

Standardni Eurobarometar 76

**JAVNO MNJENJE U EVROPSKOJ UNIJI
Jesen 2011.**

**NACIONALNI
IZVJEŠTAJ**

CRNA GORA

Ovo je istraživanje zatražila i koordinisala Evropska Komisija, Opšta uprava za komunikacije.

Ovaj izvještaj je proizveden za Delegaciju Evropske unije u Crnoj Gori.

Ovaj izvještaj ne predstavlja gledište Evropske Komisije.
Tumačenja i mišljenja koja sadrži su isključivo autorova.

Standardni Eurobarometar 76 / Jesen 2011. – TNS Opinion & Social

SADRŽAJ

UVOD.....	2
INFORMACIJE U VEZI SA PITANJIMA EVROPSKE POLITIKE.....	4
1. NIVO INFORMISANJA U VEZI SA PITANJIMA EVROPSKE POLITIKE.....	4
2. KORIŠĆENJE MEDIJA	5
2.1 Korišćenje medija uopšte.....	5
2.2 Medijski izvori vijesti o pitanjima nacionalne i evropske politike	7
2.3 Korišćenje medija za pretragu informacija o Evropskoj Uniji	9
3. MEDIJSKA POKRIVENOST TEMA O EVROPSKOJ UNIJI.....	10
4. DRUŠTVENE MREŽE	12

UVOD

Istraživanje Eurobarometra je u 76. talasu obuhvatilo i Crnu Goru, a sada se prvi put prezentuju dobijeni rezultati na nacionalnom nivou. Tokom novembra 2011, anketu je sprovedla agencija TNS Medium Gallup, na nacionalno reprezentativnom uzorku 1.008 građana Crne Gore. Naručilac istraživanja je Opšta uprava za komunikacije Evropske komisije, a organizovao ga je TNS Opinion & Social. Za Crnu Goru je podatke obradila i izvještaj napisala Milana Aleksić, Izvršna i direktorka istraživanja u kompaniji TNS Medium Gallup.

Da podsetimo, Crna Gora je u decembru 2010. godine dobila status kandidata za članstvo u Evropsku Uniju, dok se u junu 2012. godine planira otvaranje pristupnih pregovora.

Istraživanje Eurobarometar je obuhvatilo različite teme, od kojih se u ovom izvještaju detaljnije bavimo informisanjem građana Crne Gore u vezi sa pitanjima evropske politike, medijskim navikama građana naročito u odnosu na kvantitet i kvalitet informisanja o Evropskoj Uniji, kao i korišćenjem društvenih mreža u prikupljanju informacija o političkim zbivanjima.

Ispitivanje je sprovedeno izmedju 5. i 20. novembra na reprezentativnom uzorku građana starijih od 15 godina¹, od kojih je na ukupnom prostoru na kom se istraživanje sprovodilo u to vrijeme bilo ukupno 469.946.984, a u Crnoj Gori 492.265. Istraživanjem je obuhvaćeno ukupno 31.659 ispitanika – od toga 26.594 stanovnika 27 država članica EU, 1.008 građana Crne Gore, 1.000 Hrvata, 1.001 Turaka, 1.056 stanovnika Bivše Jugoslovenske Republike Makedonije, 500 Islandana i 500 pripadnika turske kiparske zajednice.

Prema podacima Zavoda za statistiku Crne Gore sa popisa sprovedenog u 2011. godini, ukupan procjenjeni broj stanovnika u Crnoj Gori je nešto ispod 620.000. Pri tome je u trećem kvartalu 2011. stopa zaposlenosti 40,3, a nezaposlenosti 19,5. U odnosu na isti period prethodne godine, broj zaposlenih je u 2011. godini bio veći za 0,3%, a broj nezaposlenih manji za isti procenat. Cijene roba i usluga lične potrošnje su u novembru 2011. povećane za 3.0% u odnosu na novembar 2010. godine. Prosječna neto zarada u novembru 2011. je bila 483 evra, što je za 0,6% više nego istog mjeseca prethodne godine. BDP i drugi indikatori o ekonomskim kretanjima u 2011. godini ukazuju na blago smanjenje stope siromaštva, ali ne i na povećanje prosječne lične potrošnje.

Jedan od pokazatelja ukupnog socio-ekonomskog konteksta u Crnoj Gori je i subjektivan doživljaj građana Crne Gore kada je riječ o njihovim ekonomskim mogućnostima. U okviru istraživanja Eurobarometar EB76, smo postavili i jedno od pitanja koje se tiče iskustva prilikom plaćanja računa u posljednjih 12 mjeseci, a koje ukazuje na znatne teškoće građana Crne Gore u odnosu na stanovnike država članica Evropske Unije. Podaci ukazuju da je skoro četvrtina građana Crne Gore (24%) veći dio vremena imala teškoće prilikom plaćanja računa u odnosu na znatno manji broj građana država članica

¹ Detalji o metodologiji istraživanja prikazani u tehničkoj specifikaciji – Anex II

EU koji su se tako osjećali (11%). Takođe, čak 43% je s vremena na vrijeme imalo slične tegobe u Crnoj Gori dok je u EU taj broj ispod trećine ispitanih (29%). Probleme u vezi sa plaćanjem računa gotovo nikad u Crnoj Gori nije imalo 29% građana, dok je za većinu Evropljana to slučaj (59%).

