



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE
Broj: 01 – 364
Podgorica, 21.04.2020. godine

IZVJEŠTAJ O RADU
AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE
ZA 2019. GODINU

Podgorica, april 2020. godine

S A D R Ž A J:

UVOD	3
RAZVOJ I IMPLEMENTACIJA ZAKONSKOG I PODZAKONSKOG OKVIRA OD ZNAČAJA ZA AUDIOVIZUELNI MEDIJSKI SEKTOR	4
NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA	12
STANJE TRŽIŠTA USLUGA DISTRIBUCIJE RADIO I TELEVIZIJSKIH PROGRAMA DO KRAJNJIH KORISNIKA	42
REALIZACIJA PROGRAMA RAZVOJA MEDIJSKE PISMENOSTI	45
MEĐUNARODNA SARADNJA	57
JAVNOST RADA AGENCIJE	70
FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2019. GODINI	71
Prilog:	
Prilog 1 - Pregled izrečenih upozorenja (po prigovorima i po službenoj dužnosti)	74

UVOD

Izrada novog zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, koji treba da zamijeni Zakon o elektronskim medijima, obilježila je rad Agencije za elektronske medije u prvoj polovini 2019. godine. Učešćem u radu radne grupe, predstavnici Agencije dali su maksimalan doprinos analizi postojećih i sagledavanju opravdanosti revidiranih ili novih zakonskih rješenja, uz uvažavanje daljeg jačanja uloge i pozicije Agencije u institucionalnom okviru koji se odnosi na (audiovizuelni) medijski sektor. Posebno značajan zadatak ovih aktivnosti je bilo formulisanje rješenja koja će obezbijediti transponovanje Revidirane Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama u crnogorski zakonski okvir. Jer, to će biti jedan od indikatora napretka u pregovorima oko poglavlja 10 - Informaciono društvo i mediji.

Na osnovu seta analiza prikupljenih i raspoloživih podataka, kod određenog broja emitera su uočene nepravilnosti i odstupanja od uslova iz izdatih odobrenja za emitovanje. Zbog toga su protiv njih pokrenuti postupci koji su rezultirali usaglašavanjem rada sa propisanim uslovima ili izricanjem upozorenja, kao upravno-nadzornih mjera. Postupajući po službenoj dužnosti ili po prigovorima na rad pružalaca AVM usluga, izrečeno je 119 upozorenja. Svi postupci su vođeni na transparentan i efikasan način, a sve prvostepene i drugostepene odluke po prigovorima su objavljene na veb-sajtu Agencije.

Aktivnosti usmjerene ka promociji i unapređenju medijske pismenosti nastavljene u 2019. godini potvrđuju da je Agencija spremna da pruži značajan doprinos ovom kompleksnom procesu koji zahtijeva multisektorsku koordinaciju i podršku.

Iako je reprogramiranje duga, u pojedinim slučajevima, dalo određene rezultate, Agencija je i u toku 2019. godine nastavila sa mjerama prinudne naplate potraživanja, ali i pokretanjem stečajnih postupaka.

Na međunarodnom planu, predstavnici Agencije su pratili rad Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama i Evropske grupe regulatora za audiovizuelne medijske usluge (ERGA), što je omogućilo praćenje trendova u primjeni ili reviziji standarda u sektoru AVM usluga. Nastavljeno je učešće u aktivnostima regionalnih mreža regulatornih tijela za medije (EPRA, MNRA), kao i aktivnostima vezanim za pripremu pregovora za poglavlje 10 - Informaciono društvo i mediji, poglavlja 8 - Konkurencija, 23 - Pravosuđe i osnovna prava i 28 - Zaštita potrošača.

Izveštaj o radu Agencije za elektronske medije za 2019. godinu je dokument koji sadrži informacije o ostvarivanju njenih obaveza direktno propisanih zakonom ili relevantnim podzakonskim aktima. Saglasno Zakonu o budžetu i fiskalnoj odgovornosti ovaj Izveštaj se, uz Izveštaj o finansijskom poslovanju Agencije za 2019. godinu, dostavlja Skupštini Crne Gore na usvajanje.

RAZVOJ I IMPLEMENTACIJA ZAKONSKOG I PODZAKONSKOG OKVIRA OD ZNAČAJA ZA AVM SEKTOR

1. Izrada novog Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama

Početak 2019. godine, Ministarstvo kulture je iniciralo izradu Predloga zakona o izmjenama i dopunama Zakona o elektronskim medijima i formiralo radnu grupu u koju su uključeni i predstavnici Agencije za elektronske medije.

Imajući u vidu obim i kompleksnost neophodnih izmjena i dopuna u Agenciji za elektronske medije je intenzivno praćen rad radne grupe i pružana maksimalna podrška prilikom formulisanja novih ili revidiranja postojećih zakonskih rješenja.

Zbog obima potrebnih izmjena, donešena je odluka da se pristupi izradi novog zakona, tako da je priređen Nacrt zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama.

Ovaj zakon treba da bude **osnovni mehanizam za transponovanje Direktive** o audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: Direktiva), revidirane krajem 2018. godine, kao ključnom dokumentu u oblasti audiovizuelne politike Evropske Unije. Transponovanje Direktive i postojanje kapaciteta za njeno sprovođenje su parametar za ocjenu ispunjavanja završnih mjerila za pregovaračko poglavlje 10 - Informaciono društvo i mediji. Rok za usaglašavanje sa Direktivom je septembar 2020. godine.

Neke od ključnih karakteristika nacрта iz juna 2019. godine su:

- zakon i dalje predviđa **postojanje nezavisnog regulatornog organa za AVM usluge** (sadašnja Agencija za elektronske medije bi bila preimenovana u Agenciju za AVM usluge), sa jasno propisanim nadležnostima, načinom finansiranja, rada, upravljanja, kao i pravima i obavezama u cilju ostvarivanja svoje funkcije na odgovoran, transparentan i profesionalan način. S obzirom da je Direktivom značajno pojačana uloga i obaveze nezavisnog regulatornog tijela za ovu oblast (Agencija), efikasnost i dosljednost implementacije zakona i posebno standarda zasnovanih na Direktivi biće od posebnog značaja.
- regulisani su **osnivanje/prijavljivanje, evidentiranje, rad i obaveze subjekata nadzora** i to:
 - o emitera: javnih, komercijalnih i neprofitnih radijskih i TV programa. Oni podliježu obavezi dobijanja odobrenja za emitovanje, kao i do sada, a Agencija ih upisuje u registar emitera.
 - o pružaoca AVM usluga na zahtjev, koji ne podliježu obavezi dobijanja odobrenja, već se samo prijavljuju Agenciji, koja vrši njihovo evidentiranje i vodi odgovarajući registar. Jedna od ključnih razlika novog u odnosu na postojeći zakon je razdvajanje pružalaca AVM usluga na zahtjev od „kablovskih operatora“ (distributera radijskih i TV programa do krajnjih korisnika). Do sada su sve ove usluge pružane uz dobijanje jednog odobrenja, što se sada mijenja i uvodi sistem prijavljivanja.
 - o pružaoci usluga distribucije radijskih i TV programa do krajnjih korisnika, ne podliježu obavezi dobijanja odobrenja, već se samo prijavljuju Agenciji, koja vrši njihovo evidentiranje i vodi odgovarajući registar.
 - o pružaoci platformi za razmjenu video sadržaja, kao nova kategorija subjekata nadzora Agencije, ne podliježu obavezi dobijanja odobrenja, već se samo prijavljuju Agenciji i ona vrši njihovo evidentiranje.

Novinu u zakonu predstavlja i rješenje koje podrazumijeva da prava i obaveze elektronskih publikacija (portala) neće biti regulisani ovim zakonom već Zakonom medijima, gdje su prepoznati kao „internetske publikacije“.

- **zakonom bi trebalo da se prevaziđu neki od nedostataka** na koje se ukazuje već duže vrijeme. Naime, nacrtom zakona se predviđa:
 - unapređenje procedure imenovanja i razrješenja članova savjeta Agencije i javnih emitera kroz sljedeća rješenja:
 - promijenjena je struktura predlagača članova savjeta Agencije. Umjesto samo komercijalnih emitera, predviđeno je da predlagači mogu biti udružanje svih emitera. Takođe, pored PEN centra, i Akademija nauka i umjetnosti može za jednog člana da predloži kandidata.
 - kod lokalnih i regionalnih javnih emitera su propisane osnovne kategorije ovlašćenih predlagača članova Savjeta, kao i uslovi koje treba da ispune NVO koje se pojavljuju kao ovlašćeni predlagači.
 - predviđena je mogućnost sudskog preispitivanja odluka nadležnih skupština o imenovanju i razrješenju pojedinih članova savjeta.
 - eliminisana je mogućnost kolektivnog razrješenja savjeta.
 - dopunjene su odredbe koje se odnose na postupak sprovođenja javnog konkursa za izbor članova savjeta Agencije i javnih emitera.
 - Agencija nije nadležna za **nadzor nad primjenom profesionalnih standarda** u radu elektronskih medija (što je slučaj sa vežićim Zakonom, član 55 stav 6 i član 65 stav 4). Umjesto toga, ova pitanja bi trebalo da budu rješavana samoregulacijom, u skladu sa Zakonom o medijima.
 - Unaprijeđene su odredbe vezane za **učešće informativnog programa i sopstvene produkcije** u programima opštih radijskih i TV programa.
 - **Revidirana su rješenja koja se odnose na uslove za korišćenje isključivih prava prenosa događaja od posebnog značaja za javnost** u Crnoj Gori. Predviđeno je da ih može ostvariti samo emiter koji može obezbijediti mogućnost praćenja takvog događaja putem direktnog prenosa ili odloženog prenosa na televizijskom programu sa slobodnim pristupom za najmanje 75% stanovništva u Crnoj Gori (sada je to 60%). Pri tome, televizija sa slobodnim pristupom znači emitovanje programskih sadržaja, putem javnih, komercijalnih ili neprofitnih televizijskih programa, koji su dostupni javnosti bez obaveze plaćanja dodatne naknade, s tim da se dodatnom naknadom ne smatra naknada koja se plaća distributeru linearnih AVM usluga radi pristupa njegovom osnovnom paketu radijskih i/ili televizijskih programa koje distribuira.
 - Zadržano je rješenje da se **finansiranje javnih emitera uređuje ugovorom** između Vlade, odnosno jedinica lokalne samouprave i javnog emitera. Ono što je novina je propisivanje donje granice za utvrđivanje godišnjeg obima finansiranja lokalnih i regionalnih javnih emitera. Definisana je skala minimalnih procenata u zavisnosti od (1) visine godišnjeg budžeta osnivača i (2) činjenice da li javni emiter ima jedan ili dva medija tj. radijski i/ili TV program.
 - Unaprijeđena su rješenja koja se odnose na **osnivanje javnog emitera**, propisivanjem obaveznih elemenata osnivačkog akta, kao i odgovornosti ovih emitera javnosti.
 - Predviđeno je da **Agencija ima nadležnost za vođenje inspeksijskog nadzora i izricanje novčanih kazni**, kao i pokretanje prekršajnog postupka.
 - Zakonom se predviđa ukidanje **primjene seta spornih zakona na Agenciju i javne emitere**. Tu spadaju:

- Zakon o budžetu i fiskalnoj odgovornosti ("Službeni list CG", br. 20/14 ... 55/18) - podnošenje planova i izvještaja Agencije Skupštini Crne Gore
 - Zakon o zaradama zaposlenih u javnom sektoru ("Službeni list CG", br. 16/16 ... 39/18) - za Agenciju i javne emitera
 - Zakon o državnoj upravi ("Službeni list CG", br. 78/18) - za Agenciju
- zakon predviđa neke **nove nadležnosti Agencije**, kao što su:
- **nadležnost Agencije da vrši raspodjelu i nadzor nad korišćenjem sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija** u dijelu koji se odnosi na elektronske medije. To predstavlja komplementarno rješenje onom sadržanom u Predlogu zakona o medijima (koji u finalnoj fazi izrade).
 - evidentiranje pružalaca **AVM usluga na zahtjev** - AVMOD (na osnovu prijave, prije početka pružanja usuge).
 - **Platforme za razmjenu video sadržaja** su usluge koje se prvi put regulišu. To predstavlja novinu ne samo za Crnu Goru, već i za većinu evropskih zemalja. S obzirom da je većina pružalaca ovih usluga registrovana / osnovana van Crne Gore, neće se smatrati da su u nadležnosti Crne Gore tj. Agencije. Ipak, bez obzira na to ostaje potreba da se obezbijedi zaštita korisnika ovih usluga (posebno maloljetnika) od sadržaja koji su Direktivom prepoznati kao sadržaji od kojih je država dužna da propiše mehanizme zaštite. Ti se prije svega misli na:
 - a) Sadržaje kojima se podstiče na nasilje ili mržnju protiv grupe osoba ili člana neke grupe na osnovu pola, rase, boje kože, etničkog ili društvenog porijekla, genetskih karakteristika, vjeroispovjesti, političkog ili bilo kog drugog mišljenja, pripadnosti nacionalnoj manjini, imovnog stanja, rođenja, invaliditeta, starosnog doba ili seksualne orijentacije;
 - b) sadržaje kojima se podstiče izvršenje krivičnog djela terorizma, krivičnih djela u vezi sa dječjom pornografijom ili krivičnih djela koja se odnose na rasizam i ksenofobiju;
 - c) audiovizuelne komercijalne komunikacije (oglase).
 - Podsticanjem promocije samoregulacije i upotrebe koregulacije;
 - Promovisanja i preduzimanja mjera za razvoj medijske pismenosti;
 - Podsticanja unapređenja dostupnosti AVM usluga osobama sa invaliditetom.

Finalizacije predloga zakona je odložena za 2020. godinu.

2. Izmjene planova raspodjele radio-difuznih frekvencija

U skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama (član 98) i Zakonom o elektronskim medijima (član 12), Savjet Agencije za elektronske medije je tokom 2019. godine, u dva navrata, dao saglasnost na izmjene i dopune planova raspodjele radio-frekvencija namijenjenih za analognu i digitalnu zemaljsku radio-difuziju. One su se odnosile na:

1. **Izmjene Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 87,5 – 108 MHz za FM radio**¹ kojima je realizovan zahtjev za izdavanje/izmjenu odobrenja za korišćenje radio-frekvencija za emitovanje radijskih signala nacionalnog javnog emitera RTCG, za potrebe drugog programa

¹ Odluka Savjeta Agencije o davanju saglasnosti na Odluku o izmjeni Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 87,5-108 MHz za FM radio (01-228/2, od 18.02.2019. godine). Odluka o izmjeni Plana je objavljena u „Sl. list Crne Gore“, br. 016/19.

„Radija Crne Gore“, iz opsega 87,5-108 MHz sa lokacija Jejevica i Morača (Crkvine). Naime, traženo je povećanje efektivno izračene snage u odnosu na planiranu, sa 1 kW na 3 kW, za emitovanje programa na radio-frekvenciji 95,3 MHz sa lokacije Jejevica, dok je za korišćenje radio-frekvencije 88,3 MHz sa lokacije Morača (Crkvine) traženo je povećanje efektivno izračene snage u odnosu na planiranu, sa 1 kW na 5 kW.

2. **Izmjena i dopuna Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 174-230 MHz i 470-694 MHz za DTT i T-DAB sisteme²** kojom je realizovan zahtjev privrednog društva „Radio-difuzni centar“ d.o.o. Podgorica za korišćenje kanala 23 sa lokacije Njegovuđa (koji ranije nije bio predviđen Planom raspodjele za opseg 470-694 MHz), za emitovanje digitalnog televizijskog signala posredstvom DVB-T2 mreže, u cilju što veće pokrivenosti stanovništva na teritoriji opštine Žabljak.

Više detalja o ovim izmjenama odnosno datim saglasnostima Savjeta Agencije, parametrima koji se odnose na lokacije i njima pridružene radio-frekvencijske dodjele mogu se naći na veb stranici Agencije (www.aemcg.org).

3. Izmjene i dopune Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima i Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev

Savjet Agencije za elektronske medije je, početkom februara 2019. godine, usvojio **izmjene i dopune Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima i Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev³**. Izmjena navedenih pravilnika motivisana je potrebom unapređenja zaštite maloljetnika od sadržaja u TV programima koji mogu štetiti njihovom fizičkom, mentalnom ili moralnom razvoju, bez obzira na platformu putem koje se pristupa sadržajima.

Saglasno usvojenim rješenjima, pružaoci usluga distribucije TV programa do krajnih korisnika (kablovski operatori), su dužni da za programske sadržaje koji mogu štetiti fizičkom, mentalnom ili moralnom razvoju maloljetnika, u periodu od 6 do 23 sata, aktiviraju mjere roditeljske kontrole takvih sadržaja (pinovanje, odnosno omogućavanje pristupa sadržaju samo uz korišćenje PIN koda). Ove mjere se odnose na programske sadržaje koji se distribuiraju u okviru osnovnog paketa programa. Ukoliko ova mjera ne obezbjeđuje efikasnu zaštitu maloljetnika od štetnih sadržaja, a program emituje ove sadržaje u kontinuitetu i svakodnevno, operatori su dužni da, u periodu od 6 do 23 sata, aktiviraju mjere roditeljske kontrole cijelog TV programa (pinovanje).

Pored toga, izmjene i dopune Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev sadrže i mjere za unapređenje pristupačnosti sadržaja posvećenih događajima iz Crne Gore odnosno boljoj informisanosti građana kroz obezbjeđivanje ravnopravnog tretmana i lakše dostupnosti programa registrovanih u Crnoj Gori u ponudi operatora. Saglasno tome, propisano je da su pružaoci AVM usluga na zahtjev dužni da sve elektronske medije neprofitnih i komercijalnih emitera iz Crne Gore koje distribuiraju, rasporede u katalozima programa, odmah nakon programa nacionalnog javnog emitera, prema sljedećem prioritetu:

- opšti programi koji se emituju posredstvom slobodne televizije i imaju veće učešće informativnog, kulturno-umjetničkog, dokumentarno-obrazovnog, sportskog i dječjeg programa;

² Odluka o davanju saglasnosti na Odluku davanju saglasnosti na Odluku o izmjeni Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 174-230 MHz i 470-694 MHz za DTT i T-DAB sisteme (01-228/2, od 18.02.2019. godine). Odluka o izmjeni Plana je objavljena u „Sl. list Crne Gore“, br. 016/19.

³ „Sl.list CG“, br. 8/19.

- programi regionalnih i lokalnih javnih emitera na teritoriji jedinica lokalne samouprave koje su osnivači tog javnog emitera;
- opšti programi koji se ne emituju posredstvom slobodne televizije i imaju veće učešće informativnog, kulturno-umjetničkog, dokumentarno-obrazovnog, sportskog i dječjeg programa;
- specijalizovani programi sa dominantnim učešćem informativnog, kulturno-umjetničkog, dokumentarno-obrazovnog, sportskog ili dječjeg programa.

Izmjene i dopune pravilnika su dostupne u elektronskoj formi na sajtu Agencije za elektronske medije www.aemcg.org (Propisi/podzakonska akta).

4. Izmjene i dopune Pravilnika o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada po osnovu izdatih odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga

Sektor za monitoring Agencije za elektronske medije je početkom 2019. godine izvršio analizu stanja na tržištu radio emitera sa programskog aspekta⁴ i sa istom upoznao Savjet Agencije za elektronske medije na sjednici održanoj 15. aprila 2019. godine. Analizom je konstatovano da određeni emiteri u svom programu imaju ili samo muzički sadržaj ili, pored muzičkog, imaju i zanemarljivo malu količinu informativnog programa, ali po strukturi emitovanog programa ne mogu biti emiteri opšteg radijskog programa, već bi trebali da budu prepoznati kao specijalizovani zabavni programi.

Agencija je sprovela i aktivnosti u cilju sagledavanja i unapređenja poštovanja programskih osnova komercijalnih radijskih emitera dostavljenih prilikom izdavanja odobrenja za emitovanje, kao i potrebe usaglašavanja tih osnova sa odobrenjima. Imajući to u vidu, Savjet Agencije je prihvatio preporuku da se usvoje mjere kojima će se izvršiti promjena statusa određenog broja radijskih programa iz opštih u specijalizovane i za koje će se precizirati drugačija visina naknade za emitovanje, posebno ako se radi o specijalizovanim zabavnim stanicama.

Polazeći od toga, a imajući u vidu potrebu prepoznavanja različitog stepena društvene korisnosti ponude takvih radijskih emitera, koji koriste radijske frekvencije kao ograničeni resurs, a emituju samo ili većinom muzički sadržaj bez zadovoljenja ostalih potreba građana za informisanjem, sadržajima iz sfere obrazovanja, kulture i sl., ocijenjeno je opravdanim da se propiše nešto veći nivo naknada za emitovanje takvih programa. Pri tome, posebno je uzeto u obzir da je proizvodnja muzičkih i zabavnih radijskih sadržaja, jednostavnija i ekonomski isplativija, a oglašivačima su upravo takvi sadržaji često vrlo privlačniji. Zbog toga su ovi emiteri u povoljnijoj tržišnoj poziciji.

U cilju prepoznavanja razlike između elektronskih medija sa aspekta njihove programske osnove, odnosno činjenice da li se radi o specijalizovanom zabavnom programu, sa jedne, ili nekom drugom programu sa druge strane, Savjet Agencije je usvojio rješenje da emiteri za specijalizovane zabavne programe plaćaju 50% veću naknadu u odnosu na naknadu koju plaćaju emiteri ostalih programa tj. opštih programa ili specijalizovanih dječjih, sportskih, dokumentarnih, obrazovnih ili sličnih programa.

Imajući u vidu navedeno, Savjet Agencija je na sjednici održanoj 25. jula 2019. godine usvojio Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada po osnovu izdatih odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga⁵, kojim su propisani novi način i uslovi za obračun i plaćanje naknada za emitovanje od strane emitera specijalizovanih zabavnih radijskih i/ili televizijskih programa.

⁴ Informacija o stanju na tržištu radio emitera - programski aspekt (05- 438 od 21.03.2019. godine).

⁵ "Sl. list CG", br. 43/19

Izmjena Pravilnika podrazumijeva dodavanje koeficijenta G, u Formuli iz stava (1) člana (10) Pravilnika, kojom je definisan obračun godišnje naknade za emitovanje programa komercijalnih emitera, i ona glasi:

$$I = A \times (0,3 \times B + 0,2 \times C + 0,5 \times D) \times F \times G.$$

Koeficijenti A, B, C, D i F definisani su članom 10 Pravilnika.

Koeficijent G iz navedene formule, zavisno od vrste elektronskog medija (emitera opšteg ili specijalizovanog radijskog i/ili televizijskog programa) iznosi:

- a) 1,50 za emitovanje specijalizovanog zabavnog radijskog i/ili televizijskog programa;
- b) 1,00 za emitovanje svih ostalih radijskih ili televizijskih programa.

U zavisnosti od strukture emitovanog programa, ovaj model obračuna naknade za emitovanje obezbjeđuje razdvajanje visine naknade za emitovanje koju bi plaćali emiteri specijalizovanih zabavnih radijskih i/ili televizijskih programa i emiteri svih ostalih radijskih i/ili televizijskih programa.

Ovakav obračun naknada počinje se primjenjivati od početka 2020. godine.

5. Ostvarivanje kvota za evropska audiovizuelna djela i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača

U skladu sa Zakonom o elektronskim medijima (čl. 61 i 63) i pravilnicima o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela⁶ i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača⁷, definisani su **uslovi koje nacionalni TV emiteri (pokrivaju najmanje 75% stanovništva u više od 10 jedinica lokalne samouprave)⁸ moraju ispuniti** kako bi, u roku od pet godina, postigli definisane kvote i to:

- evropska audiovizuelna djela treba da čine najmanje 51% godišnjeg vremena emitovanja ovih emitera,
- audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača treba da učestvuju u godišnjem programu ovih emitera najmanje 10%.

Emiter koji nema ove obime učešća evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača, dužan da svake godine povećava učešće tih djela u odnosu na prošlu godinu za najmanje petinu postotka koji mu je nedostajao na kraju 2014. godine. Pri tome, najmanji početni obim evropskih audiovizuelnih djela ne može biti manji od 5% godišnjeg vremena emitovanja. Pravilnicima su propisani i načini i rokovi za podnošenje kvartalnih izvještaja emitera o realizaciji ovih obaveza.

S obzirom na raspoloživost podataka o učešću ovih djela u emitovanom programu u 2018. godini, Agencija je zaključila da su emiteri sa nacionalnim pokrivanjem u toku 2019. godine trebali da ostvare minimalno sljedeće kvote:

- o za evropska audiovizuelna djela – 51% i
- o za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača – 9%.

Analizom dostavljenih podataka **može se zaključiti:**

- nacionalni javni emiter RTCG za televizijski program TVCG1 i emiteri komercijalnih televizijskih programa TV Vijesti, TV Prva i TV Nova M **ispunili su kvotu za evropska**

⁶ „Sl. list CG”, br. 47/14.

⁷ „Sl. list CG”, br. 47/14.

⁸ TVCG1, TVCG2, TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M (na kraju 2019.g.).

audiovizuelna djela, dok nacionalni javni emiter RTCG **nije ispunio kvotu** za televizijski program TVCG2;

- emiter televizijskog programa TV Vijesti **nije ispunio**, a emiteri televizijskih programa TV Prva i TV Nova M **su ispunili kvotu za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača**;
- nacionalni javni emiter RTCG **nije dostavio podatke** o učešću audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u programima TVCG1 i TVCG2.

U narednim tabelama dati su podaci (procjene) o obimu učešća evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u programima emitera koji su dostavili podatke ili dio podataka o emitovanom programu u 2019. godini. Na osnovu monitoringa dostavljenih podataka, konstatovano je da su u programskom djelu, dostavljeni podaci u redu, što znači da je emitovano sve što je u podacima navedeno.

EVROPSKA AUDIOVIZUELNA DJELA (EU AVD)										
Period	TVCG1		TVCG2		TV NOVA M		TV PRVA		TV VIJESTI	
	Prijavljena EU AVD (min)	% emitovanog programa	Prijavljena EU AVD (min)	% emitovanog programa	Prijavljena EU AVD (min)	% emitovanog programa	Prijavljena EU AVD (min)	% emitovanog programa	Prijavljena EU AVD (min)	% emitovanog programa
JAN –MAR	81.625	62,98	73.136	56,43	85.704	66,13	91.310	70,46	72.872	56,23
APR - JUN	84.782	64,70	58.501	44,64	83.874	64,01	96.800	73,87	72.055	54,99
JUL -SEP	77.177	58,26	40.208	30,35	82.904	62,58	89.960	67,90	83.566	63,08
OKT -DEC	90.569	68.36	60.452	45.63	81.505	61,52	99.675	75,24	83.157	62,77
UKUPNO	334.153	63,58	232.297	44,20	333.987	63,54	377.745	71,87	311.650	59,29

Tabela 1.: Učešće evropskih audiovizuelnih djela u 2019.g.

AUDIOVIZUELNA DJELA NEZAVISNIH PROIZVOĐAČA (AVD NP)										
Period	TVCG1		TVCG2		TV NOVA M		TV PRVA		TV VIJESTI	
	Prijavljena AVD NP (min)	% emitovanog programa	Prijavljena AVD NP (min)	% emitovanog programa	Prijavljena AVD NP (min)	% emitovanog programa	Prijavljena AVD NP (min)	% emitovanog programa	Prijavljena AVD NP (min)	% emitovanog programa
JAN –MAR	/	/	/	/	51.622	39,83	53.410	41,21	7.577	5,85
APR - JUN	/	/	/	/	54.797	41,82	56.545	43,15	8.986	6,86
JUL -SEP	/	/	/	/	42.746	32,27	64.055	48,35	5.827	4,40
OKT -DEC	/	/	/	/	35.074	26,47	69.490	52,45	7.145	5,39
UKUPNO	/	/	/	/	184.239	35,05	243.500	46,33	29.535	5,62

Tabela 2.: Učešće audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u 2019.g.

Pravilnik o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela, u skladu sa čl. 82 Zakona o elektronskim medijima, propisuje način na koji pružaoci AVM usluga na zahtjev („kablovski“ operatori) mogu realizovati svoje obaveze da promovišu proizvodnju i pristup evropskim djelima i to:

- 1) ulaganjem u proizvodnju ili kupovinom prava na evropska djela;

2) uključivanjem i/ili isticanjem evropskih djela u katalog programa koje nude.

Tri pružaoca AVM usluga („Crnogorski Telekom“ a.d. sa uslugom „Extra TV“, „Telemach“ d.o.o. sa uslugom „Telemach“, „MTEL“ d.o.o. sa uslugom „MTEL“) imaju u okviru svoje ponude i usluge prijema programskih sadržaja po zahtjevu (»Video on demand«). Uvidom u ovaj segment njihovih usluga, može se zaključiti da ovaj operator značajno može unaprijediti promociju proizvodnje i pristupa evropskim djelima.

6. Promjene u sastavu Savjeta Agencije

Sredinom decembra 2019. godine, mandat članova Budimira Damjanovića i Rajka Todorovića je istekao.

Skupština Crne Gore je 17. decembra 2019. godine, na Šestoj sjednici Drugog redovnog (jesenjeg) zasijedanja u 2019.g, donijela **Odluku o imenovanju dva člana Savjeta Agencije za elektronske medije** (Rajka Todorovića i Borisa Raonića)⁹.

U toku februara 2019. godine, Savjet Agencije je imenovao Gorana Vukovića za direktora Agencije. On je od 1. marta 2019. godine na tom mjestu zamijenio Abaza Džafića, koji je bio na čelu Agencije od njenog osnivanja 2003. godine.

ČLANOVI SAVJETA AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE (decembar 2019.g.)

- **Ranko Vujović**, kandidat udruženja komercijalnih emitera, predsjednik Savjeta
- **Prof. dr Saša Knežević**, kandidat univerziteta
- **Edin Koljenović**, kandidat nevladinih organizacija iz oblasti zaštite ljudskih prava i sloboda
- **Rajko Todorović**, kandidat Crnogorskog P.E.N. centra
- **Boris Raonić**, kandidat nevladinih organizacija iz oblasti medija

⁹ „Sl. list CG“, br. 70/19.

NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA

1. *Javni konkursi za dodjelu prava na emitovanje*

Javnim konkursom za dodjelu prava na emitovanje radijskih programa od 22.10.2020. godine¹⁰ raspisano je 24 frekvencije za FM radio, prvenstveno namijenjenih za komercijalne emitere, dok su zainteresovana lica, ukoliko su ispunjavala zakonom propisane uslove, mogla konkurisati za dobijanje statusa neprofitnog emitera.

Predmet konkursa bile su radio-frekvencije koje su Planom raspodjele radio-frekvencija iz opsega 87,5 – 108 MHz za FM radio namijenjene za emitovanje radijskih programa sa lokacija opredijeljenih za pokrivanje sljedećih opština: Andrijevića, Berane, Bijelo Polje, Cetinje, Danilovgrad, Gusinje, Kolašin, Mojkovac, Nikšić, Plav, Pljevlja, Plužine, Podgorica, Rožaje, Šavnik, Ulcinj i Žabljak.

Pošto u roku predviđenom nije pristigla nijedna prijava, Savjet Agencije je na sjednici održanoj dana 27. novembra 2019. godine donio Rješenje o obustavljanju postupka po javnom konkursu za dodjelu prava na emitovanje opštih ili specijalizovanih radijskih programa¹¹.

2. *Izdavanje novih odobrenja za pružanje AVM usluga*

Po osnovu podnesenog zahtjeva za izdavanje odobrenja za emitovanje specijalizovanog televizijskog programa Javnog preduzeća „Radio i Televizija Crne Gore“, Agencija je izdala Odobrenje za emitovanje specijalizovanog televizijskog programa „TVCG HD“, čime je steklo status emitera i pravo da posredstvom elektronskih komunikacionih mreža emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika (Odobrenje br. O-TV-J-9)¹². Odobrenje je izdato sa periodom važenja do 09.02.2019. godine, odnosno za vrijeme održavanja izbora za crnogorskog predstavnika na „Eurosong-u“, u okviru emisije „Montevizija“.

Po osnovu podnesenog zahtjeva lokalnog javnog emitera „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog, Agencija je izdala Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „Televizija Herceg Novi“. Time ono steklo pravo da posredstvom elektronskih komunikacionih mreža emituje televizijski program namijenjen neodređenom broju korisnika (Odobrenje br. O-TV-J-8)¹³. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od 10 godina, odnosno do 12.07.2029.godine.

Po osnovu podnesenih zahtjeva za izdavanje odobrenja za emitovanje specijalizovanih televizijskih programa privrednog društva „MANIX“ d.o.o., Agencija je izdala dva nova odobrenja za emitovanje specijalizovanih televizijskih programa „TV MNE SPORT 2“ (Odobrenje br. O-TV-K-27)¹⁴ i „TV MNE SPORT 3“ (Odobrenje br. O-TV-K-28)¹⁵. Emiter je stekao status emitera specijalizovanih televizijskih programa i pravo da posredstvom elektronskih komunikacionih mreža emituje ove programe namijenjene neodređenom broju korisnika.

3. *Smanjenje zone pokrivanja*

Po osnovu obavještenja privrednog društva „Boin“ d.o.o. iz Podgorice, emitera opšteg televizijskog programa „TV Boin“, da namjerava da nastavi emitovanje svog programa samo na

¹⁰ Akt Savjeta Agencije br. 01-1161 od 22.10.2019.g.

¹¹ Akt Savjeta Agencije br. 01-1161/ 1 od 27.11.2019.g.

¹² Akt Agencije br. 02-114/3 od 04.02.2019.g.

¹³ Akt Agencije br. 02-904/1 od 12.07.2019.g.

¹⁴ Akt Agencije br. 02-215/1 od 26.02.2019.g.

¹⁵ Akt Agencije br. 02-216/1 od 26.02.2019.g.

teritorijama opština Podgorica, Tuzi i Ulcinj, putem kablovske distribucione mreže „Mtel“, Agencija je donijela Rješenje¹⁶ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-TV-K-03, kojim je umanjena naknada za emitovanje zbog smanjenja zone servisa.

Po osnovu obavještenja privrednog društva „**Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić**“ d.o.o. iz **Nikšića**, javnog emitera radijskog programa „**Radio Nikšić**“, da namjerava da prekine emitovanje ovog programa u opštinama Plužine i Šavnik, Agencija je donijela Rješenje¹⁷ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-J-10, kojim je emiteru smanjena zona pokrivanja, kao i naknada za emitovanje.

Po osnovu obavještenja privrednog društva „**Antena M**“ d.o.o. iz **Podgorice**, emitera radijskog programa „**Radio Antena M**“, da namjerava da prekine emitovanje ovog programa u opštini Pljevlja, Agencija je donijela Rješenje¹⁸ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-03, kojim je emiteru smanjena zona pokrivanja, kao i naknada za emitovanje.

4. *Promjena vlasničke strukture imalaca odobrenja za pružanje AVM usluga*

Saglasno Zakonu o elektronskim medijima, Savjet Agencije je dao **prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture** privrednog društva „Zen Master Production“ d.o.o. iz Herceg Novog (PIB: 02798484), **emitera „Novi TV“**, kojom je odobren prenos 100% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika Mitropolije Crnogorsko-primorske iz Cetinja na novog vlasnika Pericu Đakovića iz Herceg Novog¹⁹.

Takođe, Savjet Agencije je dao **prethodnu saglasnost za indirektnu promjenu vlasničke strukture** privrednog društva „Adria Topco B.V“ (reg. br. 58908773) iz Holandije, indirektnog vlasnika „United Group B.V“, koji je indirektni vlasnik privrednog društva „Direct Media“ d.o.o. Beograd, osnivača privrednog društva „Nova M“ d.o.o. iz Podgorice, emitera opšteg televizijskog programa „TV Nova M“. Ovom promjenom je izvršen prenos vlasničkog udjela sa dosadašnjeg indirektnog vlasnika - privrednog društva „Adria Topco B.V“ (reg. br. 58908773) iz Holandije na novog vlasnika - privredno društvo „Summer BidCo B.V.“ (reg. br. 71716734) iz Holandije²⁰.

5. *Poštovanje programske strukture*

Medijsku sliku Crne Gore danas čini 75 elektronskih medija što je značajan broj za populaciju veličine Crne Gore.

Značajna je i činjenica da se ovi mediji po mnogo čemu razlikuju. Čine ih 53 radijska i 22 televizijska programa. Među njima ima javnih, neprofitnih i komercijalnih medija, lokalnog, regionalnog ili nacionalnog pokrivanja.

