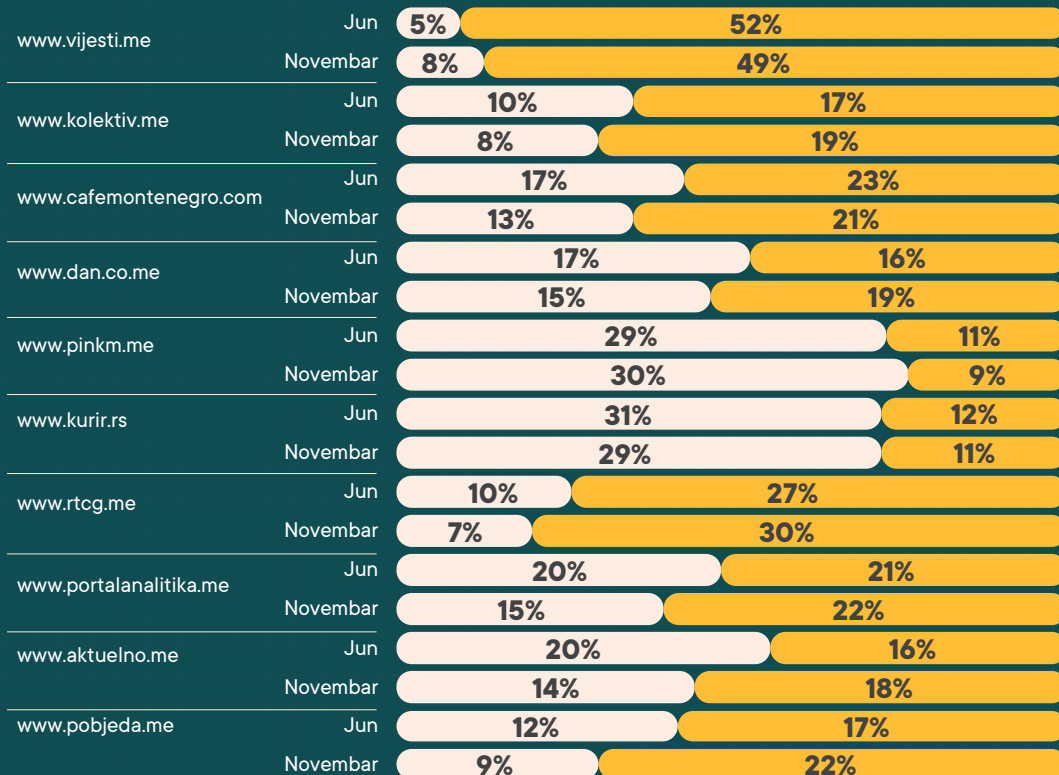




Upitani u kojoj mjeri vjeruju informacijama koje se mogu naći na navedenim internet stranicama, 30% ispitanika je izrazilo veliki stepen povjerenja u informacije koje se objavljuju na portalu RTCG-a. Pored toga što se radi o novom povećanju povjerenja od 3 procentna poena, isto toliko je smanjen procenat ispitanika koji nemaju povjerenja.

U kojoj mjeri vjerujete informacijama koje se mogu naći na sljedećim portalima?