D60. Da li ste u posljednjih dvanaest mjeseci imali poteškoća sa plaćanjem računa krajem mjeseca...?	EU27	ME
Veći dio vremena	11%	24%
S vremena na vrijeme	29%	43%
Skoro nikad \ nikad	57%	29%
Odbijanje (SPONTANO)	3%	4%

U odnosu na opšti socio-ekonomski kontekst u Crnoj Gori, u ovom izvještaju su prikazani podaci sa naglaskom na informisanost građana u vezi sa pitanjima evropske politike. Podaci su takođe prikazani u kontekstu sociodemografskih karakteristika stanovništva, kao i regionalnih sličnosti ili razlika u odnosu na zemlje koje su učestvovala u ovom talasu Eurobarometar istraživanja.

U ovom izvještaju su korišćene skraćenice koje se odnose na prezentovane države. Skraćenice se odnose na sledeće zemlje:

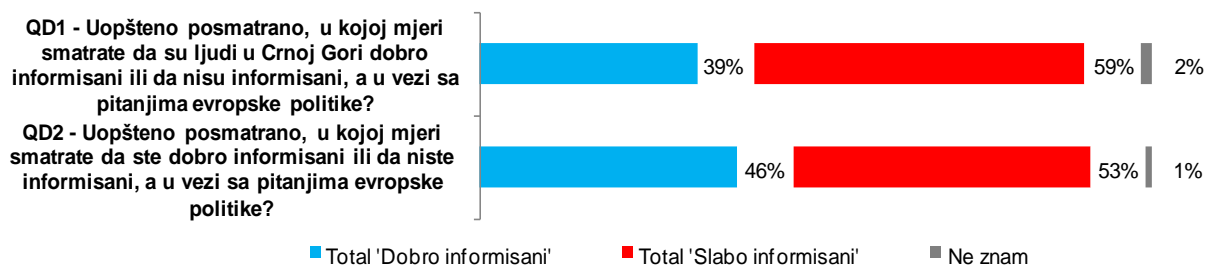
SKRAĆENICE	ZEMLJE
BE	Belgium
BG	Bulgaria
CZ	Czech Rep.
DK	Denmark
DE	Germany
EE	Estonia
IE	Ireland
EL	Greece
ES	Spain
FR	France
IT	Italy
CY	Rep. of Cyprus
LV	Latvia
LT	Lithuania
LU	Luxembourg
HU	Hungary
MT	Malta
NL	Netherlands
AT	Austria
PL	Poland
PT	Portugal
RO	Romania
SI	Slovenia
SK	Slovakia
FI	Finland
SE	Sweden
UK	United Kingdom
CY(tcc)	Turkish Cypriot Community
HR	Croatia
TR	Turkey
MK	Former Yugoslav Rep. of Macedonia
IS	Iceland
ME	Crna Gora

INFORMACIJE U VEZI SA PITANJIMA EVROPSKE POLITIKE

1. NIVO INFORMISANJA U VEZI SA PITANJIMA EVROPSKE POLITIKE

Većina građana u Evropi smatra da nije dovoljno informisana kada je riječ o evropskoj politici. Slična je situacija i sa Crnom Gorom, ali u odnosu na države članice Evropske Unije, ovdje građani češće navode da su nešto bolje informisani i na individualnom i nacionalnom nivou. S obzirom na relativno svjež datum dobijanja statusa kandidata Crne Gore u Evropsku Uniju (decembar 2010. godine) i najavu početka pregovora u odnosu na vrijeme sprovođenja ankete (novembar 2011. godine), ovo se može tumačiti većim interesovanjem građana za to šta se dešava u evropskoj politici uopšte, pa samim tim i percepcijom bolje informisanosti.

Ipak, više od polovine smatra da su građani Crne Gore slabo informisani u vezi sa pitanjima evropske politike (59%), dok je lična percepcija nivoa informisanosti nešto bolja pa manje njih to priznaje slabiji (53%).



Osjećaj lične informisanosti građana Crne Gore u vezi sa pitanjima evropske politike je u najvećoj mjeri pod uticajem socio demografskih karakteristika. Slabo informisano se češće osjećaju žene i niže obrazovane kategorije stanovništva. Tako, većina žena (60%) smatra da su "slabo informisane" u poredjenju sa manjim procentom muškaraca istog mišljenja (48%). Ispitanici koji su se kraće školovali (do 15 godina školovanja) takodje češće smatraju da su slabo informisani (87%) u odnosu na one koji su se školovali 16-19 godina (55%) ili više od 20 godina (43%) čiji je subjektivan nivo informisanosti bolji. Ipak, iznenadjuje podatak da studenti većinom smatraju da su slabo informisani (60%), što se eventualno može tumačiti višim ličnim očekivanjima u odnosu na postavljene ciljeve.