Televizijski programi se, većinom, emituju putem platformi sa uslovnim pristupom. Putem zemaljske platforme sa slobodnim pristupom (besplatna televizija) svoj program na nacionalnom nivou, emituju nacionalni javni emiter (RTCG) sa dva televizijska programa (TVCG1 i TVCG2), kao i emiteri TV Vijesti, TV Prva i TV Nova M. Putem lokalnih multipleksa, slobodnim pristupom se može pratiti program TV Teuta i TV Boin (opština Ulcinj), TV Boin (opštine Podgorica i Tuzi). Pravo na emitovanje putem lokalnih multipleksa sa slobodnim pristupom, imaju i programi lokalnih javnih emitera (Televizija Budva, Televizija Nikšić i Televizija Pljevlja), za područje opština čije su skupštine opština osnivači ovih medija.

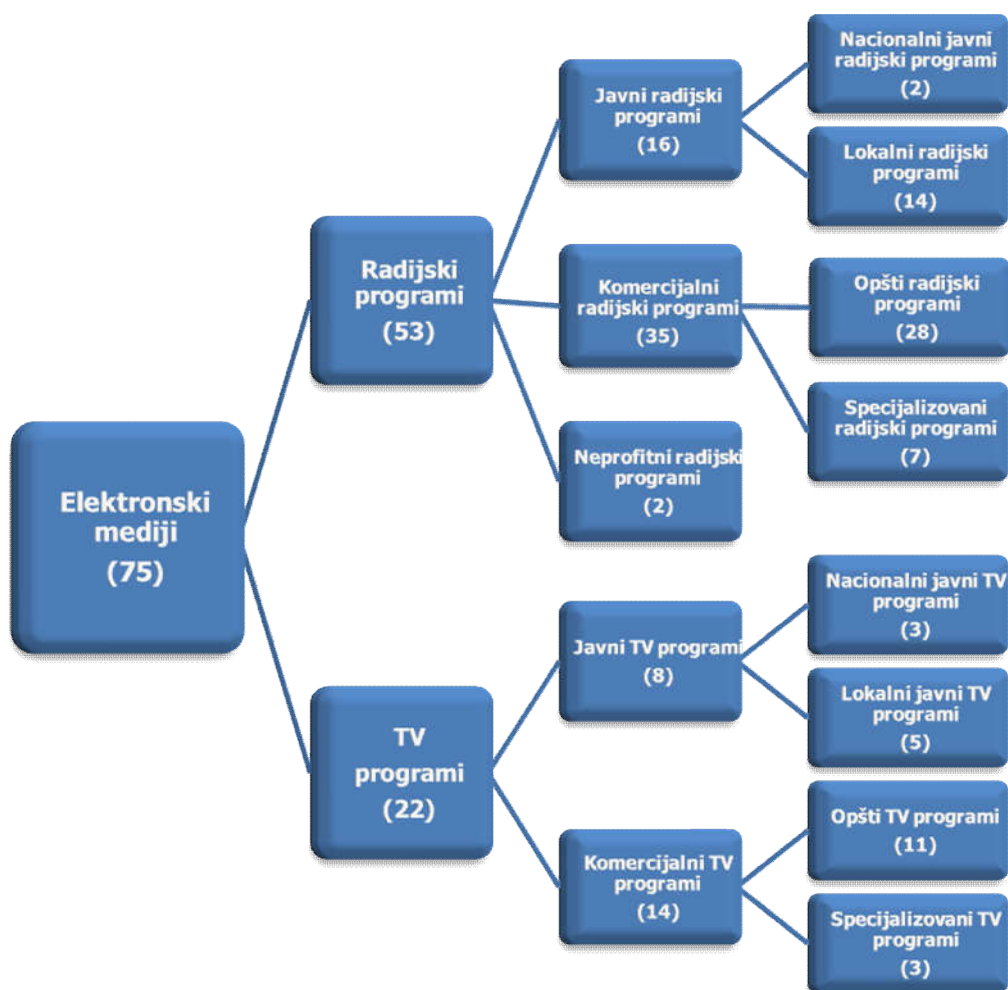
¹⁶ Akt Agencije br. 02-1051/2 od 27.09.2019.g.

¹⁷ Akt Agencije br. 02-277/1 od 01.03.2019.g.

¹⁸ Akt Agencije br. 02-1447 od 26.12.2019.g.

¹⁹ Akt Savjeta Agencije br. 01-1300/1 od 24.12.2019.g.

²⁰ Akt Savjeta Agencije br. 01-90/1 od 23.01.2019.g.



Grafik 3.: Elektronski mediji u Crnoj Gori (struktura po grupama, broj)

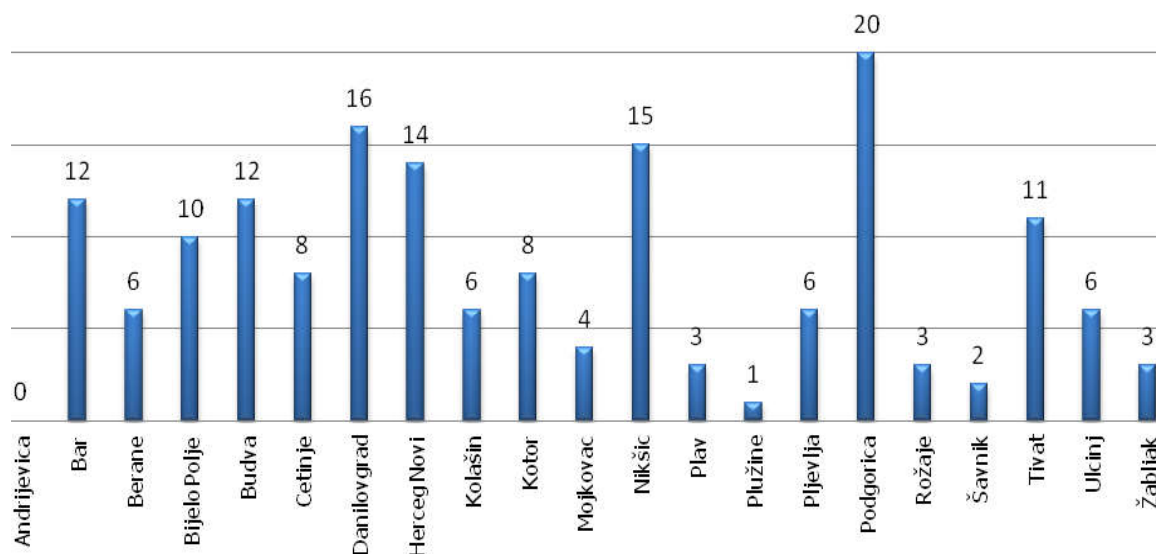
Radijski emiteri su većinom zainteresovani za područja većih opština u centralnoj i primorskoj regiji. Od ukupnog broja, 24 su programi sa lokalnim pokrivanjem (od čega čak 13 programa pokriva područje samo jedne opštine), šest regionalnih i pet programa sa nacionalnim pokrivanjem. Primjera radi, opština Podgorica pokrivena je signalom 20 komercijalnih radijskih programa, dok je ukupno devet opština (sve u sjevernom regionu) pokriveno signalom manje od pet komercijalnih radijskih programa.

Prosječni radijski program sadrži oko 67% muzike i 33% različitih nemuzičkih sadržaja. Ovaj nemuzički sadržaj emiteri uglavnom proizvode sami. Učešće reemitovanog i kupljenog programa je veoma malo.

Po vrsti sadržaja koji proizvode radijski emiteri, u prosjeku, dominira informativni program, približno 40%. Za njim slijede emisije zabavnog sadržaja, oko 30%. Treba imati u vidu da je ovo podatak koji pokazuje prosjek. Na njega utiču prije svega radijski programi javnih emitera koji imaju značajno učešće informativnog programa. Sa druge strane, kod velikog broja komercijalnih programa ovaj odnos ide u korist zabavnog sadržaja. Da je prisustvo informativnog sadržaja većinom motivisano zakonskom obavezom²¹, potvrđuje podatak da postoje radijski emiteri koji centralne informativne emisije emituju u periodu između 23 i 6 sati. Informativni sadržaji se reemituju kod

²¹ Članom 59 Zakona o elektronskim medijima propisano je da je emiter dužan da dnevno emituje najmanje 12 sati programa i da najmanje 10% ukupnog nedjeljnog programa posveti objavljivanju vijesti i informacija iz zone pokrivanja. Takođe, emiter je dužan da dnevno emituje informativni program u trajanju od najmanje 30 minuta u okviru kojeg najmanje jednu informativnu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta.

značajnog broja emitera, često iz istog izvora, što sve zajedno ne doprinosi pluralizmu i raznovrsnosti ove vrste sadržaja.

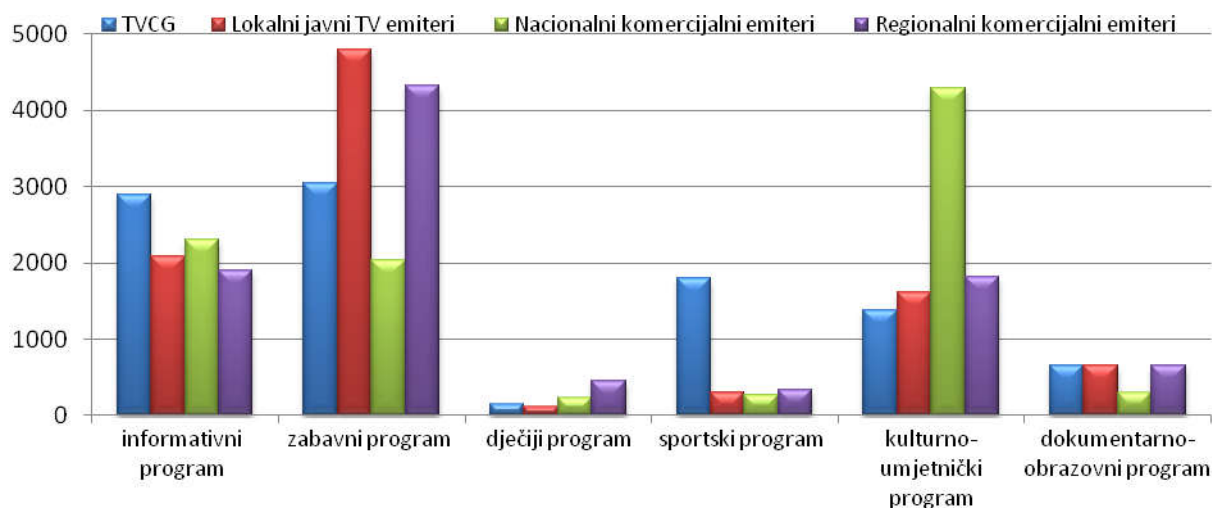


Grafik 4.: Broj radijskih programa koji su dostupni na području određene opštine

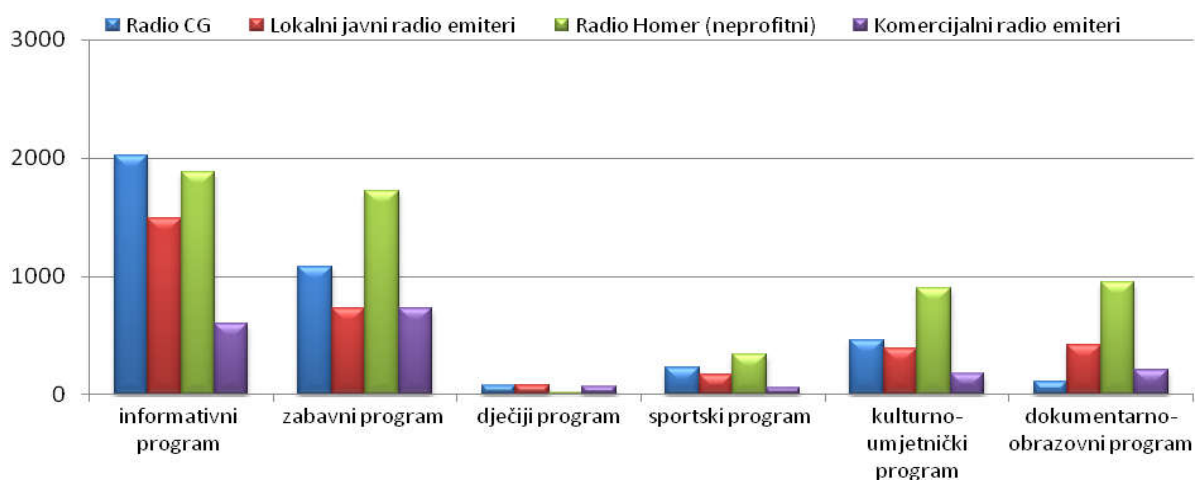
Emisija kulturno-umjetničkog i dokumentarno-obrazovnog karaktera, zajedno, ima nešto oko 30%. Na radiju ima najmanje emisija posvećenih sportu i dječjeg programa, prosječno 6%, odnosno 2%. Činjenica da nema sadržaja za djecu kod većine radijskih programa, ili ih ima veoma malo, formira nove obrasce ponašanja mlađe publike. Radijski program je, generalno, prilagođen činjenici da se radio većinom sluša u automobilu ili preko online platformi pa ga odlikuju kratke, nezahtjevne forme sadržaja sa velikim učešćem muzike.

Crnogorske televizije u prosjeku proizvode 30% sopstvenog programa, reemituju 8% programa, a najveće učešće u strukturi ukupnog emitovanog programa ima kupljeni program, 49%. Dominacija kupljenog programa se prije svega odnosi na filmski i serijski program, ali i na neke programe po licenciranom formatu. Naročito je zastupljen serijski program, što je na liniji opšteg trenda rutinizacije gledalaca. Program manjih, regionalnih televizija odlikuje značajno prisustvo sadržaja koji proizvode različite nezavisne produkcije (obično iz regiona) i besplatno ustupaju ili objavljuju na YouTube platformi. Ovakvi sadržaji često imaju za cilj prikriveno oglašavanje. Kod ne malog broja televizijskih emitera, čak i nekih javnih, značajno je učešće muzičkih spotova u cjelodnevnom programu. Po vrsti sadržaja, dominira zabavni program, oko 32%, slijedi kulturno-umjetnički program, blizu 23%. Informativa u prosjeku čini 21% programa. Dokumentarno-obrazovni, sportski i dječji program zajedno čine oko 16% programa i predstavljaju najmanje zastupljene kategorije u televizijskom emitovanju. Najmanje, kao i kod radijskog emitovanja, ima dječjeg programa, oko 3%. Kod televizijskog emitovanja skoro da nema programa na znakovnom jeziku ili programa, drugim tehnikama, prilagođenog osobama sa invaliditetom.

Televizijski program domaćih medija je, za razliku od radijskog, značajno izložen međunarodnoj, prije svega regionalnoj, konkurenciji. Imajući u vidu da skoro 90% crnogorskih domaćinstava televiziju gleda putem neke vrste „kablovske“ distribucije, savremeni trendovi televizijskog emitovanja se brzo prenose i na program crnogorskih televizija. Uslijed ovog trenda, televizijske programe odlikuju duge kolažne forme, koje obrađuju ozbiljne društveno-političke teme i zabavu, ali i kraći, nepretenciozni zabavni sadržaji.



Grafik 5.: Učešće pojedinih kategorija programa na programu crnogorskih televizija (prosjeak, minuti)



Grafik 6.: Učešće nemuzičkih kategorija sadržaja u radijskim programima (prosjeak, minuti)²²

*

* *

²² Podaci koji se odnose na radijske programe lokalnih javnih emitera su izvedeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja.

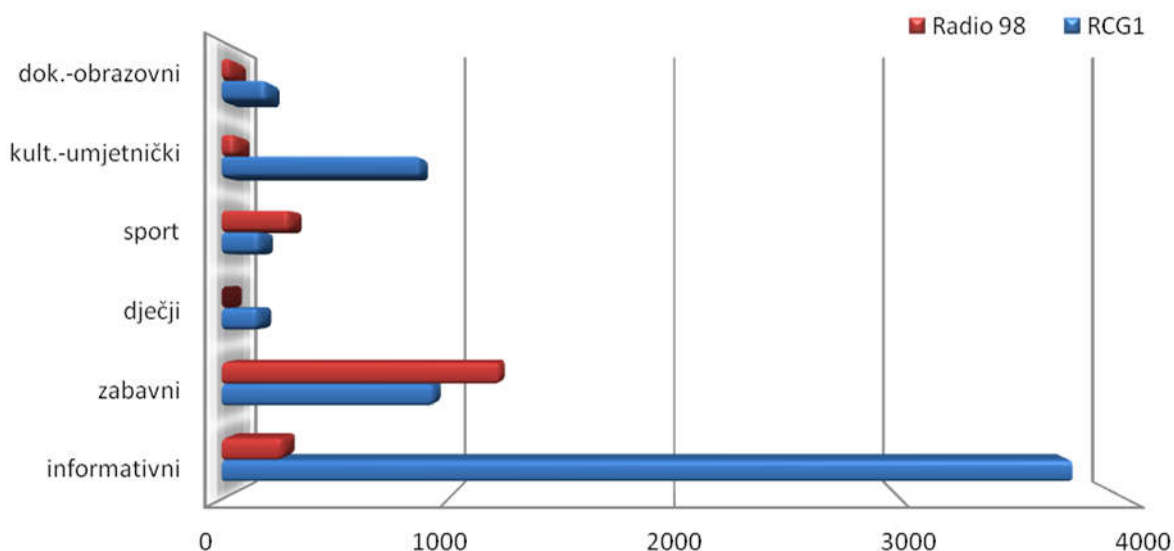
Programska struktura radio emitera

Radio Crne Gore²³

Prvi program Radija Crne Gore, u prosjeku, na sedmičnom nivou, emituje program koji sadrži 40% muzike i 66% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). Ukupno emitovani nemuzički sadržaj, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni program, 37%. U strukturi programa, po vrsti, slijede zabavni i kulturno-umjetnički program sa učešćem od po 9%. Dokumentarno-obrazovni program ima učešće od 2%, a dječji i sportski po 1,5%.

Na Drugom programu Radija Crne Gore - Radio 98, u prosjeku, na sedmičnom nivou, emituje se program koji sadrži 81% muzike i 19% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). U strukturi nemuzičkog sadržaja (po vrsti) dominantan je zabavni program, 12%. Slijede sportski (3%) i informativni (2,6%). Kulturno-umjetnički i dokumentarno-obrazovni sadržaji imaju učešće manje od 1%, dok dječjeg programa u posmatranom periodu nije bilo.

Upoređujući strukturu Prvog i Drugog programa Radija Crne Gore, po vrsti nemuzičkog sadržaja, informativni program predstavlja dominantnu karakteristiku RCG1, dok Radio 98 ima dominantno sportski sadržaj.



Grafik 7.: Struktura po vrsti sadržaja (RCG1 vs Radio 98), minuti

Lokalni javni radio emiteri²⁴

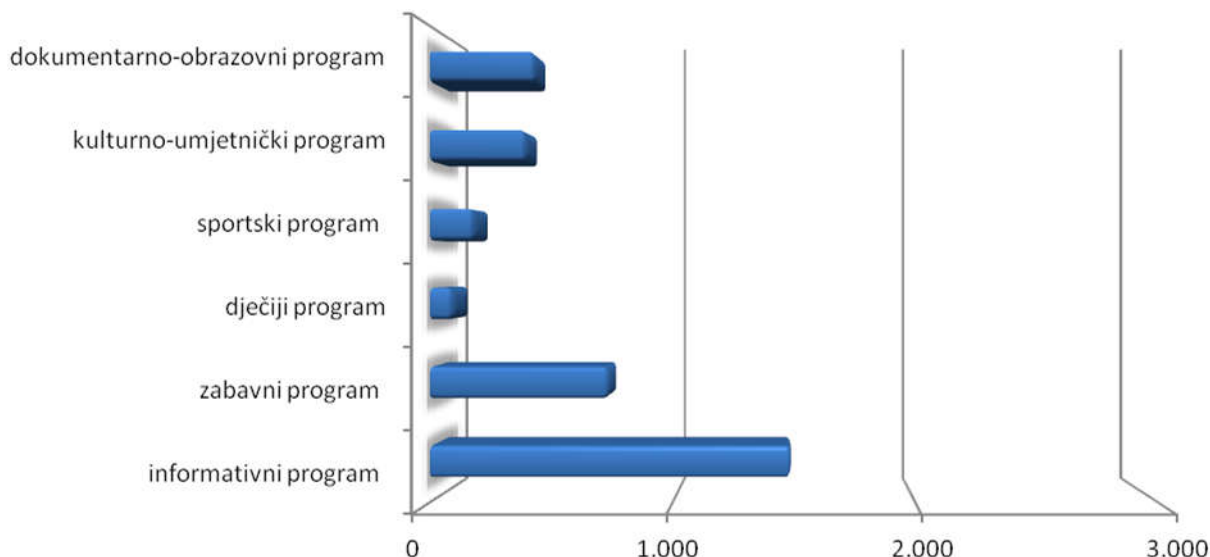
Saglasno članu 55 stav 5 Zakona o elektronskim medijima, emiter je dužan da emitovane programske sadržaje čuva u skladu sa propisima kojima se uređuje oblast medija i propisima kojima se uređuje zaštita kulturnih dobara. Članom 34 Zakona o medijima je propisano da je medij dužan da čuva tekstove, odnosno snimke informacija, najmanje 30 dana poslije objavljivanja i da ih daje na uvid licima koja, po odredbama ovog zakona, imaju pravo na ispravku i odgovor.

Imajući u vidu navedeno i činjenicu da lokalni javni radio emiteri pokrivaju područja van servisne zone Podgorica, za nesmetano vršenje nadzora nad izvršavanjem obaveza emitera neophodno je da emiteri izvršavaju obavezu čuvanja snimaka emitovanog programa, što nije slučaj. Na ponovljene zahtjeve Agencije koji su se odnosili na ostvarivanja uvida u snimke emitovanih programskih sadržaja, odgovorila su svega dva javna emitera.

²³ „Analiza programske strukture nacionalnog javnog emitera (RTCG)“, akt Agencije br. 02-1341 od 29.11.2019. godine.

²⁴ „Analiza programske strukture lokalnih javnih radio i TV emitera“

Imajući u vidu navedeno, podaci koji se odnose na lokalne javne radio emitere su dobijeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja za emitovanje. Prema tome, programske strukture radijskih programa lokalnih javnih emitera, u prosjeku na sedmičnom nivou, sadrže 67% muzike i 33% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja, zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju informativni i zabavni sadržaji, dok je najmanje sadržaja namijenjenih djeci.



Grafik 8.: Struktura po vrsti sadržaja lokalnog javnog radijskog programa (prosjeak, minuti)

Komercijalni radio emiteri²⁵

Zakonom o elektronskim medijima (član 104) je propisano da odobrenje za emitovanje obavezno sadrži i podatke o strukturi programa²⁶. U toku 2019. godine, Agencija za elektronske medije je vršila izmjene i dopune izdatih odobrenja za emitovanje komercijalnih radijskih programa u dijelu koji se odnosi na dodavanje Aneksa 2²⁷, koji sadrži podatke o strukturi programa i drugim programskim obavezama u skladu sa podnesenom prijavom na javni konkurs ili zahtjevom za izdavanje odobrenja.

U postupku izmjene odobrenja, izvršen je monitoring i utvrđeni kvantitativni elementi koji se odnose na emitovani program, te njihovo upoređivanje sa podacima iz prijave na javni konkurs. Kod emitera kod kojih nijesu utvrđena značajna odstupanja, odnosno za koje je utvrđeno da realizuju strukturu programa i druge programske obaveze u skladu sa podnesenom prijavom na javni konkurs, izvršena je izmjena odobrenja na način da je izdat Aneks 2 odobrenja sa podacima iz prijave.

Kod 60% komercijalnih radijskih programa su utvrđena značajna odstupanja, odnosno utvrđeno je da ne realizuju strukturu programa i druge programske obaveze u skladu sa podnesenom prijavom na javni konkurs. Protiv emitera ovih programa je pokrenut postupak u kojem je naloženo da se ili izvrši usklađivanje strukture programa sa podacima iz prijave ili podnese zahtjev za dobijanje saglasnosti Savjeta Agencije za elektronske medije za značajnu izmjenu strukture programa²⁸.

²⁵ „Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera“

²⁶ Poglavljem 2 „Struktura programa i druge programske obaveze“ iz odobrenja za emitovanje, propisano je da su emiteri dužni da se pridržavaju programske šeme odnosno strukture programa koja je dostavljena prilikom izdavanja odobrenja i da u pisanoj formi obavijeste Agenciju o nastalim promjenama, a o svim značajnijim planiranim promjenama strukture programa zatraže saglasnost Savjeta Agencije za elektronske medije.

²⁷ Radio Elmag, Radio Svetigora, Radio Teuta, TDI Radio, Radio Krš.

²⁸ Članom 58 Zakona o elektronskim medijima propisano je da je emiter dužan da, u pisanoj formi, o svim značajnijim planiranim promjenama strukture radijskog ili televizijskog programa koje emituje zatraži saglasnost Agencije. Značajnija promjena strukture programa je svaka promjena koja predstavlja izmjenu veću od 10% strukture programa na osnovu koje je dobijeno odobrenje za emitovanje.

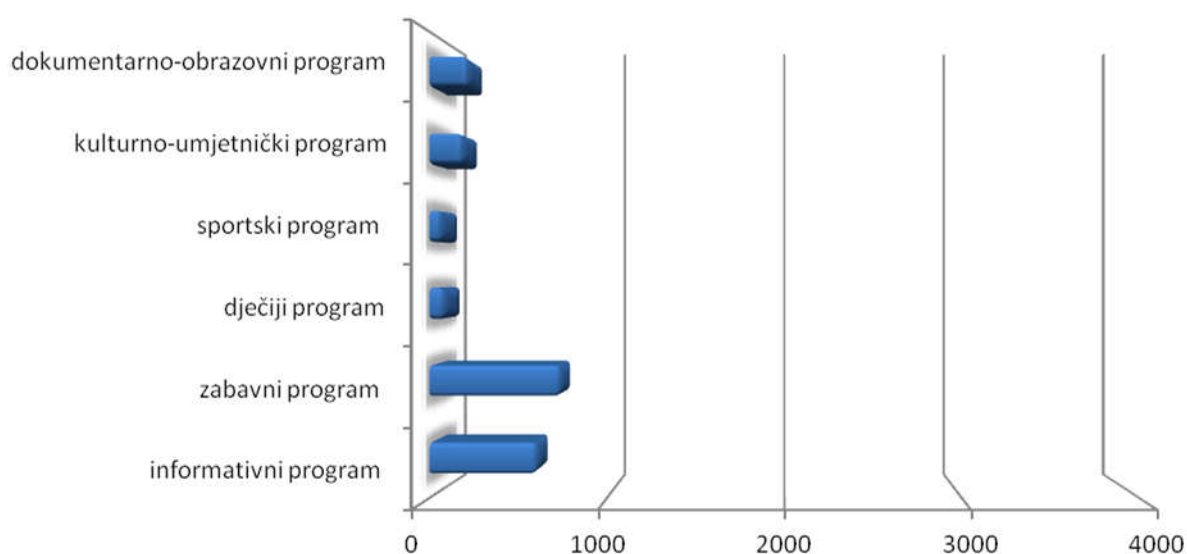
U toku 2019. godine, Savjet Agencije za elektronske medije je izdao 13 saglasnosti za značajnu izmjenu strukture komercijalnih radijskih programa. Na osnovu toga, isto toliko odobrenja je izmijenjeno dodavanjem Aneksa 2 - Struktura programa.

Ukupno posmatrano, u periodu od 2017 do 2019. godine, izvršena je izmjena 30 odobrenja za emitovanje komercijalnim radijskih programa, u dijelu koji se odnosi na izdavanje Aneksa 2, dok za pet komercijalnih radijskih emitera postupak dopune odobrenja nije završen.

Prosječni komercijalni radijski program, prema programskim strukturama iz izdatih odobrenja, na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 82% muzike i 18% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru).

Od različitih nemuzičkih sadržaja, 93% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od 5% a kupljeni sadržaj 2%.

Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju zabavne emisije i informativni sadržaji, dok je najmanje sportskog i sadržaja namijenjenog djeci.



Grafik 9.: Struktura po vrsti sadržaja komercijalnog radijskog programa (prosjeck, minuti)

*

* *

Neprofitni emiteri²⁹

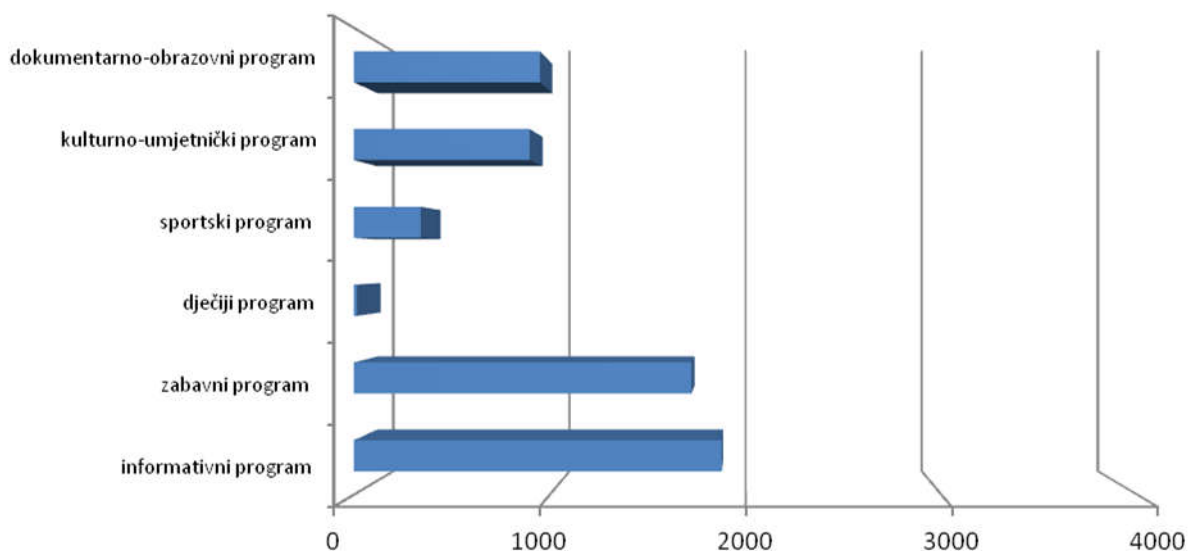
Saglasno izdatim odobrenjima, status neprofitnog emitera posjeduju NVO „Kulturni centar Homer“ za emitovanje radijskog programa „Radio Homer“ i „Mešihat Islamske zajednice u Crnoj Gori“ za emitovanje radijskog programa „Radio Fatih“.

Ukupno emitovani program, na sedmičnom nivou, sadrži 66% muzike i 34% sadržaja različite vrste (prosjeck za dva neprofitna emitera).

Radio Homer emituje 5.810 minuta sedmično, odnosno 830 minuta dnevno (oko 14 sati) različitih sadržaja, dok ostatak emitovanog vremena predstavlja muzika. Sopstvena produkcija čini 44,46% ukupno emitovanog programa (4.482 minuta sedmično), kupljenog programa ima 6,95% (700 minuta sedmično), dok je reemitovanog 6,23% (628 minuta na sedmičnom nivou).

²⁹ „Informacija o poštovanju uslova iz izdatog odobrenja - neprofitni emiteri“, akt Agencije br. 02-1237 od 04.11.2019. godine.

Monitoringom je utvrđeno da se u okviru programa „Radio Fatih“ sadržaji emituju nasumično, bez formatiranja cjelokupnog identiteta radijskog programa, bez vertikalnog (u toku dana) i horizontalnog (iz dana u dan) raspoređivanja, bez adekvatnog dnevnog ritma i odvajanja posebnih programskih cjelina. Zbog toga se emitovani programski sadržaji mogu procjenjivati jedino pojedinačno (jer ne predstavljaju dio formatirane i odobrene programske osnove i programske šeme). Imajući u vidu navedeno, nije se moglo izvršiti jasno strukturiranje programa ovog radijskog programa kako po produkcijskom izvoru, tako ni po vrsti sadržaja. Zbog uočenog odstupanja, pokrenut je postupak, ali emiter još nije izvršio usaglašavanje emitovanja programa sa uslovima iz odobrenja.



Grafik 10.: Struktura po vrsti sadržaja radijskog programa „Radio Homer“ (minuti)

*

* *

Programska struktura televizijskih emitera

Televizija Crne Gore³⁰

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG1 dominantna je sopstvena produkcija (73%). Kupljeni program ima učešće od 21% ukupno emitovanog programa, dok je učešće reemitovanog programa 2%.

Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni sadržaj, 46%. Radnim danima se emituje i informativna emisija na albanskom jeziku, kao i jedna informativna emisija na gestovnom govoru. Jednom sedmično se emituje polučasovni programski sadržaj na romskom jeziku.

Zabavni program čini 23%, dok kulturno-umjetnički program čini 16%. Slijedi dokumentarno-obrazovni program sa 10% ukupnog emitovanog sadržaja.

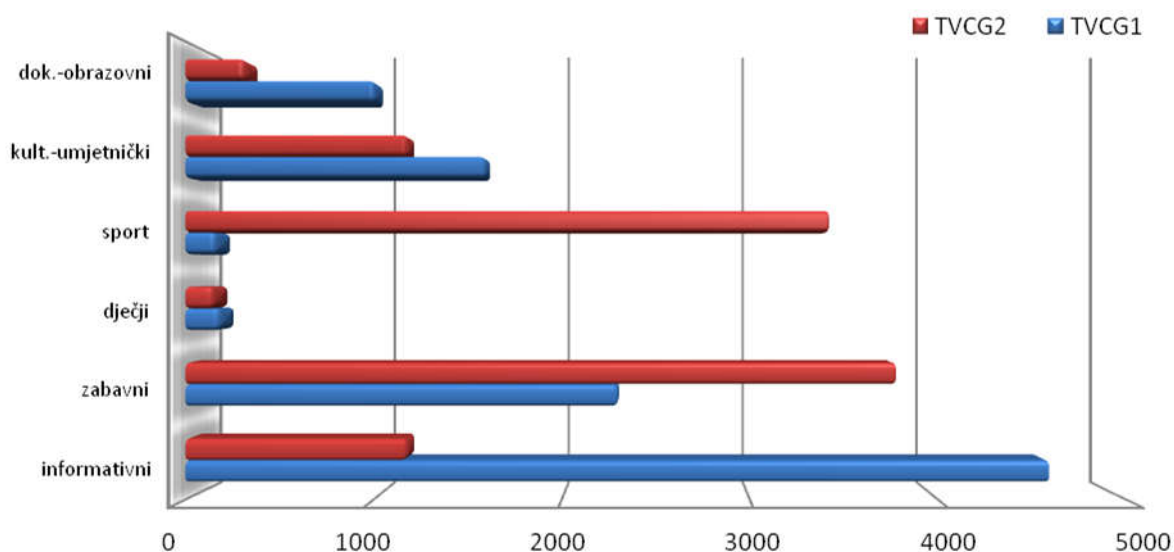
Najmanje učešće u strukturi programa po vrsti čine sportski i dječji program sa po približno 1,5% emitovanog sadržaja (na sedmičnom nivou).

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG2 dominantna je sopstvena produkcija (57%). Kupljeni program čini 20%, a reemitovani 3%.

Ukupno emitovani program RTCG2, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno zabavni program, 38%. Slijedi sportski program sa 34% ukupnog programa. Kulturno-umjetnički

³⁰ „Analiza programske strukture nacionalnog javnog emitera (RTCG)“, akt Agencije br. 02-1341 od 29.11.2019. godine.

program i informativni sadržaji imaju učešće od po 12%. Dokumentarno-obrazovni program u ukupnoj strukturi ima učešće od 3%, a dječji nešto iznad 1%.



