



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**  
**Broj: 01 – 538**  
**Podgorica, 23.04.2021. godine**

**IZVJEŠTAJ O RADU**  
**AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**  
**ZA 2020. GODINU**

**Podgorica, april 2021. godine**

**S A D R Ž A J:**

**UVOD**

<b>RAZVOJ I IMPLEMENTACIJA ZAKONSKOG I PODZAKONSKOG OKVIRA OD ZNAČAJA ZA AUDIOVIZUELNI MEDIJSKI SEKTOR</b>	<b>3</b>
<b>NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA</b>	<b>12</b>
<b>STANJE TRŽIŠTA USLUGA DISTRIBUCIJE RADIO I TELEVIZIJSKIH PROGRAMA DO KRAJNJIH KORISNIKA</b>	<b>42</b>
<b>PROMOCIJA MEDIJSKE PISMENOSTI</b>	<b>45</b>
<b>MEĐUNARODNA SARADNJA</b>	<b>47</b>
<b>JAVNOST I UNAPREĐENJE RADA AGENCIJE</b>	<b>53</b>
<b>FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2020. GODINI</b>	<b>56</b>
<b>Prilog 1 - Pregled razmatranih zahtjeva za slobodan pristup informacijama</b>	<b>59</b>

## UVOD

Okolnosti izazvane epidemijom novog korona virusa obilježile su rad Agencije za elektronske medije u 2020. godini. Sve aktivnosti su planirane i sprovedene uz poštovanje epidemioloških mjera i preporuka, s ciljem obezbjeđenja kontinuiteta u radu i blagovremenog sprovođenja zakonom propisanih obaveza. Pored upućivanja preporuka vezanih za izvještavanje o stanju i naporima usmjerenim na prevenciju obolijevanja i suzbijanje razvoja epidemije, Agencija je emitere oslobodila dijela obaveza vezanih za godišnje naknade za emitovanje. Dodatno je podržala emitere koji su bili uključeni u projekat „Uči doma“ i oslobodila ih u potpunosti obaveze plaćanja godišnje naknade za 2020. godinu.

Nakon usvajanja Zakona o medijima u avgustu 2020. godine, Agencija je sprovela neophodne radnje kako bi obezbijedila što efkasniji početak primjene novih rješenja. Među njima je i predaja informacija i dokumentacije od značaja za uspostavljanje jedinstvene evidencije medija, koja će obuhvatiti kako tradiciionalne, tako i nove medije tj. internetske publikacije (portale). U istom periodu, Agencija je sprovela pripreme aktivnosti usmjerene na stvaranje uslova za realizaciju njenih obaveza u vezi sa raspodjelom sredstava elektronskim medijima iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija.

Posebna pažnja bila je usmjerena na praćenje predizborne kampanje za parlamentarne i lokalne izbore, održane u avgustu 2020. godine.

Na međunarodnom planu, u on-line formatu, predstavnici Agencije su pratili rad Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama i Evropske grupe regulatora za audiovizuelne medijske usluge (ERGA). To je omogućilo upoznavanje sa rješenjima i izazovima sa kojim se suočava AVM sektor i njegova regulacija u toku pandemije. Nastavljeno je, takođe u on-line formatu, 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 2020. 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 2020. godinu, dostavlja Skupštini Crne Gore na usvajanje.

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

## 1. Zakon o medijima

Novim Zakonom o medijima<sup>1</sup>, koji je stupio na snagu u avgustu 2020. godine, uređuju se osnovni principi slobode medija, slobode izražavanja, slobodnog osnivanja medija, javnosti medijskog vlasništva i finansiranja medija iz javnih prihoda, transparentnosti oglašavanja u medijima, zaštite medijskog pluralizma, prava, obaveze i odgovornosti u informisanju, zaštita posebnih prava, pravo na odgovor i ispravku, čuvanje i pravo uvida u medijski zapis i druga pitanja od značaja za rad medija.

Njime se na drugačiji način regulišu pitanja koja su bila definisana Zakonom o medijima iz 2002. godine ili se uvode nova zakonska rješenja. Jedno od najznačajnijih pitanja je pitanje definisanja medija, kao i regulisanje obaveza za unapređenje transparentnosti vlasništva i finansiranja medija iz javnih prihoda.

Mediji, u smislu ovog zakona, podrazumijevaju aktere uključene u proizvodnju i širenje medijskog sadržaja, sa uređivačkom kontrolom ili nadzorom nad tim sadržajima, namijenjenim neodređenom broju ljudi.

Medijskim sadržajem, u smislu ovog zakona, smatra se informacija, analiza, komentar, mišljenje, kao i autorski radovi u tekstualnom, audio, audiovizuelnom ili drugom obliku sa ciljem informisanja i zadovoljavanja kulturnih, obrazovnih i drugih potreba javnosti.