U skladu sa osjećajem nedovoljne informisanosti građana Crne Gore je i nivo interesovanja za politiku uopšte i evropska pitanja. Dakle, slabo zainteresovani za politiku većinom smatraju da su slabo informisani (68%) u odnosu na visoko zainteresovane kojih je znatno manje sa subjektivnim osećajem slabe informisanosti (32%). Slično, nezainteresovani za evropska pitanja smatraju da su većinom i neinformisani (68%), naspram manje onih koji su zainteresovani a neinformisani (43%).

Korišćenje medija je takodje važno u razumijevanju osjećaja slabije informisanosti građana Crne Gore. Aktivniji građani po pitanju korišćenja medija smatraju da su bolje informisani od onih koji slabije prate dešavanja na medijskoj sceni, a naročito kada je riječ o građanima koji rijeđe čitaju novine ili rijeđe koriste internet.

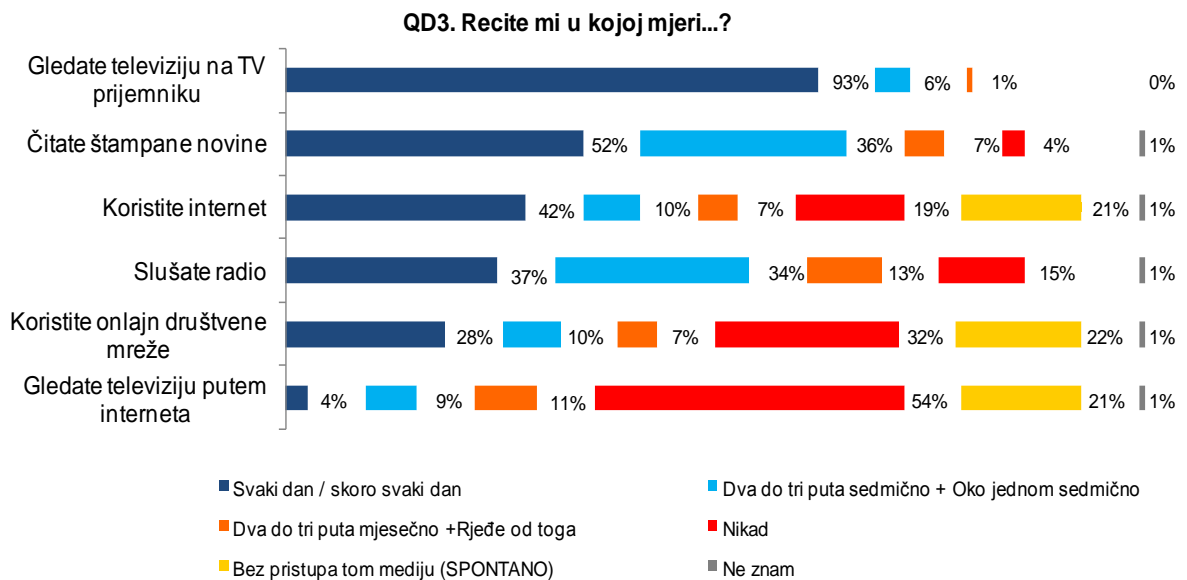
2. KORIŠĆENJE MEDIJA

Televizija i štampa osnovni izvori informisanja, internet značajan samo mlađoj populaciji i obrazovanim stanovništvu Crne Gore

U Crnoj Gori je kao i u ostatku Evrope televizija glavni i najmasovnije korišćen medij. Gledanje televizije je najčešći izvor za prikupljanje informacija i o vijestima nacionalne i evropske politike.

2.1 Korišćenje medija uopšte

Iako je televizija širom Evrope masovno korišćen medij, Crna Gora se ipak izdvaja i prema učestalosti svakodnevnog gledanja televizije na TV prijemniku. Dakle, ovaj medij svakodnevno koristi 93% građana Crne Gore, u odnosu na 86% građana država članica Evropske Unije koji ga svakodnevno koriste.



Drugi medij po važnosti za građane Crne Gore su štampani mediji, koje svakodnevno čita oko polovina (52%). Takođe, 88% građana Crne Gore bar jednom nedeljno čita novine što je više od 71% građana država članica Evropske Unije koji to čine. Prednost koju građani Crne Gore daju tradicionalnim medijima - televiziji i štampi, je zapravo lako objašnjiva slabijom dostupnosti interneta. U Crnoj Gori, 21% ispitanih spontano navodi da nema pristup internetu u odnosu na države članice EU gde 9% daje takav odgovor. Mjesečno i rijede od toga je koristilo internet 59% građana Crne Gore, dok uopšte nije pristupalo internetu 40% građana.

Interesantno je da se radio rijede koristi svakodnevno (37%) u odnosu na internet koji svakodnevno koristi 42% građana Crne Gore.