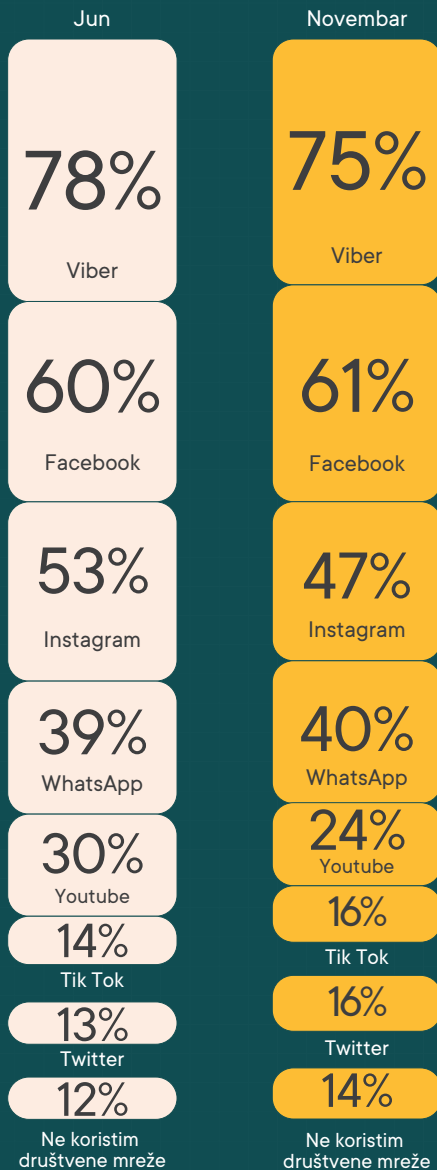
■ Nepovjerenje ■ Povjerenje





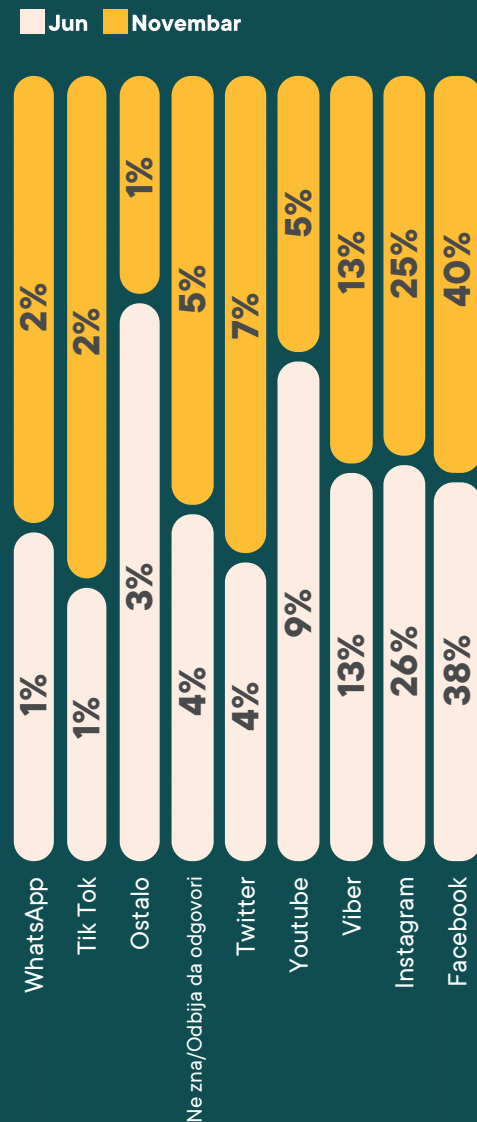
Od društvenih mreža/
komunikacionih aplikacija,
građani i dalje najviše koriste
Viber, Facebook i Instagram.

Na kojoj od društvenih mreža/aplikacija imate profil/nalog?



Od društvenih mreža/
komunikacionih aplikacija,
kao izvor informacija građani
najviše koriste Facebook i
Instagram.

Koju od sljedećih društvenih mreža/aplikacija najviše koristite kao izvor informacija?