Grafik 11.: Struktura po vrsti sadržaja (TVCG1 vs TVCG2), minuti

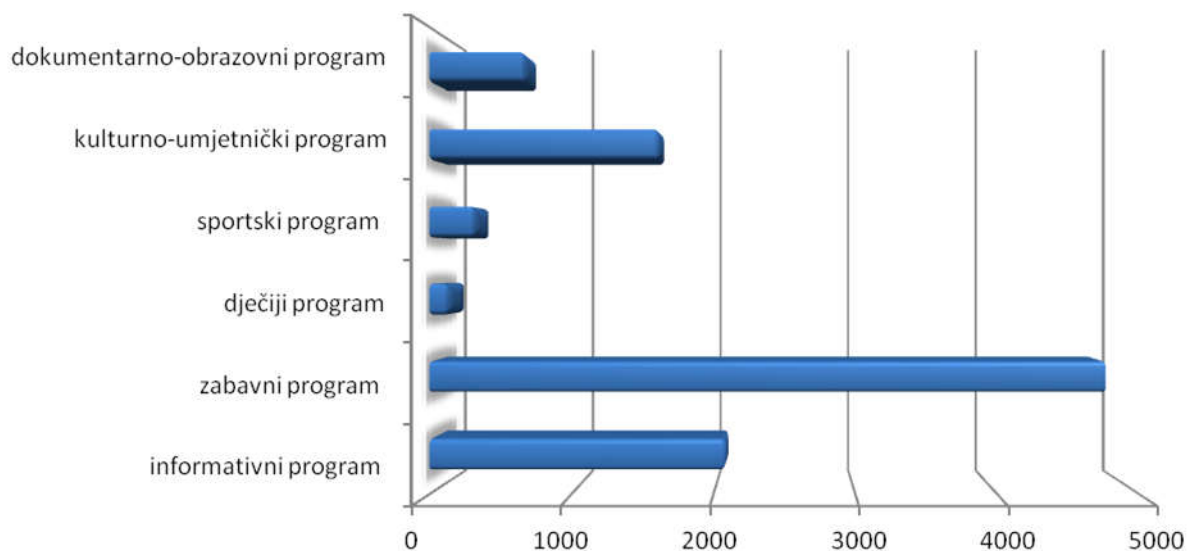
*

* *

Lokalni javni televizijski emiteri³¹

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom televizijskom programu lokalnih javnih emitera dominantan je (prosječno) kupljeni program, dok je najmanje reemitovanog programa.

Ukupno emitovani program u prosjeku, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno zabavni sadržaj, oko 50%. Informativni program čini približno 22%. Najmanje učešće u strukturi programa po vrsti čine dječji i sportski program.



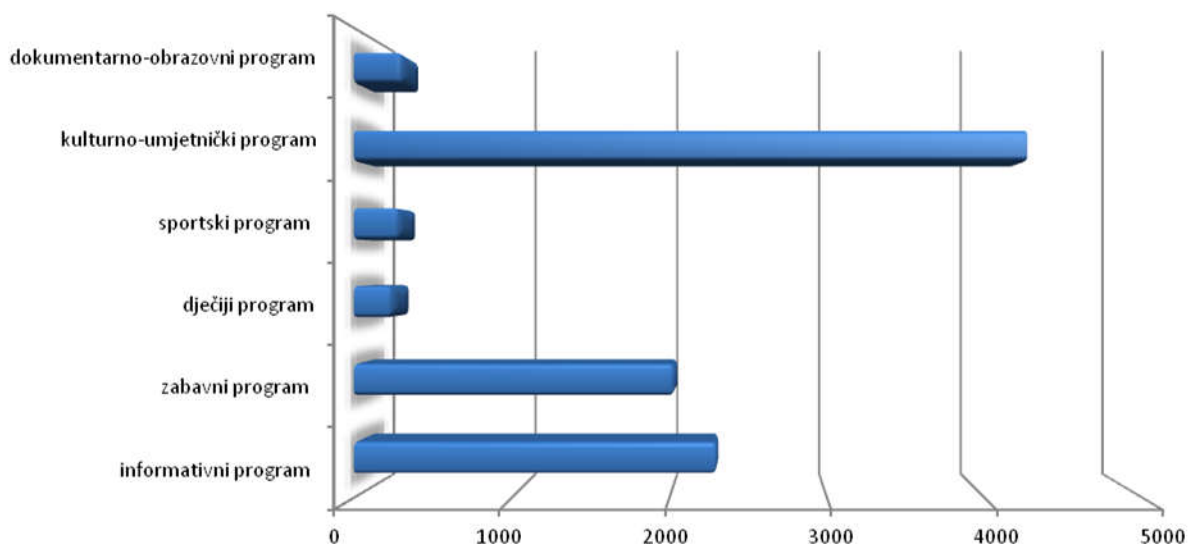
Grafik 12.: Struktura po vrsti sadržaja televizijskih programa lokalnih javnih emitera (prosječno, minuti)

³¹ „Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera“, akt Agencije br. 02-1167 od 23.10.2019. godine.

Komercijalni televizijski emiteri sa nacionalnom pokrivenošću³²

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu nacionalnih komercijalnih televizijskih emitera dominantan je (prosječno) kupljeni program (62%). Sopstvena produkcija ima učešće od 19% ukupno emitovanog programa, dok reemitovani sadržaj čini 11%.

Ukupno emitovani program u prosjeku, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno kulturno-umjetnički program (43%), informativni program čini 23%, dok zabavni sadržaj čini 20%. Dječijeg, dokumentarno-obrazovnog i sportskog programa ima značajno manje.



Grafik 13.: Struktura po vrsti sadržaja programa nacionalnih komercijalnih televizijskih emitera (prosjeak, minuti)

*

* *

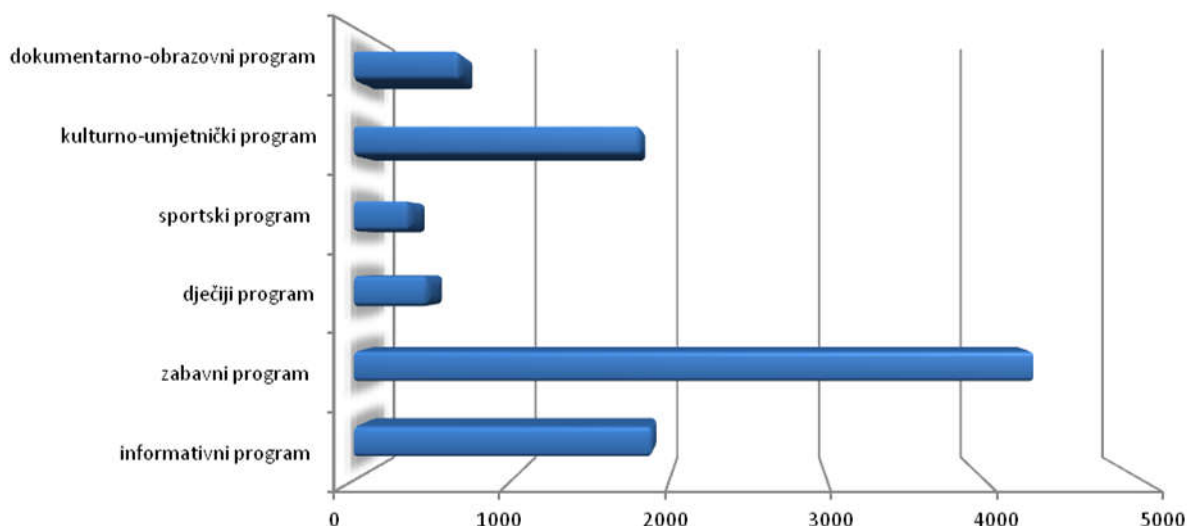
Komercijalni televizijski emiteri sa regionalnom pokrivenošću³³

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu regionalnih televizijskih komercijalnih emitera dominantan je (prosječno) kupljeni program (60%). Sopstvena produkcija ima učešće od 17% ukupno emitovanog programa, dok reemitovani sadržaj čini 8%.

Ukupno emitovani program u prosjeku, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno zabavni sadržaj (43%). Slijede informativni sa 18% i kulturno-umjetnički (17%). Dječijeg, dokumentarno-obrazovnog i sportskog programa ima značajno manje.

³² „Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem“, akti Agencije br. 02-746 od 11.06.2019. g. i br. 02-1379 od 16.12.2019. godine.

³³ „Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem“, akt Agencije br. 02-1253 od 14.11.2019. godine.



Grafik 14.: Struktura po vrsti sadržaja programa regionalnih komercijalnih televizijskih emitera (prosjeak, minuti)

6. Promjene naziva i identifikacionog znaka medija

Zbog promjene naziva i identifikacionog znaka medija, Agencija je:

- Privrednom društvu „Topolica“ d.o.o. iz Bara, **izmijenila Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „Urban Radio“** br. O-R-K-16³⁴ (raniji naziv/ identifikacioni znak medija je bio „F Radio“);
- Privrednom društvu „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice, **izmijenila Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „TV 7“** br. O-TV-K-08³⁵ (raniji naziv/identifikacioni znak medija je bio „777 TV Lutrija Crne Gore“);
- Privrednom društvu „Manix“ d.o.o. iz Podgorice, **izmijenila Odobrenje za emitovanje specijalizovanog televizijskog programa „TV MNE SPORT 1“** br. O-TV-K-26³⁶ (raniji naziv/identifikacioni znak medija je bio „TV MNE SPORT“).

7. Promjena statusa medija

Poglavljem 2 „Struktura programa i druge programske obaveze“ iz izdatih odobrenja za emitovanje, propisano je da su emiteri dužni da se pridržavaju programske šeme odnosno strukture programa koja je dostavljena prilikom izdavanja odobrenja i da u pisanoj formi obavijeste Agenciju o nastalim promjenama, a o svim značajnijim planiranim promjenama strukture programa zatraže saglasnost Savjeta Agencije za elektronske medije.

Članom 58 Zakona o elektronskim medijima propisano je da je emiter dužan da, u pisanoj formi, o svim značajnijim planiranim promjenama³⁷ strukture radijskog ili televizijskog programa koje emituje zatraži saglasnost Agencije.

³⁴ Akt Agencije br. 02-203/1 od 19.02.2019.g.

³⁵ Akt Agencije br. 02-986/1 od 17.09.2019.g.

³⁶ Akt Agencije br. 02-214/1 od 22.02.2019.g.

³⁷ Značajnija promjena strukture programa, u smislu ove odredbe, je svaka promjena koja predstavlja izmjenu veću od 10% strukture programa na osnovu koje je dobijeno odobrenje za emitovanje. Zakon je takođe propisao da Agencija može emiteru uskratiti saglasnost za promjenu strukture programa ukoliko utvrdi da bi u području koje se pokriva određenim radijskim ili televizijskim programom došlo do nedostatka određene vrste programskih sadržaja za koje je emiter dobio odobrenje za emitovanje (član 58 Zakona o el. medijima).

Nakon dobijanja saglasnosti Savjeta Agencije za elektronske medije za značajnu promjenu programske strukture, što je uključivalo i **promjenu statusa** (prelazak sa opštih na specijalizovane programe), Agencija je sljedećim emiterima izmijenila odobrenja za emitovanje i dodijelila status specijalizovanih radijskih programa³⁸:

- **NVO „Stereotip“** iz Podgorice, emiteru specijalizovanog muzičkog radijskog programa „**Radio City**“ br. O-R-K-45³⁹;
- **NVO „Udruženje Roma Crne Gore“** iz Podgorice, emiteru specijalizovanog muzičkog radijskog programa „**Romski Radio**“ br. O-R-K-44⁴⁰;
- **privrednom društvu „Eurogum“ d.o.o.** iz Cetinja, emiteru specijalizovanog muzičkog radijskog programa „**Radio Star FM**“ br. O-R-K-06⁴¹;
- **NVO „Skadar Lake“** iz Podgorice, emiteru specijalizovanog muzičkog radijskog programa „**Radio Skadar Lake**“ br. O-R-K-34⁴²;
- **privrednom društvu „083 Vučeljić“ d.o.o.** iz Nikšića, emiteru specijalizovanog muzičkog radijskog programa „**Radio 083**“ br. O-R-K-40⁴³;
- **privrednom društvu „Hit FM“ d.o.o.** iz Herceg Novog, emiteru specijalizovanog zabavnog radijskog programa „**Radio S2**“ br. O-R-K-07⁴⁴;
- **privrednom društvu „OKI AIR BROADCASTING“ d.o.o.** iz Podgorice, emiteru specijalizovanog muzičkog radijskog programa „**Radio Mag**“ br. O-R-K-53⁴⁵.

8. Promjena programske strukture komercijalnih emitera

Zbog manjih izmjena programske strukture, Agencija je izmijenila odobrenja za emitovanje u dijelu koji se odnosi na strukturu programa (tačka 2.1. Odobrenja za emitovanje i Aneks 2) sljedećim emiterima:

- **NVO „Studentska Aktivna Frekvencija Radijske Avangarde“ iz Podgorice**, za emitovanje opšteg radijskog programa „**Radio Krš**“⁴⁶;
- **privrednom društvu „MIR & TEUTA“ d.o.o. iz Ulcinja**, za emitovanje opšteg radijskog programa „**Radio Teuta**“⁴⁷;
- **privrednom društvu „OKI AIR BROADCASTING“ d.o.o. iz Podgorice**, za emitovanje opšteg radijskog programa „**Radio Elmag**“⁴⁸;
- **NVO „Kulturni Centar Homer“ iz Podgorice**, za emitovanje opšteg radijskog programa „**Radio Homer**“⁴⁹;
- **privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice**, za emitovanje opšteg televizijskog programa „**Televizija Vijesti**“⁵⁰;

³⁸Članom 56 stav 3 Zakona o elektronskim medijima je propisano da programska osnova specijalizovanog televizijskog ili radijskog programa sadrži programsku šemu kojom se određuje: 1) vrsta programa, od kojih preko 50% moraju biti programi iste vrste; 2) predviđeni kvantitativni odnos između pojedinih grupa sadržaja; 3) predviđeni maksimalni obim oglasnih sadržaja; 4) učešće djela evropske audiovizuelne proizvodnje i drugih djela za specijalizovani televizijski program; 5) vrijeme emitovanja.

³⁹ Akt Agencije br. 02-764/3 od 08.07.2019.g.

⁴⁰ Akt Agencije br. 02-782/3 od 08.07.2019.g.

⁴¹ Akt Agencije br. 02-882/3 od 26.07.2019.g.

⁴² Akt Agencije br. 02-1256/3 od 02.12.2019.g.

⁴³ Akt Agencije br. 02-189/9 od 12.06.2019.g.

⁴⁴ Akt Agencije br. 02-895/3 od 26.07.2019.g.

⁴⁵ Akt Agencije br. 02-767/3 od 08.07.2019.g.

⁴⁶ Akt Agencije br. 02-496/8 od 17.06.2019.g.

⁴⁷ Akt Agencije br. 02-944/3 od 29.08.2019.g.

⁴⁸ Akt Agencije br. 02-768/3 od 08.07.2019.g.

⁴⁹ Akt Agencije br. 02-206/3 od 20.02.2019.g.

- **privrednom društvu „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Pljevlja“ d.o.o. iz Pljevalja**, za emitovanje opšteg televizijskog programa „Televizija Pljevlja“⁵¹;
- **privrednom društvu „Metropolitan Media“ d.o.o. iz Cetinja**, za emitovanje opšteg radijskog programa „Radio Svetigora“⁵².

9. *Medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje*

Izbori za za odbornike u Skupštini opštine Tuzi

Predsjednik Crne Gore je 29. novembra 2018. godine donio Odluku o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Tuzi, koji su održani 3. marta 2019. godine.

Saglasno Zakonu o elektronskim medijima⁵³, Savjet Agencije za elektronske medije je usvojio **Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Tuzi, koji će biti održani 3. marta 2019. godine**⁵⁴. Njime su bliže uređeni uslovi za realizaciju prava i obaveza emitera kada su u pitanju izborne kampanje i političko oglašavanje, a u cilju obezbjeđivanja istinitog, blagovremenog i nepristrasnog informisanja građana o svim fazama postupka i različitim stavovima tokom izborne kampanje, pod ravnopravnim uslovima za sve učesnike u izornoj kampanji.

Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojilo je 12 elektronskih medija i to pet televizijskih emitera: jedan javni i četiri komercijalna. Iako su usvojili pravila, osam elektronskih medija nije u praksi realizovalo programske sadržaje namijenjene medijskom predstavljanju.

U cilju sagledavanja dosljednosti poštovanja pravila predstavljanja vršen je nadzor nad primjenom. Na osnovu monitoringa programa Radio Televizije Crne Gore u periodu od 19. februara do 1. marta u terminu od 7 do 24 sata, sačinjen je i objavljen **Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u Tuzima - mart 2019. godine**.

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja na programu Javnog servisa Radio Televizija Crne Gore je, za period od 19. februara do 1. marta, iznosilo 19.837 sekundi (331 minut) ili približno 5 i po sati za period od 11 dana. Od ukupnog medijskog predstavljanja (19.837 sekundi), 64% se odnosilo na televizijsko, a 36% na radijsko predstavljanje.

Najveća količina medijskog predstavljanja na programu Javnog servisa Radio Televizija Crne Gore realizovana je kroz formu predstavljanja izbornih lista.

Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. U odnosu na prethodne izbore, nije unaprijeđena praksa označavanja plaćenih i besplatnih političkih oglasa. Emiter nije koristio oznaku „besplatni“ politički oglas, već je korišćena oznaka „politički marketing“. Za vrijeme trajanja kampanje tokom ovih lokalnih izbora, Agencija nije primila ni jedan prigovor izborne liste na rad elektronskih medija.

10. *Aktivnosti za poboljšanje naplate potraživanja*

Upozorenja i reprogram duga

Zbog kašnjenja u izmirivanju obaveza po osnovu plaćanja godišnje naknade za emitovanje, određenom broju emitera Agencija za elektronske medije je u dva navrata (26. juna 2019. i 1.

⁵⁰ Akt Agencije br. 02-217/4 od 21.03.2019.g.

⁵¹ Akt Agencije br. 02-614 od 25.04.2019.g.

⁵² Akt Agencije br. 02-1254/4 od 26.12.2019.g.

⁵³ Članom 96b Zakona o elektronskim medijima je propisano da Savjet Agencije za elektronske medije, najkasnije sedam dana od dana raspisivanja izbora, usvaja propis kojim se bliže uređuju uslovi za realizaciju prava i obaveza emitera kada su u pitanju izborne kampanje i političko oglašavanje.

⁵⁴ Akt Savjeta Agencije br.01-2341 od 07.12.2018.g.

oktobra 2019. godine) izrekla upozorenja. Pregled emitera kojima su, po ovom osnovu, izrečana upozorenja, nalazi se u Prilogu 1 ovog Izveštaja.

U cilju prevazilaženja problema nastalih zbog kašnjenja u izmirivanju obaveza po osnovu godišnje naknade, određenom broju imalaca odobrenja za emitovanje Agencija za elektronske medije je ponudila potpisivanje protokola o reprogramu duga.

Predviđene uslove je prihvatilo 14 emitera i zaključilo protokole o reprogramu duga prema Agenciji za elektronske medije. Protokoli su zaključeni sa sljedećim emiterima:

EMITER	ID media	Saldo za reprogram	Fakturisana realizacija do 31.12.2019.g.	Ukupne obaveze po protokolu	Realizovane obaveze po protokolu	Procenat realizacije obaveza po protokolu
„Antena M“ d.o.o.	Radio Antena M	4.235,78	0,00	1.411,93	1.411,93	100,00%
„TDM MIX“ d.o.o.	Radio Laki	1.233,22	0,00	1.233,22	822,14	66,67%
NVO „Skadar Lake“	Radio Skadar Lake	1.600,50	0,00	1.060,50	0,00	0,00%
„Maxko“ d.o.o.	Skala Radio	1.399,58	0,00	1.399,58	1.399,58	100,00%
„LJE RTV Nikšić“	Radio Nikšić	4.536,73	0,00	1.140,00	380,00	33,33%
„Topolica“ d.o.o.	Urban Radio	888,93	0,00	440,00	220,00	50,00%
„Boin“ d.o.o.	TV Boin	11.045,52	0,00	613,64	613,64	100,00%
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 1	4.941,73	0,00	3.294,48	0,00	0,00%
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 2	4.941,72	0,00	3.294,48	0,00	0,00%
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 3	4.941,72	0,00	3.294,48	0,00	0,00%
„Zen Master Production“ d.o.o.	TV Novi	7.243,98	1.647,25	8.891,23	3.610,00	40,60%
„LJE RTV Nikšić“	TV Nikšić	9.626,06	0,00	2.400,00	800,00	33,33%
„LJE RTV Pljevlja“	TV Pljevlja	6.174,54	0,00	2.500,00	500,00	20,00%
„Televizija Vijesti“ d.o.o.	TV Vijesti	14.406,96	0,00	4.406,96	4.406,96	100,00%

Tabela 15.: Protokoli o reprogramu duga zaključeni tokom 2019. godine

Prinudna naplata

U toku 2019. godine, Agencija je posredstvom javnog izvršitelja pokrenula postupak prinudne naplate⁵⁵ zaostalog dugovanja ranijeg emitera „Blue Moon“ d.o.o. (TV MBC), u iznosu od 4.463,9 EUR (Rješenje o izvršenju Iv. br. 487/2018 od 03.10.2019.). Pored toga, nastavljena su tri postupka prinudne naplate pokrenuta ranijih godina (Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić d.o.o., Blue Moon d.o.o. i Adnan d.o.o.).

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu postupaka prinudne naplate dugova vođenih u toku 2019. godine, može se zaključiti da je:

- jedan postupak obustavljen, jer je protiv osnivača otvoren stečajni postupak: Adnan d.o.o. (TV Glas Plava);
- tri postupka su u toku: Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić d.o.o. (Radio Nikšić) i dva postupka protiv Blue Moon d.o.o. (TV MBC).

Stečajni postupci

⁵⁵ Postupak prinudne naplate je pokrenut saglasno Zakonu o izvršenju i obezbjeđenju ("Sl.list CG", br. 36/11, 28/14, 20/15, 22/17, 76/17).

Kako nije bilo moguće izvršiti prinudnu naplatu (zbog nedostatka sredstava na računima izvršnih dužnika - emitera), u toku 2019. godine su, na predlog drugih pravnih lica, otvorena tri **stečajna postupka** po osnovu kojih je Agencija prijavila potraživanja.

DUŽNIK	MEDIJ	GLAVNI DUG	STEČAJNI IZNOS	Status
Radio Mojkovac d.o.o. ⁵⁶	TV Mojkovac	4.084,88	4.084,88	Stečaj zaključen ⁵⁷
Adnan d.o.o. ⁵⁸	TV Glas Plava	16.329,24	16.877, 83	Stečaj zaključen ⁵⁹
TV Sun d.o.o. ⁶⁰	TV Sun	21.615,31	21.615,31	Predmet vraćen prvostepenom sudu na ponovni postupak ⁶¹

Tabela 16.: Stečajni postupci otvoreni tokom 2019. godine

Nastavljena su tri stečajna postupka, pokrenuta u ranijim godinama (Ustanova u privatnoj svojini Radio Televizija Planorama - Radio Panorama i Televizija Panorama, Radio Televizija Atlas d.o.o. - Radio Atlas i Radio Elmag d.o.o. - Radio Elmag⁶²).

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu stečajnih postupaka vođenih u toku 2019. godine, može se zaključiti:

- tri postupka su završena, osnivači emitera su izbrisani iz Centralnog registra privrednih subjekata, a dugovi emitera su otpisani ("Radio Elmag" d.o.o., Radio Mojkovac d.o.o. i Radio Adnan d.o.o.). Navedenim privrednim subjektima Agencija otpisala ukupni dug u iznosu od 91.744,69 €.
- jedan postupak je obustavljen jer je Apelacioni sud ukinuo rješenje o otvaranju stečajnog postupka ("Sun Sun" d.o.o.) i predmet vratio prvostepenom sudu na ponovni postupak.
- dva postupka su u toku (Ustanova u privatnoj svojini Radio Televizija Planorama, Radio Televizija Atlas d.o.o.).

11. Javni emiteri

Iako su, prije više godina, u četiri jedinice lokalne samouprave (Bar, Cetinje, Ulcinj, Kolašin) donesene odluke o pokretanju TV programa u okviru lokalnih javnih emitera, do kraja 2019. godine, njihove skupštine opština ili nisu imenovale savjete javnih emitera ili nijesu podnijele zahtjev za izdavanje odobrenja za emitovanje, te stoga nijesu ni počeli sa emitovanjem TV programa.

U toku 2019.godine, Javni radio-difuzni servis „Radio televizija Herceg Novi“ d.o.o. ispunio je sve uslove za izdavanje **odobrenja za emitovanje opšteg televizijskog programa „Televizija Herceg Novi“**. Dobijanjem odobrenja⁶³ navedeni emiter je usaglasio svoj rad sa Zakonom o elektronskim medijima.

Kod sedam lokalnih javnih emitera sprovedeni su postupci imenovanja svih ili određenog broja članova savjeta (Radio Bar, Radio Berane, Radio Bijelo Polje, Radio Cetinje, Radio Kotor, Radio televizija Rožaje ili Radio televizija Ulcinj).

⁵⁶ Stečajni postupak je pokrenulo Ministarstvo finansija - Poreska uprava Podgorica.

⁵⁷ Rješenje o zaključenju stečajnog postupka St.br. 579/19 od 19.09.2019. ("Sl.list CG" br. 54/19, Oglasni dio br. 40/19)

⁵⁸ Stečajni postupak je pokrenulo JP „Radio-difuzni centar“ d.o.o.

⁵⁹ Rješenje o zaključenju ajnog postupka St.br. 480/19 od 20.11.2019. ("Sl.list CG" br. 65/19, Oglasni dio br. 50/19)

⁶⁰ Stečajni postupak je pokrenulo Ministarstvo finansija - Poreska uprava Podgorica.

⁶¹ Rješenjem Apelacionog suda Crne Gore Pž.br. 648/19 od 01.10.2019. godine ukinuto je Rješenje Privrednog Suda Crne Gore o otvaranju stečajnog postupka St.br. 66/19 od 18.07.2019. godine i predmet je vraćen prvostepenom sudu na ponovni postupak (Pž.br. 648/19 od 01.10.2019.).

⁶² Stečajni postupak je pokrenulo JP „Radio-difuzni centar“ d.o.o.

⁶³ Odobrenje za emitovanje br. O-TV-J-8 (akt broj 02-904/1 od 12.07.2019.g.)

*
* *

Agencija je nastavila sa mobilizacijom javnih emitera i nadležnih organa njihovih osnivača da pristupe izradi i **usvajanju propisanih akata od značaja za trogodišnje finansiranje i rad javnih emitera** (programske obaveze, ugovor, program rada i finansijski plan). Zaključno sa decembrom 2019. godine:

- šest (od 14) jedinica lokalne samouprave je usaglasilo osnivačke akte lokalnih javnih emitera (čiji su osnivači ove opštine) sa Zakonom o elektronskim medijima u dijelu koji se odnosi na pravila državne pomoći⁶⁴. To je u toku 2018. godine urađeno u Pljevljima⁶⁵, Tivtu⁶⁶, Bijelom Polju⁶⁷ i Budvi⁶⁸, a u toku 2019.godine u Kolašinu⁶⁹ i Kotoru⁷⁰.
- u skladu sa obavezom propisanom članom 76 stav 6 Zakona o elektronskim medijima, devet lokalnih javnih emitera je dostavilo Agenciji na uvid potpisane ugovore (Cetinje, Pljevlja, Rožaje, Tivat, Herceg Novi, Bar, Danilovgrad, Kotor, Budva), kojima se regulišu međusobna prava i obaveze jedinice lokalne samouprave i javnog emitera.
- dvije jedinice lokalne samouprave su dale saglasnosti na programe rada lokalnih javnih emitera čiji su osnivači: Skupština Opštine Rožaje i Skupština Opštine Budva.

12. Registracija i identifikacija elektronskih publikacija

Pravilnikom o elektronskim publikacijama⁷¹ je propisan sadržaj, način vođenja i postupak upisa u Registar pružalaca usluga elektronskih publikacija (u daljem tekstu: „Registar“). Upis se vrši na osnovu prijave koju pravno ili fizičko lice, prije početka pružanja usluge elektronske publikacije, podnosi Agenciji. Podaci o registrovanim elektronskim publikacijama se redovno objavljuju ili ažuriraju na veb-sajtu Agencije.

U toku 2019. godine, Agencija je unaprijedila mogućnost podnošenja prijave za upis u Registar, tako da se ona može popuniti i putem sajta Agencije <http://aemcg.org/prijava-za-upis-u-registar-elektronskih-publikacija/>.

Zakon o elektronskim medijima ne predviđa mogućnost da se elektronske publikacije, koje ne žele da se registruju, primoraju da to urade. Zbog toga, ukoliko prijava nije podnesena, Agencija ne

⁶⁴ Zakonom o elektronskim medijima, čl. 76 do 76č, je regulisano je pitanje pružanja javnih usluga i finansiranja javnih emitera. Jedinica lokalne samouprave i javni emiter ugovorom uređuju međusobna prava i obaveze u vezi sa korišćenjem budžetskih sredstava koja moraju da budu definisana u ugovoru (čl. 76 Zakona). Ugovorom se utvrđuje vrsta i obim svih javnih usluga koje javni emiter pruža, kao i visina sredstava i izvori za njihovo finansiranje. Ugovor se zaključuje na period od tri godine, u skladu sa smjernicama makroekonomske i fiskalne politike, kod nacionalnog javnog emitera, i u skladu sa budžetskim planovima i projekcijama kod lokalnih javnih emitera, kao i u skladu sa pravilima o državnoj pomoći za javne radio-difuzne usluge. Prije zaključivanja Ugovora, javni emiter je dužan da pripremi predlog programskih obaveza za ugovorni period i o njemu sprovede javnu raspravu u trajanju od 45 dana, kako bi se javnost izjasnila o tome ispunjavaju li predložene programske obaveze kriterijume propisane članom 74 Zakona o elektronskim medijima. Predlog ugovora, javni emiter je dužan da dostavi Vladi Crne Gore (u slučaju RTCG) odnosno jedinici lokalne samouprave (za lokalne javne emitere), najkasnije šest mjeseci prije isteka važećeg Ugovora, kao i da svake godine, a najkasnije do 31. decembra tekuće za sljedeću godinu, izradi i donese program rada i finansijski plan, kojima će se utvrditi aktivnosti i programske obaveze, kao i potrebna finansijska sredstva za njihovu realizaciju.

⁶⁵ Odluka o izmjenama i dopunama Odluke o organizovanju Lokalnog javnog emitera Radio Televizija Pljevlja ("Sl.list CG - opštinski propisi", br. 45/17).

⁶⁶ Odluka o izmjeni Odluke o osnivanju Društva sa ograničenom odgovornošću Lokalni javni emiter Radio Tivat („Sl.list CG - opštinski propisi", br. 7/18)

⁶⁷ Odluka o izmjeni Odluke o organizovanju Lokalnog javnog emitera Radio Bijelo Polje ("Sl.list CG - opštinski propisi", br. 11/18)

⁶⁸ Odluka o izmjenama i dopunama Odluke o osnivanju društva sa ograničenom odgovornošću lokalnog javnog emitera Radio televizija Budva ("Sl.list CG - opštinski propisi", br. 26/18)

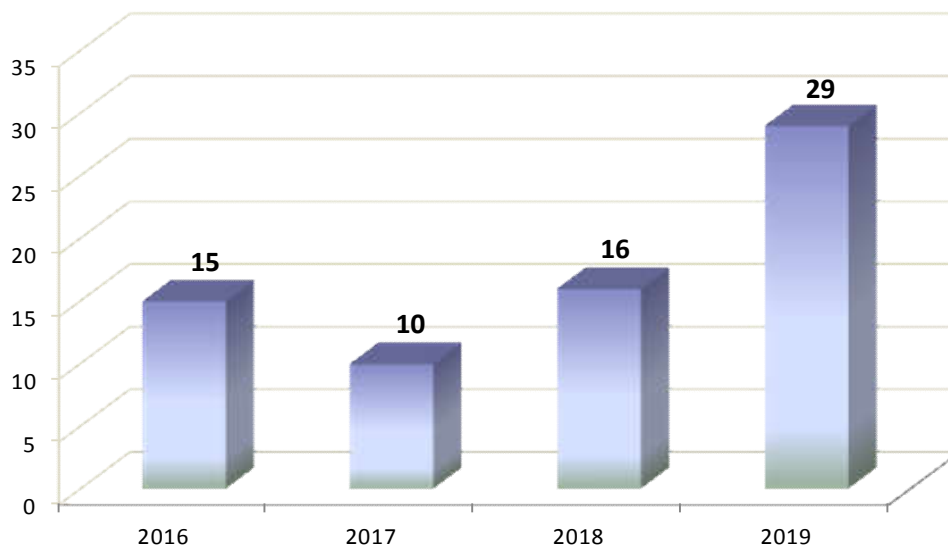
⁶⁹ Odluka o izmjenama i dopuni Odluke o osnivanju Društva sa ograničenom odgovornošću Lokalni javni emiter "Radio i televizija Kolašin" ("Sl.list CG - opštinski propisi", br. 54/19 od 31.12.2019.g.)

⁷⁰ Odluka o izmjeni Odluke o osnivanju društva sa ograničenom odgovornošću Lokalni javni emiter "Radio Kotor" ("Sl.list CG - opštinski propisi", br. 52/19 od 25.12.2019.g.)

⁷¹ „Sl. list CG“, br. 7/16.

može samoinicijativno vršiti upis u Registar. Zato je, i u toku 2019. godine, periodično upućivan poziv pružiocima elektronskih publikacija da dostave prijavu za upis u registar.

Za četiri godine, u Registar je upisana 61 elektronska publikacija. Od toga, u 2016. g. - 15; u 2017. g. - 10; u 2018. g. - 16 i u 2019. g. - 29 elektronskih publikacija.



Grafik 17.: Broj upisanih pružalaca elektronskih publikacija u Registar, po godinama

Upoređivanjem podataka u Registru i podataka koji su dostupni na portalima, Agencija je uočila određena odstupanja. Najznačajnije odstupanje odražava se u činjenici da određeni broj pružalaca usluga elektronskih publikacija, koji su upisani u Registar, ne omogućava svojim korisnicima jednostavan, neposredan i stalan pristup, naročito sljedećim podacima: naziv pružaoca elektronske publikacije; identifikacioni znak; adresa za prijem službene pošte; e-mail za prijem službene pošte i e-mail za podnošenje ispravke, odgovora, prigovora.

13. Implementacija programskih standarda u radu elektronskih medija

Monitoring emitovanih, odnosno distribuiranih sadržaja pružalaca AVM usluga (posredstvom različitih platformi) predstavlja značajan mehanizam Agencije za elektronske medije u ostvarivanju njene regulatorne funkcije i funkcije nadzora, u skladu sa zakonom.

Monitoring sadržaja je u funkciji uspješne realizacije nadležnosti Agencije, ovlašćenja i odgovornosti u segmentu nadzora nad primjenom zakona i podzakonskih akata, kao i u funkciji stvaranja baza statističkih podataka, evidencija, praćenja trendova i sl.

Agencija je tokom 2019. godine objavila sljedeće izvještaje o monitoringu:

- Analiza vidljivosti žena i muškaraca u centralnim informativnim emisijama nacionalnih televizija - mart 2019.g.;
- Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u Tuzima - mart 2019.g.;
- Informacija o televizijskim programskim sadržajima namijenjenim djeci - april 2019.g.;
- Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem - jun 2019.g.;

- Informacija o televizijskom izvještavanju tokom „Nedelje ponosa“ - septembar 2019.g.;
- Analiza prisustva oglasa za hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera u televizijskom oglašavanju - oktobar 2019. godine;
- Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera - oktobar 2019.g.;
- Informacija o poštovanju uslova iz izdatog odobrenja - neprofitni emiteri - novembar 2019.g.;
- Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem pokrivanjem - novembar 2019.g.;
- Analiza programske strukture nacionalnog javnog emitera “Radio televizija Crne Gore” pokrivanjem – novembar 2019.g.;
- Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem – decembar 2019.g.
- Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera – decembar 2019.g.

Navedeni izvještaji, informacije i analize su dostupni na veb-sajtu Agencije

www.aemcg.org

*

* *

Profesionalni standardi

U odnosu na prethodne, tokom 2019. godine Agenciji je dostavljeno značajno manje prigovora koji su se odnosili na primjenu profesionalnih standarda. Podsjećanja radi, Zakonom o elektronskim medijima, član 55 stav 6, propisano je da je emiter dužan da doprinosi slobodnom, istinitom, cjelovitom, nepristrasnom i blagovremenom informisanju javnosti o događajima u zemlji i inostranstvu, kao i poštovanju i promociji osnovnih ljudskih prava i sloboda, demokratskih vrijednosti, institucija i pluralizma ideja.

Zakonom definisana norma razrađena je Pravilnikom o programskim standardima u elektronskim medijima koji propisuje, u članu 7 stav 1, da je emiter koji proizvodi informativni program dužan da to radi profesionalno i odgovorno i na taj način doprinosi slobodnom, istinitom, cjelovitom, nepristrasnom i blagovremenom informisanju javnosti o događajima u zemlji i inostranstvu. Nadalje, članom 8 Pravilnika je propisano i da su u proizvodnji informativnih programa elektronski mediji dužni da poštuju načela objektivnosti, nepristrasnosti, blagovremenosti, tačnosti, zabrane diskriminacije, slobode objavljivanja komentara i primjene pravila druge strane, da se događaji moraju vjerno prikazati, a različiti pristupi i mišljenja biti profesionalno i korektno zastupljeni, kao i da mišljenja i komentari moraju biti odvojeni od činjeničnog izvještavanja, a njihov izvor ili autor prepoznatljivi.