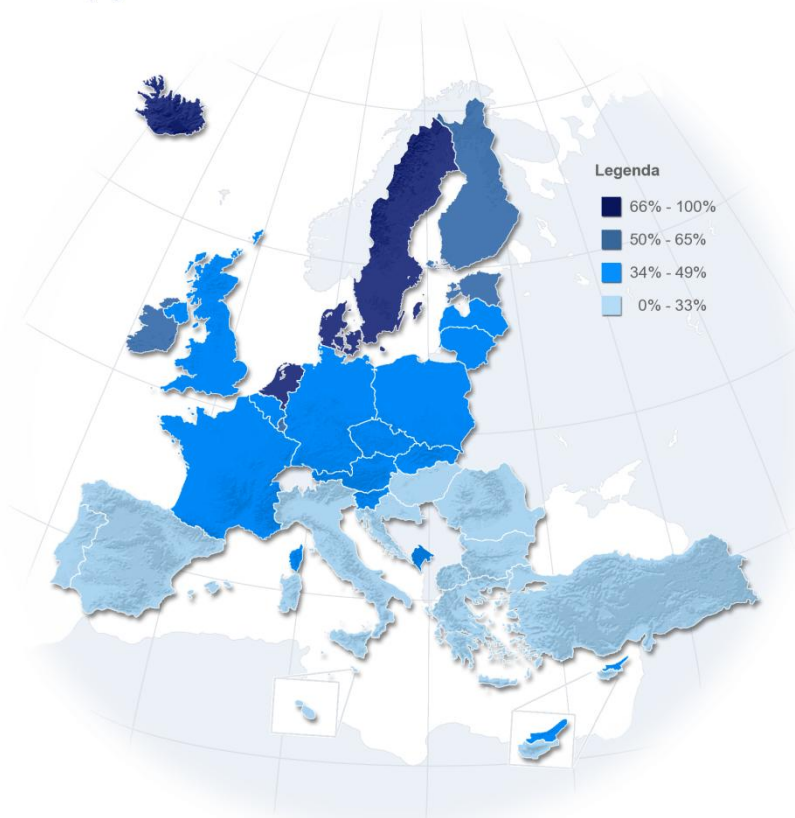
Da su društvene mreže postale popularan medij u Crnoj Gori, govori podatak da 28% svakodnevno koristi onlajn društvene mreže, dok na ukupnom nivou mjesečno ili rijede to čini čak 45% građana.

Najslabije korišćen medij u Crnoj Gori je praćenje televizije putem interneta, pa samo 4% ispitanih navode da to rade svakodnevno. Ipak, djeluje optimistično činjenica da ukupno 24% građana Crne Gore je pristupalo mjesečno ili ređe ovom mediju, što znatno ne odstupa spram 27% građana država članica Evropske Unije koji su to isto činili.

Na osnovu svih odgovora ispitanika o korišćenju medija, izračunat je medijski indeks koji ukazuje na to koliko su gradjani izloženi medijima. Crna Gora prema medijskom indeksu skoro da ne odstupa od država članica Evropske Unije, pa tako ima veoma visok indeks 39% ispitanih, visok indeks 36%, nizak indeks 23%, a veoma nizak 2% građana Crne Gore. U odnosu na susedne zemlje, u Hrvatskoj su medijski indeksi distribuirani slično kao i u Crnoj Gori, dok poredjenje sa podacima za Bivšu Jugoslovensku Republiku Makedoniju ukazuju na niži stepen korišćenja navedenih medija u toj zemlji u odnosu na Crnu Goru.

	SE	79%
	DK	69%
	NL	68%
	FI	59%
	EE	53%
	IE	53%
	LU	52%
	UK	48%
	AT	48%
	LV	48%
	SI	44%
	DE	44%
	BE	43%
	SK	43%
	CZ	39%
	LT	39%
	EU	39%
	PL	36%
	FR	34%
	HU	33%
	ES	31%
	IT	31%
	MT	30%
	BG	28%
	EL	26%
	CY	26%
	PT	21%
	RO	18%
	CY (fsc)	40%
	IS	82%
	ME	39%
	HR	33%
	MK	27%
	TR	19%