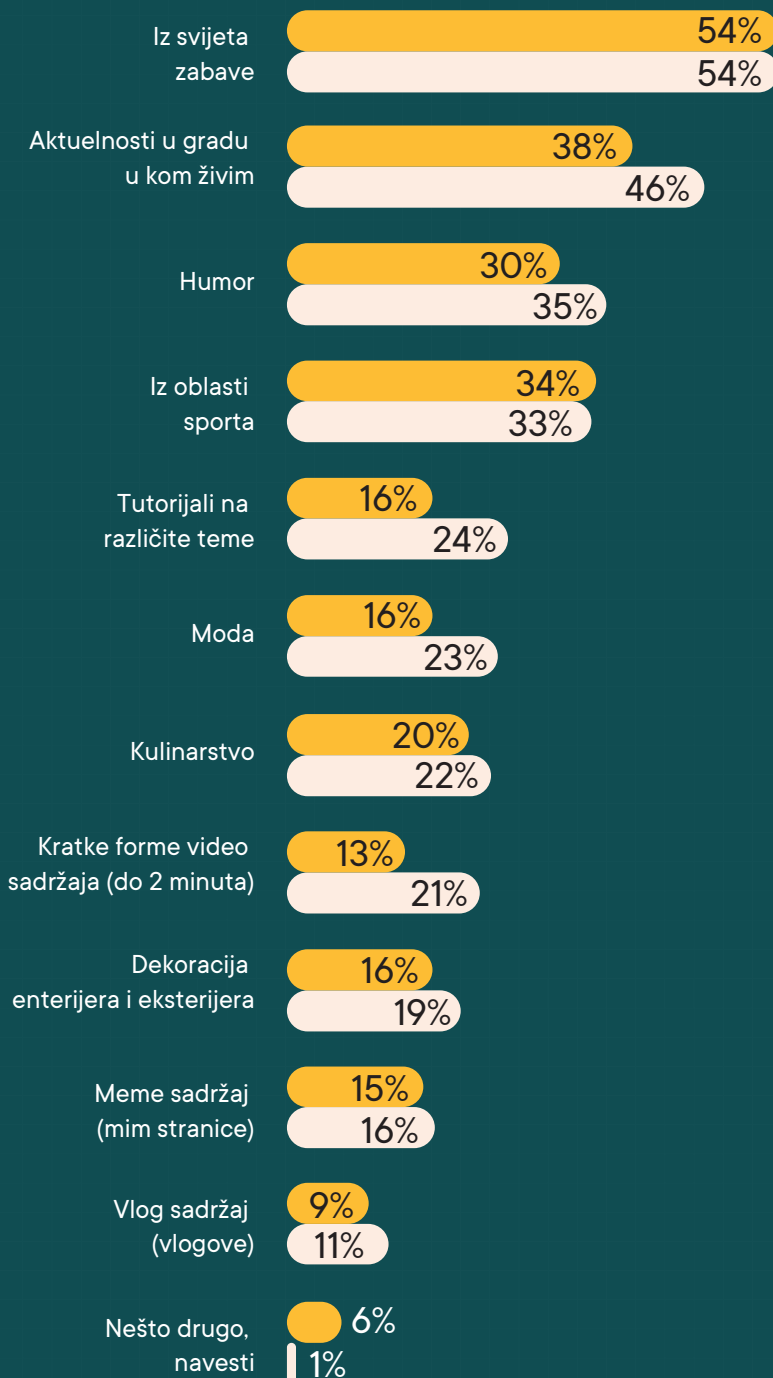


Koji tip informacija najviše konzumirate putem društvenih mreža?

■ Jun ■ Novembar



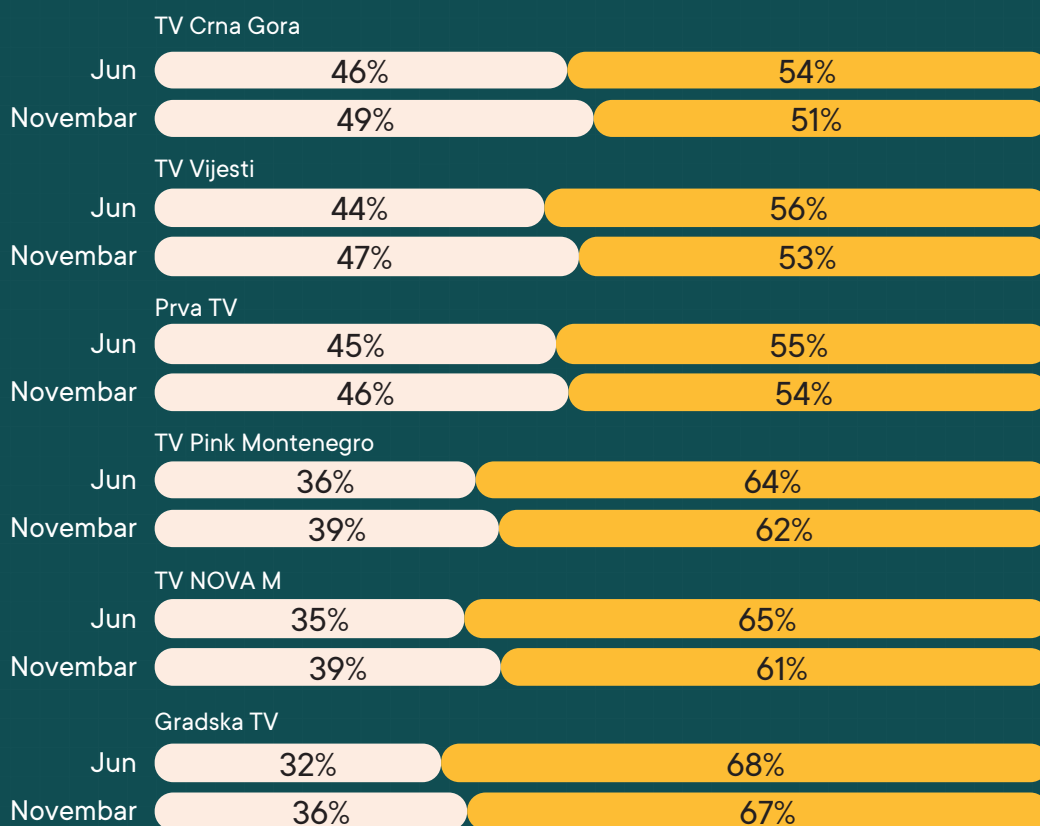
Informacije iz svijeta zabave, grada u kojem žive, humora i sporta, se najviše konzumiraju putem društvenih mreža.