Agencija je i tokom prethodnih godina isticala stav da poštovanje načela izvještavanja predstavlja pitanje profesionalne etike i primjene standarda novinarstva te da je sporno da bilo koji državni organ, pa i Agencija, vrši nadzor nad primjenom ovih načela. Zbog toga je Agencija pozdravila opredjeljenje i napore da se kroz reviziju postojećeg zakonskog okvira (usvajanje novog Zakona o medijima i Zakona o AVM uslugama), podrži definisanje systemske podrške razvoju i jačanju samoregulacije i primjene profesionalnih standarda, ali i obezbjeđivanje sigurnog i nesmetanog okruženja za rad novinara.

Primjena programskih standarda naročito je važna u vezi sa proizvodnjom i emitovanjem informativnog programa, kroz koji se javnost upoznaje o važnim temama od javnog interesa, informacijama političke, društvene ili ekonomske prirode. Prenošenje informacija u informativnim programima mora biti lišeno ličnih stavova ili komentara spikera ili novinara koji obrađuju teme od

interesa šire javnosti. Navedeno ne znači da treba izbjegavati kontroverzne društvene teme, već da, ukoliko se iste obrađuju na način da se komentari integrišu u same vijesti, emiteri su dužni da označe da komentar koji plasiraju nije dio same vijesti. U protivnom, kroz propratni, neodvojeni komentar, formira se drugačiji ton prenešene informacije i na taj način u pitanje dovodi objektivnost u izvještavanju.

*
* *

Zaštita maloljetnika

Zaštita najboljeg interesa djeteta ima prioritet u Konvenciji UN o pravima djeteta. Član 13 Konvencije garantuje pravo djeteta na slobodu izražavanja, koje uključuje slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja svake vrste, usmeno ili u pisanoj formi, putem štampe ili umjetničkim oblikovanjem ili drugim sredstvom prema izboru djeteta. Evropska medijska regulativa posebnu pažnju poklanja zaštiti djece na različitim područjima, i različitim etičkim parametrima informacionog društva i audiovizuelnih usluga koje pružaju nove informacione i komunikacione tehnologije.

Zakonom o elektronskim medijima je propisano da se mora striktno voditi računa da se programski sadržaji koji nijesu prilagođeni pojedinim uzrastima u okviru skupine maloljetnih lica moraju raspoređivati u vremenske periode (djelove dana) kada postoji najmanja vjerovatnoća da mogu biti dostupni dijelu populacije kojoj nijesu namijenjeni. Takođe, emiteri su dužni da takve sadržaje označavaju određenim zvučnim i vizuelnim oznakama.

U Crnoj Gori, već nekoliko godina unazad, ima preko 200.000 korisnika kablovske televizije (broj domaćinstava je oko 195.000). Manje od 10% domaćinstava koristi samo besplatnu (free to air) televiziju tj. televiziju sa slobodnim pristupom. Imajući to u vidu, Agencija za elektronske medije posebnu pažnju posvećuje činjenici da sadržaj, čak i ozbiljno štetan, može biti zabranjen ili dopušten, zavisno od platforme distribucije: zabranjeno na tradicionalnoj televiziji, dopušteno sa ili bez kodiranja u slučaju usluga na zahtjev i potpuno slobodno vidljiv (dostupan) na internetu.

Imajući navedeno u vidu, Agencija je u aprilu 2019. godine objavila **Informaciju o televizijskim programskim sadržajima namijenjenim djeci**⁷². Njome su prikazani dostupni podaci o tome šta maloljetnici u Crnoj Gori gledaju i žele da gledaju na televiziji i, sa druge strane, kakva je ponuda televizijskih sadržaja za djecu na crnogorskim televizijama i inostranim TV programima dostupnim putem platformi za distribuciju televizijskog sadržaja.

Tokom jedne sedmice, na programu 14 televizijskih emitera u Crnoj Gori u prosjeku je emitovano 3,37%⁷³ dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovani sadržaj. Od ukupno emitovanog programa za djecu najveći procenat, 65%, su činili crtani filmovi. Najveći broj emisija za djecu bio je prilagođen uzrastu od 2 do 6 godina, 67% ukupno emitovanog sadržaja. Približno 25% sadržaja je bilo prilagođeno uzrastu od 6 do 12 godina, dok je najmanje sadržaja koji bi mogli biti namijenjeni maloljetnicima uzrasta od 12 do 17 godina (oko 8%).

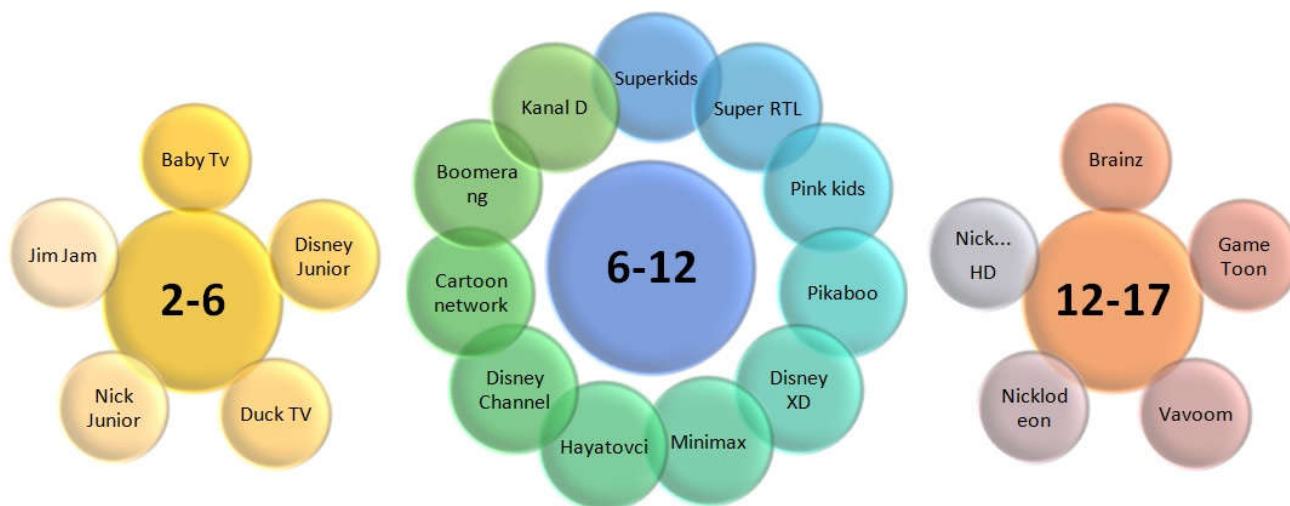
Većina emitovanog dječjeg programa nema interaktivni karakter, ograničeno podstiče razmišljanje ili učestvovanje gledaoca u temi. Posebno zabrinjavajući je nedostatak inkluzivnosti TV sadržaja namijenjenog djeci. Učešće djece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom u programu pogodnom za najmlađe ne postoji. Djeca iz marginalizovanih grupa nijesu vidljiva u dječjem programu. U kolažnim programima koji podrazumijevaju učešće djece u programu ne prikazuju se djeca sa smetnjama u razvoju i invaliditetom, djeca koja pripadaju različitim etničkim i nacionalnim manjinama, djeca iz socijalno ugroženih porodica, djeca sa sela. Ova slika se značajno razlikuje od napora da se u širem dječjem okruženju, u školi i drugim obrazovnim institucijama, radi na stvaranju inkluzivnog okruženja u kojem pripadnici socijalno marginalizovanih grupa ne bi bili diskriminirani.

⁷² Akt Agencije br. 02-640 od 25.04.2019. godine.

⁷³ Podaci za period novembar 2018. – mart 2019. godine.

Na crnogorskom tržištu distribucije inostranih televizijskih programa u ponudi distributera se u svakom trenutku nalazi od 20 do 25 specijalizovanih programa namijenjenih djeci (23 u trenutku objavljivanja ove Informacije). U ponudi jednog distributera u prosjeku se nalazi 11 specijalizovanih programa namijenjenih djeci, od čega je prosječno sedam programa u osnovnim paketima (oko 60%).

Ograničenost raznovrsnosti programa sa aspekta prilagođenosti različitim uzrastima, koja se bilježi u programu crnogorskih televizija, prisutna je i kod ponude distribuiranih specijalizovanih programa iz inostranstva. Najveći je broj programa koji su po svom sadržaju namijenjeni maloljetnicima od 6 do 12 godina. Značajno je manje sadržaja koji su namijenjeni najmlađoj publici (uzrast od 2 do 6 godina), ali i onih koji su namijenjeni grupi starijih maloljetnika (12 do 17 godina).



Grafik 18.: Struktura distribuiranih TV programa namijenjenih djeci po uzrastu⁷⁴

*

* *

Komercijalne audiovizuelne komunikacije

Komercijalne audio-vizuelne medijske komunikacije definišemo kao komercijalni sadržaj koji za osnovni smisao ima promociju subjekta ili proizvoda, a emituje se u okviru programa. Navedeno znači da komercijalna AVM komunikacija ima za cilj da gledaocu ili slušaocu putem oglasa, telepromocije, telešopinga, sponzorstva ili plasmana, preporuča određeni proizvod/uslugu ili određenog subjekta. Način promocije, ili način na koji se preporučivanje vrši, zavisi od forme komunikacije i kreće se od najneposrednijih formi (kakav je telešoping) do znatno posrednijih formi preporučivanja (kakvo je sponzorstvo).

Nadzor nad primjenom propisa vezanih za komercijalne AVM komunikacije pokazuje da se interes velikih oglašivača vremenom pomjerio od formi neposrednog oglašavanja (klasičan komercijalni oglas) ka oblicima isticanja proizvoda ili subjekta koji podrazumijeva uključivanje (vizuelno isticanje) ili pominjanje (zvučno, odn. verbalno isticanje) unutar programskog sadržaja. Navedeno znači da se bilježi trend rasta komercijalnih komunikacija koje znače da je promotivni element integrisan u urednički sadržaj, odnosno postavljen u kontekst sadržaja.

Ostaje, kao i prethodne godine, naročito prisutan trend rasta broja kršenja standarda, koja su se odnosila na prikriveno oglašavanje. To je naročito naglašeno kod televizijskih emitera, što pokazuje i činjenica da, ukoliko bi se posmatrali samo klasični televizijski oglasi, bilježe se rijetka kršenja kvote maksimalno dozvoljenog oglasnog sadržaja.

⁷⁴ Dobna orijentacija je izvedena na osnovu podataka iz publikacije „Media Ownership: Childrens TV Channels in Europe – Who are the key players?“ ili na osnovu podataka o programskoj orijentaciji programa.

U strukturi televizijskog programa značajno mjesto zauzimaju studijske forme, kolažnog tipa sadržaja (npr. jutarnji program) koje su pogodne za plasiranje oglasnog unutar uredničkog sadržaja. Praksa pokazuje da su tematski sadržaji (emisije o turizmu i putovanjima, vinu i vinogradarstvu, automobilizmu i sl.), obično nezavisnih produkcija, pogodno tlo za plasman prikriivenog oglašavanja u kojem sponzori nastoje da obezbijede promociju koja je uočljivija i obuhvatnija nego što to zakon propisuje. Saglasno navedenom, Agencija je nastojala da se paralelnim monitoringom sadržaja sličnih po formi i sadržaju, za koje vlada interes istih oglašivača i neposrednom komunikacijom sa emiterima, postigne dosljedna primjena propisa i promjena prakse značajnih sponzora na tržištu.

Kod radijskih emitera su zabilježena značajnija kršenja kvote maksimalno dozvoljenog učešća oglasa po satu emitovanog programa i neprimjerena praksa emitovanja oglasnih sadržaja van oglasnog bloka.

Monitoringom oglašavanja sprovedenim tokom 2019. godine analiziran je i oglasni sadržaj sa aspekta posebnih standarda (oglasne poruke namijenjene maloljetnicima, oglašavanje lijekova i medicinskih sredstava i sl.). U oktobru 2019. godine je urađena **Analiza prisustva oglasa za hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera u televizijskom oglašavanju**⁷⁵.

Iako za oglašavanje hrane televizija još uvijek ostaje dominantan kanal komunikacije, vrijeme provedeno u gledanju televizije samo je jedna komponenta dječjeg korišćenja medija. Istraživanja ukazuju da, imajuću u vidu ukupnu vremensku izloženost različitim „screen“ uređajima, u analizi uticaja oglašavanja hrane sa povećanim udjelima masti, soli i šećera na ponašanje maloljetnika, ni jedna vrsta medija ili uređaja ne smije biti potcijenjena.

Na osnovu broja oglasa i frekvencije njihovog emitovanja **u programima nacionalnih televizijskih emitera**, može se zaključiti da televizijsko oglašavanje hrane i pića sa povećanim udjelima masti, soli i šećera, **može imati samo ograničen direktan uticaj** na navike i ponašanje maloljetnika u vezi sa konzumiranjem ovih proizvoda. U posmatranom periodu⁷⁶, u ovim programima, **nije bilo targetiranja maloljetnika** putem vremena emitovanja oglasa za HFSS hranu (emitovanje oglasa tokom, neposredno prije ili neposredno poslije emitovanja programskih sadržaja namijenjenih djeci). Kvalitativnom analizom oglasnih poruka, u posmatranom periodu, nijesu utvrđene oglasne poruke koje targetiraju isključivo maloljetnike.

Kad su u pitanju **inostrani TV programi**, može se zaključiti, na osnovu broja oglasa i frekvencije emitovanja televizijskog oglašavanja hrane i pića sa povećanim udjelima masti, soli i šećera, da **direktan uticaj može biti značajniji u odnosu na domaće TV emitere**, ali ne i od presudnog značaja. Imajući u vidu kvalitativnu analizu oglasnih poruka, za razliku od oglasa za HFSS hranu emitovanih u TV programima crnogorskih emitera, kod posmatranih inostranih TV programa je **zabilježeno targetiranje maloljetnika** kroz oglasnu poruku. U tumačenju navedenog mora se imati u vidu da broj oglasa za HFSS hranu i frekvencija njihovog emitovanja značajno varira od televizije do televizije.

*

* *



⁷⁵Akt Agencije br. 02-1117 od 02.10.2019. godine.

⁷⁶ Analiza urađena na osnovu podataka prukupljenih za period od 22. do 28. jula 2019.g. i od 07. do 13. septembra 2019.g.

Prevenција govora mržnje u medijima, zaštita ljudskih prava i promocija tolerancije

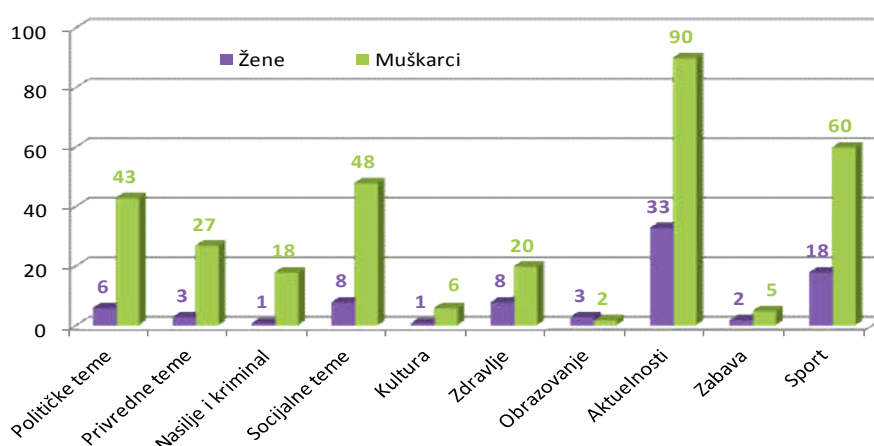
Tokom 2019. godine nije bilo postupaka vezanih za govor mržnje u elektronskim medijima. Ipak, cijeneći opšti društveni kontekst i rastajuće prisustvo uvredljivog, diskriminatornog i govora mržnje na online platformama, Agencija je sprovela niz aktivnosti sa ciljem da se ojačaju kapaciteti crnogorskih elektronskih medija i spriječi prelivanje navedenih oblika govora sa online u elektronske medije.

Rodni stereotipi predstavljaju unaprijed formirane ideje i stavove, koji muškarcima i ženama dodjeljuju atribute i uloge određene i ograničene njihovim polom. Saglasno opštim zaključcima, rodni stereotipi mogu podsticati rodnu diskriminaciju i predstavljati ozbiljnu prepreku u postizanju stvarne ravnopravnosti polova. Stereotipizacija polova može ograničiti razvoj prirodnih talenata i sposobnosti djevojčica i dječaka, žena i muškaraca, njihovih obrazovnih i profesionalnih iskustava, kao i životnih mogućnosti.

Polazeći od činjenice da su savremeni mediji usko povezani sa formiranjem kulturnih identiteta, te od tvrdnji da prisutnost ženskih, odnosno muških lica, glasova i karaktera u audiovizuelnim medijima ima značajan uticaj na doživljaj i kreiranje vrijednosti, stavova i ponašanja gledalaca i gledateljki koji se tiču roda i rodno stereotipnih obrazaca, Agencija je u martu 2019. uradila **Analizu vidljivosti žena i muškaraca u centralnim informativnim emisijama nacionalnih televizija**⁷⁷.

Imajući u vidu rezultate analize – u novinarskoj profesiji dominantno rade žene. Gotovo 60% objavljenih informacija, u posmatranoj sedmici, proizvele su žene. Podaci su pokazali i da je angažovanje žena kao novinara, u odnosu na muškarce, najmanje duplo veće po svim temama, izuzev sporta. Analiza je pokazala da se žene češće javljaju kao prepoznatljiva lica (voditelji) centralnih informativnih emisija u odnosu na muškarce.

Najveća razlika u zastupljenosti žena i muškarca u centralnim informativnim emisijama pokazala se prilikom upoređivanja broja sagovornika i sagovornica u emisijama. Od 402 izjave uzete od relevantnih sagovornika, na sve četiri posmatrane televizije, samo 20% su izjave uzete od žena. Najveća razlika u broju sagovornika u odnosu na pol je kod tema: nasilje i kriminal, privreda i na teme iz sfere politike. Na ove teme, žene se kao stručne sagovornice javljaju u svega 10% slučajeva.



Grafik 19.: Sagovornici/sagovornice u posmatranim prilozima (broj priloga, po temama)

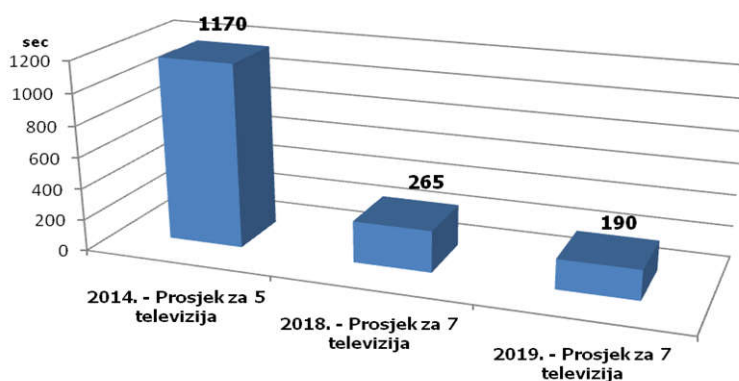
*

* *

⁷⁷ Akt Agencije br. 02-329 od 04.03.2019. godine.

U promociji kulture tolerancije i značaja šire društvene inkluzije svih ranjivih grupa, pa i LGBTIQ osoba, naglašena je uloga medija i njihove odgovornosti da predstavljaju barijeru negativnim stereotipima. Zadatak je medija da prenesu objektivnu i nepristrasnu informaciju, ali i da bez predrasuda stanu na stranu pravne jednakosti i doprinesu formiranju šireg društvenog antidistriminatornog okruženja.

Tokom „Neđelje ponosa“, u periodu od 16. do 21. septembra 2019. godine, analizirane su informativne emisije sedam crnogorskih televizijskih programa, na osnovu čega je objavljena **Informacija o televizijskom izvještavanju tokom „Neđelje ponosa“ - septembar 2019**⁷⁸. Gotovo 80% informacija vezanih za Paradu ponosa je objavljeno na sam dan održavanja, dok je ostalih dana broj objavljenih informacija bio zanemarljivo mali. Navedeno se naročito mora posmatrati u kontekstu činjenice da je sedmica tokom koje se održava Parada ponosa, sedmica u kojoj su LGBTIQ osobe najvidljivije u medijima. U posmatranim sadržajima nije bilo značajne obuhvatnosti teme, koja bi se manifestovala kako kroz tematsku, tako i raznovrsnost novinarskih formi, te tretiranje problematike kroz analizu različitih sadržinskih elemenata i pojava oblika, posmatranje iz različitih uglova. Izvještavanje je bilo ograničeno na isključivo informativnu komponentu događaja. Iako ne podržava predrasude i diskriminatorne narative, izvještavanje odlikuje jednodimenzionalna, uopštena obrada teme bez pokušaja senzibilisanja javnosti i doprinosa izgradnji kapaciteta demokratskog društva.



Grafik 20.: Količina objavljenih informacija u centralnim informativnim emisijama, 2014. VS 2018. VS 2019. (prosječna sekunda)

14. Povećanje dostupnosti sadržaja osobama sa invaliditetom

Agencija je i tokom 2019. godine sprovodila aktivnosti sa ciljem unaprjeđenja dostupnosti programskih sadržaja osobama sa invaliditetom, kao i povećanja ponude sadržaja koji tretiraju pitanja od značaja za ovu ranjivu populaciju. Posebna pažnja je poklonjena poboljšanju i unaprjeđenju saradnje sa organizacijama i institucijama koje se zalažu za zaštitu prava i unaprjeđenje položaja osoba sa invaliditetom u Crnoj Gori.

U februaru 2019. godine potpisan je Sporazum o saradnji Agencije za elektronske medije i Saveza slijepih Crne Gore u procesu ratifikacije Marakeškog sporazuma⁷⁹, kao i aktivnosti na polju unaprjeđenja medijskog zakonodavstva i njegove harmonizacije sa EU standardima. Ključni cilj Sporazuma je da se u programima crnogorskih emitera u značajnoj mjeri poveća broj sadržaja

⁷⁸ Akt Agencije br. 02-1056 od 25.09.2019. godine.

⁷⁹ https://www.wipo.int/marrakesh_treaty/en/ - Sporazum je usvojen u junu 2013. godine na Skupštini Svjetske organizacije za intelektualnu svojinu. Njegovom primjenom trebalo bi da se olakša dostupnost knjiga licima koja ne mogu da čitaju standardno štampane materijale. Pored osoba sa oštećenim vidom, tu spadaju osobe sa disleksijom, koja podrazumjeva smanjenu mogućnost lakog prepoznavanja štampanog teksta, kao i druga lica koja usljed raznih sistemskih i organskih oboljenja nisu u prilici da drže i manipulišu knjigama na konvencionalno prihvatljiv način.

prilagođenih osobama sa invaliditetom kao i sadržaja koji se bave pitanjima od značaja za osobe sa invaliditetom.

U toku procesa revizije medijskog zakonodavstva (posebno u dijelu koji se odnosi na obaveze elektronskih medija i posebno javnih emitera), Savez slijepih Crne Gore je, uz podršku Agencije, priredio set predloga u cilju definisanja i usvajanja rješenja koja su harmonizovana sa EU standardima i u skladu sa načelima UN konvencije o pravima osoba sa invaliditetom.

U cilju unapređenja kapaciteta za praćenje i razumjevanje zahtjeva i potreba osoba sa invaliditetom u oblasti medija, predstavnici Agencije su tokom 2019. godine učestvovali u aktivnostima organizovanim od strane udruženja i nevladinih organizacija koje se zalažu za unaprjeđenje položaja i prava osoba sa invaliditetom u Crnoj Gori.

Među njima posebno su bili značajni događaji organizovani od strane Saveza slijepih Crne Gore i to:

- Međunarodna konferencija „Marakeški sporazum i njegove pogodnosti za osobe koje ne mogu čitati standardnu štampu“, održana 28. februara 2019. godine u Podgorici. Konferenciju je organizovana u sklopu projekta „Lakši put ka ratifikaciji Marakeškog sporazuma u zemljama Zapadnog Balkana koji je finansiran od strane Evropskog saveza slijepih“.
- Okrugli sto „Antidiskriminacija OSI“, održan 22. novembra 2019. godine u Podgorici u sklopu projekta „Pravna podrška kroz savjetovanište za OSI“, podržanog od strane Ministarstva pravde. Tom prilikom su predstavljeni rezultati istraživanja o diskriminaciji osoba sa invaliditetom, koji su pokazali da, od 71 osobe sa invaliditetom koje su učestvovala u njemu, nijedan ispitanik nije prepoznao medije kao institucije koje se bore za prava OSI, kao i da 23,9% ispitanih osoba smatra da je diskriminisano u pristupu informacijama, komunikacijama i tehnologijama.

Značajan doprinos podizanju svijesti o ulozi medija u promociji i zaštiti prava osoba sa invaliditetom, predstavljale su i aktivnosti koje je realizovalo Udruženja roditelja djece i omladine sa smetnjama u razvoju „Staze“ iz Podgorice, u sklopu projekta „Zakonsko pravo na prava“. Među njima su:

- Seminar „Zakonodavni okvir i prava OSI“, održan 8-9. juna 2019. godine na Žabljaku, koji je bio posvećen predstavnicima crnogorskih medija odnosno njihovom upoznavanju sa pravima osoba sa invaliditetom, posebno djece sa intelektualnim invaliditetom.;
- Okrugli sto „Zakonodavni okvir i prava OSI“, održan 25. novembra 2019. godine u Podgorici, na kojem su predstavljene preporuke za poboljšanje ljudskih i zakonskih prava osoba sa invaliditetom i rješavanje drugih srodnih pitanja u Crnoj Gori koje su proizašle tokom realizacije projekta.

15. *Izrečene upravno nadzorne mjere*

U 2019. godini, Agencija je registrovala, identifikovala i procesuirala slučajeve, te izrekla odgovarajuće mjere emiterima zbog kršenja programskih standarda, standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje programa.

U toku 2019. godine, Agencija je **izrekla 119 upozorenja**, od čega:

- 110 po službenoj dužnosti
- devet po osnovu prigovora

Na prvostepena rješenja o izricanju tih upozorenja ili druga akta kojima su utvrđena prava i obaveze pružalaca AVM usluga **podneseno je deset žalbi** i to **dvije žalbe** u postupcima po prigovorima na rad emitera, **dvije žalbe** u postupcima po prigovorima na rad elektronskih publikacija i **šest žalbi** u postupcima pokrenutim po službenoj dužnosti prema emiterima.

Savjet Agencije je, kao neosnovane, odbio sedam žalbi, dok je prvostepeni organ riješio tri žalbe.

*

* *

Prigovori na rad emitera

U periodu od 1. januara do 31. decembra 2019. godine, Agenciji za elektronske medije je dostavljen 21 **prigovor na rad emitera** sljedećih televizijskih i radio programa:

- „TV Vijesti“ - šest prigovora
- „TV Nova M“ - pet prigovora,
- „Prvi program RTCG“ (TVCG1) - tri prigovora,
- „TV Herceg Novi“ - tri prigovora,
- „TV Prva“ - jedan prigovor,
- „TV Pljevlja“ - jedan prigovor,
- „Radio Herceg Novi“ – jedan prigovor,
- „Radio Svetigora“ – jedan prigovor.

U prvostepenom postupku, odbijeno je 11 prigovora, prihvaćeno je osam prigovora i izrečeno isto toliko upozorenja. U toku je jedan postupak po prigovoru, dok je u jednom slučaju postupak obustavljen jer je emiter potvrdio namjeru nastavka emitovanja preko multipleksa DVB-T2 mreže sa lokalnim pokrivanjem MUX PV LI.

Najveći broj upozorenja izrečenih u postupcima vođenim po prigovorima na rad emitera (**četiri upozorenja**) tokom 2019. godine izrečeno je zbog kršenja programskih standarda (čl. 55 Zakona o elektronskim medijima i čl. 7, čl. 8 i čl. 11 Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima).

Četiri prigovora na rad emitera televizijskih programa bila su vezana za kršenje odredbi o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama. U prvostepenom postupku, prihvaćeno su **dva prigovora** i izrečeno isto toliko upozorenja, zbog emitovanja komercijalnih audiovizuelnih komunikacija koje nijesu bile jasno prepoznatljive i emitovanja prikrivenih komercijalnih audiovizuelnih komunikacija, kao i zbog prekoračenja maksimalno dozvoljene dužine trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa. **Dva prigovora** su odbijena, jedan jer je već sproveden upravni postupak po istoj upravnoj stvari⁸⁰, dok je u drugom slučaju to bilo zbog neosnovanosti⁸¹.

U drugostepenom postupku po prigovorima na rad emitera, Savjetu Agencije su podnesene **dvije žalbe** od čega je **jedna** bila vezana za prvostepeno rješenje o izrečenom upozorenju⁸² emiteru televizijskog programa, a druga za rješenje o odbijanju prigovora na rad televizijskog emitera⁸³. Objе žalbe su odbijene kao neosnovane.

⁸⁰ Rješenje Agencije br. 02-1248/1 od 18.12.2019.g.

⁸¹ Rješenje Agencije br. 02-57/4 od 26.02.2019.g.

⁸² Rješenje Savjeta Agencije br. 01-414/5 od 10.06.2019.g.

⁸³ Rješenje Savjeta Agencije br. 01-417/5 od 28.05.2019.g.

Prigovori na rad pružalaca AVM usluga na zahtjev

Agenciji za elektronske medije je u toku 2019. godine dostavljeno **pet prigovora** na rad pružalaca AVM usluga na zahtjev. U prvostepenom postupku, prihvaćena su **dva prigovora** i izrečena dva upozorenja, dok su **dva prigovora** odbijena, **jedan** postupak je rezultirao upućivanjem pisma operatorima da se pridržavaju propisanih mjera pinovanja⁸⁴. Jedno upozorenje je izrečeno zbog nezaključivanja ugovora o neisključivom korišćenju audiovizuelnih djela sa repertoara Organizacije za zaštitu prava filmskih producenata u Crnoj Gori – “A PRAVA MONTENEGRO”, a drugo zbog neraspoređivanja TV programa u katalogu u skladu sa Pravilnikom o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev.

Prigovori na rad elektronskih publikacija

Takođe, u toku 2019.g. Agenciji je dostavljeno i **šest prigovora** na rad elektronskih publikacija-Portala. U prvostepenom postupku svih šest prigovora je odbijeno. U drugostepenom postupku po prigovorima na rad elektronskih publikacija, Savjetu Agencije su podnesene **dvije** žalbe vezane za rješenja o odbijanju prigovora na rad elektronskih publikacija. Obje žalbe su odbijene kao neosnovane⁸⁵.

*
* *

Postupci vođeni po službenoj dužnosti

U 2019. godini Agencija je, po službenoj dužnosti, **pokrenula 120 postupaka i izrekla 110⁸⁶ upozorenja**, dok je u **pet** slučajeva obustavljen postupak, **dva** postupka su okončana otklanjanjem uočenih nepravilnosti od strane emitera u ostavljenom roku, dok su **dva⁸⁷** postupka u toku.

Na osnovu redovnog monitoringa emitovanih programskih sadržaja, Agencija je konstatovala kršenje programskih obaveza i izrekla:

- 22 upozorenja zbog nepoštovanja programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje (čl. 58 i 59 st. 5 Zakona o elektronskim medijima, člana 23 stav 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje, kao i člana 11 Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom).
- 23 upozorenja zbog kršenja standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije i to: emitovanje prikriivenog oglašavanja, emitovanje komercijalnih audiovizuelnih komunikacija koje nijesu bile jasno prepoznatljive, kršenja uslova koji se odnose na sponzorisane AVM usluge i programe, prekoračenje maksimalne dozvoljene dužine trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa, kršenja standarda koji se odnose na plasman proizvoda i oglašavanje alkoholnih pića.
- pet upozorenja zbog kršenja programskih standarda.
- tri upozorenja zbog kršenja obaveze pružaoca AVM usluge da, na zahtjev Agencije, dostavi sve podatke, informacije i dokumenta koja su neophodna za obavljanje regulatorne funkcije u ovoj oblasti.
- jedno upozorenje zbog kršenja obaveze emitera da emitovane programske sadržaje čuva u skladu sa propisima kojima se uređuje oblast medija i propisima kojima se uređuje zaštita kulturnih dobara.
- jedno upozorenje zbog kršenja Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Tuzi.

⁸⁴ Akt br. 02-897 od 12.07.2019.g.

⁸⁵ Rješenje Savjeta Agencije br. 01-325/3 od 15.04.2019.g. i br. 01-345/3 od 15.04.2019.g.

⁸⁶ Postupci 02-190 i 02-406 (Radio Corona) okončani jednim Rješenjem 02-406/1 od 03.04.2019.g.

⁸⁷ Dva postupka pokrenuta protiv Radio Fatiha 02-157 28.01.2019.g i 02-1227 od 01.11.2019.g.;

Zbog kršenja čl. 44 st. 2 Zakona o elektronskim medijima, člana 16 Pravilnika o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada po osnovu izdatih odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga⁸⁸ i obaveza propisanih tačkom 6. odobrenja za emitovanje, koje se odnose na **neblagovremeno izmirivanje obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje**, Agencija je **izrekla 56 upozorenja**.

U drugostepenom postupku, **Savjetu Agencije je podneseno šest žalbi** na prvostepena rješenja Agencije donesena po službenoj dužnosti. Tri žalbe je riješio prvostepeni organ (u dva slučaja je postupak obustavljen shodno obavještenjima o odustajanju od žalbi, a jedna žalba je odbijena jer je izjavljena od strane neovlašćenog lica)⁸⁹, dok je tri žalbe Savjet Agencije odbio kao neosnovane⁹⁰.

Pregled izrečenih upozorenja po službenoj dužnosti se nalazi u **Prilogu 1** - Pregled izrečenih upozorenja (po prigovorima i po službenoj dužnosti).

16. *Zaštita konkurencije*

Agencija za elektronske medije i Agencija za zaštitu konkurencije su nastavile saradnju zasnovanu na razmjeni informacija od značaja za promociju i zaštitu konkurencije i prevenciju zloupotreba dominantnog položaja na tržištu ili tržištima usluga koje predstavljaju uslov za pružanje i/ili pristup AVM uslugama.

U tom kontekstu Agencija za zaštitu konkurencije se u toku 2019. godine tri puta obratila Agenciji za elektronske medije sa zahtjevom za dostavljanje podataka i mišljenja neophodnih za sprovođenje **postupka analize uslova konkurencije na tržištu usluga nabavke, proizvodnje i prodaje i distribucije medijskog sadržaja na teritoriji Crne Gore putem različitih tehnologija**.

Na inicijativu privrednog društva „MTEL“ d.o.o., Agencija za zaštitu konkurencije je pokrenula postupak za **ispitivanje mogućeg ograničenja konkurencije ili sprečavanja konkurencije na povezanim tržištima** (veleprodaja TV programa, distribucija TV sadržaja na maloprodajnom nivou), tj. povrede konkurencije iz člana 15 Zakona o zaštiti konkurencije, od strane privrednog društva „Telemach“ d.o.o.

Iako Agencija za elektronske medije nema podatke o posmatranim tržištima, ova inicijativa je bila interesantna jer je u njenom fokusu bio uticaj tržišne konkurencije na ostvarivanje ili ograničavanje pristupa TV sportskim sadržajima koji se smatraju izuzetno značajnim za građane Crne Gore, kao korisnike i kupce sadržaja preko različitih tzv. kablovskih operatora na teritoriji Crne Gore.

S tim u vezi, Agencija za elektronske medije je ukazala da je članom 67 Zakona o elektronskim medijima propisano da Savjet Agencije za elektronske medije utvrđuje listu nacionalnih ili stranih događaja od posebnog značaja za javnost u Crnoj Gori, za koje određuje da li treba da budu u cjelini ili djelimično dostupni za direktan prenos ili, gdje je to neophodno ili primjereno iz objektivnih razloga, u cjelosti ili djelimično odloženo emitovani. Saglasno tome, Savjet Agencije je donio Odluku o listi događaja od posebnog značaja za javnost u Crnoj Gori⁹¹.

Istaknuto je da pristup atraktivnim programskim sadržajima, posebno sportskim i zabavnim programima na nekom od regionalnih jezika (uključujući titlovanje ili sinhronizovane sadržaje), predstavlja važan aspekt prilikom izbora ili promjene usluge odnosno operatora. To postaje sve važniji aspekt prilikom donošenja ove odluke i puno značajniji od same tehnologije. Dakle, ukoliko se radi o izboru između različitih usluga sa uslovnim pristupom, cijena (opreme i pretplate) i pristup željenim sadržajima igraju važniju ulogu od same tehnologije (kabl, DTH, IPTV, DVB-T2).