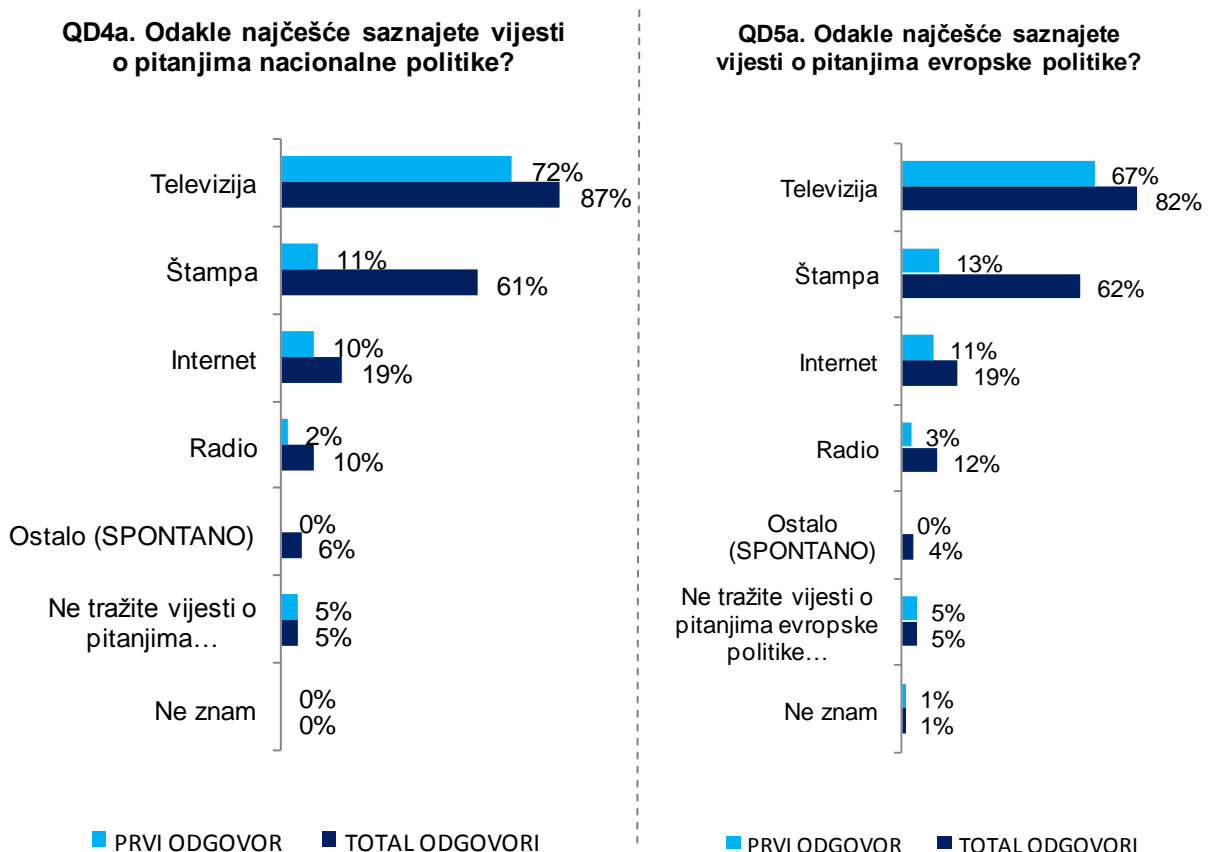
Pitanje: C3. Recite mi koliko često...?
 Option: Koristite onlajn društvene mreže
 Answers: Very high



Medijski indeksi primjetno odstupaju i u odnosu na demografske varijable. Indeksi pokazuju da su muškarci češći konzumenti medija od žena, naročito kada je riječ o čitanju štampanih novina i korišćenju interneta. Takodje, mlađa populacija češće pristupa savremenim medijima – internetu i društvenim mrežama, dok progresivno opada ukupno interesovanje za medije sa starošću ispitanika. Takodje, povezanosti postoje i sa socijalnim statusom te su više zainteresovani za medije ljudi koji sebe percipiraju pripadnicima viših socijalnih nivoa i ispitanici koji su se duže godina školovali. Ovo se može tumačiti i finansijskim i vremenskim resursima koje ove kategorije stanovništva obično posjeduju u većoj mjeri.

2.2 Medijski izvori vijesti o pitanjima nacionalne i evropske politike

Građane smo pitali na koje načine se informišu o pitanjima nacionalne i evropske politike. Televizija se pokazuje i u ovom slučaju kao dominantan medij, tako da u Crnoj Gori 72% ispitanih na prvom mjestu pominje televiziju kao izvor informisanja o nacionalnim pitanjima, dok se na drugom mjestu u daleko manjoj mjeri pominje štampa (11%), zatim slijedi internet (10%) i najmanje radio (2%). Identičan redoslijed važnosti medija se pokazuje i kada se razmatraju svi izvori koje ispitanici koriste prilikom saznavanja vijesti, s tim da televizija opet dominira (87%), štampa sledi sa značajnim prisustvom kod skoro dvije trećine ispitanih (61%), a ostali mediji su i dalje daleko manje zastupljeni - internet (19%) i radio (10%).



Slična je situacija i kada pitamo za vidove informisanja o pitanjima evropske politike, gde je televizija na prvom mjestu za dvije trećine građana (67%) i na ukupnom nivou ponovo dostiže dominantnu ulogu (82%), a zatim slijedi na drugom mjestu štampa (13%), trećem internet (11%) i na kraju radio (3%).

I ovde ima regionalnih sličnosti sa zemljama u susjedstvu, pa su rezultati za Crnu Goru najbliži medijskim navikama Hrvatske, ali ne i rezultatima u Bivšoj Jugoslovenskoj Republici Makedoniji, ako se posmatraju osnovni izvori informisanja bilo o nacionalnim ili evropskim pitanjima. Ipak, na nivou kombinovanja svih odgovora primjetan je veći značaj koji građani Crne Gore pridaju štampanim medijima na primjeru informisanja o evropskim pitanjima (61%), u odnosu na Hrvatsku (50%), kao i zemlje članice Evropske Unije (47%).