I dalje više od polovine ispitanika ne zna da TVCG ima svoj YouTube kanal.

Da li ste upoznati da sljedeće TV stanice imaju svoj YouTube kanal?

Da Ne





Dodatno, velika većina ispitanika ne prati sadržaj TVCG na njenom YouTube kanalu, ali ni drugih TV stanica.

Da li pratite sadržaj sledećih TV stanica na njihovim YouTube kanalima?

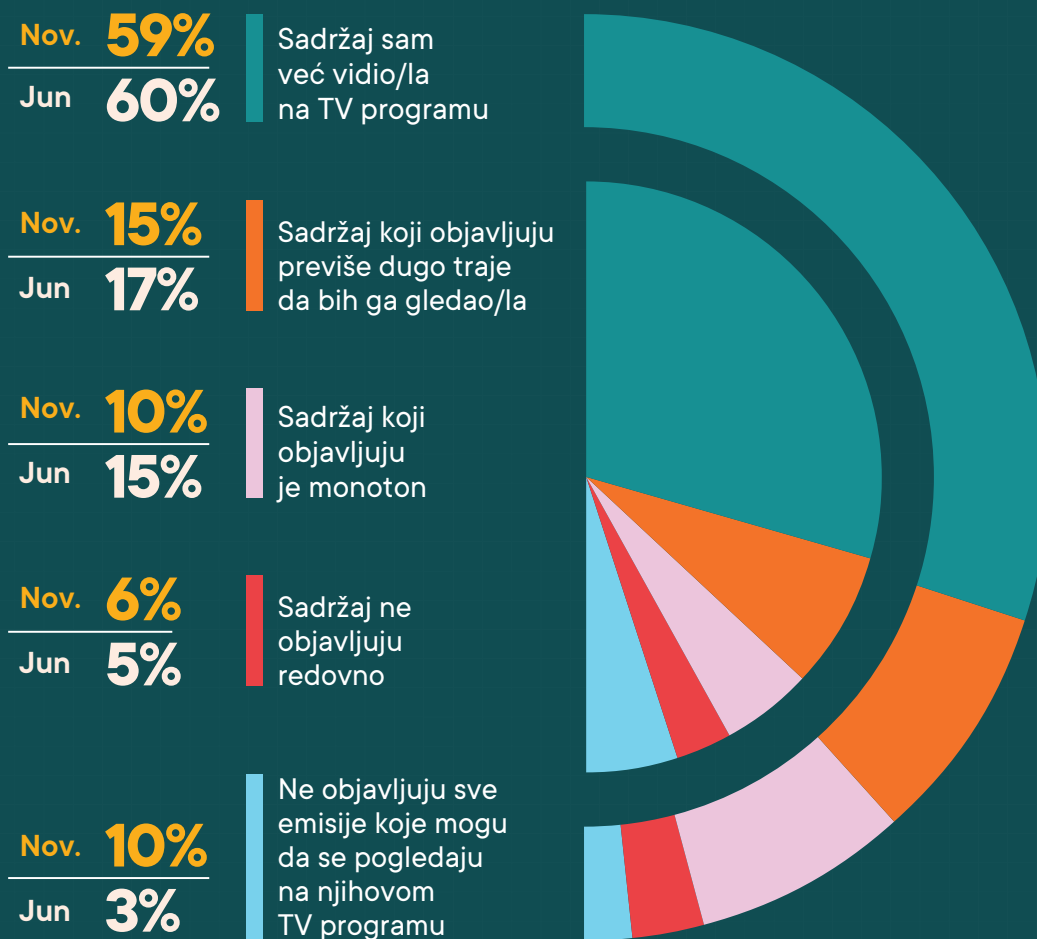
■ Da ■ Ne



Ukoliko ne pratite sadržaj lokalnih TV stanica na YouTube kanalu, šta je glavni razlog tome?