⁸⁸ „Sl. list CG“, br. 25/11, 26/12, 38/14, 18/15, 11/16, 61/18, 83/18 i 43/19.

⁸⁹ Rješenja Agencije br. 02-1093/3 od 21.10.2019.g., br. 02-1332/4 od 23.12.2019.g. i br. 02-1333/4 od 23.12.2019.g.

⁹⁰ Rješenja Savjeta Agencije br. 01-730/6 od 20.08.2019.g., br. 01-1104/2 od 22.10.2019.g. i br. 01-1091/2 od 22.10.2019.g.

⁹¹ „Sl. list CG“, br. 11/12.

Zbog toga je za kreiranje ponude operatora i njihovu konkurentnost od velikog značaja zamjenjivost (supstitabilnost) određenog TV programa nekim drugim sličnim i atraktivnim programom u slučaju ograničavanja ili uskraćivanja pristupa tom TV programu. Takođe, istaknuto je da na zamjenjivost određenog programa direktno utiču stečena ekskluzivna prava prenosa značajnog broja sportskih takmičenja ili distribucije filmova i serija.

Ne dovodeći u pitanje sve ovo, Agencija za elektronske medije je istakla da se ne može opravdati bilo kakvo nametanje obaveze uspostavljanja saradnje bilo kojeg privrednog društva, koje raspolaže ekskluzivnim pravima distribucije određenih programskih sadržaja za teritoriju Crne Gore i putem određenih platformi, sa operatorima u Crnoj Gori.

Povodom odvojenih inicijativa privrednih društava „MTEL“ d.o.o. i „Crnogorski Telekom“ a.d., Agencija za zaštitu konkurencije je pokrenula postupak za **ispitivanje povrede konkurencije zbog postupanja koja mogu predstavljati zloupotrebu dominantnog položaja** (iz člana 15 Zakona o zaštiti konkurencije) od strane privrednog društva „Nova M“ d.o.o., a povodom nametanja neopravdanih kupovnih ili prodajnih cijena ili drugih neopravdanih uslova poslovanja.

Ključno pitanje ove inicijative je bilo da li su prekršene odredbe Zakona o elektronskim medijima isključivanjem iz kataloga (usluga) dva značajna operatora („MTEL“ d.o.o. i „Crnogorski Telekom“ a.d.), programa „TV Nova M“, čiji emiter ima ekskluzivna prava prenosa svih utakmica (seniorske muške) fudbalske reprezentacije kod kuće i u gostima, a koje su utvrđene za događaje od posebnog značaja za domaću javnost, u skladu sa Odlukom o listi događaja od posebnog značaja za javnost u Crnoj Gori?

S tim u vezi, Agencija za elektronske medije je ukazala da je emiter televizijskog programa „TV Nova M“ ostvario pravo pristupa prvom nacionalnom multipleksu MUX 1, samim tim ima i pokrivenost stanovništva na teritoriji Crne Gore programom u iznosi 95,88%, tako da emiter ispunjava uslov za korišćenje isključivog prava prenosa događaja od posebnog značaja za javnost u Crnoj Gori, jer obezbjeđuje mogućnost praćenja takvog događaja putem direktnog prenosa ili odloženog prenosa na televizijskom programu sa slobodnim pristupom za najmanje 60% stanovništva u Crnoj Gori (član 66 st. 2 Zakona o elektronskim medijima).

Takođe je ukazano da se ne može dovesti u pitanje pravo emitera da nastavi da koristi isključiva prava na prenos događaja od posebnog značaja zbog činjenice da njegov program neće biti ili nije distribuiran od strane jednog ili više pružilaca AVM usluge na zahtjev (sa uslovnim pristupom), kao što su privredna društva „Crnogorski Telekom“ a.d. i „Mtel“ d.o.o.

17. Digitalizacija radija

Uvođenju digitalnog radija posvećena je posebna pažnja Agencije u 2019. godini. Najveći dio sprovedenih aktivnosti urađen je u tijesnoj saradnji sa Agencijom za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, a sve u cilju stvaranja ambijenta za dalji razvoj svih radio-difuznih sistema, uključujući i razvoj napredne platforme za emitovanje radijskih programa.

Zajedničkim rješenjem direktora Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost i direktora Agencije za elektronske medije, formirana je radna grupa koja je uradila **Predlog strategijskih polazišta i smjernica za uvođenje digitalnog radija u Crnoj Gori**⁹². Pored predstavnika obje agencije, u radnu grupu su bili uključeni i predstavnici Ministarstva ekonomije, Ministarstva kulture, privrednih društava „Radio-difuzni centar“ d.o.o. i „Radio televizija Crne Gore“. Priređenim dokumentom, obrađena su pitanja koja se odnose na regulatorni, tehničko-tehnološki i ekonomski okvir, programske obaveze radijskih emitera u Crnoj Gori, modele subvencioniranja prijemničke opreme i predajničke mreže, mjere za promociju i povećanje stepena informisanja šire i stručne javnosti o procesu uvođenja digitalnog radija u Crnoj Gori, kao i pitanja koja su od značaja za

⁹² <http://aemcg.org/obavjestenja/smjernice-za-digitalni-radio>

realizaciju pilot projekta digitalnog zemaljskog radija. On sadrži set zaključaka i predloga za dalje aktivnosti, a prije svega potrebne mjere koje bi relevantni nadležni organi trebali da preduzmu radi blagovremenog početka i efikasnog sprovođenja procesa digitalizacije radija u Crnoj Gori.

U cilju detaljnijeg upoznavanja sa procesom uvođenja digitalnog radija, mogućnostima koje digitalizacija radija nudi svim učesnicima na tržištu radijskog emitovanja i izazovima koji prate ovaj proces, u saradnji dvije agencije, 25. maja 2019. godine u Podgorici, organizovana je prezentacija digitalnog radija u Republici Hrvatskoj. Na skupu je bilo riječi o iskustvima Hrvatske prilikom uvođenja sistema digitalnog radija, o regulatornom okviru za uvođenje digitalnog radija i ulozi javnog servisa u procesu uvođenja digitalnog radija. Predstavljena su iskustva kompanije „Odašiljači i veze“ d.o.o. u procesu uvođenja digitalnog radija, kao i iskustva i reakcije korisnika na novu radijsku uslugu. Pored navedenog, bilo je riječi i o dostupnosti prijemničke opreme u domaćinstvima i automobilima u Hrvatskoj. Posebana pažnja posvećena je pitanjima primjene Direktive o interoperabilnosti automobilskih radio prijemnika kojom je predviđeno da od 21. decembra 2020. godine (dvije godine nakon stupanja na snagu Direktive EECC) automobili određenih kategorija koji se stavljaju na tržište u zemljama EU, moraju sadržati prijemnik s mogućnošću primanja i reprodukcije barem digitalnih radijskih usluga koje se pružaju putem digitalne zemaljske radio-difuzije. Takođe, razmatrani su i tehnički aspekti uvođenja digitalnog radija koji se odnose na: planiranje i puštanje u rad predajničke mreže digitalnog radija, formiranje multipleksa digitalnog radija, predajničku i procesnu opremu, poređenje cijene FM-a i DAB+ na istoj zoni servisa kao i DAB+ mreža u Republici Hrvatskoj.

Uvažavajući ulogu Ministarstva ekonomije i Ministarstva kulture u cjelokupnom procesu definisanja adekvatne politike i odluka na državnom nivou, a imajući u vidu nadležnost Vlade Crne Gore da usvaja odgovarajuća strategijska dokumenta, regulatorne agencije su organizovale i posebnu prezentaciju strategijskih polazišta za uvođenje digitalnog radija u Crnoj Gori, kojoj su prisustvovali i ministar kulture Aleksandar Bogdanović i generalni sekretar Ministarstva ekonomije Milan Srzentić. Tom prilikom su razmotrene aktivnosti relevantnih subjekata (prije svega nadležnih ministarstava i regulatornih agencija) koje će biti sprovedene u narednom periodu (već tokom 2020. godine), u cilju stvaranja pozitivnog ambijenta neophodnog za uspješan dalji razvoj ovih sistema u Crnoj Gori.

STANJE TRŽIŠTA USLUGA DISTRIBUCIJE RADIO I TELEVIZIJSKIH PROGRAMA DO KRAJNJIH KORISNIKA

Saglasno izdatim odobrenjima Agencije za elektronske medije, distribucija radio i televizijskih programa do krajnjih korisnika vrši se putem zemaljske platforme sa slobodnim pristupom (DVB-T2 FTA) i putem različitih platformi sa uslovnim pristupom (KDS, IPTV, DTH i DVB-T2).

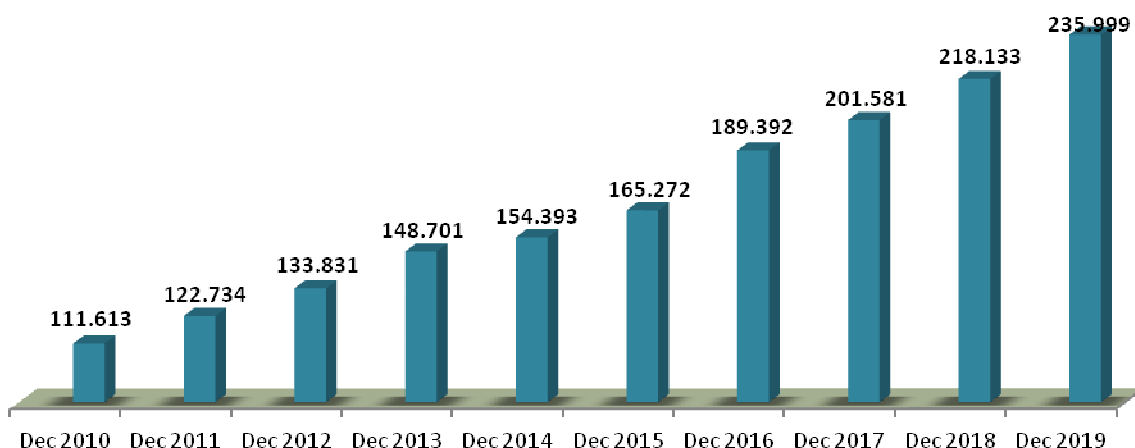
Zemaljsku platformu sa slobodnim pristupom (FTA – Free to air) koriste dva operatora. „Radio-difuzni centar“ d.o.o. ima status operatora prvog multipleksa digitalne zemaljske radio-difuzije sa pokrivanjem cjelokupne teritorije Crne Gore (MUX 1), koji djelimično koristi kao FTA platformu, a veći dio kao platformu sa uslovnim pristupom, kao i status operatora drugog multipleksa digitalne zemaljske radio-difuzije (MUX2) čiji se kapaciteti koriste kao platforma sa uslovnim pristupom. Ovaj operator ima i status operatora za 15 lokalnih multipleksa koji se, takođe samo djelimično, koriste kao FTA platforma. Pored navedenog, operator lokalnog multipleksa MUX UL L1 za opštinu Ulcinj je privredno društvo „M-tel“ d.o.o. iz Podgorice. I kapaciteti ovog multipleksa se samo djelimično koriste kao FTA platforma.

Pravo na pristup prvom nacionalnom multipleksu MUX1 (besplatna televizija) ima nacionalni javni emiter (RTCG) sa dva televizijska programa (TVCG1 i TVCG2), kao i emiteri TV Vijesti, TV Prva i TV Nova M. Pristup lokalnom multipleksu u opštini Ulcinj (MUX UL L1) do sada su ostvarili emiteri TV Teuta i TV Boin, lokalnom multipleksu u opštini Podgorica (MUX PG-DG L1): TV Boin i lokalnom multipleksu u opštini Bijelo Polje (MUX BP L1): TV Sun. Pored toga, pravo pristupa lokalnim multipleksima u Budvi (MUX BD L1), Nikšiću (MUX NK-PZ L1) i Pljevljima (MUX PV L1) ostvarili su lokalni javni emiteri čiji su osnivači skupštine opština Budva, Nikšić i Pljevlja.

Kada govorimo o platformama sa uslovnim pristupom (Pay-TV), pravo distribucije se vrši po osnovu devet izdatih odobrenja: dva kablovska, tri IPTV, dva DTH, kao i dva odobrenja za zemaljsku platformu sa uslovnim pristupom (DVB-T2). Kako jedan od IPTV operatora, koji posjeduje odobrenje, još uvijek nije počeo sa pružanjem usluge, to se podaci iz ovog izvještaja odnose na osam odobrenja za distribuciju radio i televizijskih programa do krajnjih korisnika.

Na dan 31. decembar 2019. godine, broj priključaka za distribuciju radio i televizijskog programa putem različitih platformi sa uslovnim pristupom iznosi **235.999**.

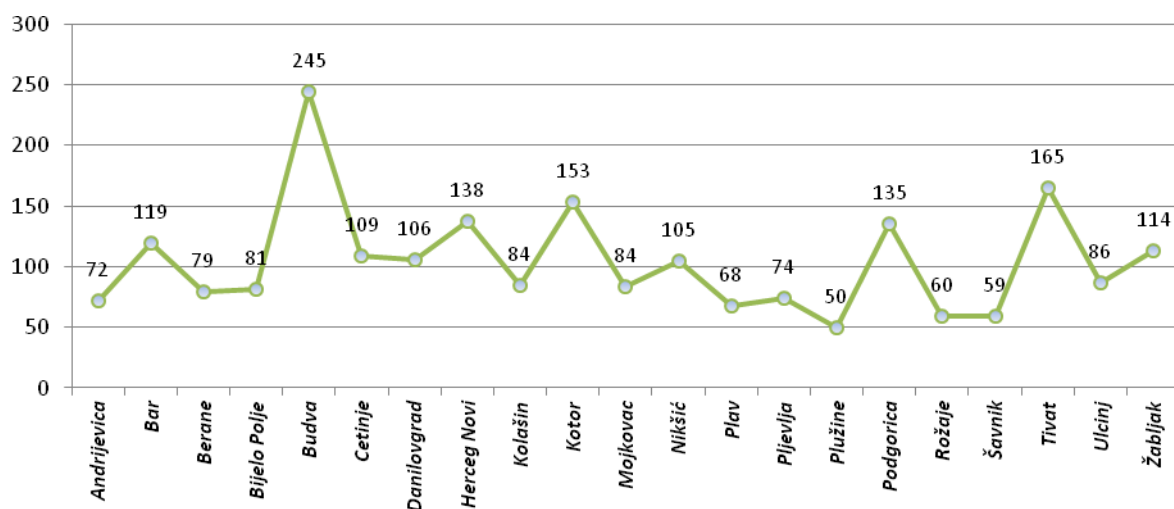
U poređenju sa brojem priključaka na kraju 2018. godine, broj korisnika Pay-TV usluga je veći za **17.866** ili **8,19%**.



Grafik 21.: Broj priključaka putem uslovnih platformi (Pay-TV)

Na kraju posmatranog perioda, ukupan broj priključaka je za 21,15% veći od broja domaćinstava u Crnoj Gori, odnosno broj priključaka koji se odnose na fizička lica je za 16,79% veći od broja domaćinstava.

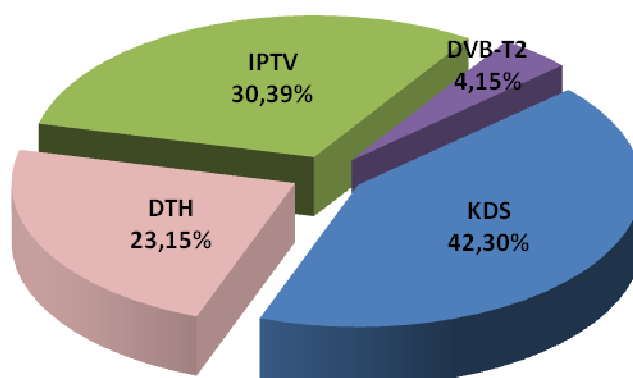
Međutim, podaci o broju priključaka pokazuju da je u Podgorici i nekim primorskim opštinama (Bar, Budva, Herceg Novi, Kotor i Tivat) broj priključaka značajno veći od broja domaćinstava, dok je u većem broju opština u sjevernoj regiji⁹³ broj priključaka oko 76% u odnosu na broj domaćinstava. Na osnovu navedenog se procjenjuje da približno 13.000 domaćinstava (oko 6,70%) još uvijek koristi samo besplatnu (Free to air) televiziju.



Grafik 22.: Priključci platformi sa uslovnim pristupom u odnosu na broj domaćinstava – po opštinama

Posmatrajući broj priključaka u odnosu na broj domaćinstava, tražnja je najveća u primorskoj regiji, 146,30%. Navedeno znači da je broj priključaka platformi sa uslovnim pristupom veći od broja domaćinstava u ovoj regiji za 23.448. Slijedi središnja regija sa 124,35%, te sjeverna regija sa 76,37%. Iako se bilježi konstantan rast broja korisnika platformi sa uslovnim pristupom, samo neznatan dio ovog povećanja se odnosi na sjevernu regiju.

Posmatrajući samo učešće platformi sa uslovnim pristupom, KDS distribucija sa učešćem od 42,30% drži vodeću poziciju na tržištu usluga distribucije radio i TV programa do krajnjih korisnika. Slijede IPTV (30,39%) i DTH (23,15%). DVB-T2 ima učešće od 4,15%.



Grafik 23.: Tržišno učešće platformi sa uslovnim pristupom

⁹³ Sjeverna regija: Andrijevica, Berane, B.Polje, Kolašin, Mojkovac, Plav, Pljevlja, Plužine, Rožaje, Šavnik, Žabljak.
Središnja regija: Cetinje, Danilovgrad, Nikšić, Podgorica.
Primorska regija: Bar, Budva, H.Novi, Kotor, Tivat, Ulcinj.

U posmatranom periodu prosječna cijena osnovnog paketa je iznosila 11,04€ (najviša 18,90€, najniža 5,08€). U osnovnom paketu korisnicima je dostupno, u prosjeku, 88 televizijskih programa (najviše 220, najmanje 17).

Operatori koji u ponudi imaju dopunske pakete, u prosjeku nude šest dodatnih paketa (najviše 12, najmanje jedan). Prosječna cijena dopunskog paketa je 7,02€ (najviša 25,00€, najniža 1,90€).

U strukturi ponude dopunskih paketa najzastupljeniji su filmski i sportski sadržaji. Najprodavaniji dopunski paketi na teritoriji Crne Gore su HBO, PINK i ARENA.

Tri operatora pružaju mogućnost da korisnici pristupe uslugama posredstvom interneta i putem aplikacija za mobilne terminale. Na ovakav način moguć je pristup određenom broju radio i TV programa iz ponude operatora. Uslugu „video on demand“ pružaju tri operatora.

Posmatrano u odnosu na ukupan obim pruženih usluga distribucije radio i TV programa do krajnjih korisnika, tj. ukupan broj prodatih osnovnih i dopunskih paketa, domaćinstvo koje koristi ovaj vid usluga, mjesečno u prosjeku, za njih izdvaja 12,11€.

REALIZACIJA PROGRAMA RAZVOJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Pod uticajem snažnih tehnoloških promjena i fokusa zaštite djece u medijima, Agencija je intenzivirala aktivnosti u vezi sa značajem zaštite maloljetnika od negativnog uticaja određenih medijskih sadržaja.

Okosnicu njenih aktivnosti na ovom planu, u 2019. godini, predstavljao je nastavak **kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“**, koja se realizuje u saradnji sa predstavništvom UNICEF-a u Crnoj Gori.

Cijeneci da će se dio kampanje koji se obraća mladima realizovati sa najboljim rezultatima ukoliko se mladi uključe, kao aktivni partneri kampanje, nastavljen je projekat „Mladi reporter“.

Podizanje nivoa svijesti o važnosti medijskog opismenjavanja roditelja, staratelja i djece, kao i važnosti odabira medijskih sadržaja za djecu.

Razvoj vještina svjesnog odlučivanja o izlaganju medijskom sadržaju, sposobnosti kritičkog vrednovanja i analiziranja informacija i medijskih poruka

Ciljevi kampanje „Birajmo šta gledamo“

Istraživanje javnosti, urađeno u martu 2019.g., pokazuje da se **procenat ljudi koji su čuli za kampanju „Birajmo šta gledamo“, u odnosu na avgust 2018.g., povećao za 17%**. To ukazuje na dobre rezultate kampanje za samo pola godine. Ovakvi rezultati ohrabruju Agenciju da nastavi sa aktivnostima na promociji medijske pismenosti. Kao glavne partnere u ovom poslu Agencija vidi medije, državne organe, međunarodne organizacije, NVO sektor, udruženja roditelja i obrazovne institucije.

U 2019. Godini je nastavljena **obuka mladih reportera** - srednjoškolaca o etičkom izvještavanju o djeci, pitanjima medijske pismenosti i slično, gdje će između ostalog naučiti kako mediji funkcionišu. U skladu sa potrebama mladih, za njih su organizovani treninzi tokom vikenda. Cilj je da se osposobe da budu novinari/dopisnici i da budu kontakt osobe i potencijalni sagovornici medija prilikom izrade reportaža o pravima djeteta, koje prave profesionalni novinari i žele da predstave mišljenja djece. Očekuje se da na ovaj način razviju vještine neophodne za efektno izražavanje kroz različite medije, a time bi bili i korisni sagovornici/mladi novinari medija. Takođe, cilj je da mladi reporteri, uz podršku profesionalaca iz lokalnih medija, prave svoje priče (tekstualne, foto, video, itd.) o pitanjima od značaja za zaštitu i ostvarivanje prava djeteta.

Aktivnosti kampanje u toku 2019. godini, u značajnoj mjeri su bile zasnovane na rezultatima istraživanja „Djeca, roditelji i mediji“ (iz 2018.)⁹⁴ koje je u okviru kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“, za potrebe Agencije za elektronske medije i UNICEF-a, napravila agencija „IPSOS“.

Nakon tri decenije od usvajanja Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima djeteta, prava djeteta se nijesu promijenila, ali djeca danas odrastaju s novim izazovima koje donosi digitalno doba. Zbog toga su mladi reporteri kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“ obilježili 20. novembar 2019. godine kao Dan djeteta i važnu godišnjicu usvajanja Konvencije organizovanjem javnih razgovora na temu digitalne i medijske pismenosti.

Na nov i posve originalan način, mladi reporteri su organizovali „preuzimanje“ nekih institucija i sa njihovim rukovodiocima razgovorali o važnim pitanjima za djecu i mlade.

Kada su **mladi reporteri „preuzeli“ Ministarstvo kulture**, na jedan dan, ministar kulture Aleksandar Bogdanović im je ustupio svoje mjesto. Polazeći od podataka iz istraživanja „Djeca, roditelji i mediji“, mladi reporteri su organizovali javni razgovor sa ministrom o kulturi i medijima za djecu u Crnoj Gori.

⁹⁴ <http://www.medijskapismenost.me/istrazivanja-djeca-roditelji-i-mediji/>

Ministar kulture je konstatovao da djeca i mladi treba aktivnije da učestvuju u kreiranju strategija koje se odnose na kulturne politike namijenjene najmlađoj publici. Susret sa mladim reporterima je iskoristio da ih pozove da se pridruže i aktivno učestvuju u programiranju obaveza u oblasti kulturnih potreba djece i mladih kroz izradu narednog petogodišnjeg Programa razvoja kulture za period od 2021. do 2025. godine.

Mladi reporeteri su posebno istakli rezultate Istraživanja „Djeca, roditelji i mediji“ da dvije trećine djece u Crnoj Gori nije bilo u pozorištu tokom 2017. godine; da 75% djece nije bilo u muzeju; da 85% nije bilo na izložbi slika; skoro dvije trećine nije bilo na muzičkom koncertu. Po njihovom mišljenju, ovi podaci ukazuju na značajno obrazovno i kulturno siromaštvo djece, a samim tim i duhovno siromaštvo jedne zemlje.

Saglasivši se sa tom ocjenom, ministar kulture je pozvao mlade reportere da pruže podršku kako bi se utvrdili razlozi zbog kojeg djeca i mladi imaju takav odnos prema konzumiranju kulturnih i umjetničkih sadržaja u našoj zemlji.



Takođe, mladi reporteri su podsjetili ministra da u našoj zemlji ima puno djece koja bi rado išla na muzičke koncerte, pozorišne predstave, gledala balet ili operu, ali nemaju tu mogućnost, jer u njihovim gradovima se tako nešto ne nudi ili se nudi jako rijetko, naročito na sjeveru zemlje. Pored toga, svaka kulturna aktivnost se plaća, veliki broj roditelja nije u mogućnosti da djecu upiše u umjetničke škole ili centre, kako bi razvijala svoje talente, ali se i kulturno opismenila. U skladu sa navedenim poručili su da je potrebno da država omogući i podrži što više besplatnih kulturnih aktivnosti za djecu i mlade širom Crne Gore.

Ministar Bogdanović je obećao da će programi svih ustanova kulture koje su u nadležnosti Ministarstva biti dostupni i vidljivi u svim crnogorskim gradovima, a ne samo na matičnoj sceni. Kako je naveo „... Crnogorsko narodno pozorište i Kraljevsko pozorište 'Zetski dom' svoje predstave igraće, pored Podgorice i Cetinja, i na scenama u drugim gradovima južnog i sjevernog dijela Crne Gore“. Isto pravilo važiće i za koncerte „Muzičkog centra Crne Gore“ i izložbe „Centra savremene umjetnosti“. On je istakao da za sticanje kulturnih navika nijesu neophodna velika novčana izdvajanja, te da je većina kulturnih programa dostupna i djeci i odraslima bez ikakve nadoknade. Naveo je da su posjete koncertima umjetničke muzike, likovnim izložbama, promocijama knjiga besplatne, dok je za organizovane posjete pozorištima, filmskim projekcijama ili muzejima naknada simbolična. Zbog toga je izrazio spremnost Ministarstva kulture da podrži svaku aktivnost u kulturi koja se odnosi na djecu i njihovo kreativno djelovanje.

Kada su **mladi reporteri „preuzeli“ Delegaciju EU u Crnoj Gori**, u razgovoru sa njima, šef Delegaciju Aivo Orav je poručio da je medijska pismenost ključna za borbu protiv lažnih vijesti, dezinformacija i nasilja nad djecom, ali je istovremeno neophodna i za sticanje osnovnih vještina za život u 21. vijeku. On je ukazao da su slobodni mediji temelj svakog društva, a učešće djece i mladih u medijima je ključno. Pohvalio je učešće mladih reportera u dječjem dnevniku Wadada i izrazio nadu da će inspirisati i druge medije da više uključe mlade prilikom kreiranja svojih programa.



Mladi reporteri su istakli da je zlostavljanje putem interneta jedan od novih problema sa kojima se suočavaju djeca i mladi u digitalnom dobu, na šta ukazuje i istraživanje „Global Kids Online“⁹⁵ s djecom uzrasta od 9 do 17 godina. Prema njemu, u poređenju s evropskim prosjekom, djeca u Crnoj Gori više strahuju od zlostavljanja putem interneta. Šef Delegacije Evropske unije u Crnoj Gori Aivo Oravo je kazao da su u današnjem okruženju djeci potrebne vještine i alati za sigurno i odgovorno korišćenje interneta, a koje ima medijski pismeno okruženje, i da EU poklanja veliku pažnju toj temi. Upravo zbog toga EU je podržala otvaranje bezbjednih internet centara u zemljama članicama EU, a u Crnoj Gori postoji portal „Bolji internet za djecu“⁹⁶.

S obzirom da su lažne vijesti jedna od glavnih briga društva u digitalnom dobu, mladi reporteri su pitali za savjet vezan za borbu protiv lažnih vijesti. Prema g. Oravu, najbolji savjet bio bi jačanje profesionalnih i nezavisnih medija, osnaživanje novinara i podsticanje digitalne i medijske pismenosti. Takođe, smatra da zdrava, odgovorna i uspješna medijska zajednica i obrazovani građani imaju najvažniju ulogu u suzbijanju lažnih vijesti i destruktivnih, dezinformacijskih kampanja.

Trening za produkciju kvalitetnih TV programa za djecu i mlade u Crnoj Gori

Rezultati istraživanja „Djeca, roditelji i mediji“ pokazuju da manje od jedne trećine roditelja (29%) i djece (27%) smatra da na crnogorskim TV programima ima dovoljno programa prilagođenih raznim uzrastima djece, kao i sadržaja koji su djeci zanimljivi, korisni, inspirativni i obrazovni. Većina roditelja (59%) smatra da je bitno da im dijete gleda TV sadržaje koji uključuju djecu istog uzrasta kao njihovo. Djeca, takođe, iskazuju interesovanje da gledaju TV sadržaje u kojima su djeca njihovog uzrasta koja rade slične stvari kao i oni. Svako drugo dijete želi da učestvuje u pravljenju TV programa, a njih 42% je već pravilo neke video sadržaje. Svaki drugi roditelj podržava ideju da njegovo dijete učestvuje u produkciji medijskih programa za djecu i mlade. Roditelji bi djeci preporučili da gledaju neki TV sadržaj najprije zato što je smiješan, zatim što je edukativan. Ove iste

⁹⁵ <https://www.unicef.org/montenegro/media/8856/file/MNE-media-MNEpublication324.pdf>

⁹⁶ <https://www.etwinning.net/bs/pub/newsroom/highlights/etwinning-and-friends-better-.htm>

kriterijume za kvalitetan TV program u najvećem broju biraju i djeca, što ukazuje da postoji potražnja za ovim medijskim sadržajima za djecu i mlade.

Imajući ove podatke u vidu, Agencija je, u okviru kampanje medijske pismenosti "Birajmo šta gledamo", sa Fondacijom „Prix Jeneusse“⁹⁷, u januaru 2019. godine, u Podgorici, organizovala trening za emitere opštih televizijskih programa. Cilj treninga je bio jačanje kapaciteta za produkciju kvalitetnih TV programa za djecu i mlade u Crnoj Gori.



Fondacija „Prix Jeneusse“ kao trenere angažuje iskusne stručnjake širom svijeta, a trening u Crnoj Gori je vodio gospodin Jan Willem Bult, direktor Centra za djecu, mlade i medije u Holandiji. On ima višedecenijsko radno iskustvo na holandskom javnom servisu i to u produkciji programa za djecu i mlade, serija i filmova i dobitnik je mnogih nagrada poput „Prix Jeunesse“ International, Japan Prize, Dutch Academy Award, Dutch Golden Calf, Cinekid Kinderkast i Prix Danube.

Trening „Wadada news for kids“

Istraživanje „Djeca, roditelji i mediji“, između ostalog, ukazalo je na potrebu djece i roditelja za većom i kvalitetnijom lokalnom produkcijom medijskih sadržaja za djecu i mlade i u saradnji sa njima. Dok većina roditelja (59%) smatra da je bitno da im dijete gleda TV sadržaje koji uključuju djecu istog uzrasta kao njihovo, djeca iskazuju interesovanje da najprije gledaju TV sadržaje u kojima su djeca njihovog uzrasta koja rade slične stvari kao i oni.

Imajući u vidu ove podatke, kao i podatke da svako drugo dijete želi da učestvuje u produkciji TV programa, Agencija je kroz kampanju „Birajmo šta gledamo“ pokušala da motiviše i mobilise nacionalnog javnog emitera „Radio Televizija Crne Gore“ (RTCG) da poboljša ponudu sadržaja za djecu i mlade u Crnoj Gori.

Iz tog razloga, Agencija je, u februaru 2019. godine, organizovala **trening „Wadada News for Kids“**⁹⁸ s ciljem pružanja podrške RTCG pokrene proizvodnju i emitovanje dnevnika za djecu. Trening

⁹⁷ „Prix Jeneusse“, u prevodu „Nagrada za mlade“ (<https://www.prixjeunesse.de/>), je jedinstveni, najveći i najstariji festival TV programa za djecu i mlade u svijetu osnovan u Minhenu 1964. godine. Već decenijama, širom svijeta, Fondacija „Prix Jeunesse“ organizuje treninge za produkciju kvalitetnih TV programa za djecu i mlade koristeći pri tom najbolje i najinovativnije primjere TV programa koji su nagrađivani na ovom svjetskom festivalu, a koji uključuju i programe koji su dobili specijalnu nagradu UNICEF-a za aktivno učešće djece u medijima. Među njegovim partnerima, pored UNICEF-a, su i UNESCO, EBU (Evropska unija emitera), Friedrich Ebert Fondacija, Američki centar za djecu i medije, itd.

⁹⁸ <http://www.wadadanewsforkids.org/> Međunarodnu mrežu organizacija „Wadada News for Kids“, tj. „Wadada vijesti za djecu“, je u saradnji s medijima u raznim zemljama širom planete, uspostavila holandska neprofitna organizacija „Free Press Unlimited“.

su pohađale novinarke dječje redakcije Televizije Crne Gore uz učešće kamermana i montažera. To je bila prilika da pripreme programski sadržaj namjenjen djeci u skladu sa standardima Wadada programa.

Nakon treninga, dječja redakcija Televizije Crne Gore dobila je pristup onlajn videoteci sa novinskim TV priložima koji su u formatu Wadade napravili mladi sa svih kontinenata. Pristup toj videoteci daje mogućnost da se u okviru programa Televizije Crne Gore besplatno emituju svi TV prilozi.

Kao konkretna rezultat održanog treninga „Wadada News for Kids“, dječja redakcija „TVCG“ je pokrenula na „Prvom programu TVCG“, emitovanje „TV Dnevnika za djecu i mlade Crna Gora“ urađenog po ovom međunarodno poznatom formatu. Prva epizoda je emitovana u majum 2019. godine i od tada se svaka proizvedena emisije emituje prije udarnog večernjeg „Dnevnika“ u 19:30.

Crnogorsko izdanje „TV Dnevnika za djecu i mlade Wadada Crna Gora“ prave volonteri UNICEF-a - mladi reporteri kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“ sa profesionalcima iz Dječje redakcije Televizije Crne Gore. Na ovaj način, po prvi put, mladi su uključeni u proizvodnju vijesti za njih. Ujedno, to je jedini medijski program te vrste koji se na crnogorskom jeziku nudi djeci i mladima u Crnoj Gori. Sve emisije crnogorskog izdanja „Wadada dnevnika za djecu i mlade“ su dostupne u okviru međunarodne videoteke koju koriste sve zemlje članice ove mreže. Iskustva iz drugih zemalja pokazuju da je „Wadada dnevnik za djecu i mlade“ jedna od najpopularnijih emisija među porodicama, tj. da ga ne prate samo djeca i mladi, već i roditelji i drugi članovi porodice, jer se radi o informativnom programu koji se bavi istim temama kao i Dnevnik za odrasle, ali ih obrađuje na način koji je djeci i mladima lakši za razumijevanje i zanimljiviji za praćenje.



Istraživanje „Djeca, roditelji i mediji“ je pokazalo da većina djece i mladih jednako vole da video sadržaje prate na TV i na YouTube ili da preferiraju YouTube. To ukazuje na potrebu da se sadržaji za djecu i mlade redovno plasiraju i preko društvenih mreža. Iz tog razloga, gospodin Jan Willem Bult, direktor Centra za djecu, mlade i medije u Holandiji (koji je vodio trening), zajedno sa zaposlenima UNICEF-a i Agencije, su pružili podršku dječjoj redakciji „Televizije Crne Gore“ da se Wadada novosti koje prave mladi Crne Gore učine dostupnim i preko društvenih mreža.

Akcija i TV spot „Birajmo šta čitamo“

Istraživanje „Djeca, roditelji i mediji“ je pokazalo da svako peto dijete uzrasta 9–17 godina nije pročitao nijednu knjigu van školskih zadataka u posljednjih godinu dana, kao ni 43% njihovih roditelja.



Zato su, povodom Svjetskog dana knjige za djecu koji se, od 1967. godine, proslavlja 2. aprila, na dan rođenja Hansa Kristijana Andersena, mladi reporteri kampanje medijske pismenosti čitali i poklanjali knjige građanima Podgorice. Time su izazvali pozitivne reakcije građana raznih uzrasta. Posebno su ljudi u zrelijim godinama ohrabivali mlade reportere da nastave sa akcijama kojima se ukazuje da je čitanje osnov pismenosti svakog pojedinca i društva u cjelini. U međusobnoj komunikaciji sa građanima, i mladi reporteri su stekli nova iskustva.

Od snimaka ove akcije mladih reportera napravljen je novi TV spot kampanje medijske pismenosti s porukom „Birajmo šta čitamo”⁹⁹ u cilju podsjećanja djece i roditelja da je čitanje osnova medijske pismenosti. Svi emiteri su se odazvali pozivu da, besplatno, emituju navedeni spot i na taj način doprinesu širenju kulture čitanja i izgradnji medijski pismenog društva u Crnoj Gori.

Mladi reporteri su apelovali na svoje vršnjake i one mlađe od njih, na roditelje, vaspitače u vrtićima, učitelje i nastavnike da čitaju i razgovaraju o tome jedni s drugima. Poručili su da su načiniti ljudi zanimljivi sagovornici.