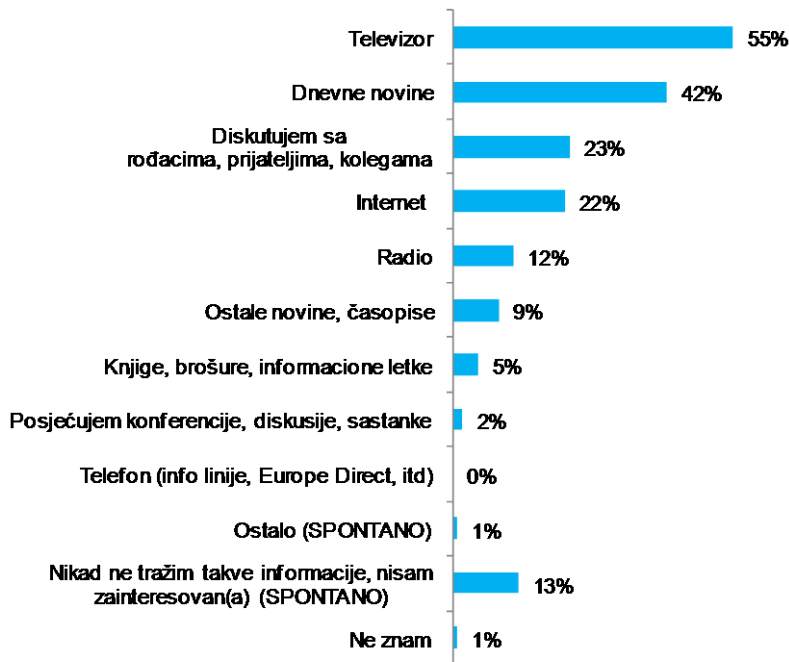
Takodje, interesantno je da se radio zanemarljivo koristi kao medij informisanja o evropskim pitanjima u Crnoj Gori (12%) u odnosu na susednu Hrvatsku (40%) i zemlje članice EU (39%). U nešto manjoj mjeri ali i dalje prisutne razlike postoje i kada je riječ o korišćenju interneta za informisanje o evropskim pitanjima, koji navodi 19% ispitanih u Crnoj Gori u odnosu na veći broj ispitanih u Hrvatskoj (35%) i zemljama članicama Evropske Unije (29%).

I ovde postoje značajne razlike u odnosu na demografske segmente, pa se mlađe uzrasne grupe i obrazovanije stanovništvo češće informiše putem interneta u odnosu na stariju populaciju koja prednost daje tradicionalnim medijima, sa naglaskom na štampane medije.

2.3 Korišćenje medija za pretragu informacija o Evropskoj Uniji

Ispitali smo i koje izvore građani aktivno koriste radi dolaženja do informacija o Evropskoj Uniji, njenim uredbama i institucijama. Iako su ponovo dominantni tradicionalni mediji televizija (55%) i štampa (42%), interesantno je da se neformalni

QD9. Koje od narednih izvora koristite kada tražite informacije o EU, njenim uredbama, institucijama?



kanali komunikacije nalaze na trećem mjestu, pa 23% navodi diskusije sa rođacima, prijateljima i kolegama kao izvor informisanja, a gotovo u istom procentu navodi se internet (22%). Najrijeđe se navode radio (12%), ostale novine i časopisi (9%), knjige, brošure i informacioni leci (5%), konferencije, diskusije i sastanci (2%), kao sredstva aktivne pretrage informacija o EU.

U odnosu na druge zemlje, u Crnoj Gori se opet češće koriste štampani mediji, a rijeđe sluša radio i posjećuje internet.