Primarni razlog za ovakvo stanje je jer je ispitanik već vidio sadržaj na TV programu.





08 Preporuke


- Postoji jasna prepoznatljivost kvaliteta određenih programskih cjelina, kao i shvatanje RTCG kao tradicionalnog i uglednog medija, međutim, gledaoci ne povezuju taj kvalitet sa cjelokupnim brendom, niti se identifikuju sa njim.
- Iako osjetno raste povjerenje i zadovoljstvo kvalitetom programa, pogotovo informativnog, ne postoji korelacija sa brzinom dobijanja informacija. U tom smislu, imperativno je napraviti/potencirati digitalne servise koji će te informacija učiniti pristupačnijim.
- Postoji stav da RTCG ne pruža dovoljno originalnog i konkurentnog sadržaja, ali ni sadržaja privlačnog i zabavnog karaktera. Paralelno je primjetna nagla popularnost emisija koje primjenjuju novi koncept prezentacije. Kako je objektivno potrebno vremena za kreiranje novog, savremenog i originalnog materijala, vremenska jaz može biti premošćen kombinacijom prisutnog tradicionalnog kvaliteta i savremene prezentacije.
- Od posebne važnosti je da prepoznati kvalitetni program mora biti značajno više prilagođen mladima.
- Zabavni, serijski, muzički i filmski program na RTCG skoro i da nemaju prepoznatljivost kod građana, međutim, isključujući muzički i serijski (domaći) program, ovi sadržaji nijesu značajno zastupljeni ni kod ostalih emitera. Objektivan je zaključak da produkcija domaćeg muzičkog i serijskog programa kreira značajno prisustvo na tržištu.
- Ključni izazov kod programske šeme predstavlja činjenica da najbolje ocijenjeni programi ili nemaju zapaženu gledanost ili ih nema dovoljno. Ovdje se misli na ekonomski, naučno-obrazovni, edukativni i program iz kulture.
- Kako je primarna slušanost radija u Crnoj Gori u jutarnjim časovima, preporuka je da se kreira ili stavi naglasak na sadržajiji informativno/zabavni program.
- Kada je prisustvo na YouTube platformi u pitanju, svi emiteri su trenutno u ravnopravnoj početnoj poziciji, te je potrebno iskoristiti trenutak za uspostavljanje dominantne prisutnosti u plasiranju produkta na pomenutoj platformi. Nalazi ukazuju da su gledaoci i na ovoj platformi skloniji potražnji originalno kreiranog materijala, i to u što kraćoj formi.


09 Prilozi

Za koju/koje TV stanice biste rekli da...

		TV Crna Gora 1	TV Crna Gora 2	TV Vijesti	Prva TV	TV NOVA M	TV Pink Montenegro	Gradska TV	Nijedna	Ne zna/ Bez odgovora
Zabavna TV stanica	Jun	5.3	2.7	5.5	22.9	9.3	9.3	3.0	17.2	24.6
	Nov.	7.4	4.0	11.7	17.2	13.5	14.6	4.7	6.2	20.8
Vulgarna je	Jun	0.7	0.8	2.3	3.3	2.5	27.1	2.9	20.2	40.1
	Nov.	1.0	1.5	7.8	3.7	4.2	29.7	4.4	16.4	31.3
Ima program konstantnog kvaliteta.	Jun	21.2	1.5	13.1	12.5	7.0	4.2	3.3	13.7	23.5
	Nov.	17.0	3.4	19.7	10.4	10.0	7.3	4.1	6.3	21.8
Politički neutralna TV stanica.	Jun	8.4	1.7	13.3	7.3	4.1	3.6	2.0	32.3	27.2
	Nov.	10.6	2.6	9.4	8.6	8.5	6.0	4.0	16.6	33.7
TV stanica sa dugom tradicijom.	Jun	58.1	1.7	9.1	3.5	2.5	3.4	1.2	6.7	13.7
	Nov.	55.9	3.1	10.6	4.2	3.6	6.1	1.7	3.4	11.3
Prikazuje stvari iz drugačijeg ugla.	Jun	10.7	2.0	18.6	6.2	4.8	5.4	3.7	18.0	30.6
	Nov.	8.6	2.7	16.2	11.4	8.2	7.7	4.9	10.5	29.9
TV stanica sa prepoznatljivim programom.	Jun	28.7	2.2	14.3	10.9	6.1	8.2	2.4	10.3	16.9
	Nov.	22.4	3.9	16.2	9.2	8.7	11.3	3.3	5.6	19.4
Moderna TV stanica	Jun	13.6	0.8	8.9	13.9	10.7	9.6	3.1	15.1	24.3
	Nov.	13.1	2.7	14.4	15.4	13.8	11.2	6.1	5.6	17.7
Pomaže mi da se opustim.	Jun	7.1	2.1	9.7	20.1	10.5	6.3	2.8	21.6	19.7
	Nov.	9.6	3.9	12.8	16.3	13.3	11.9	3.7	7.0	21.6
TV stanica koja pokreće društveno važne teme.	Jun	17.8	2.2	29.0	8.2	5.8	2.6	2.9	11.9	19.5
	Nov.	17.9	4.6	23.3	12.0	7.8	5.1	4.9	5.8	18.7
TV stanica koja postaje sve bolja i bolja.	Jun	22.6	2.1	14.2	10.8	9.9	3.5	7.2	9.9	19.7
	Nov.	22.1	3.4	15.3	13.2	10.5	6.0	5.5	6.5	17.5
Volim da je gledam sa porodicom.	Jun	8.3	2.5	13.3	24.3	10.4	3.8	2.5	12.0	22.9
	Nov.	13.9	3.1	17.9	13.7	11.6	8.1	4.3	6.3	21.1