Konferencija za štampu povodom svjetske nedjelje imunizacije

Povodom Svjetske nedjelje imunizacije¹⁰⁰ mladi reporteri kampanje medijske pismenosti i direktor istraživačke agencije Ipsos za Crnu Goru Vladimir Raičević govorili su o značaju medijske pismenosti za javno zdravlje.



Svjetska zdravstvena organizacija je 2019. proglasila neodlučnost u pogledu vakcinisanja – oklijevanje ili odbijanje vakcinacije i pored dostupnosti vakcina – jednom od deset najvećih prijetnji po javno zdravlje.

Jedan od faktora koji stoje iza porasta broja nevakcinisane djece i izbijanja bolesti širom svijeta je širenje dezinformacija o vakcinama putem digitalnih i društvenih platformi. Štaviše, u nizu zemalja u kojima su skoro nestali slučajevi malih boginja, usljed pada broja vakcinisane djece, opet su se pojavili.

Istraživanje „Djeca, roditelji i mediji” je, između ostalog, pokazalo da je:

- skoro svaki drugi roditelj (46%) povjerovao u neku informaciju iz medija za koju se kasnije ispostavilo da nije tačna;

⁹⁹ <https://www.medijskapismenost.me/birajmo-sta-citamo-%e2%88%92-nova-poruka-kampanje-medijske-pismenosti/>

¹⁰⁰ Svjetska nedjelja imunizacije obilježava se svake godine (posljednja nedjelja u aprilu) kako bi se podigao stepen svijesti o prednostima imunizacije. Vakcinacija djeluje kao štit za porodice i zajednice.

- svaki drugi roditelj nije čuo za pojam „fejk njuz“ ili lažne vijesti;
- svakom trećem roditelju teško da procijeni da li je neka informacija iz medija tačna;
- kada su u dilemi da li je neka informacija na internetu tačna, roditelji u najvećem broju nastave da pretražuju internet i smatraju tačnom onu informaciju koja se češće pojavljuje. Međutim, to što se neka informacija pojavljuje puno puta ne mora da znači da je ona tačna. Naprotiv, može se raditi o lažnoj vijesti koja se brzo širi preko interneta.

Medijska pismenost omogućava roditeljima da kritički analiziraju sve medijske poruke i prepoznaju lažne vijesti, što u slučaju imunizacije ima ključni efekat po zdravlje djece. Da bi prepoznali lažne vijesti o imunizaciji i drugim temama, treba vidjeti ko je izvor informacije i koliko je pouzdan, kao i šta kažu drugi izvori na tu temu i koliko su oni pouzdani, a posebno je bitno potražiti mišljenje stručnjaka, u ovom slučaju ljekara. Tim povodom smo napravili i animaciju kako prepoznati lažne vijesti¹⁰¹.

Konferencija za štampu povodom Međunarodnog dana porodice

Povodom Međunarodnog dana porodice¹⁰², mladi reporteri kampanje medijske pismenosti, zajedno sa Ambasadorom dobre volje UNICEF-a u Crnoj Gori Antonijem Pušićem, poznatijim kao Rambo Amadeus, su organizovali konferenciju za štampu.

Razlog za ovu konferenciju su podaci iz istraživanja „Djeca, roditelji i mediji“ koji su pokazali da skoro jedna trećina roditelja (30%) ne ograničava djecu da prate samo medijske sadržaje koji su adekvatni za njihov uzrast, kao i da svaki četvrti roditelj (24%) nikada ili rijetko razgovara s djecom o sadržajima na internetu i na TV-u koji nisu adekvatni za njihov uzrast.



Rambo Amadeus je istakao da je glavni zadatak roditelja da prije svega upoznaju djecu sa kvalitetom - bilo kojim, jer dijete upoznato sa kvalitetom iz bilo koje oblasti, po automatizmu izoštrava svoje kriterijume. Poruku Ramba Amadeusa „**Kada vas djeca vide da gledate šund sadržaj, nemojte onda od njih očekivati da će završiti na Sorboni**“, koju je uputio roditeljima, izazvala je veliko interesovanje medija.

¹⁰¹ https://www.youtube.com/watch?v=_fvtKDteO_c

¹⁰² Svetskim dan porodica se obilježava 15. maja, s ciljem da se naglasi važnost porodice kao osnovnog elementa svakog društva, da se podstakne djelovanje društva u korist porodice, donošenje odluka koje će osigurati bolji standard i kvalitet života porodica, kao i uvažavanje porodičnog načina života, tradicija i običaja.

Budući da je istraživanje pokazalo da se roditelji u Crnoj Gori, kada nijesu sigurni da li je neki medijski sadržaj adekvatan za djecu, najprije za savjet obraćaju drugim roditeljima, na konferenciji je učestvovala i predstavnik NVO „Roditelji“ Kristina Mihailović. Nevladine organizacije kao što je NVO „Roditelji“ mogu pomoći da apel mladih reportera stigne do mnogih roditelja u Crnoj Gori i da pokrene porodice da biraju šta gledaju, slušaju i čitaju i time podrže razvoj medijske pismenosti i kulture djece.

U NVO „Roditelji“ su istakli da je porodica ključna kada je riječ o medijskoj pismenosti djece, i da je neophodno prvo medijski opismeniti roditelje. Kao organizacija koja okuplja roditelje, žele više da se bave ovom temom, jer porodica ima veliki uticaj na razvijanje medijske pismenosti djece, posebno u ranom razvoju.

Na konferenciji je govorila i profesorica Lidija Vujačić sa Filozofskog fakulteta Univerziteta Crne Gore. Profesorica Vujačić je poručila da biti medijski pismena osoba znači imati kritički pristup prema sadržajima koji su lošeg kvaliteta, beskorisni ili neadekvatni uzrastu, ali i naći ravnotežu između korišćenja medija i drugih aktivnosti. Kao vodiči kroz programsku šemu, roditelji bi morali svojoj djeci da ukažu na korisne i štetne medijske sadržaje, da im pojasne razliku između realnog svijeta i fikcije, dobrih i loših uzora, istakla je Vujačić. Takođe, ukazala je da je bitno da roditelji, kako na ovu, tako i na druge teme, čuju poruke i mišljenja stručnjaka.

Mladi reporteri su saopštili da ih je razočarao podatak da su rijaliti programi na prvom mjestu najtraženijih video sadržaja društvene mreže YouTube iz Crne Gore tokom 2018. godine. Naveli su da su roditelji Crne Gore, na pitanje iz istraživanja „Djeca, roditelji i mediji“ koliko često prate rijaliti TV programe, većina njih, tj. 71 %, rekla da ih nikada ili rijetko gleda. Zaključak je da se radi o društveno poželjnom odgovoru, tj. da svi roditelji koji su odgovarali na ovo pitanje u istraživanju nijesu bili iskreni.

Nikola Vučević se pridružio kampanji „Birajmo šta gledamo“

Poznati crnogorski košarkaš i NBA zvijezda Nikola Vučević pridružio se kampanji medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“.

Tim povodom, podsjetio je na zabrinjavajuće podatke iz istraživanja „Djeca, roditelji i mediji“ koji pokazuju da svako drugo dijete u Crnoj Gori u posljednjih godinu nije prisustvovalo nijednom sportskom događaju, kao i da djeca uzrasta 12-17 godina u prosjeku dnevno provode osam sati dnevno pred ekranima.



Košarkaš Vučević je naveo da je odlučio da podrži kampanju „Birajmo šta gledamo“, jer kao sportista i dijete koje odraslo na sportskim terenima zna koliko je sport važan za razvoj djece. „Nije samo u Crnoj Gori, već je u cijelom svijetu prepoznat problem da djeca provode mnogo vremena pred

ekranima, i mislim da je ova kampanja sjajna stvar svim srcem je podržavam“, poručio je Vučević. Vučević već drugu godinu zaredom organizuje kamp za mlade košarkaše u Baru. Na taj način želi da podstakne razvoj sporta i sportskih aktivnosti za djecu i mlade u Crnoj Gori. On ističe da je ključno da roditelji usmjeravaju djecu da se aktivno bave sportom, kako zbog zdravlja, tako i zbog razvoja socijalnih vještina.

Mladi košarkaši iz svih crnogorskih opština u razgovoru sa mladim reporterima kampanje medijske pismenosti, poručili su svojim vršnjacima da je mnogo bolji osjećaj igrati košarku offline – na terenu, nego online – putem igrica.

Mladi reporteri su iskazali posebno zadovoljstvo što su bili u prilici da razgovaraju sa vrhunskim sportistom Nikolom Vučevićem i smatraju ga sjajnim uzorom za mlade čiji glas može doprijeti do roditelja i djece Crne Gore i podstaći ih da idu na sportske događaje i bave se sportom.

Klimatske promjene i lažne vijesti

U okviru kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“, Antonije Pušić, alias Rambo Amadeus, ugostio je na svom solarnom jedrenjaku mlade reportere i profesora Univerziteta Crne Gore Danila Mrdaka, kako bi podsjetili javnost da klimatske promjene i globalno zagrijavanje nijesu lažna vijest i pozvali građane da preduzmu akcije kojima bi omogućili bolju budućnost novim generacijama.

Prema podacima nacionalno reprezentativnog istraživanja agencije „IPSOS“, čak svaki peti građanin Crne Gore smatra da su klimatske promjene i globalno zagrijavanje lažna vijest.



Mladi reporteri su poručili da upravo podaci o klimatskim promjenama pokazuju koliko je medijska pismenost značajna za društvo i budućnost naše planete. U toku je proces globalnog zagrijavanja koji prijete cijeloj planeti i kojem svi mi svakodnevno doprinosimo, a petina ljudi u Crnoj Gori negira da se on dešava, vjeruje da je to lažna vijest i ne preuzima odgovornost niti bilo kakve akcije da se ovaj problem riješi.

Na kraju jedrenja sa Rambom Amadeusom, mladi reporteri su pozvali svoje vršnjake, ali i lokalne i nacionalne vlasti na akciju. Pozvali su vršnjake da u toku 2019. godine zasade makar jedno drvo, roditelje da se manje voze autima i zagađuju okolinu, a da više idu pješke i koriste biciklo, a opštinama da što prije omoguće recikliranje otpada.

Trening o medijskoj i informacijskoj pismenosti zaposlenih u Agenciji

Agencija za elektronske medije je, u saradnji sa kancelarijom OEBSa u Crnoj Gori, u septembru 2019. godine, za zaposlene u Agenciji organizovala trening na temu medijske i informacijske pismenosti.

Tokom trodnevnog treninga, polaznici su se bavili različitim tema, kao što su: osnovi medijske i informatičke pismenost, osnovni koncepti analize medija, dekonstrukcija medijskog sadržaja, vizuelna

dezinformacija, principi medijske i informacijske pismenosti (skeptizam, vježbanje, postavljanje pitanja, otvaranje našeg uma), razvijanje mjera lične istine, razumijevanje, etika i odgovornost. Takođe, tema treninga je bila i medijsko predstavljanje i stereotipi, internet bezbjednost, odnos medijske i informacijske pismenosti i slobode izražavanja i zaštita maloletnika, govor mržnje u medijima i uloga medijski pismenih građana.

Radionica "Medijska i digitalna pismenosti"

U decembru 2019. godine, Fakultet političkih nauka i Agencija za elektronske medije su, kao rezultat realizacije memoranduma o saradnji, za studente ovog fakulteta organizovali radionicu "Medijska i digitalna pismenosti".

Profesorica Dubravka Valić Nedeljković, profesorica žurnalistike sa Filozofskog fakulteta u Novom Sadu, ističući da novinari ne smiju dozvoliti da budu tvorci lažnih vijesti je kazala: „*Zadatak novinara, ali i auditorijuma jeste da otkriju da li postoji prevara, da prepoznaju lažiranje, dekonstruišu ono što je lažno i zauzmu stav o tome*“. Ona je ocijenila da su mediji postali neodgovorni od onog trenutka kada su profitu dali primat u odnosu na informaciju. Istakla je tri važna područja za razvoj medijske pismenosti i to: obrazovni sistem, medijska pismenost građana i medijska pismenost medijskih profesionalaca.

Doc. dr Vuk Vuković, sa Fakulteta dramskih umjetnosti sa Cetinja, je govorio o emocionalnoj pismenosti u eri digitalne medijske kulture. Objasnio je da mediji danas, pored informacione djelatnosti, imaju i moralni, estetski i emocionalni aspekt, a akcenat je stavio na emocionalnu inteligenciju, odnosno emocije koje različiti medijski sadržaji (poput serija „Game of Thrones“ i „Euphoria“) izazivaju kod publike. Osim vizuelne pismenosti, prof. Vuković je govorio o značaju digitalne pismenosti. Upozorio je na takve pojave kao što su „sexting“ i „cyberbullying“ sa kojima se mlađa populacija suočava na društvenim mrežama.



Kampanja medijske pismenosti "Birajmo šta gledamo" dobila je globalnu nagradu medijske pismenosti

Globalno udruženje medijske pismenosti koje vodi UNESKO u saradnji sa Alijansom civilizacija Ujedinjenih nacija i međunarodnom mrežom univerziteta dodijelilo je 2019. godine globalnu nagradu medijske pismenosti predstavništvu UNICEF-a u Crnoj Gori za kampanju medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“ i inicijativu mladih reportera.

Preko 70 inicijativa medijske pismenosti iz cijelog svijeta se takmičilo za ovu prestižnu nagradu koju su prethodnih godina dobili Sorbona Univerzitet u Parizu, Centar medijske pismenosti SAD-a, Centar medijske pismenosti u Kanadi, itd.

Nagradu je na otvaranju Globalne konferencije medijske pismenosti, čiji su domaćini Univerzitet u Geteborgu i Švedski nacionalni komitet UNESKA, u ime UNICEF-ovog tima u Crnoj Gori

primila koordinatorka za komunikacije UNICEF-a u Crnoj Gori Jelena Perović. Ona je na ovoj globalnoj konferenciji predstavila ključne nalaze istraživanja kampanje medijske pismenosti „Djeca, roditelji i mediji“, u Crnoj Gori i njene dosadašnje rezultate.

Blogovi mladih reportera - Vještine stečene tokom obuke na portalu „Vijesti Online“, mladi reporteri su imali prilike da pokaže kroz pisanje bloga. Tokom 2019. godine objavljena su 24 bloga na sajtu UNICEFa i medijskapismenost.me.

Pokretanjem **veb-sajta medijske pismenosti** (<http://www.medijskapismenost.me/>), Agencija je željela da se tema medijske pismenosti približi i roditeljima i djeci, da se kroz njihove svijet priča o medijskoj pismenosti. Ovaj kanal komunikacije treba da omogući prenošenje poruke da mediji sami po sebi nijesu ni dobri ni loši, njihov uticaj na živote ljudi i njihove djece zavisi od toga kako ih koriste.

U 2019. godini na veb-sajtu medijske pismenosti objavljeno je ukupno 103 članka, 213 slika i devet galerija sa fotografijama. Na YouTube kanalu je objavljeno 39 video snimaka.

Ukupan **broj posjeta veb-sajtu** za 2019. godinu je iznosio 3.278, ili prosječno 274 mjesečno. Najveći broj posjeta je zabilježen u maju (448), a najmanji u februaru 135. Broj jedinstvenih posjetilaca za godinu dana je bio 2.186, od čega 56% tj. 1.224 iz Crne Gore. Windows platforma je bila zastupljena sa 46%, Android sa 37,5% i Apple iOS sa 13,6%. Ostale platforme čine 2,9%.

Do veb-sajta medijske pismenosti korisnici su došli na sljedeće načine:

- preko Google pretrage 1481 ili 45,1%;
- direktno putem linka 773 korisnika ili 23,6%;
- preko drugih veb-sajtova 648 ili 19,8%;
- preko socijalnih mreža 376 ili 11,5%.

Poređenjem broja pregledanih stranica (14.676) i broja posjetilaca, može se zaključiti da je prosječan posjetilac u 2019. godini pregledao približno 6,7 stranica u jednoj posjeti i zadržao se u prosjeku 2 minuta i 10 sekundi na veb-sajtu.

Paralelno sa kreiranjem veb-sajta za promociju medijske pismenosti, organizovana je i kampanja na društvenim mrežama Facebook i Instagram.

Agencija MINA i nevladina organizacija „Juventas“, 19. novembra 2019.g. organizovali su **konferenciju „Unapređenje medijske pismenosti u Crnoj Gori“**.

Učesnici panela „Medijska pismenosti i obrazovanje“ su konstatovali da samo medijski pismeni građani mogu izbjeći predrasude, ali i prepoznati govor mržnje, propagandu i spin, kao i prikriveno oglašavanje, tehnike privlačenja pažnje i ubjeđivanja. Zaključeno je da je neophodno raditi na edukaciji djece od vrtića, osnovnih, srednjih škola. Potrebno je da medijska pismenost bude ne samo obavezan predmet, već je treba implementirati kroz sve nastavne predmete.

Na panelu „Medijska pismenost iz ugla medija“ je istaknuto da profesionalni i nezavisni mediji imaju interes za najvećim stepenom medijske pismenosti, da objavljuju informacije koje su do kraja precizne i jasne, vode računa o zaštiti javnog interesa, kao i da imaju edukativnu ulogu. Zaključeno je i da mediji ne bi trebali da popuštaju pod pritiskom da informacije daju brzo bez provjere, već da te vijesti budu tačne i precizne. Ocijenjeno je da će mediji, ukoliko rade u skladu sa standardima, poštovati Kodeks i ljudska prava, na najbolji način pomoći razvoju medijske pismenosti i ostvariti povjerenje svojih korisnika.

Na konferenciji je predstavljeno istraživanje o medijskoj pismenosti u Crnoj Gori, koje je uradila NVO „Centar za monitoring i istraživanje“ (CeMI) na uzorku od 995 ispitanika. Ono je pokazalo da 38,3% ispitanika smatra da crnogorski mediji pružaju pouzdane i precizne informacije, a 37,9% je

djelimično saglasno sa tim. Gotovo polovina ispitanika smatra da crnogorski mediji različito izvještavaju o istim temama i isto toliko ispitanika nije sigurna u šta da vjeruje.

Ocijenjeno je da je „ohrabrujući“ podatak da 43,7% ispitanika ima povjerenje u crnogorske medije. Svega jedan odsto ispitanika se, kako je rečeno, nekada žalilo nadležnim regulatornim i samoregulatornim tijelima.

Studijska posjeta predstavnika Agencije za elektronske medije Finskom nacionalnom audiovizuelnom institutu

U organizaciji Misije OEBS-a u Crnoj Gori, predstavnici Agencije za elektronske medije su boravili u dvodnevnoj studijskoj posjeti Finskom nacionalnom audiovizuelnom institutu - Kansallinen audiovisuaalinen instituutti – KAVI. Cilj studijske posjete bio je razmjena iskustava i upoznavanje sa radom i aktivnostima finskog regulatornog tijela u oblasti medijske pismenosti.

Nacionalni audiovizuelni institut, odnosno njegovo Odjeljenje za obrazovanje u medijima, ima zakonsku obavezu da promoviše medijsku pismenost i prilagođava medijske sadržaje djeci. Iz tog razloga je i medijska pismenost implementirana kao dio nekoliko predmeta u obrazovnom sistemu Finske. Za svoj rad institut je odgovoran Ministarstvu za obrazovanje i medije, ali kao ključnu ulogu ističu saradnju sa preko stotinu različitih nevladinih organizacija sa kojima rade na medijskom opismenjavanju, kako kroz formalnu edukaciju, tako i kroz rad sa djecom u vrtićima i školama, u bibliotekama i muzejima i drugim relevantnim institucijama.

Kao jedan od najvažnijih projekata medijske pismenosti u zemlji ističu „Nedjelju medijske pismenosti“ koja se održava početkom godine, počevši od 2013. godine, a nastala je kao dio kampanje „Safe Internet Day“. Pored podizanja nivoa svijesti i promovisanja važnosti medijske pismenosti, cilj ove aktivnosti je izdavanje publikacija, proizvodnja obrazovnih i radnih materijala za dječije vrtiće i škole, kako bi se kreirale nove teme i ideje, ali i pružila podrška vaspitačima i nastavnicima u daljem medijskom obrazovanju. Organizaciju i koordinaciju obavlja Nacionalni institut, u saradnji sa medijima, telekomunikacionim operaterima, centrima za rad sa omladinom, muzejima i nevladinim organizacijama. Kako bi podstakli učešće što većeg broja aktera, teme i aktivnosti se biraju zajedno, a potom svaka institucija u okviru svojih nadležnosti sprovodi aktivnosti od značaja za medijsku pismenost.

Osim toga, Nacionalni institut djeluje kao regulatorno tijelo za nadzor audiovizuelnih programa iz perspektive zaštite djece i maloljetnika, koji propisuje sistem klasifikacije medijskih sadržaja, odnosno određuje starosne granice (S, 7, 12, 16, 18 g.) za audiovizuelne sadržaje. Pored ovakvog načina klasifikovanja sadržaja, postoje i tri oznake (grafičke insertacije) koje još detaljnije prikazuju zbog čega je emitovani sadržaj neprilagođen za maloljetnike (oznaka za alkohol, oznaka za nasilje i oznaka za seksualnost).

Tokom poslednjih godina, statistički podaci i istraživanja upućuju na značajno korišćenje video igrice od strane djece i mladih. U tom cilju, u Finskoj se svake godine organizuje manifestacija pod nazivom „Game week“ („Nedjelja igara“) koja je zamišljena kao tematska nedjelja u okviru koje se promoviše vještina kritičkog razumjevanja i pristupa video igrama. U sklopu te manifestacije održava se veliki broj obrazovnih događaja posvećenih igrama, njihovom uticaju na mlade, predrasudama prema njima i načinima za ublažavanje i smanjenje tih predrasuda.

Tokom dvodnevnog boravka, predstavnici Agencije posjetili su i Muzej Paivalehti (Päivälehti museum), koji prikazuje istoriju medija, metode rada i opremu koja se koristila u štampanju knjiga, novina i časopisa tokom 19 vijeka. U sklopu studijskog boravka organizovana je i posjeta finskom Udruženju periodičnih izdavača (FPPA) – Aikakausmedia. Preko 250 izdavača časopisa i 500 časopisa i internetskih publikacija u Finskoj su članovi Udruženja koje štiti interese izdavača. Misija Udruženja je da razvijaju alate kako bi pomogli industriji da odgovori izazovima promjene medijskog pejzaža. Posebni zadaci uključuju promociju medijske pismenosti, obrazovanje, brendiranje, marketing, istraživanje i komunikaciju.

MEĐUNARODNA SARADNJA

U toku 2019. godine, predstavnici Agencije za elektronske medije učestvovali su u redovnim aktivnostima Evropske platforme regulatornih tijela – EPRA i Evropske regulatorne grupe za audiovizuelne medijske servise. Pored toga, dali su doprinos realizaciji nekoliko međunarodnih / regionalnih projekata i skupova posvećenim analizi stanja i mogućem unapređenju prakse u primjeni standarda u oblasti medija. Posebna pažnja je posvećena aktivnostima koje su bile usmjerene na unapređenja znanja i kapaciteta zaposlenih u Agenciji da prate i primjenjuju trendove i razvoj dobre prakse na polju regulacije AVM usluga i posebno medijske pismenosti. Značajnu podršku, na tom planu, Agencija je dobila od Stalne misije OEBS-a u Crnoj Gori, Predstavništva UNICEF-a za Crnu Goru, kao i Savjeta Evrope i Evropske komisije, kroz realizaciju regionalnih projekata namijenjenih unapređenju slobode medija i slobode izražavanja.

*
* *

Učešće u radu Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama

Na poziv Generalnog direktorata za komunikacione mreže, sadržaj i tehnologiju Evropske komisije, predstavnik Agencije za elektronske medije učestvovao je na tri sastanka Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama, održana u Briselu. Na sastancima su učestvovali predstavnici većine država članica Evropske Unije, predstavnici Evropske komisije iz Generalnog direktorata za komunikacione mreže, sadržaj i tehnologiju i predstavnici država kandidata za pristupanje EU, u svojstvu posmatrača.

Ključna pitanja o kojima je bilo riječi na **50. sastanku Kontakt komiteta**, održanom 28. februara 2019. godine, bile su pripreme Smjernica za implementaciju Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD), sa fokusom na tumačenje pojedinih odredbi AVMSD, kao i analiza odgovora na upitnik koji je Evropska komisija prethodno poslala državama članicama, u cilju obezbjeđivanja što potpunijih informacija o planovima transpozicije Direktive na nacionalnom nivou.

Predstavnici Komisije su dali pregled glavnih trendova i pitanja identifikovanih prilikom analize odgovora na upitnik. Odgovori upućuju na to da se većina država članica slaže da Smjernice budu zasnovane na indikatorima, koji bi pomogli regulatorima prilikom određivanja da li neka usluga posjeduje osnovnu funkcionalnost da nudi audiovizuelni sadržaj širokoj javnosti. U nekim odgovorima je predloženo, uz postojanje sekundarnih ili dopunskih, i definisanje primarnih indikatora, kojima bi se jasno odredile pretpostavke za postojanje osnovne funkcionalnosti. Naglašeno je da bi indikatori trebalo da budu lako i objektivno mjerljivi, a ne bazirani na subjektivnom sudu. U nastavku je raspravljano o pojedinačnim indikatorima grupisanim u skladu sa ciljevima i značajem usluga, tehničkim karakteristikama usluga i drugim kriterijumima. U toku rasprave, predstavnici država članica su elaborirali svoje stavove na ovu temu i ponudili dopunske sugestije vezane za definisanje indikatora.

U okviru sljedeće tačke dnevnog reda, raspravljano je o smjernicama za izračunavanje procenta evropskih djela u katalozima pružalaca AVM usluga na zahtjev i definisanju kriterijuma za izuzimanje od ove obaveze na osnovu malobrojne publike i niskog prometa od ove usluge. Predstavljen je pregled odgovora na blok pitanja u upitniku koji se odnosio na izračunavanja udjela evropskih djela u katalozima i navedeno je da većina država članica preferira računanje na osnovu naslova, sa različitim varijacijama. Dok se neke države zalažu za računanje na osnovu naslova filmova i epizoda serija, druge smatraju da osnovu treba da predstavljaju naslovi filmova i serija, dok treća grupa preferira naslove filmova i sezone serija kao osnovu za izračunavanje udjela evropskih audiovizuelnih djela.

Kada je u pitanju ovaj pristup, identifikovan je određeni rizik da bi pružaoci AVM usluga na zahtjev mogli biti podstaknuti da kupuju djela vrlo kratkog trajanja, kako bi lakše ispunili kvotu. Određeni broj država članica je u svojim odgovorima na upitnik naveo da bi trajanje AVM djela u satima trebalo uzeti za osnovu računanja udjela evropskih djela, kao najneutralniji metod koji je najlakše kontrolisati. Pri razmatranju ovog pristupa, izražena je rezerva da bi ovaj metod mogao rezultirati kupovinom dugih serija, na štetu kinematografskih djela.

Zaključeno je da nijedna opcija nije savršena, ali da je neophodno naći uravnotežen pristup i zatraženo od država članica da informišu Komitet o svojoj fleksibilnosti po pitanju definisanja najboljeg pristupa izračunavanju procenta evropskih djela u katalozima pružalaca AV usluga na zahtjev.

Kada su u pitanju kriterijumi za izuzeće od ove obaveze, predstavnici Komisije su dali pregled odgovora i na ovu grupu pitanja u upitniku. Navedeno je da se, prilikom analize odgovora, kao glavni problem pojavio nedostatak relevantnih podataka i kompleksnost izračunavanja obima korisnika usluga i prometa kako bi se procijenilo tržišno učešće individualnih pružalaca usluga na nacionalnom nivou. Navedeno je i da se na AVM usluge na zahtjev ne mogu primjenjivati iste metode izračunavanja koje se primjenjuju na linearne AVM usluge, kao i da se koncept publike razlikuje u zavisnosti od tipa usluge (SVOD, AVOD, TVOD¹⁰³). Ocijenjeno je da se prilikom primjene niskog prometa kao kriterijuma za izuzeće mogu koristiti podaci koje države članice već imaju, ali je izražena sumnja da su oni izraženi odvojeno za različite audiovizuelne usluge.

Predstavnici Komisije zaključili su da će prilikom izrade smjernica zauzeti najpraktičniji pristup, uzimajući u obzir ciljeve Direktive. Izraženo je očekivanje da bi formalno usvajanje smjernica moglo biti gotovo do kraja godine ili u prvim sedmicama 2020. godine.

Na **52. sastanku Kontakt komiteta**, održanom 1. jula 2019. godine u Briselu, nastavljen je rad na Smjernicama za transpoziciju Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD) u nacionalne zakonske okvire država članica Evropske unije. Fokus sastanka stavljen je na tumačenje odredbi Direktive vezanih za pružanje programa i video zapisa koje su generisali korisnici kao osnovne funkcionalnosti usluga društvenih medija, odnosno osnove za primjenu Direktive na ove usluge. Predstavnici Evropske komisije predstavili su glavne elemente tumačenja pojma osnovne funkcionalnosti iz nacrta smjernica, definisanih na osnovu odgovora na upitnik koje su poslale države članice.

Nastavljena je rasprava o procesu pripreme smjernica za izračunavanje udjela evropskih djela u katalozima pružalaca AVM usluga na zahtjev i kriterijuma za izuzimanje manjih pružalaca usluge od te obaveze. Rasprava je organizovana na osnovu nacrta smjernica koje je Komisija prethodno poslala predstavnicima država članica. Ponovljene su prednosti i mane svakog od pristupa izračunavanju udjela evropskih djela u katalozima, a u nastavku rasprave pojedine države članice su skrenule pažnju na potencijalne poteškoće u praktičnom sprovođenju odredbi novih zakona, koji bi bili usvojeni na osnovu Smjernica za transpoziciju Direktive. Kao jedan od glavnih izazova u ovom procesu ponovo je naveden nedostatak relevantnih podataka i potreba da se povećaju kapacijeti regulatornih organa zaduženih za implementaciju ovih odredbi.

I na **53. sastanku Kontakt komiteta**, održanom 9. septembra 2019. godine u Briselu, razgovarano je o izradi smjernica za transpoziciju Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD) u nacionalne zakone država članica Evropske unije.

Predstavljen je nacrt Smjernica za praktično korišćenje pojma „osnovne funkcionalnosti“ usluga društvenih medija pri definisanju usluga platformi za razmjenu video sadržaja. Naglašeno je da je cilj AVMS direktive da pojača zaštitu korisnika, naročito maloljetnika, od određenih oblika nezakonitih i štetnih sadržaja na internetu, te da je obim Direktive proširen uvođenjem određenih

¹⁰³ SVOD - subscription video on demand, AVOD - advertisement-based video on demand, TVOD – transactional-based video on demand.

obaveza za pružaoce usluga platformi za razmjenu video sadržaja. Navedeno je da je svrha Smjernica da daju praktična uputstva za primjenu kriterijuma osnovne funkcionalnosti u skladu sa Direktivom. Naglašeno je da je glavni cilj pravila vezanih za platforme za razmjenu video sadržaja da se maloljetnici zaštite od štetnih sadržaja, a svi građani od podsticanja na mržnju, nasilje i terorizam. U tom smislu, upućivanje na „osnovnu funkcionalnost“ dato je radi uključivanja društvenih medija, čije objavljivanje programa i video sadržaja koje generišu korisnici predstavlja osnovnu funkcionalnost njihovih servisa, u kategoriju platformi za razmjenu video sadržaja.

Predstavnici Komisije podsjetili su na odredbe Direktive na osnovu kojih bi se pružanje programa i videozapisa koje su generisali korisnici moglo smatrati jednom od osnovnih funkcionalnosti usluge društvenih medija ako audiovizualni sadržaj nije samo prateći u odnosu na aktivnosti te usluge društvenih medija ili ako ne predstavlja samo njihov manji dio. Shodno tome, Komisija smatra da bi, pri procjeni da li je određena funkcionalnost osnovna, nacionalni regulatorni organi morali razmotriti komercijalnu relevantnost audiovizuelne ponude za glavnu ekonomsku aktivnost date usluge. Zaključeno je da bi, prilikom procjene određene usluge, trebalo posvetiti posebnu pažnju da li je audiovizuelna ponuda od presudnog značaja za komercijalni uspjeh i tržišnu poziciju te usluge.

U nastavku sastanka bilo je riječi o smjernicama za izračunavanje udjela evropskih djela u katalozima pružalaca AV usluga na zahtjev, i definisanju pojmova „malobrojne publike“ i „niskog prometa“ pri razmatranju mogućnosti izuzimanja određenih manjih pružalaca AV usluga na zahtjev od obaveze vezane za učeće evropskih djela u njihovim katalozima. Istaknut je cilj ovih Smjernica da se postigne ravnoteža između obezbjeđivanja kulturnog diverziteta u okviru Evropske unije i izbjegavanja nepotrebnog opterećenja za pružaoce usluga i nacionalne regulatorne organe.

Predstavljenim Nacrtom smjernica se predlaže da se, pri kalkulaciji udjela evropskih djela, kao mjerna jedinica uzme jedan film, odnosno jedna sezona TV serije. Predstavници komisije iznijeli su uvjerenje da se ovakvim pristupom neće podsticati kupovina dužih TV serija, kao i da će imati pozitivan efekat na prekograničnu distribuciju evropskih djela. Predstavnici Komisije takođe smatraju da bi ovakav pristup predstavljao manje opterećenje za pružaoce usluga i olakšao verifikaciju od strane regulatornih organa. Kada su u pitanju kriterijumi za izuzimanje pružalaca AV usluga na zahtjev od obaveza vezanih za evropska djela, Smjernicama se predlaže izuzeće za mikro preduzeća sa globalnim godišnjim prometom ispod 2 miliona eura i manje od deset zaposlenih, u skladu sa definicijom mikro preduzeća iz Preporuke Evropske komisije o malim i srednjim preduzećima.

Prilikom primjene kriterijuma „malobrojne publike“, Smjernicama se kao mogući pristup preporučuje da se u obzir uzme broj aktivnih korisnika u odnosu na broj domaćinstava sa pristupom širokopojasnom internetu u datoj državi članici EU. Prema mišljenju Komisije, ovakvim pristupom bi se obezbijedilo da pružaoći sa zanemarljivim tržišnim udjelom budu izuzeti od obaveze uključivanja evropskih djela u svoje kataloge.

Na kraju sastanka je raspravljano o praktičnim pitanjima transpozicije AVMS direktive u nacionalne zakonske okvire. Poslije prezentacije od strane predstavnika Komisije, uslijedila je rasprava u okviru koje su predstavnici država članica iznijeli svoja mišljenja i predstavili izazove sa kojima u tom procesu susreću na nacionalnom nivou.

*
* *

Učeće u radu Evropske grupe regulatora za audiovizuelne usluge (ERGA)¹⁰⁴

¹⁰⁴ **Evropska grupa regulatora za audiovizuelne medijske usluge** (<http://erga-online.eu>) okuplja predstavnike nacionalnih nezavisnih regulatornih tijela u oblasti audiovizualnih usluga, sa ciljem pružanja savjetodavne podrške Evropskoj komisiji i razmjeni najbolje prakse među evropskim regulatorima audiovizuelnog tržišta.

Na poziv Generalnog direktorata za komunikacione mreže, sadržaj i tehnologiju Evropske komisije, predstavnik Agencije za elektronske medije, u svojstvu posmatrača, učestvovao je na **12. sastanku Evropske grupe regulatornih organa iz oblasti audiovizuelnih medijskih usluga (ERGA)**, koji je održan 10. decembra 2019. godine u Briselu, Belgija.

Sastancima Evropske grupe regulatora za audiovizuelne usluge (ERGA), uobičajeno prethode sastanci **Kontakt mreže ERGA-a** na kojima se predstavljaju i raspravljaju radni dokumenti pripremljeni za plenarne sjednice. Na sastancima mreže održanim 3. juna i 22. novembra 2019. godine u Briselu, prisustvovao je predstavnik Agencije za elektronske medije, u svojstvu posmatrača.

U toku 2019. godine, aktivnosti ERGA grupe su bile usmjerene na nekoliko ključnih pitanja a rezultirale su usvajanjem seta dokumenata od značaja za efikasnu transpoziciju Direktive o AVM uslugama, kao i unapređenje okruženja za razvoj AVM usluga i slobode izražavanja u kontekstu novih izazova. Među njima su i:

- Izveštaj o procjeni implementacije Kodeksa ponašanja protiv dezinformacija¹⁰⁵
- Izveštaj o implementaciji revidirane Direktive o AVM uslugama¹⁰⁶
- Izveštaj o rodnoj raznolikosti¹⁰⁷.