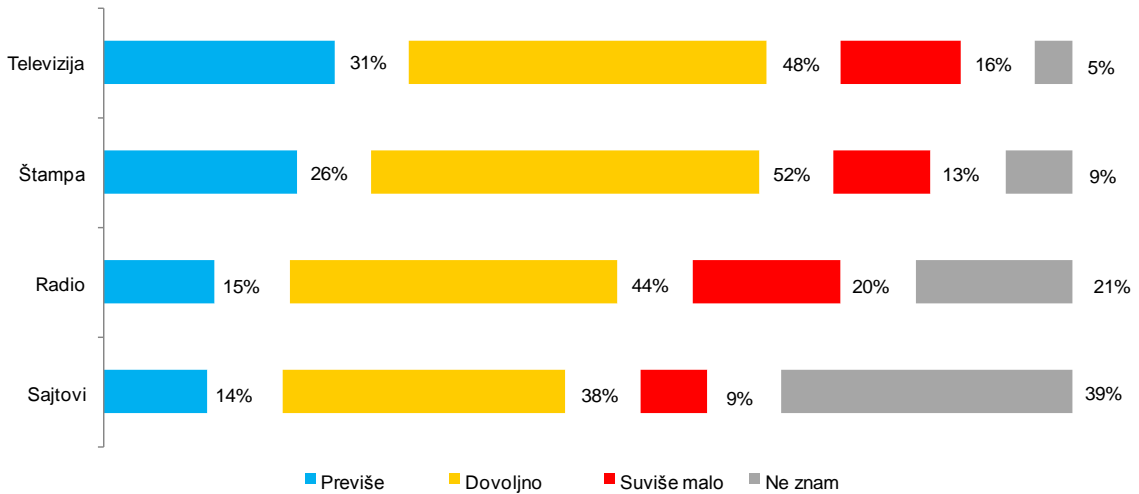
Razlike su očigledne i u odnosu na različite demografske segmente, pa mlađji građani Crne Gore (15-24 godine) rijeđe traže informacije o EU putem televizije (36%), zatim štampe (30%), a 30% se informiše preko interneta. Tehnološki napredniji nivoi informisanja, se takodje češće sreću kod obrazovanih građana i viših socijalnih slojeva.

3. MEDIJSKA POKRIVENOST TEMA O EVROPSKOJ UNIJI

Crnogorski mediji u dovoljnoj meri pokrili teme o Evropskoj Uniji

I pored toga što građani većinom smatraju da su slabo informisani kada je riječ o evropskim pitanjima, prevladjuje mišljenje da crnogorski mediji govore dovoljno ili čak previše o Evropskoj Uniji. U odnosu na zemlje članice EU, u Crnoj Gori se češće smatra da je informacija i previše, što ne iznenadjuje s obzirom na opšti kontekst u Crnoj Gori i približavanje pregovora sa Evropskom Unijom u 2012. godini.

QD10. Uopšteno posmatrano, smatrate li da crnogorska ... govori(e) previše, u pravoj mjeri ili nedovoljno o EU?



Čak 48% građana Crne Gore smatra da crnogorske **televizijske stanice** dovoljno govore o Evropskoj Uniji, dok 31% navodi da je informacija previše, a 16% da je suviše malo.

Preko polovina građana Crne Gore (52%) smatra da crnogorska **štampa** dovoljno govori o Evropskoj Uniji, 26% navodi da previše, a 13% da suviše malo govore.

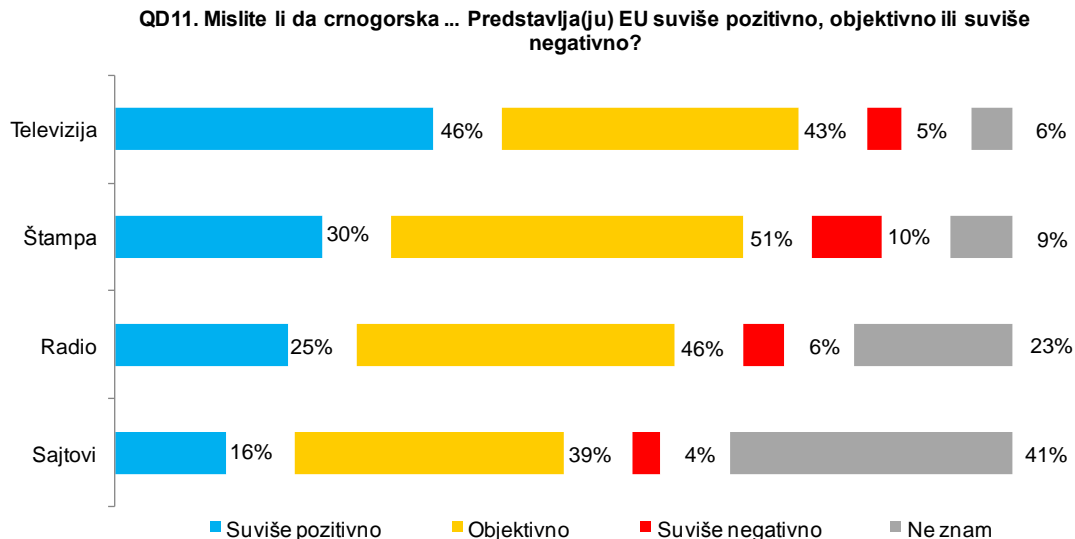
Nešto manje (44%) građana Crne Gore smatra da crnogorske **radio stanice** dovoljno prenose informacija o Evropskoj Uniji, 20% da malo govore, a previše smatra 15%.

Iako je visok procenat bez odgovora na pitanju pokrivenosti **internet sajtova** sa informacijama o Evropskoj Uniji (39%), i dalje prevladuje broj onih koji misle da je informacija dovoljno (38%), 14% smatra da ih je previše, a 9% da ih je malo.

Doživljaj da je previše informacija o Evropskoj Uniji u nacionalnim medijima je prisutan i u Bivšoj Jugoslovenskoj Republici Makedoniji, za razliku od Hrvatske u kojoj se češće smatra da ih je nedovoljno. Očekivano, u zemljama članicama EU 27, ipak prevladjuje mišljenje da je ovih informacija dovoljno.