Dakle, za razliku od ranijeg zakona, sada se umjesto liste medija ili onoga što nijesu mediji, uvodi opisna definicija koja bi trebalo da odgovori potrebi dinamičnog razvoja medijskog sektora i stalne pojave novih usluga i aktera. Ono što predstavlja ključno pitanje za prepoznavanje i svrstavanje neke aktivnosti (proizvodnja i promet usluge ili robe) u „medij“ je omogućavanje proizvodnje i širenja medijskog sadržaja, postojanje uređivačke kontrole ili nadzora nad tim sadržajima, a sve u namjeri da se isti učine dostupnim neodređenom broju ljudi.

Novim Zakonom **uspostavlja se jedinstvena evidencija svih medija**, koju će voditi Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija (u daljem tekstu: Ministarstvo), kao nadležno za poslove medija. Svi mediji (uključujući elektronske medije i elektronske/internetske publikacije) se upisuju u evidenciju medija (član 9). Prijavu za upis u Evidenciju podnosi osnivač ili ovlašćeno lice. Uz prijavu za upis podnosi se akt o osnivanju i rješenje organa nadležnog za registraciju. Shodno članu 64 ovog Zakona, uspostavljanjem evidencije medija u skladu sa ovim zakonom, prestaju da važe član 12 stav 1 tačka 7 i čl. 126 i 127 Zakona o elektronskim medijima, kojima je bilo predviđeno da Agencija vodi registre pružalaca AVM usluga i elektronskih publikacija, kao i način prijavljivanja i vođenja registra.

Imajući to u vidu, Agencija za elektronske medije je, u novembru 2020. godine, sve registre pružalaca AVM usluga i elektronskih publikacija (portala), kao i odobrenja za pružanje AVM usluga, u štampanoj i elektronskoj formi (CD) predala Ministarstvu kulture (koje je u to vrijeme bilo nadležno za poslove medija).

Novi Zakon o medijima se razlikuje od ranijeg jer propisuje više podataka koji čine **sadržaj impresuma** (član 11 stav 1), ali ne razrađuje način objavljivanja impresuma i sadržaj i način objave skraćenog impresuma na način na koji je to bilo predviđeno ranijim zakonom. Emiteri elektronskih medija biće u obavezi da obezbijede da „*impresum medija mora biti vidljiv, lako prepoznatljiv i uvijek dostupan*“, kako je propisano članom 11 stav 3 Zakona o medijima.

<sup>1</sup> „Sl. list CG“, br. 82/20.

Članom 11 Zakona o medijima (stav 4) takođe je propisana **obaveza objavljivanja podataka o vlasničkoj strukturi osnivača medija**. Naime, osnivač medija je obavezan da omogući jednostavan, neposredan i stalan pristup:

- podacima o pravnim i fizičkim licima koja neposredno ili posredno imaju više od 5% udjela u osnivačkom kapitalu medija,
- podatke o njihovim povezanim licima u smislu zakona kojim se uređuje oblast audiovizuelnih medijskih usluga<sup>2</sup> i
- podatke o drugim osnivačima medija u kojima ta lica imaju više od 5% udjela u osnivačkom kapitalu.

Ti podaci su: poslovno ime/naziv, sjedište i PIB pravnog lica, lično ime fizičkog lica i njihovo pojedinačno procentualno učešće u upravljačkim pravima.

Još jednu novinu predstavlja i rješenje Zakona o medijima koje predviđa (član 11 stav 6) da se javni sektor ne može oglašavati u medijima koji nijesu objavili impresum i podatke o vlasničkoj strukturi.

U slučaju audiovizuelnih medijskih usluga (elektronski mediji), nadzor nad primjenom odredbe člana 11 stav 1 i 4 Zakona o medijima vrši Agencija za elektronske medije (član 59).

Jedna od najznačajnijih novina koje je donio Zakon o medijima je set rješenja koja se odnose na **obezbjedivanje transparentnosti finansiranja medija iz javnih prihoda** (čl. 13-16 Zakona). Propisana je obaveza vođenja evidencije o uplatama finansijskih sredstava medijima od strane organa javnog sektora. Vodiće je Ministarstvo (član 13 Zakona o medijima), a ona će sadržati:

- 1) podatke o iznosu finansijskih sredstava dodijeljenih mediju za pružanje javnih usluga u skladu sa ovim Zakonom. Ova obaveza će se odnositi na Agenciju (Savjet Agencije) u vezi sa dodjelom sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija;
- 2) podatke o iznosu finansijskih sredstava dobijenih od javnog sektora, definisanog zakonom kojim se uređuje oblast budžeta i fiskalne odgovornosti<sup>3</sup>.

Podatke o iznosu finansijskih sredstava dodijeljenih mediju za pružanje javnih usluga podnosi organ koji vrši dodjelu sredstava za pružanje javnih usluga, a podatke o iznosu finansijskih sredstava dobijenih od javnog sektora podnosi osnivač medija, u roku od 30 dana od dana dodjele, odnosno dobijanja tih sredstava.