*
* *

Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela – EPRA¹⁰⁸

Od 29. do 31. maja 2019., u Sarajevu, Bosna i Hercegovini održan je **redovni 49. sastanak EPRA-e**, na kojem su učestvovali i predstavnici Agencije.

U skladu sa godišnjim planom rada za 2019. godinu, prva plenarna sesija je bila posvećena temi „Zaštiti maloljetnika u online svijetu“ sa fokusom na istraživanje i prikupljanje podataka o mogućem štetnom uticaju AV sadržaja na maloljetnike. Posebna pažnja je posvećena mehanizmima i mogućnostima ocjene stepena štetnosti online sadržaja i sagledavanju da li i kako regulatori mogu da uvedu mjere koje će biti proporcionalne stepenu štetnosti. U okviru druge plenarne sesije razgovarano je o ekskluzivnim pravima na prenos sportskih događaja. Posebna pažnja je bila usmjerena na izazove sa kojima se suočavaju mediji, posebno na manjim tržištima, kako javni tako i komercijalni, u svijetlu sve snažnijih tendencija ostvarivanja dominantnog položaja na tržištu ovih sadržaja i programa koji ih emituju.

Kroz rad u tri paralelne radne grupe, omogućena je razmjena iskustava i najbolje prakse na teme: medijske pismenosti; definisanja i metodologije praktičnog mjerenja učešća evropskih radova u AVM uslugama i novih slučajeva i dobre prakse za prevenciju govora mržnje.

Predstavnici Agencije učestvovali su i na redovnom **50. sastanku EPRA-e**, održanom od 23. do 25. oktobra 2019., u Atini, Grčka.

U okviru plenarnih sesija vođena je rasprava ponovo na temu „Zaštiti maloljetnika u online svijetu“, ali sada sa fokusom na dva ključna regulatorna izazova i to: mehanizme za kontrolu pristupa sadržajima kroz usluge na zahtjev i platforme za razmjenu video sadržaja i vještačka inteligencija i

¹⁰⁵ Report of the activities carried out to assist the European Commission in the intermediate monitoring of the Code of practice on disinformation (http://erga-online.eu/wp-content/uploads/2019/06/ERGA-2019-06_Report-intermediate-monitoring-Code-of-Practice-on-disinformation.pdf)

¹⁰⁶ Final Report on Implementation of the revised AVMS Directive (http://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/01/ERGA_2019_SG3_Report-1.pdf)

¹⁰⁷ Report on Gender diversity (http://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/01/ERGA_2019_SG4_Report.pdf)

¹⁰⁸ European Platform of Regulatory Authorities (<http://www.epra.org>). Članovi EPRE su 52 regulatorna tijela iz 46 evropskih zemalja. Evropska komisija, Savjet Evrope, Evropska audiovizuelna opservatorija i Kancelarija predstavnika OSCE-a za slobodu medija, posmatrači su rada EPRE. Sastanci se organizuju dva puta godišnje.

mešinsko učenje. Posebna pažnja u sagledavanju mehanizama kontrole pristupa sadržajima je bila posvećena povezanosti zaštite maloljetnika i zaštite ličnih podataka.

Nastavljen je rad u okviru radnih grupa posvećenih medijskoj pismenosti i definisanju & mjerenju učešća evropskih radova, a organizovana je i posebna radna grupa koja se bavila temom pristupačnosti TV i AVM usluga na zahtjev. Posebna pažnja je bila posvećena mjerama za promociju pristupačnosti sadržaja za publiku, ključnim trendovima i izazovima za regulatore.

Stvaranje uslova za pristupačnost sadržaja može biti vrlo skupo. Zbog toga su važni načini na koje se mogu motivisati pružaoci AVM usluga kroz fondove ili podržavanje njihove saradnje. Predstavljen je niz inovacija (alata) koje pomažu da se sadržaji učine pristupačnijim. Takođe je raspravljano kako bi emiteri, pružaoci AVM usluga na zahtjev i proizvođači sadržaja mogli da koriste ove alate i sarađuju u procesu povećanja ponude pristupačnih sadržaja. Na kraju, razgovarano je o mogućoj ulozi regulatora u olakšavanju i podsticanju takve saradnje.

*

* *

Implementacija projekta „Jačanje pravosudne ekspertize o slobodi izražavanja i medija u Jugoistočnoj Evropi (JUFREX)“

Predstavnici Agencije su aktivno učestvovali u realizaciji regionalnog projekta koji implementira Savjet Evrope „**Jačanje pravosudne ekspertize o slobodi izražavanja i medijima u Jugoistočnoj Evropi**“ (JUFREX), a finansiraju Evropska unija i Savjet Evrope. U njemu učestvuju Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Srbija, bivša jugoslovenska Republika Makedonija, Kosovo i Hrvatska.

Nakon uspjeha prve regionalne publikacije pripremljene u okviru JUFREX-a, pod nazivom „Medijska regulatorna tijela i govor mržnje“, priređena je druga publikacija „**Regulatorni organi za medije i zaštita maloljetnika**“¹⁰⁹. U njenoj izradi učestvovali su i predstavnici Agencije za elektronske medije.

Publikacija uključuje informacije o značajnim slučajevima na kojima su radili regulatori u regionu u vezi sa zaštitom maloljetnika. Takođe je jedan dio publikacije posvećen ulozi nacionalnih regulatornih organa u ovom pogledu, uključujući njihove zakonske i regulatorne nadležnosti.

“Djeca su sjajni imitatori.

Zato im dajte nešto sjajno da imitiraju.”

Cilj ove publikacije je, između ostalog, da doprinese širem razumijevanju koncepta zaštite maloljetnika od štetnog sadržaja u audiovizuelnim medijskim uslugama, ulozi regulatora u ovoj oblasti, potrebi da se uključe različite zainteresovane strane kako bi se obezbijedilo sigurno okruženje, i na internetu i van interneta, za razvoj djece i maloljetnika, da ponudi polaznu tačku u smislu davanja preporuka i mehanizama za zaštitu maloljetnika, kao i da olakša dalje napore i inicijative u tom smjeru.

U Sarajevu, Bosna i Hercegovina je 4. i 5. aprila 2019. godine **održana završna konferencija povodom kraja prve faze projekta JUFREX**. Ovom događaju je prisustvovalo više od 150 predstavnika sudstva, tužilaštva, advokata, regulatora, novinara, medijskih nevladinih organizacija i drugih medijskih aktera iz ovog regiona, koji su bili aktivni partneri u implementaciji projekta.

Tokom tri godine, u okviru projekta sprovedeno je skoro 250 aktivnosti, u kojima je učestvovalo više od 4.000 korisnika. Više od 2.000 sudija, tužilaca i advokata je prošlo obuku u okviru projekta, i više od 1.500 medijskih aktera učestvovalo je u JUFREX događajima.

¹⁰⁹<https://rm.coe.int/6-mne-ras-and-protection-of-minors/16809691b2>

U dijelu posvećenom podršci regulatornim tijelima za elektronske medije, istaknuto je da su regionalne aktivnosti odredile pravac aktivnosti na nacionalnim nivoima, fokusirajući se na poboljšanje kapaciteta, efikasnost regulatornih tijela o temama kao što su sloboda govora, zaštita maloljetnika i medijska pismenost.

Na Konferenciji je zaključeno da su, i dalje, pravo na slobodu izražavanja te garantovanje bezbjednosti novinara veliki izazovi u čitavoj Evropi. U mnogim državama, novinari i drugi medijski akteri se suočavaju sa prijetnjama kao što su cenzura, politički i ekonomski pritisak, zastrašivanje, nesigurnost zaposlenja, zloupotreba zakona o kleveti, kao i fizički napadi. Takođe, novi mediji i internet su donijeli mnoge koristi ali u isto vrijeme i mnogo novih izazova, te je očigledna potreba da se postave standardi u ovoj oblasti.

Predstavnici Evropske unije i Savjeta Evrope potvrdili su svoju posvećenost daljem promovisanju i podršci inicijativama u vezi sa slobodom izražavanja na Zapadnom Balkanu, te najavili nastavak projekta JUFREX, u okviru Horizontal Facility II programa, koji će biti implementiran u čitavom regionu počev od maja 2019. godine.

Regionalni **sastanak povodom početka druge faze programa „Horizontal Facility“ (tzv. Horizontal Facility II¹¹⁰)** za Zapadni Balkan i Tursku održan je 09. oktobra 2019. godine u Skoplju, Makedonija. Na poziv Savjeta Evrope, predstavnik Agencije je učestvovao i na ovom skupu.

Regionalna konferencija „Audiovizualne medijske usluge i uloga regulatornih tijela za medije prema revidiranoj Direktivi o AVM uslugama“, održana je 9. i 10. septembra 2019. godine u Herceg Novom. Organizovana je u okviru druge faze projekta JUFREX (JUFREX2), kroz tzv. Horizontal Facility II inicijativu. Učesnici konferencije su bili predstavnici regulatornih tijela za AVM usluge iz Albanije, Bosne i Hercegovine, Kosova, Srbije, Sjeverne Makedonije i Crne Gore.

Na konferenciji su razmijenjena mišljenja i kreirana platforma za diskusiju o primjeni revidirane Direktive o AVM uslugama i drugim relevantnim temama za regulaciju medija u regionu, sa naglaskom na izazove i moguće zajedničke akcije u periodu trajanja projekta JUFREX 2 tj. do maja 2022. godine.

Prestavljene su nove obaveze i izazovi sa kojima se, u skladu sa izmjenama Direktive o AVM uslugama, suočavaju regulatori za medije. Primarno je bilo riječi o kapacitetima regulatornih tijela za medije da uspješno realizuju nove obaveze koje se odnose na: zaštitu maloljetnika, regulaciju platformi za razmjenu video sadržaja, promociju evropskih radova i nezavisnost regulatora.

Dogovoreno je da se uspostavi komunikacija sa pružaocima platformi za razmjenu video sadržaja (Facebook, YouTube) i sagleda mogućnost da se pozovu na narednu regionalnu konferenciju. Cilj je da se omogući diskusija o regulaciji, mogućnostima za razvoj regionalnih smjernica / kodeksa za saradnju koja bi obuhvatila sve relevantne aktere.

Što se tiče koregulacije (koja je posebno regulisana revidiranom Direktivom), zaključeno je da treba da se razmotri mogućnosti ažuriranja studije pripremljene u okviru prve faze projekata JUFREX „Evropske prakse zajedničke regulacije u medijima“. Studija pruža informacije o tradicionalnim oblastima primjene samoregulacije ili koregulacije (zaštita maloljetnika, zaštita potrošača, novinarska etika i nelinearne audiovizuelne medijske usluge). Takođe, studijom su obuhvaćeni uslovi za efikasan samoregulativni ili koregulativni sistem.

¹¹⁰ <https://pjp-eu.coe.int/en/web/horizontal-facility/home> - Horizontalni instrument Evropske unije / Savjeta Evrope za zapadni Balkan i Tursku (Horizontalni instrument II) 2019-2022 je inicijativa za saradnju Evropske unije i Savjeta Evrope za zapadni Balkan i Tursku. Prva faza programa obuhvatala je razne specifične za korisnike i regionalne inicijative i trajala je od 2016. do 2019. Druga faza programa (vrijedna 41 mil. EUR, trajeće 36 mjeseci, počev od maja 2019.) se oslanja na rezultate I faze i proširuje se na nove teme ključne za region zapadnog Balkana i Tursku, a to su sloboda izražavanja i mediji. Druga faza programa obuhvata akcije u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Kosovu, Crnoj Gori, Sjevernoj Makedoniji, Srbiji, kao i Turskoj.

U svijetlu revidirane Direktive o AVM uslugama, prepoznata je potreba da se dogovori ili definiše minimalan set kriterijuma za ocjenu nezavisnosti regulatornih tijela za medije, koji će uzeti u obzir zakonodavni okvir, postupak imenovanja članova Savjeta, interne procedure i sl.

Učesnici konferencije su se složili da bi bilo korisno, za sljedeće konferencije koje se organizuju u okviru projekta JUFREX, pozvati predstavnike pravosuđa, kako bi se razgovaralo o različitoj ulozi regulatora i sudstva o pitanjima koja su relevantna za medije, posebno kada je reč o govoru mržnje i zaštiti maloljetnika. Ovo bi doprinjelo boljem razumijevanju i efikasnosti u ovoj oblasti.

*
* *

Realizacija Projekta „Podrška javnim medijskim servisima na Zapadnom Balkanu“ (PSMWB)

Predstavnici Agencije su aktivno učestvovali u realizaciji regionalnog projekta „Podrška javnim medijskim servisima na Zapadnom Balkanu“ (PSMWB), koji finansira Evropska Unija a realizuje konzorcijum organizacija na čelu sa Međunarodnom federacijom novinara (IFJ), a uključeni su i Evropska radio-difuzna unija (EBU), Evropska federacija novinara (EFJ), austrijski nacionalni javni servis (ORF), Balkanska mreža za istraživačko novinarstvo (BIRN) i Kancelarija Evrovizije za razmjenu vijesti u jugoistočnoj Evropi (ERNO).

Regionalni sastanak posvećen finansiranju javnih emitera, održan je 28. maja 2019. godine u Sarajevu, Bosna i Hercegovina. Na sastanku su učestvovali predstavnici pet interesnih grupa iz svake zemlje, uključujući menadžment nacionalnih javnih servisa i njihova upravna tijela, predstavnike vlada/parlamenta, nacionalne medijske regulatore i predstavnike relevantnih nevladinih organizacija. Pored toga, sastanku su prisustvovali i relevantni akteri sa medijske scene u Bosni i Hercegovini.

Na sastanku su razmijenjeni stavovi o održivosti različitih pristupa finansiranju u nacionalnom kontekstu. Prezentacije su bile organizovane kroz tri panel diskusije, tokom kojih je razgovarano o specifičnim aspektima različitih modela finansiranja. Na skupu je usvojen nacrt dokumenta „Principi finansiranja javnih servisa“.

Od 19. do 20. juna 2019. godine u Ljubljani, Slovenija, su organizovani **Studijska posjeta Radio Televiziji Slovenije i sastanak Nadzornog odbora Projekta PSMWB**. Jednodnevna studijska posjeta RTV Slovenija je omogućila upoznavanje sa pravnim okvirom i praksom upravljanja javnim servisima, kao i načinima i uslovima za zaštitu i garantovanje uređivačke nezavisnosti i izgradnje povjerenja u javni servis. Na sastanku Nadzornog odbora Projekta PSMWB evaluirane su sprovedene aktivnosti u prvoj godini projekta i dati predlozi i sugestije za nastavak rada u narednoj godini.

Regionalni sastanak posvećen mjerenju gledanosti održana je 2. i 3. jula 2019. godine u Sarajevu, Bosna i Hercegovina. Na njemu su predstavljeni primjeri dobre prakse, alati i uputstva za pouzdano mjerenje gledanosti. Na sastanku su učestvovali predstavnici javnih servisa i regulatornih tijela.

Na sastanku je predstavljen uporedni pregled prakse u svakoj od zemalja učesnica projekta. Istaknuto je da je za mjerenje gledanosti svuda ključno pitanje koliko su pouzdani podaci o gledanosti i koja uputstva mogu dovesti do „najbolje prakse“. S obzirom da za razvoj medija sve veću uslogu dobija internet, na sastanku su istaknuta dva aspekta korišćenja interneta. Jedna prezentacija je bila posvećena mjerenju korišćenja internet usluga sa fokusom na medijske sadržaje, druga je bila o korišćenju podataka sa interneta u uredničkom radu umjesto klasičnog istraživanja.

U toku drugog dana sastanka, značajna pažnja je posvećena pitanju organizovanja mjerenja gledanosti, raspodjele troškova, saradnji i nadasve kreiranju reprezentativne „valute“ za medijsku industriju u određenoj zemlji.

*
* *
*

Konferencija „(Posljednji) poziv za kvalitetno novinarstvo“

U Ljubljani, Slovenija je 28. i 29. novembra 2019. godine održana međunarodna **konferencija „(Posljednji) poziv za kvalitetno novinarstvo“**, u organizaciji Savjeta Evrope i Ministarstva kulture Slovenije. Ključna pitanja kojima je bila posvećena konferencija je kako se može osigurati održivost kvalitetnih vijesti i koje su odgovornosti aktera kao što su internetske platforme, nastavnici, regulatori, civilno društvo i akademija u pogledu očuvanja kvalitetnog novinarstva?

Na poziv organizatora, i predstavnici Agencije su učestvovali na skupu, koji je okupio oko 150 predstavnika medija, samoregulatornih tijela i regulatora, akademske zajednice, kao i stručnjaka iz oblasti medijskog prava, kreatora politike, medijskih stručnjaka i novinara. Razmijenjena su mišljenja o trenutnom stanju u proizvodnji vesti, standardima i načinu njihovog efikasnog funkcionisanja u praksi, kao i o idejama za moguće politike za jačanje i podržavanje nezavisnog i kvalitetnog novinarstva.

Na konferenciji je konstatovano da su internet i digitalna tehnologija uvećali broj izvora vijesti koji su odmah dostupni javnosti, mijenjajući navike potrošnje / korišćenja medija. Ovo obilje izvora vesti, međutim, ne mora nužno da garantuje bolji kvalitet ili raznovrsnije informacije. Sa druge strane, tradicionalni „kvalitetni“ mediji se bore da ostanu finansijski održivi. Uticaj društvenih medija izaziva rastuću zabrinutost zbog kvaliteta informacija koje dopiru u javnost. U tom kontekstu, uloga kvalitetnog novinarstva ostaje ključna za demokratska društva, služeći javnim interesima i promovišući odgovornost u javnom životu.

Razgovarano je o različitim aspektima novinarstva, odnosno potrebi da se ono posmatra kao komercijalna djelatnost, ali i javna usluga / dobro. Ne dovodeći u pitanje značaj kvaliteta, razgovaralo se i o tome kako mjeriti kvalitet i ko može biti arbitar kvaliteta.

Predstavljani su naponi Savjeta Evrope na polju definisanja standarda u ovoj oblasti i to kroz rad posebnog Komiteta eksperata o kvalitetnom novinarstvu u digitalnoj eri¹¹¹. Posebno je istaknuto donošenje Deklaracije Komiteta ministara o finansijskoj održivosti kvalitetnog novinarstva u digitalnoj eri (usvojena februara 2019)¹¹². Najavljeno je usvajanje Preporuke za promovisanje povoljnog okruženje za kvalitetno novinarstvo u digitalnoj eri i objavljivanje dvije studije i to: Studije o medijskoj i informacionoj pismenosti u digitalnom okruženju i Studije „Podrška kvalitetnom novinarstvu kroz medijsku i informatičku pismenost“¹¹³.

Posebno je istaknuta uloga samoregulatornih i regulatornih tijela na polju promocije medijske pismenosti i podizanja svijesti o ulozi, sredstvima i načinima na koje se može pomoći ranjivim grupama, posebno mladima različitih uzrasta.

Predstavljena su iskustva katalonskog regulatora (Conseil de l'Audiovisual de Catalunya) u okviru njihovog prilagođavanja rada novim audio-vizuelnim uslugama. U sklopu toga, istaknuta je izrada izvještaja o zabranjenim i štetnim onlajn sadržajima (dječja pornografija, anoreksija i bulimija, podsticanje na mržnju prema ženama, sadržaji koji podstiču na samoubistvo, sadržaji koji promovišu pedofiliju, ...) i izvještaja o lažnim vijestima (npr. dezinformacije o liječenju raka). Kao rezultat ovih aktivnosti više od stotinu onlajn sadržaja je uklonjeno ili im je ograničen pristup.

Predstavljen je Program „eduCAC“¹¹⁴, kreiran od strane ovog regulatora, koji nudi edukativne materijale i alate za osnovne i srednje škole i za porodice, s ciljem podsticanja kritičkog stava prema audio-vizuelnom sadržaju i promovisanje odgovorne upotrebe mobilnih uređaja. Program se

¹¹¹ MSI-JOQ - Committee of experts on quality journalism in the digital age - <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/msi-joq>

¹¹² Declaration by the Committee of Ministers on the financial sustainability of quality journalism in the digital age https://search.coe.int/cm/pages/result_details.aspx?objectid=090000168092dd4d

¹¹³ Ovi dokumenti se mogu naći na <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/msi-joq>

¹¹⁴ <https://www.educac.cat/>

sprovodi u saradnji sa Ministarstvom obrazovanja, Udruženjem profesionalnih novinara Katalonije, katalonskim javnim servisom i jednom Fondacijom.

Ovaj regulator sprovodi i nacionalnu kampanju za medijsku edukaciju i podizanje svijesti šire javnosti #AMiNoMenganien (Ne zavaravaju me / Mene ne mogu prevariti) osmišljenu u skladu sa „eduCAC“ programom. „#AmiNoMenganien“ je moto kampanje, hashtag na društvenim mrežama i koristi se kao posebna poruka za osnaživanje ljudi prilikom upotrebe različitih uređaja za pristup AV sadržajima. Opšti cilj kampanje je podsticanje kritičnih analiza i odgovorna upotreba tehnologije.

Poseban panel je bio posvećen ključnim uslovima za postojanje povoljnog okruženja za razvoj kvalitetnog novinarstva. Prepoznato je da postoji zajednička odgovornost različitih subjekata i istaknut značaj države i regulatora, kako za obezbjeđivanje tih uslova sa aspekta stabilnog regulatornog i finansijskog okvira tako i poštovanja nezavisnosti i slobode uređivanja i rada medija.

Prepoznato je da se mediji van EU suočavaju sa značajno drugačijim okolnostima i izazovima nego mediji u zemljama EU tj. u zapadnoj Evropi. Veličina tržišta, jezičke barijere, nedostatak ili ograničeni prihodi od oglašavanja samo su neki od izazova sa kojima se svi suočavaju.

Izražena je ozbiljna sumnja da mediji mogu računati na tržišne snage ili podsticaje kao dovoljan osnov za opstanak i jačanje kvalitetnog novinarstva. Stoga je neophodno da kreatori politike i medijski profesionalci razvijaju i implementiraju komplementarne mjere i strategije kako bi podržali okruženje za kvalitetno novinarstvo.

Konkurencija oko ograničenih prihoda od oglašavanja čini medije ranjivijim i otvorenijima za neprimjereno uplitanje u njihove uređivačke politike i odluke. Takva miješanja u rad su motivisana i političkim i ekonomskim interesima. Prihodi od oglašavanja ne mogu i neće u bilo koje dogledno vrijeme predstavljati održiv izvor finansiranja potrebnih ljudskih i drugih resursa potrebnih za kvalitetno novinarstvo. Sa druge strane, oglašavanje se može koristiti kao sredstvo za neprimjereno uticanje ili ograničavanje kvalitetnog novinarstva.

Mediji se takmiče sa pružaocima usluga i sadržajima koji ne podliježu sličnim ili bilo kakvim etičkim okvirima i koji potpadaju pod različitu ili nikakvu regulaciju. Zbog toga, mediji koji su posvećeni profesionalnom i nezavisnom novinarstvu moraju razvijati vještine da bi se takmičili sa pružaocima medijskih sadržaja koji uspješno privlače pažnju objavljivanjem manje kvalitetnih, manje pouzdanih informacija, ali na brži i pristupačniji način.

Ocijenjeno je da kvalitetno novinarstvo treba uvažavati i promovisati kao javno dobro ili uslugu. Nadalje, njegovi pružaoci treba da budu prepoznati i podržani za to. Posebna pažnja je bila usmjerena na odgovore na pitanja: Ko bi trebao to da radi? Ko bi trebao da razvija i sprovodi standardizaciju za „Sadržaje i pružaoce usluga kvalitetnog novinarstva“?

Istaknuto je da to treba da rade isključivo medijski profesionalci, te da bilo kakvi državni ili regulatorni organi ne treba da se bave time. Imajući u vidu složenost i posljedice po cjelokupno društvo, jasno je da bi za neophodne napore na „standardizaciji“ bilo potrebno vrijeme, novac i posvećenost. Zbog toga je ocijenjeno da medijski profesionalci, mediji i njihove organizacije treba da budu podržani u iniciranju i sprovođenju aktivnosti na tom planu.

Uporedo sa tim, potrebno je razvijati ili revidirati regulatorni okvir za medije i stvoriti snažnu osnovu za pluralizam i raznolikost medija, kao preduslov za kvalitetno novinarstvo. Pri tome je posebno istaknut značaj obezbjeđenja transparentnosti vlasništva i transparentnosti finansiranja, posebno finansiranja iz javnih izvora. To bi trebalo da bude mehanizam za sprečavanje ili otkrivanje zloupotrebe bilo kojeg dominantnog / značajnog položaja koji negativno utiče na medijsku scenu. Predstavljena je medijska samoregulatorna inicijativa „**Inicijativa za povjerenje u novinarstvo/JTI**“¹¹⁵, usmjerena na borbu protiv dezinformacija.

¹¹⁵ Journalism Trust Initiative (JTI).

*
* *
*

Regionalni forum „Pristupačna Evropa: Informacione i komunikacione tehnologije za sve”

Na poziv Kancelarije za Evropu Međunarodne unije za telekomunikacije (ITU), dva predstavnika Agencije za elektronske medije učestvovala su na Regionalnom forumu za Evropu „Pristupačna Evropa: Informacione i komunikacione tehnologije za sve”, koji je održan od 4. do 6. decembra 2019. godine na Malti. Ovaj regionalni skup zajednički su organizovali Biro za razvoj telekomunikacija ITU-a i Evropska komisija, dok je domaćin skupa bio Parlamentarni sekretarijat za osobe sa invaliditetom i aktivno staranje Malte.

Forum je organizovan u okviru Regionalne inicijative za Evropu za razvoj pristupačnosti, dostupnosti i vještina za sve, usvojene 2017. godine na Svjetskoj konferenciji o razvoju telekomunikacija. Cilj ove regionalne inicijative je obezbjeđivanje digitalne inkluzije i održivog razvoja, kroz smanjenje digitalnog jaza i osposobljavanje svih društvenih grupa, uključujući i osobe sa invaliditetom i druge grupe sa posebnim potrebama za korišćenje informacionih i komunikacionih tehnologija kroz razvoj digitalnih vještina.

U tom kontekstu, Forum je bio posvećen daljoj promociji i razvoju pristupačnosti u različitim državama i institucijama, baziranoj na kolektivnim zalaganjima i saradnji različitih aktera, kroz razmjenu pozitivnih rezultata projekata i inicijativa, radi uzajamnog korišćenja resursa i rješenja sa konačnim ciljem da se dođe do inkluzivnijeg društva u Evropi.

Na skupu je prepoznato da su telekomunikacione i IKT tehnologije od posebnog značaja za promovisanje politika pristupačnosti. Naglašena je i potreba zajedničkog djelovanja u cilju eliminisanja barijera i omogućavanja razvoja i uključivanja osoba sa invaliditetom i drugih grupa sa posebnim potrebama u društvo, kroz saradnju, izradu programa i projekata, uspostavljanje partnerstava, i obuku.

ITU i EK su udružile snage u namjeri da ohrabre vlade, privatni sektor, civilno društvo, akademsku zajednicu i druge aktere da promovišu pristupačnost u oblasti informacionih i komunikacionih tehnologija u cilju stvaranja fer i jednakih mogućnosti za sve ljude i pružanja podrške regionalnoj agendi razvoja, tretirajući pristupačnost za osobe sa invaliditetom u ovoj oblasti kao prioritetno pitanje.

Prvi panel Foruma bio je posvećen viziji unapređenja pristupačnosti na međunarodnom nivou, u Evropi i u Evropskoj uniji, kao i konkretnim ciljevima, aktivnostima i raspoloživim resursima u ovom procesu. U svojim prezentacijama, predstavnici Ujedinjenih nacija, ITU-a, Evropske komisije i Malte fokusirali su se na implementaciju Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom u vezi sa pristupom informacionim i komunikacionim tehnologijama, aktivnosti ITU-a i Evropske komisije u toj oblasti, izazove sa kojima se susreću u regionu, i kao i na podršku u implementaciji Konvencije.

Drugi panel bio je posvećen stvaranju povoljnog ambijenta za „Pristupačnu Evropu”, sa fokusom na ulogu regulacije i primjenu zakona. Predstavnici regulatornih organa Crne Gore i Malte, kao i predstavnici Organa evropskih regulatora u oblasti elektronskih komunikacija Evropske Komisije (BEREC), i Ministarstva teritorijalne politike i javne uprave Španije dali su svoj pregled situacije u ovoj oblasti.

Sljedeći panel bio je posvećen vještačkoj inteligenciji i inovativnim pristupima, projektima, i implementaciji pristupačnih rješenja baziranih na vještačkoj inteligenciji, uključujući konkretne primjere inovativnih aplikacija. Na panelu su učestvovali predstavnici Univerziteta u Malti, Udruženja slijepih i slabovidih Austrije, Evropskog foruma osoba sa invaliditetom i Facebook-a.

Prvi dan foruma završen je sesijom o razvoju evropskog digitalnog ekosistema za asistivne tehnologije i usluge, na kojoj je bilo riječi i o mogućnostima financiranja razvoja inovativnih proizvoda i usluga za osobe sa invaliditetom. Svoja iskustva i primjere iz prakse predstavili su predstavnici Fondacije za IKT pristupačnost Malte, Agencije za informacione tehnologije Malte, Evropske komisije, Asocijacije za razvoj asistivnih tehnologija u Evropi, Globalne informacione mreže za asistivne tehnologije i Asocijacije proizvođača i maloprodaje asistivnih tehnologija u Njemačkoj.

Drugi dan foruma započeo je panelom posvećenim pristupačnosti u oblasti obrazovanja, sa posebnim osvrtom na primjere projekata posvećenih IKT pristupačnosti u ovom sektoru, pristupačnim knjigama i izdavačkoj djelatnosti za osobe sa invaliditetom. Svoja stavove na ovu temu predstavili su predstavnici Evropske komisije, ITU-a, različitih evropskih fondacija, univerziteta i agencija.

Sljedeća sesija se bavila unapređenjem pristupačnosti internet servisa u Evropi, sa primjerima iz prakse javnog i privatnog sektora u obezbeđivanju internet sajtova pristupačnih za osobe sa invaliditetom. O primjerima dobre prakse i izazovima u ovoj oblasti govorili su predstavnici ITU-a, Evropske komisije i različitih asocijacija, organizacija i kompanija iz Malte i drugih zemalja.

Sedma sesija Forumu bila je posvećena budućnosti pristupačnih audiovizuelnih medijskih usluga, TV programima i video sadržajima, sa osvrtom na iskustva emitera, producenata i korišćenje naprednih tehnologija u ovoj oblasti. Predstavnici ITU-a, Evropske radiodifuzne unije (EBU), Univerziteta u Barseloni, BBC-a i Komisije za prava osoba sa invaliditetom Malte, predstavili su svoja iskustva i izazove u ovoj oblasti.

Sljedeći panel, na kome su govorili predstavnici ITU-a, BEREC-a, akademske zajednice, Evropske unije gluvih i Komisije za prava osoba sa invaliditetom Malte, bio je posvećen univerzalnom dizajnu, nabavkama i standardima, sa akcentom na nacionalne strategije u ovoj oblasti.

Poslije sesija posvećenih upotrebi relejnih usluga za gluve osobe, praktičnim primjerima, izazovima i prilikama u Evropi, i panela o unapređenju znanja u oblasti IKT pristupačnosti, drugi dan foruma je završen sesijom o postojećim i novim partnerstvima posvećenim prevazilaženju problema pristupačnosti u Evropi, sa posebnim naglaskom na konkretne regionalne, podregionalne i nacionalne projekte u okviru Regionalne inicijative ITU-a, kao i planovima za period do 2022. godine.

Na kraju drugog dana prisutnima se obratila evropska komesarka za jednakost Helena Dalli, govorom o značaju IKT pristupačnosti u Evropskoj uniji, u kojem je predstavila planove i strategije Evropske komisije za unapređenje situacije u ovoj oblasti.

Finalni dan Forumu bio je posvećen programu sertifikacije Međunarodne unije za telekomunikacije u oblasti pristupačnosti IKT tehnologija, a skup je završen projektnom laboratorijom, posvećenom Regionalnoj inicijativi ITU-a za razvoj pristupačnosti, dostupnosti i vještina za sve, u cilju obezbeđivanja digitalne inkluzije i održivog razvoja.

Za vrijeme Forumu, predstavnici Agencije za elektronske medije održali su sastanak sa gospodinom Jaroslavom Ponderom, šefom regionalne kancelarije ITU-a za Evropu. Na sastanku je razmatrana mogućnost aktivnijeg uključivanja Agencije u implementaciju regionalnih projekata i inicijativa ITU-a u različitim oblastima i daljoj saradnji između Agencije i ITU-a.

*
* *

Generalna skupština WorldDab-a

U Briselu je od 5. i 6. novembra 2019. godine održana generalna skupština WorldDab-a, organizacije koja predstavlja globalni forum posvećen digitalnom radiju kojeg čine više od 100 organizacija u koje spadaju emiteri, operatori, kao i proizvođači prijemničke opreme, automobila i integrisanih komponenti.

Na skupštini su razmatrana pitanja koja se odnose na razvoj i primjenu DAB+ sistema na globalnom nivou, implementaciju EECC (European Electronic Communications Code) Direktive u zemljama Evropske unije, primjenu i razvoj digitalnog radija u automobilske industriji i buduće perspektive i uticaj primjene mobilnih mreža pete generacije (5G).

Konferencija je bila organizovana u više sesija tokom dva radna dana, na kojima je, između ostalog, bilo riječi i o početku redovnih emitovanja u DAB+ tehnologiji u Francuskoj, u flamanskom dijelu Belgije, Austriji, Švedskoj i Tunisu, procesu prelaska na digitalni radio u Švajcarskoj, koji je predviđen najkasnije 2024. godine.

Kada je riječ o mobilnim mrežama pete generacije, govorilo se o potencijalu ovih mreža u smislu podrške u razvoju radijskih radio-difuznih i hibridnih sistema, ističući njihov značaj kao sistema koji mogu da pruže adekvatnu komplementarnu podršku radio-difuznim sistemima, ali i ne da budu njihova potpuna zamjena.

Pored navedenog, na konferenciji je bilo riječi i o određenim uspješnim informacionim kampanjama koje se odnose na ove sisteme npr. u Velikoj Britaniji, Njemačkoj i Holandiji, kao i trenutnom stepenu razvoja DAB+ sistema u Belgiji, Sloveniji, Češkoj, Poljskoj, Italiji i Holandiji.

Predstavnici Agencije za elektronske medije ostvarili su komunikaciju i sa predstavnicima WorldDab-a sa ciljem da se razmotre mogućnosti i modaliteti učlanjenja institucija iz Crne Gore, prije svega Agencije za elektronske medije i Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, u ovaj značajni globalni forum posvećen digitalnom radiju.

*
* *

IBC sajam (International Broadcasting Convention)

IBC sajam (International Broadcasting Convention), jedan od najvažnijih događaja posvećen medijima, zabavi i tehnologiji, održan je u periodu od 13. do 17. septembra 2019. godine u Amsterdamu, Holandija.

Na sajmu koji okuplja predstavnike medija, radio-difuzne operatore, ponuđače programskih sadržaja, tehnološke kompanije i profesionalna udruženja, izlagalo je više od 1.700 izlagača, sa više od 55.000 posjetilaca iz 150 zemalja. U okviru sajma održava se i konferencija, kao i niz drugih pratećih događaja, prezentacija, radionica, debata i sl.

Predstavnici Agencije prisustvovali su ovogodišnjem sajmu, sa ciljem da se detaljnije upoznaju sa odgovarajućim rješenjima, prije svega iz domena ponude odgovarajućih softverskih rješenja koja bi mogla biti primijenjena u radu Agencije.

Posebna pažnja na sajmu bila je posvećenja proizvođačima odgovarajućih softverskih rješenja koja omogućavaju snimanje i arhiviranje emitovanih programskih sadržaja i koja uključuju odgovarajuće alate kojima je moguće izvršiti relevantne analize ovih sadržaja u cilju unapređenja rada Sekotra za monitoring.

U sklopu sajma, predstavnici Agencije prisustvovali su i konferenciji **“Radio distribution strategies for a connected world”**, u organizaciji WorldDab-a. Na njoj je bilo riječi o poziciji sistema digitalnog radija u eri razvoja različitih distribucionih platformi i dat je detaljan pregled platformi za distribuciju i emitovanje radijskog programa, uključujući i mobilne mreže pete generacije (5G).

Jedinstven zaključak industrije je da je hibridni radio budućnost, što uključuje DAB+ tehnologiju kao okosnicu mreže i 5G mreže kao dopunu kojom je moguće proširiti servisne zone i dostupnost radijskih programa.