Informacije o Evropskoj Uniji u crnogorskim medijima predstavljene objektivno

U odnosu na doživljaj građana o količini informacija o Evropskoj Uniji u crnogorskim medijima, uskladjena je i pozitivna percepcija plasiranih informacija. Negativnih ocjena je malo, a preovladjuje mišljenje o objektivnosti medija uopšte kada je riječ o predstavljanju Evropske Unije. Ipak, najmasovnije korišćen medij - televizija se percipira kao i najmanje objektivna. Oko polovina ispitanih smatra da su plasirane informacije o Evropskoj Uniji ili suviše pozitivne ili suviše negativne.



Čak 46% građana Crne Gore smatra da crnogorske **televizijske stanice** suviše pozitivno predstavljaju Evropsku Uniju, 43% navodi da su te informacije objektivne, a 5% da su suviše negativne.

Preko polovina (51%) građana Crne Gore smatra da crnogorska **štampa** objektivno govori o Evropskoj Uniji, 30% navodi da previše pozitivno, a 10% da je previše negativno predstavlja.

Oko polovina građana Crne Gore (46%) smatra da crnogorske **radio stanice** objektivno prenose informacije o Evropskoj Uniji, 25% da prenose suviše pozitivno, a suviše negativno smatra 6%.

I ovde je visok procenat bez odgovora na pitanju objektivnosti **internet sajtova** u predstavljanju Evropske Unije (41%), ali preovlađuje broj onih koji misle da su informacije objektivne (39%), 16% smatra da su suviše pozitivne, a 4% suviše negativne.

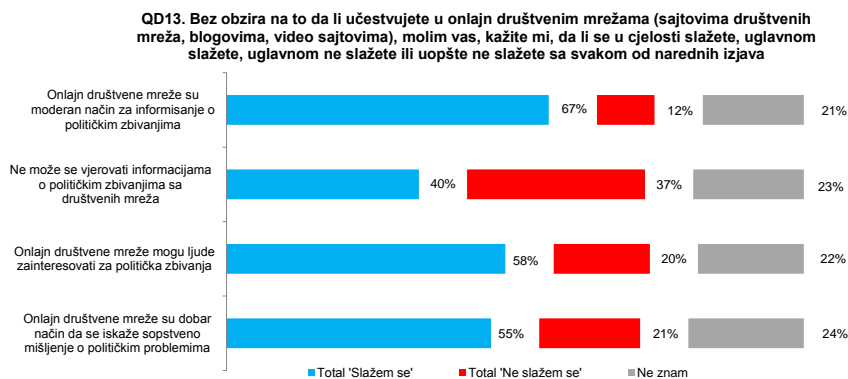
Predstavljanje Evropske Unije u nacionalnim medijima je većinom ocjenjeno objektivno u susjednim zemljama i zemljama članica EU27. Ipak, u susjedstvu preovladjuje mišljenje da je slika o Evropskoj Uniji uljepšana.

4. DRUŠTVENE MREŽE

Društvene mreže potencijalno uspješan kanal informisanja o političkim zbivanjima

U ovom istraživanju smo imali priliku i da vidimo kako građani doživljavaju socijalne mreže. Kao što je već napomenuto u izvještaju, 45% građana Crne Gore je koristilo mjesečno ili rjeđe društvene mreže, od toga 38% bar jednom nedeljno to čini. Iz toga se naslućuje potencijal društvenih mreža kao kanala informacija različite prirode.

Građani Crne Gore u celini pozitivno doživljavaju društvene mreže kao sredstvo političkog života. Dvije trećine ispitanih smatra da su onlajn društvene mreže moderan način za informisanje o političkim zbivanjima (67%), ali su podijeljenih shvatanja da li se tim informacijama može baš vjerovati. Slična je situacija i kada je riječ o zemljama u susjedstvu i zemljama članicama Evropske Unije.



Iako se u Crnoj Gori mahom slažu da su **društvene mreže moderan vid informisanja** (67%), samo 12% se ne slaže sa ovom tvrdnjom. Slaganje sa ovom tvrdnjom je još u većoj mjeri izraženo kod mlađe populacije i kod obrazovanijih stanovnika.

Kada je riječ o **povjerenju građana u informacije o političkim zbivanjima koje se nalaze na društvenim mrežama**, građani se dijele na one koji povjerenje imaju (40%) i one koji ga nemaju (37%). Povjerenje u ove medije je nešto izraženije kod mlađe i obrazovnije populacije, kao i u Centru Crne Gore, u odnosu na ostale regione.

Takodje, većina građana smatra da **društvene mreže mogu zainteresovati ljude za politička zbivanja** (58%), dok se 20% ne slaže sa tom tvrdnjom.

Društvene mreže se smatraju većinom i kao **dobar način za iskazivanje sopstvenog mišljenja o političkim temama** (55%), iako se 21% ne bi složilo sa time.