 Nastavak tabele										
TV stanica koja nudi raznovrstan program	Jun	17.7	3.3	10.1	18.8	7.5	6.2	4.4	11.6	20.4
	Nov.	14.2	4.4	14.5	16.9	11.2	9.4	4.1	5.3	20.0
TV stanica koja daje tačne i pravovremene informacije	Jun	21.1	1.6	28.6	6.4	4.5	2.5	3.1	14.2	17.9
	Nov.	21.4	2.5	24.1	7.9	7.9	6.0	5.1	6.3	18.9
Dinamična TV stanica	Jun	8.5	1.4	10.6	16.2	8.2	6.4	3.5	16.0	29.1
	Nov.	11.2	4.0	15.8	11.5	10.7	9.7	5.0	6.9	25.2
Programi djeluju jeftino	Jun	5.4	1.3	2.9	3.8	4.5	22.6	7.8	14.1	37.5
	Nov.	3.4	3.3	9.1	5.2	6.5	21.0	6.7	12.5	32.3
TV stanica koja podsjeća na najveće svjetske televizije	Jun	13.4	0.7	7.2	9.8	4.9	7.3	2.8	25.9	27.8
	Nov.	13.7	2.7	11.3	12.6	8.0	7.2	4.2	12.1	28.3
TV stanica koja ima dobar odnos informativnog i zabavnog programa	Jun	12.2	2.4	11.8	15.2	10.7	5.4	2.5	14.8	25.1
	Nov.	14.2	3.1	19.7	15.2	9.9	8.8	3.7	5.2	20.2
Njeguje tip humora koji meni odgovara	Jun	5.2	1.3	7.6	15.4	7.7	5.5	2.8	30.1	24.3
	Nov.	9.4	2.5	11.5	14.0	12.0	12.0	3.9	9.8	24.9
TV stanica koja ima jaka TV lica (zvijezde)	Jun	9.7	0.9	18.9	12.0	5.1	12.2	2.8	14.9	23.5
	Nov.	12.4	2.3	15.9	11.1	9.4	12.7	5.1	6.7	24.4
Neki djelovi programa (emisije) ove stanice su mi potpuno neprihvatljivi	Jun	2.5	1.2	4.7	3.0	3.3	22.4	3.0	18.1	41.7
	Nov.	3.7	3.1	10.6	6.2	6.2	23.8	4.8	11.9	29.6
Prikazuje najbolje što Crna Gora može da ponudi	Jun	28.7	4.1	17.5	5.2	3.8	2.1	3.5	11.9	23.1
	Nov.	24.3	4.8	18.8	9.3	7.4	5.8	3.9	5.9	19.9
TV stanica čiji je program namijenjen ženama	Jun	4.3	2.1	4.2	17.6	6.8	4.9	1.1	26.4	32.5
	Nov.	4.5	2.4	9.7	13.9	12.8	11.6	3.2	11.3	30.6
Objektivna TV stanica	Jun	13.4	1.6	18.2	7.2	5.9	2.6	3.0	24.4	23.6
	Nov.	17.4	3.2	15.1	9.7	9.7	7.6	3.7	10.1	23.5
TV stanica koja obično prikazuje samo jednu stranu priče	Jun	16.2	3.0	12.0	5.1	4.2	5.7	5.6	11.1	37.1
	Nov.	9.3	2.8	13.0	8.1	7.0	9.2	6.8	7.8	36.2
TV stanica koja je pod snažnim političkim uticajem.	Jun	24.8	3.4	13.5	3.4	3.1	4.2	5.8	10.9	30.9
	Nov.	8.9	3.5	16.6	5.8	7.3	6.7	5.2	8.6	37.3
TV stanica koja radi za dobrobit građana i pokušava da pomogne ugroženima	Jun	15.9	2.0	21.0	6.1	4.0	2.5	2.8	22.9	22.7
	Nov.	16.1	4.9	19.5	8.4	8.3	6.6	3.0	8.2	24.9