*
* *

Međunarodna radionica „Budući trendovi u zemaljskom emitovanju“

U zajedničkoj organizaciji DVB-a, industriskog konzorcijuma medijskih i tehnoloških kompanija koji se bavi standardizacijom i specifikacijom standarda prenosa i emitovanja digitalne televizije i „Odašiljači i veze“ d.o.o. (OIV)a, hrvatskog operatora mreža digitalne radio-difuzije, 26. novembra 2019. godine u Zagrebu je održana međunarodna radionica **„Budući trendovi u zemaljskom emitovanju“** o budućim trendovima u digitalnoj zemaljskoj radio-difuziji, odnosno televiziji.

Povod za organizaciju radionice, koja je okupila više od 100 učesnika iz 26 zemalja Evrope, i šire, je prelazak sa DVB-T na DVB-T2 tehnologiju u Hrvatskoj, a koji će biti realizovan u fazama do juna mjeseca 2020. godine.

Predstavljene su najbolje prakse, iskustava i izazovi prelaska s DVB-T/MPEG-2 na DVB-T2/HEVC svim dionicima tržišta, ne samo u Hrvatskoj već i susjednim zemljama s naglaskom na postizanju jednostavne tranzicije za pružaoce usluga emitovanja i krajnje korisnike.

Učesnici radionice bili u prilici da se upoznaju sa planiranim promjenom tehnologije emitovanja u Hrvatskoj, kao i iskustvima iz Italije, Njemačke i Češke.

Pored pitanja tranzicije sa DVB-T na DVB-T2 emitovanje, na radionici je bilo riječi i o pitanjima digitalne dividende, eventualnim smetnjama između DVB-T2 i LTE/5G usluga u opsegu 700 MHz, te budućim trendovima u emisionim tehnologijama, sa posebnim osvrtom na trenutni razvoj i perspektive postojećih standarda za kodiranje audio i video signala, mogućnosti korišćenja mreža pete generacije (5G) u domenu radio-difuzije, interaktivne tehnologije kod televiziskog emitovanja, radiotelevizijske tehnologije poput ciljanog oglašavanja, DVB-I standarda i sl.

JAVNOST RADA AGENCIJE

Važan mehanizam obezbjeđenja javnosti rada Agencije predstavlja redovno blagovremeno **objavljivanje i ažuriranje podataka na veb-stranici Agencije.**

Sajt Agencije za elektronske medije izrađen je po najmodernijim standardima, na otvorenoj veb platformi (WordPress) koja omogućava lako proširivanje funkcionalnosti specijalizovanim modulima. Svi dokumenti na sajtu su mašinski čitljivi i pretraživi, i mogu se preuzeti po želji. Sajt je prilagođen slabovidim i slijepim osobama. Poseban modul iščitava sadržaj objavljenih vijesti na sajtu i omogućava promjenu veličine slova i pokazivača miša, kao i izmjenu kontrasta i boje teksta.

Kreirana je interaktivna mapa lokacija svih emitera i operatora, sa automatskim generisanjem kataloga emitera i operatora na zahtjev (po kategoriji ili gradu, sa frekvencijama i TV programima za svakog). Unaprijeđen je i prikaz podataka iz registara pružalaca AVM usluga, sa detaljnim informacijama o svakom, u formatu lakom za pretraživanje.

Tokom 2019. godine objavljeno je 355 aktivnih, novih dokumenata. Ukoliko se uračuna i zamjena postojećih dokumenata novijim ili prečišćenim verzijama i dodavanje dokumenata na naslovnu stranu, **ukupan broj postavljenih dokumenata iznosi 487.** U registar je uneseno 29 novih profila u kategoriji elektronskih publikacija (portala) i tri u kategoriji TV emitera, sa odgovarajućim podacima potrebnim za registraciju. Na kraju, u galeriju je postavljeno 200 novih fotografija sa događaja od važnosti za Agenciju, razvrstanih u 12 albuma.

Statički dokumenti koji sadrže kontakt informacije vezane za Agenciju, Savjet Agencije i razne emitere i operatere su po potrebi ispravljani i dopunjavani novim podacima.

Ukupan broj posjeta veb prezentaciji www.aemcg.org iznosio je 29.690, ili prosječno 2.474 mjesečno. Najveći broj posjeta je zabilježen u aprilu (3.502), a najmanji u februaru 2019. godine (958).

Broj jedinstvenih posjetilaca je bio 18.037, od čega 67,6% tj. 12.193 iz Crne Gore. Windows platforma je bila zastupljena sa 53,6%, Android sa 34,3% i Apple iOS sa 9,7%. Ostatak čine Macintosh i Linux platforme sa po ispod 2%.

Poređenjem broja pregledanih stranica (78.723) i broja posjetilaca, može se zaključiti da je prosječan posjetilac u 2019. godini pregledao približno 2,7 stranica u jednoj posjeti, na svakoj stranici ostao 1 minut i 22 sekunde, a na našem sajtu u prosjeku 2 minuta i 15 sekundi kod svake posjete.

U organizaciji Misije OEBS-a u Crnoj Gori, u periodu od 24. do 26. jula 2019. godine, za predstavnike Agencije za elektronske medije, oragnizovana je **obuka o korišćenju digitalnih alata i platforme za promociju sadržaja.**

Interaktivni trening pružio je opsežne praktične smjernice i profesionalne preporuke o tehnikama koje se koriste u društvenim medijima. Značajan dio pažnje posvećen je predstavljanju principa, standarda i praksi integrisane komunikacije u regulatornim tijelima i državnim institucijama. Objasnjeno je zašto su veze sa internetom važne, kako doprijeti do publike i kako aktivno uključiti u raspoložive resurse (ljudske i finansijske).

Pored toga, tema obuke je bila i planiranje korišćenja društvenih medija - definisanje publike, prioriteta i ciljeva, kako odabrati pravu digitalnu platformu za pravu svrhu. Značajan dio vremena posvećen je upravljanju i zaštiti ugleda na mreži, kako povećati vidljivost institucije promovisanjem njenih aktivnosti, događaja i stavova.

FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2019. GODINI

Zakon o elektronskim medijima propisuje izvore finansiranja Agencije za elektronske medije, kao i s tim povezana prava i obaveze pružalaca audiovizuelnih medijskih (AVM) usluga.

Saglasno članu 40 Zakona o elektronskim medijima, na sjednici održanoj 24.09.2018. godine, Savjet Agencije za elektronske medije je donio Odluku o usvajanju Finansijskog plana Agencije za elektronske medije za 2019. godinu¹¹⁶.

Saglasno Članu 32 Zakona o budžetu i fiskalnoj odgovornosti, Agencija za elektronske medije je u propisanom roku (do 30. septembra 2018. godine), Ministarstvu finansija dostavila utvrđeni Finansijski plan sa planom rada za 2019. godinu kao i akt o određivanju predstavnika Agencije za elektronske medije koji će učestvovati u skupštinskoj proceduri.

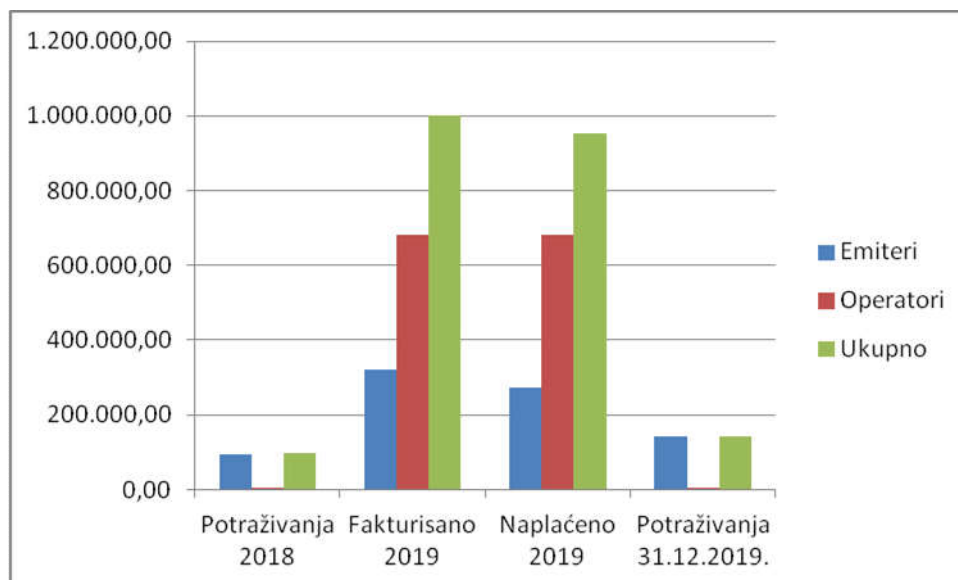
Na osmoj sjednici drugog redovnog (jesenjeg) zasijedanja u 2018. godini, Skupština Crne Gore je 28. decembra 2018. godine donijela Odluku o usvajanju Finansijskog plana sa planom rada Agencije za elektronske medije za 2019. godinu¹¹⁷.

U cilju povećanja stepena naplativosti potraživanja od emitera, Agencija je u toku 2019. godine dva puta izrekla set upozorenja emiterima koji nisu blagovremeno izmirili obavezu plaćanja godišnje naknade za emitovanje saglasno propisanoj dinamici, nakon čega su i sa 14 emitera potpisani protokoli o reprogramu duga.

Takođe, u izvještajnom periodu stručne službe Agencije su, pored obavljanja redovnih zakonom ustanovljenih poslova, vodile i određenih broj sudskih sporova i postupaka prinudne naplate. Sve to imalo je za rezultat povećanje naplate spornih potraživanja i jasniji prikaz izvjesnosti naplate finansijskih sredstava u budućem poslovanju Agencije.

U toku 2019. godine Agencija je ostvarila **ukupan prihod u iznosu od 1.053.657,02 €, rashodi su iznosili 838.366,31 €**, što znači da je ostvarena pozitivna razlika u iznosu od **215.290,71€**.

Procenat naplativost prihoda po osnovu naknada za emitovanje ostvaren je na nivou od **65,8%**, dok je procenat naplativosti prihoda po osnovu naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev je iznosio **99,9%**, što ukazuje da su ovi prihodi stabilni izvori finansiranja Agencije u toku 2019. godine.



Grafik 24.: Struktura i naplativost prihoda po osnovu izdatih odobrenja

¹¹⁶ Odluka Savjeta Agencije br. 01-1914/1 od 24.09.2018. godine.

¹¹⁷ „Sl. list CG”, br. 01/19.

Vrijednost **ukupne aktive**, na bazi bilansa stanja na dan 31.12.2019. godine je 1.993.190,57 €. Stalna imovina od 49.730,68 € iznosi 2,5% ukupne aktive, a sastoji se od nematerijalne imovine (9,7%) i materijalne imovine (90,3%).

Obrtna imovina u vrijednosti od 1.943.459,89 € čini 97,5% ukupne aktive i odnosi se na potraživanja od kupaca (3,7%) i gotovinu i gotovinske ekvivalente (96,3%).

Ukupna potraživanja prenijeta iz 2018. godine iznosila su 57.693,08 €, dok ukupna potraživanja na dan 31.12.2019. godine iznose 70.980,94 €. Od tog iznosa, 65.505,79 € su potraživanja od emitera i pružalaca AVM usluga na zahtjev (KDS/MMDS/IPTV/DTH operatori) sa ispravkom vrijednosti, 4.254,48 € su potraživanja od državnih organa po osnovu refundacija i depozit za maestro bussines card u iznosu od 1.202,67 €.

Ukupan promet žiro-računa u 2019. godini iznosio je 2.630.730,72 €, blagajne 2.987,66 € i deviznog računa 17.929,26 €.

Ukupna pasiva je u vrijednosti od 1.993.190,57 €. Kapital Agencije je 1.945.484,57 € i obuhvata:

- osnovni kapital 540.691,04 €,
- neraspoređenu dobit ranijih godina u iznosu od 1.189.502,82 € i
- neraspoređenu dobit tekuće godine u iznosu od 215.290,71 €.

Ukupna dugoročna rezervisanja Agencije iznose 32.707,52 € i odnose se na rezervisanja za otpremnine za odlazak u penziju i jubilarne nagrade, u skladu sa MRS 19 - Naknade zaposlenima. Prema obračunu ovlašćenog aktuara, ukupna dugoročna rezervisanja na dan 31.12.2018. godine iznose 22.873,98 €, od čega se 13.809,66 € odnosi na rezervisanja za otpremnine prilikom odlaska u penziju i 9.064,32 € na rezervisanja za jubilarne nagrade. Rezervisanja za 2019. godinu u ukupnom iznosu od 11.697,58 € odnose na rezervisanja po osnovu otpremnina za odlazak u penziju u iznosu od 9.830,71 € i rezervisanja za jubilarne nagrade u iznosu od 1.866,87 €. U toku 2019. godine izvršeno je umanjenje rezervisanja za dvije jubilarne nagrade u ukupnom iznosu od 1.864,04 €.

Ukupne kratkoročne obaveze Agencije iznose 14.998,48 €, od čega se 1.737,93 € odnosi na obaveze prema dobavljačima, 12.262,40 sredstva Fond za pomoć komercijalnim radio emiterima i 998,15 € su primljeni avansi od kupaca.

Sredstva Fonda za pomoć komercijalnim radio emiterima su odlukom Savjeta Agencije preusmjerena namjenski na poslovanje Agencije za elektronske medije u dijelu koji se odnosi na promociju medijske pismenosti (Odluka br. 01-1437 od 24.12.2019. godine).

Dovodeći navedene obaveze u vezu sa vrijednošću obrtne imovine od 1.943.459,89 € može se zaključiti da je Agencija solventna, odnosno njena likvidnost nijednog momenta nije dovedena u pitanje.

Vrste rashoda	Plan	Ostvareno	Index
bruto zarade zaposlenih	552.815,00	514.332,77	93,04
bruto naknade članova Savjeta	89.409,00	84.456,42	94,46
ostala primanja i naknade	20.000,00	18.080,24	90,40
službena putovanja i članarine međ. org.	21.500,00	23.643,67	109,97
rashodi za materijal i usluge	50.000,00	35.816,87	71,63
trošak održavanja osnovnih sredstava	13.000,00	8.470,33	65,16
ostala poslovna terećenja	124.000,00	68.744,05	55,44
trošak rezervisanja	-	11.697,58	-
trošak ispravke vrijednosti potraživanja	-	57.053,71	-
subvencije kamate	15.000,00	-	-
amortizacija	25.000,00	16.070,67	64,28
rezerva	26.572,00	-	-

Tabela 25.: Ostvareni rashodi u 2019. godini

Vrste prihoda	Plan	Ostvareno	Index
naknada za registraciju	-	1.400,06	-
naknada za emitovanje	298.423,00	318.520,53	106,73
naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev	644.087,00	681.329,67	105,78
ostali poslovni dobiti	-	51.839,86	-
finansijski prihodi	-	566,90	-

Tabela 26.: Ostvareni prihodi u 2019. godini

Upoređujući elemente ostvarenja prihoda u odnosu na planirane u 2019. godini, može se konstatovati da je prihod od naknada za emitovanje ostvaren za 6,7% više od planiranog, dok je prihod od naknada za pruženje AVM usluga na zahtjev za 5,8% veći od planiranog.

Detaljnije informacije o rezultatima finansijskog poslovanja Agencije za elektronske medije u 2019. godini mogu se naći u IZVJEŠTAJU O FINANSIJSKOM POSLOVANJU AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE ZA 2019. GODINU, dostupnom na veb-sajtu www.aemcg.org.

DIREKTOR

Goran Vuković



Prilog 1 - Pregled izrečenih upozorenja (po prigovorima i po službenoj dužnosti)

Naziv medija /sadržaj	Prekršeni standardi (ZEM, podzakonski akti)
Upozorenja izrečena po osnovu prigovora:	
TV Nova M (Centralni dnevnik) ¹¹⁸	čl. 7 tač. 1, 8 st. 1 i 2 i 11 st. 1 i 2 Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima - emiter nije doprinio cjelovitom i nepristrasnom informisanju javnosti o događajima u zemlji; nije obezbijedio da različiti pristupi i mišljenja budu profesionalno i korektno zastupljeni, i prekršio je obavezu da informativno-politički programi moraju biti pravični i izbalansirani i ne smiju tendenciozno promovisati interese bilo koje grupe ili pojedinca.
TV Nova M (Vijesti) ¹¹⁹	čl. 8 st. 2 i 3 i čl. 11 st. 1 i 2 Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima - emiter nije obezbijedio da različiti pristupi i mišljenja budu profesionalno i korektno zastupljeni, kao i da mišljenja i komentari moraju biti odvojeni od činjeničnog izvještavanja, a njihov izvor ili autor prepoznatljivi. Prekršio je i obavezu da informativno-politički programi moraju biti pravični i izbalansirani i ne smiju tendenciozno promovisati interese bilo koje grupe ili pojedinca.
TV Vijesti (Vijesti u pola 7) ¹²⁰	čl. 55 st. 1 ZEM, čl. 7 tač. 1, 8 st. 1 i 2 i čl. 12 st. 3 Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima - emiter nije poštovao privatnost građana; nije doprinio cjelovitom i nepristrasnom informisanju javnosti o događaju u zemlji; nije obezbijedio da različiti pristupi i mišljenja budu profesionalno i korektno zastupljena.
TV Vijesti (Život sa morem, Za volanom) ¹²¹	čl. 85 st. 1, 89 st. 1 i 93 st. 1 Zem, čl. 13 st. 1, 37 st. 1 i čl. 41 st. 1 Pravilnika o komercijalnim av komunikacijama - emiter je prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama jer je, emitovanjem neoznačenog oglašavanja, emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, čime je i prekoračio maksimalnu dozvoljenu dužinu trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa.
Radio Herceg Novi (trajanje informativne emisije) ¹²²	čl. 55 st. 5 i čl. 59 st. 5 ZEM – emiter nije čuvao programske sadržaje u skladu sa propisima kojima se uređuje oblast medija i nije u okviru informativnog programa emitovao informativnu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta.
Orion Telekom IPTV ¹²³	čl. 168 st. 1 i 2 Zakona o autorskom i srodnim pravima – Operator je propustio da zaključi ugovor o neisključivom korišćenju audiovizuelnih djela sa repertoara Organizacije za zaštitu prava filmskih producenata u CG - A Prava Montenegro.
TV Vijesti (prenos sportskog događaja) ¹²⁴	čl. 89 st. 1 i 93 st. 1 ZEM, čl. 37 st. 1 i čl. 41 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio standarde o komercijalnim AV komunikacijama jer je, emitovanjem neoznačenog oglašavanja, emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju čime je i prekoračio maksimalnu dozvoljenu dužinu trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa.
TV Herceg Novi (programska struktura, trajanje informativnog programa) ¹²⁵	čl. 58 i 59 st. 5 ZEM, čl. 23 st. 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje - emiter je prekršio obavezu da se pridržava programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje i za sve značajne planirane promjene strukture radijskog programa zatraži saglasnost Agencije. Takođe, emiter nije emitovao u toku dana informativni program u trajanju od najmanje 30 minuta u okviru kojeg bi najmanje jednu informativnu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta.

¹¹⁸ Rješenje Agencije br. 02-257/4 od 20.03.2019.g.¹¹⁹ Rješenje Agencije br. 02-269/4 od 09.05.2019.g.¹²⁰ Rješenje Agencije br. 02-414/4 od 09.05.2019.g.¹²¹ Rješenje Agencije br. 02-972/3 od 25.09.2019.g.¹²² Rješenja Agencije br. 02-962/3 od 23.09.2019.g.¹²³ Rješenje Agencije br. 02-595/3 od 27.05.2019.g.¹²⁴ Rješenje Agencije br. 02-1247/6 od 18.12.2019.g.¹²⁵ Rješenje Agencije br. 02-1283/4 od 09.12.2019.g.

Izveštaj o radu Agencije za elektronske medije za 2019. godinu

Naziv medija /sadržaj	Prekršeni standardi (ZEM, podzakonski akti)
TVCG1 (Dnevnik) ¹²⁶	čl. 55 st. 6 al) 1 ZEM, čl.7 st. 1 al) a i 8 st. 1 Pravilnika o programskim standardima - emiter je prekršio obavezu da doprinese cjelovitom i nepristrasnom informisanju javnosti o događajima u zemlji i inostranstvu, kao i obavezu da u proizvodnji informativnih programa poštuje načelo objektivnosti i nepristrasnosti.
Upozorenja izrečena po službenoj dužnosti	
TV Budva ¹²⁷	čl. 55 st. 1 ZEM, čl. 22 st. 2, 23 st.1, 2, 23b i 24 Pravilnika o programskim standardima - emiter je prekršio standarde označavanja programskih sadržaja koji mogu ugroziti fizički, zdravstveni, moralni, mentalni, intelektualni, emotivni i socijalni razvoj maloljetnika.
TV Nova M ¹²⁸	čl. 85 st. 1 ZEM, čl. 13 st. 4 i 32 st.1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (oglašavanje)
Radio Z ¹²⁹	čl. 55 st.5, 138 st. 3 ZEM – emiter je prekršio obavezu čuvanja snimaka emitovanih programskih sadržaja, kao i dostavljanja tih sadržaja na zahtjev Agencije.
Radio Star FM ¹³⁰ Televizija Pljevlja i Radio Pljevlja ¹³¹	čl. 138 st. 3 ZEM – emiter je prekršio obavezu da dostavi snimke emitovanih sadržaja na zahtjev Agencije.
TV Sun ¹³²	čl. 85 st. 1 i 95 st. 1 al. 2 ZEM, čl. 13 st.1 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i zabranu promotivnog upućivanja na usluge sponzora.
TV Boin ¹³³	čl. 2 st. 1 Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Tuzi - emiter je emitovao sadržaje kojima je vršeno medijsko predstavljanje (političko oglašavanje za lokalne izbore subjekata kojima nije potvrđena izborna lista.
Radio 083 ¹³⁴ Radio Corona ¹³⁵ Radio City ¹³⁶ Radio Play Montenegro ¹³⁷ Radio Corona ¹³⁸ TV Sun ¹³⁹ Radio Antena M ¹⁴⁰ Romski radio ¹⁴¹ TDI Radio ¹⁴²	čl. 58 ZEM, čl. 23 st. 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje - emiter je prekršio obavezu da se pridržava programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje i za sve značajne planirane promjene strukture radijskog programa zatraži saglasnost Agencije.
Televizija Rožaje ¹⁴³	čl. 92 st. 1 ZEM, čl.40 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekoračio dozvoljeno maksimalno trajanje oglasa po satu emitovanog programa.

¹²⁶ Rješenje Agencije br. 02-65/1 od 10.02.2020.g.¹²⁷ Rješenje Agencije br. 02-64/3 od 16.02.2019.g.¹²⁸ Rješenje Agencije br. 02-113/3 od 20.02.2019.g.¹²⁹ Rješenje Agencije br. 02-169/1 od 12.03.2019.g.¹³⁰ Rješenje Agencije br. 02-170/2 od 14.03.2019.g.¹³¹ Rješenje Agencije br. 02-340/1 od 03.04.2019.g.¹³² Rješenje Agencije br. 02-176/2 od 04.03.2019.g.¹³³ Rješenje Agencije br. 02-187/3 od 06.02.2019.g.¹³⁴ Rješenje Agencije br. 02-189/3 od 12.03.2019.g.¹³⁵ Rješenje Agencije br. 02-406/1 od 03.04.2019.g.¹³⁶ Rješenje Agencije br. 02-191/3 od 14.03.2019.g.¹³⁷ Rješenje Agencije br. 02-204/2 od 15.03.2019.g.¹³⁸ Rješenje Agencije br. 02-406/2 od 03.04.2019.g.¹³⁹ Rješenje Agencije br. 02-419/2 od 04.04.2019.g.¹⁴⁰ Rješenje Agencije br. 02-497/2 od 25.04.2019.g.¹⁴¹ Rješenje Agencije br. 02-564/2 od 17.05.2019.g.¹⁴² Rješenje Agencije br. 02-730/4 od 23.07.2019.g.¹⁴³ Rješenje Agencije br. 02-208/2 od 07.03.2019.g.

Naziv medija /sadržaj	Prekršeni standardi (ZEM, podzakonski akti)
TV Corona ¹⁴⁴	čl. 58, 59 st. 5 ZEM, čl. 23 st. 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje, čl.11 Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom - emiter je prekršio obavezu da se pridržava programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje i za sve značajne planirane promjene strukture radijskog programa zatraži saglasnost Agencije. Takođe, emiter nije emitovao u toku dana informativni program u trajanju od najmanje 30 minuta u okviru kojeg najmanje jednu informativnu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta. Emiter nije obezbijedio da djela koja se u smislu Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom čine najmanje 10% njegovog mjesečnog vremena emitovanja.
777 TV Lutrija Crne Gore ¹⁴⁵ TVCG1 ¹⁴⁶ TV Corona ¹⁴⁷ Radio 98 ¹⁴⁸ Radio Homer ¹⁴⁹ TDI Radio ¹⁵⁰ TV Vijesti ¹⁵¹	čl. 85 st. 1 i 89 st. 1 ZEM, čl. 13 st.1 i 37 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije i obavezu da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja
Prva Tv ¹⁵²	čl. 89 st. 1 ZEM i 37 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio obavezu da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja
Prva Tv ¹⁵³	čl. 85 st. 1 i 95 st. 5 ZEM, čl. 13 st.1, 53 st. 1 i 60 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i uslov da vijesti i informativni program ne smiju biti sponzorisani.
TV A1 Montenegro ¹⁵⁴	čl. 55 st. 1 ZEM, čl. 10, 22 st. 1, 23 st. 1 i 2 i 24 st.1 i 2 Pravilnika o programskim standardima - emiter je prekršio programske standarde označavanja programskih sadržaja koji mogu ugroziti fizički, zdravstveni, moralni, mentalni, intelektualni, emotivni i socijalni razvoj maloljetnika.
Novi TV ¹⁵⁵ Radio Krš ¹⁵⁶ Radio Skadar Lake – dva upozorenja ¹⁵⁷ Radio Corona ¹⁵⁸ Novi TV ¹⁵⁹	čl. 58 i 59 st. 5 ZEM, čl. 23 st. 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje - emiter je prekršio obavezu da se pridržava programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje i za sve značajne planirane promjene strukture radijskog programa zatraži saglasnost Agencije. Takođe, emiter nije emitovao u toku dana informativni program u trajanju od najmanje 30 minuta u okviru kojeg bi najmanje jednu informativnu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta.
TV Nova M ¹⁶⁰	čl. 24 st. 1 Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima - emiter je prekršio obavezu označavanja sadržaja koji nije prikladan za maloljetnike.

¹⁴⁴ Rješenje Agencije br. 02-418/2 od 03.04.2019.g.¹⁴⁵ Rješenje Agencije br. 02-431/3 od 10.04.2019.g.¹⁴⁶ Rješenje Agencije br. 02-531/2 od 17.05.2019.g.¹⁴⁷ Rješenje Agencije br. 02-683/3 od 02.07.2019.g.¹⁴⁸ Rješenje Agencije br. 02-762/3 od 18.07.2019.g.¹⁴⁹ Rješenje Agencije br. 02-867/3 od 31.07.2019.g.¹⁵⁰ Rješenje Agencije br. 02-975/3 od 07.10.2019.g.¹⁵¹ Rješenje Agencije br. 02-1016/2 od 14.10.2019.g.¹⁵² Rješenje Agencije br. 02-434/3 od 11.04.2019.g.¹⁵³ Rješenje Agencije br. 02-441/3 od 08.05.2019.g.¹⁵⁴ Rješenje Agencije br. 02-463/3 od 25.04.2019.g.¹⁵⁵ Rješenja Agencije br. 02-473/2 od 07.05.2019.g.¹⁵⁶ Rješenja Agencije br. 02-496/3 od 25.04.2019.g.¹⁵⁷ Rješenje Agencije br. 02-531/2 od 17.05.2019.g. i br. 02-1122/2 od 29.10.2019.g.¹⁵⁸ Rješenje Agencije br. 02-1142/2 od 29.10.2019.g.¹⁵⁹ Rješenje Agencije br. 02-1292/2 od 10.12.2019.g.¹⁶⁰ Rješenje Agencije br. 02-730/4 od 23.07.2019.g.

Izveštaj o radu Agencije za elektronske medije za 2019. godinu

Naziv medija /sadržaj	Prekršeni standardi (ZEM, podzakonski akti)
TV A1 Montenegro ¹⁶¹	čl. 89 st. 1 i 96 st. 5 al. 3 ZEM, čl. 37 st.1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio obavezu da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, kao i obavezu da gledaoci moraju biti jasno obaviješteni o postojanju plasmana proizvoda.
Novi TV ¹⁶²	čl. 85 st. 1 i 89 st. 1 i 95 st. 1 tač.2 i tač. 4 ZEM, čl. 13 st.1 i 2, 37 st. 1, 58 st. 1 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije i obaveze da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja Takođe, emiter je prekršio obavezu da na propisan način označi sponzora emisije i uslov da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora.
TV Vijesti ¹⁶³	čl. 85 st. 1 i 89 st. 1 i 95 st. 1 tač.2 ZEM, čl. 13 st.1 i 2, 37 st. 1 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije i obaveze da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, kao i zabrane promotivnog upućivanja na sponzora, kao i zbog kršenja uslova da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora.
Radio S ¹⁶⁴	čl. 89 st. 1 i 95 st. 1 tač. 2 ZEM i 37 st. 1 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, kao i u pogledu promotivnog upućivanja na sponzora.
TV RTCG 1 ¹⁶⁵	čl. 85 st. 1 ZEM, čl. 13 st.1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama- emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije.
Radio DRS ¹⁶⁶	čl. 85 st. 1, 89 st. 1 i 91 st.1 tač. 1) ZEM, čl. 13 st.1 i 37 st. 1 i 34 st. 1 tač. A) Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, obavezu da oglašavanje mora biti audio odvojeno od ostalih programskih sadržaja, kao i zabranu stvaranja utiska da se konzumiranjem alkohola može poboljšati fizičko stanje.
Radio Herceg Novi ¹⁶⁷	čl. 55 st. 5 i čl. 59 st. 5 ZEM - emiter je prekršio obavezu da emitovane programske sadržaje čuva u skladu sa propisima kojima se uređuje oblast medija, kao i obavezu da dnevno emituje informativni program u trajanju od najmanje 30 minuta u okviru kojeg najmanje jednu informativnu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta.
TV RTCG 1 ¹⁶⁸	čl. 85 st. 1, 89 st. 1, 95 st. 1 tač. 2 ZEM, čl. 13 st. 1, 37 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije i obaveze da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, kao i zabranu promotivnog upućivanja na sponzora.
TV MNE Sport 1 ¹⁶⁹	čl. 55 st. 2 ZEM i čl. 23 st. 1 i 2, čl. 24 st. 2 i 3 Pravilnika o programskim standardima - emiter je prekršio obavezu označavanje sadržaja kojima se može ugroziti fizički, zdravstveni, moralni, mentalni, intelektualni, emotivni i socijalni razvoj maloljetnika.

¹⁶¹ Rješenja Agencije br. 02-476/3 od 17.06.2019.g.¹⁶² Rješenje Agencije br. 02-677/3 od 05.06.2019.g.¹⁶³ Rješenje Agencije br. 02-684/3 od 02.07.2019.g.¹⁶⁴ Rješenje Agencije br. 02-868/3 od 05.08.2019.g.¹⁶⁵ Rješenje Agencije br. 02-876/2 od 05.08.2019.g.¹⁶⁶ Rješenje Agencije br. 02-957/2 od 12.09.2019.g.¹⁶⁷ Rješenje Agencije br. 02-962/3 od 23.09.2019.g.¹⁶⁸ Rješenje Agencije br. 02-1003/3 od 07.10.2019.g.¹⁶⁹ Rješenje Agencije br. 02-1006/3 od 09.10.2019.g.

Izveštaj o radu Agencije za elektronske medije za 2019. godinu

Naziv medija /sadržaj	Prekršeni standardi (ZEM, podzakonski akti)
TV 7 ¹⁷⁰	čl. 89 st. 1 ZEM, čl. 37 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio obavezu da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja.
TV Budva ¹⁷¹	čl. 23 st. 2, čl. 23b st. 1 Pravilnika o programskim standardima - emiter je prekršio obavezu označavanja sadržaja koji nije prikladan za maloljetnike.
TV RTCG 1 ¹⁷²	čl. 85 st. 1, 89 st. 1, 92 st. 1 i 2 ZEM, čl. 13 st. 1, 37 i 40 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio zabranu emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, obavezu da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, a prekoračio je i dozvoljeno maksimalno trajanje oglasa po satu emitovanog programa.
TDI Radio ¹⁷³	čl. 85 st. 1, 89 st. 1, 95 st.1 tač 2 i 5 ZEM, čl. 13 st.1, 37, 60 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama - emiter je prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije i obaveze da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, kao i promotivnim upućivanja na sponzora. Takođe, emiter je prekršio zabranu sponzorisanja informativnog programa, kao i uslov da sponzorisanji programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora.
Radio Nikšić ¹⁷⁴	čl. 92 st.1 ZEM, čl. 40 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama- emiter je prekoračio dozvoljeno maksimalno trajanje oglasa po satu emitovanog programa.
TV 7 ¹⁷⁵	čl. 59 st. 5 ZEM - emiter nije emitovao u informativni program u trajanju od najmanje 30 minuta u okviru kojeg bi emitovao najmanje jednu informativnu emisiju.
TV A1 Montenegro ¹⁷⁶	čl. 58 ZEM, čl. 23 st. 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje – emiter je prekršio obavezu da se pridržava programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje i da za sve značajne planirane promjene strukture radijskog programa zatraži saglasnost Agencije.
TV Boin ¹⁷⁷ TV Corona ¹⁷⁸ TV Sun ¹⁷⁹ TV Teuta ¹⁸⁰	čl. 58 ZEM, čl. 23 st. 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje, čl. 11 Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom - emiter je prekršio obavezu da se pridržava programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje, kao i da za sve značajne planirane promjene strukture radijskog programa zatraži saglasnost Agencije . Emiter nije obezbijedio da djela koja se u smislu Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom čine najmanje 10% njegovog mjesečnog vremena emitovanja.

¹⁷⁰ Rješenje Agencije br. 02-1007/3 od 07.10.2019.g.¹⁷¹ Rješenje Agencije br. 02-1111/3 od 25.10.2019.g.¹⁷² Rješenje Agencije br. 02-1015/3 od 21.10.2019.g.¹⁷³ Rješenje Agencije br. 02-1143/3 od 01.11.2019.g.¹⁷⁴ Rješenje Agencije br. 02-1230/3 od 06.12.2019.g.¹⁷⁵ Rješenje Agencije br. 02-1288/2 od 23.12.2019.g.¹⁷⁶ Rješenje Agencije br. 02-1289/2 od 19.12.2019.g.¹⁷⁷ Rješenje Agencije br. 02-1290/2 od 20.12.2019.g.¹⁷⁸ Rješenje Agencije br. 02-1291/2 od 20.12.2019.g.¹⁷⁹ Rješenje Agencije br. 02-1293/1 od 24.12.2019.g.¹⁸⁰ Rješenje Agencije br. 02-1294/2 od 20.12.2019.g.

Izveštaj o radu Agencije za elektronske medije za 2019. godinu

<p>„Radio Jupok“ „Novi TV“ - dva upozorenja „Radio Antena M“ - dva upozorenja „Radio Corona“ - dva upozorenja „Radio Glas Plava“ - dva upozorenja „Radio Krš“ „Radio Laki“ „Radio Mojkovac“ - dva upozorenja „Radio Nikšić“ - dva upozorenja „Radio Skadar Lake“ - dva upozorenja „Radio Skala“ - dva upozorenja „Radio Star FM“ - dva upozorenja „Radio Z“ - dva upozorenja „Romski radio“ - dva upozorenja „Radio Crne Gore-prvi program“ „Radio Crne Gore-prvi program/Radio 98“ „Urban Radio“ - dva upozorenja „Radio Adriatic“</p>	<p>„Radio Laki“ „Srpski radio“ „Srpska TV“ „Prvi program Televizije Crne Gore“ „Drugi program Televizije Crne Gore“ „Satelitska Televizija Crne Gore“ „Televizija Pljevlja“ - dva upozorenja „Televizija Rožaje“ - dva upozorenja „TV A1 Montenegro“ - dva upozorenja „TV Boin“ - dva upozorenja „TV Corona“ - dva upozorenja „TV Nikšić“ - dva upozorenja „TV SUN“ - dva upozorenja „TV Teuta“ „TV Vijesti“ - dva upozorenja „TV MNE SPORT 1“ „TV MNE SPORT 2“ „TV MNE SPORT 3“</p>	<p>čl. 44 st. 2 ZEM, člana 16 Pravilnika o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada po osnovu izdatih odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga – emiter prekršio obavezu plaćanja godišnje naknade za emitovanje</p>
--	---	--