Molim Vas da razmislite o programima TV stanica. Za svaki tip programa izaberite samo JEDNU OD NAVEDENIH TV stanica koja po Vašem mišljenju ima **najbolji**, najkvalitetniji program tog tipa.

		TVCG 1	TVCG 2	TV Vijesti	Prva TV	TV NOVA M	TV Pink M	Gradska TV	Ne zna/ Bez odgovora
Sportski program	Jun	17.6	16.6	15.8	3.9	5.4	1.1	1.3	38.3
	Nov.	18.5	16.5	16.4	8.6	7.5	4.1	2.1	26.3
Informativni program i vijesti	Jun	25.1	2.1	39.1	5.8	4.3	1.3	2.9	19.3
	Nov.	24.3	4.8	32.9	9.6	8.0	2.0	2.4	15.9
Domaći filmovi	Jun	9.1	4.4	6.9	18.1	5.3	4.8	1.6	49.6
	Nov.	11.2	7.0	13.8	16.4	12.1	8.4	1.2	29.8
Strani filmovi	Jun	4.1	5.5	10.1	15.4	7.6	5.3	2.0	49.9
	Nov.	5.7	3.5	14.2	19.2	14.4	10.3	2.0	30.6
Domaće serije	Jun	9.6	2.8	7.1	27.4	6.7	3.8	1.7	40.7
	Nov.	13.1	7.0	12.8	18.3	11.4	9.3	1.7	26.4
Strane serije	Jun	4.1	2.1	15.2	13.4	13.6	5.3	2.5	43.8
	Nov.	7.3	3.0	15.9	15.1	16.4	11.9	2.1	28.1
Muzički program	Jun	2.3	3.1	4.7	40.3	5.1	10.5	1.6	32.4
	Nov.	5.5	3.5	11.2	17.9	11.1	18.1	2.3	30.5
Rijaliti šou program	Jun	0.8	1.0	2.0	5.6	10.5	36.5	1.0	42.6
	Nov.	2.7	1.5	5.2	7.8	7.4	40.1	0.9	34.4
Zabavni program	Jun	2.5	1.4	5.6	28.9	11.8	11.5	2.7	35.6
	Nov.	6.8	4.7	12.5	18.0	14.9	17.7	2.8	22.6
Program iz kulture	Jun	28.2	7.9	9.5	5.8	5.9	1.0	2.1	39.4
	Nov.	24.5	11.1	12.5	11.7	8.5	5.0	2.5	24.2
Naučno obrazovni program	Jun	28.3	9.3	7.9	5.4	5.9	2.4	2.1	38.5
	Nov.	26.4	8.0	13.0	9.7	9.8	4.5	1.7	27.0
Dokumentarni program	Jun	31.3	13.3	9.8	5.9	4.6	2.2	2.0	30.9
	Nov.	26.2	11.1	13.5	10.7	8.1	4.0	1.9	24.5
Istraživačko novinarstvo	Jun	14.3	3.7	33.8	5.3	6.5	0.8	2.6	33.0
	Nov.	20.3	7.5	18.6	10.2	10.0	4.0	1.8	27.7
Jutarnji program	Jun	40.8	1.7	21.9	4.2	4.1	4.4	1.9	20.9
	Nov.	38.1	0.9	21.6	8.7	5.9	5.7	1.6	17.5



Sada Vas molim da mi izdvojite JEDNU OD NAVEDENIH TV stanica koja po vašem mišljenju ima **najlošiji** program tog tipa. Za svaku od navedenih vrsta programa molim Vas da izdvojite po JEDNU TV stanicu.

		TVCG 1	TVCG 2	TV Vijesti	Prva TV	TV NOVA M	TV Pink M	Gradska TV	Ne zna/ Bez odgovora
Sportski program	Jun	4.4	3.3	8.0	7.3	3.9	14.9	6.9	51.2
	Nov.	4.4	4.2	11.6	5.6	8.2	13.4	6.2	46.4
Informativni program i vijesti	Jun	5.7	3.1	7.8	3.6	5.2	19.3	7.7	47.4
	Nov.	6.1	3.3	11.3	4.7	8.3	15.3	6.7	44.3
Domaći filmovi	Jun	6.6	3.5	6.6	4.9	4.9	11.6	6.2	55.6
	Nov.	6.2	3.7	11.4	7.4	6.9	10.1	7.6	46.8
Strani filmovi	Jun	9.3	4.8	5.9	3.7	5.4	10.8	5.9	54.1
	Nov.	7.7	5.5	9.2	6.3	6.7	11.3	6.8	46.6
Domaće serije	Jun	7.2	3.0	6.5	5.8	5.2	11.7	7.2	53.3
	Nov.	5.6	3.5	12.4	6.1	5.9	12.4	6.7	47.5
Strane serije	Jun	9.2	5.1	5.1	3.2	6.0	11.0	6.8	53.5
	Nov.	8.0	4.6	9.6	5.3	8.3	10.8	7.5	45.9
Muzički program	Jun	13.0	4.1	7.6	4.8	4.7	11.9	6.5	47.3
	Nov.	8.3	4.9	12.0	6.5	7.6	11.6	6.2	43.0
Rijaliti šou program	Jun	9.4	3.2	6.0	2.6	4.8	17.2	5.7	51.0
	Nov.	7.8	3.8	9.4	5.6	6.1	18.2	6.8	42.3
Zabavni program	Jun	12.6	4.6	6.3	4.6	5.9	11.6	7.0	47.3
	Nov.	6.8	4.9	11.4	6.4	7.8	11.7	7.1	44.0
Program iz kulture	Jun	7.2	2.9	7.2	4.8	3.6	18.7	7.4	48.0
	Nov.	5.4	4.0	9.9	5.6	8.2	16.5	6.8	43.6
Naučno obrazovni program	Jun	5.6	3.0	7.1	5.8	5.6	17.0	6.3	49.4
	Nov.	5.4	3.7	10.8	5.7	7.6	17.1	5.8	43.9
Dokumentarni program	Jun	6.0	3.7	6.5	4.9	6.2	13.8	8.6	50.2
	Nov.	5.9	3.9	9.7	6.0	9.4	16.2	6.1	42.7
Istraživačko novinarstvo	Jun	8.4	1.9	7.2	3.8	7.2	17.1	5.6	48.6
	Nov.	5.1	3.1	10.6	6.2	8.0	16.1	5.8	45.0
Jutarnji program	Jun	7.3	3.2	6.6	3.2	5.2	18.0	6.4	49.9
	Nov.	6.5	2.6	8.8	5.3	9.9	13.4	7.6	45.8

Molim Vas da mi kažete koliko često posjećujete:

		Svaki dan	4-6 puta nedjeljno	2-3 puta nedjeljno	Jednom nedjeljno	Nekoliko puta mjesečno	Jednom mjesečno	Rjeđe od jednom mjesečno	Nikada
Internet generalno	Jun	71	6	3	2	3	1	1	14
	Nov.	68	7	4	3	3	3	2	9
Portale magazina	Jun	6	5	3	6	7	9	13	50
	Nov.	8	7	4	8	9	7	10	46
Portale dnevnih novina	Jun	21	10	12	7	5	3	6	36
	Nov.	19	11	13	8	5	5	6	33
Portale TV stanica	Jun	12	5	6	4	6	5	11	52
	Nov.	10	6	8	7	9	6	11	43
Portale radio stanica	Jun	3	0	1	2	2	2	16	74
	Nov.	2	0	2	3	2	3	19	69
Informativne portale i internet stranice	Jun	32	11	6	5	4	2	5	35
	Nov.	30	13	6	7	3	3	5	31