Članom 14 i 15 Zakona o medijima razrađene su obaveze organa javnog sektora vezano za objavljivanje i dostavljanje evidencije o uplatama medijima po osnovu oglašavanja i drugih ugovorenih usluga. S obzirom da se to odnosi i na Agenciju (kao dio javnog sektora), to znači da je Agencija:

- 1) obavezna da, do 31. marta tekuće godine za prethodnu godinu, na svojoj internet stranici objavi evidenciju o uplatama medijima po osnovu oglašavanja i drugih ugovorenih usluga. Ova evidencija uključuje i sredstva upućena preko posrednika - agencija, pri čemu se jasno razdvajaju osnovi za uplatu oglašavanja od drugih ugovorenih usluga koje se uplaćuju medijima<sup>4</sup>.
- 2) obavezna da, do 15. aprila tekuće godine za prethodnu godinu, dostavi Ministarstvu evidenciju uplata medijima po osnovu oglašavanja i drugih ugovorenih usluga.

<sup>2</sup> Zakon o elektronskim medijima, član 130.

<sup>3</sup> Saglasno članu 2 tačka 17 Zakona o budžetu i fiskalnoj odgovornosti ("Službeni list CG", br. 020/14, 056/14, 070/17, 004/18, 055/18), "javni sektor su državni organi, opštine, javne ustanove, nezavisna regulatorna tijela, privredna društva i pravna lica u kojima država ili opštine imaju većinski vlasnički udio".

<sup>4</sup> Evidencija Agencije za 2020. godinu je dostupna na <https://aemcg.org/obavjestenje/transparentnost-finansiranja-medija/>.

Odredbama čl. 17-23 novog Zakona o medijima regulirano je uspostavljanje, izvori i način raspodjele i korišćenja sredstava iz **Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija**. Preko njega će država financirati projekte u oblasti informisanja, obezbjeđivanjem finansijskih sredstava iz budžeta Crne Gore (član 17). Fond se finansira u iznosu od najmanje 0,09% tekućeg budžeta Crne Gore utvrđenog godišnjim zakonom o budžetu (član 18).

Predviđeno je da raspodjelu sredstava iz Fonda vrši:

- 1) Savjet Agencije za elektronske medije (kao regulator za audiovizuelne medijske usluge) i to 60% sredstava, koja se usmjeravaju u podfond za komercijalne i neprofitne medije i
- 2) Nezavisna komisija koju obrazuje Ministarstvo, 40% sredstava, koja se usmjeravaju u podfond za dnevne i nedeljne štampane medije i internetske publikacije.

Sredstva namijenjena podfondovima uplaćuju sa na posebne žiro-račune organa zaduženih za raspodjelu (dakle Agencije i Ministarstva) i pripadaju:

- 1) 95% podfondovima i
- 2) 5% za operativne troškove organa zaduženih za raspodjelu sredstava.

Članom 19 Zakona o medijima predviđeno je da se za operativne troškove različitih mehanizama samoregulacije, iz svakog od podfondova izdvaja po 5% sredstava na godišnjem nivou.

Samoregulatorna tijela jednom godišnje podnose zahtjev za pokriće operativnih troškova neophodnih za njihovu djelatnost, organu zaduženom za raspodjelu sredstava iz podfonda, kada taj organ raspiše javni konkurs. Predviđeno je da se samoregulatorno tijelo nacionalnog javnog emitera Radio i Televizije Crne Gore (Ombudsman) ne finansira iz sredstava Fonda.

Članom 20 Zakona o medijima propisane su teme sadržaja za čiju proizvodnju i objavljivanje će se koristiti sredstva iz Fonda. Takođe je propisano da se sredstva iz Fonda ne mogu dodjeljivati za projekte koji su finansirani iz donacija, sponzorstava ili grantova od strane domaćih i stranih institucija.

Shodno članu 21 Zakona o medijima, Savjet Agencije vršiće raspodjelu sredstava iz Fonda, jednom godišnje, na osnovu javnog konkursa.

Agencija je, shodno članu 22 Zakona o medijima, dužna da donese akt kojim se definišu prava i obaveze pružanja javnih usluga za koje se uplaćuju sredstva iz Fonda. Taj akt treba da sadrži kriterijume i postupak za raspodjelu sredstava iz podfonda, način korišćenja tih sredstava, kao i maksimalni iznos sredstava koja mogu biti dodijeljena iz Fonda jednom mediju u toku godine. Sredstva se dodjeljuju za jasno utvrđenu namjenu, bez diskriminacije i na osnovu unaprijed definisanih, jasnih, objektivnih i transparentnih kriterijuma i metodologije bodovanja.

Agencija će biti dužna da vodi evidenciju raspodjele sredstava za pružanje javnih usluga i objavljuje izvještaj o raspodjeli sredstava na svojoj internet stranici u roku od 30 dana od dodjele sredstava.

Članom 65 Zakona o medijima je predviđeno da će se odredbe koje se odnose na uspostavljanje i rad Fonda (član 17 stav 1 i čl. 18 do 23 Zakona) primjenjivati po isteku šest mjeseci od dana stupanja na snagu ovog zakona, dakle od sredine februara 2021. godine. Rok za donošenje podzakonskog akta kojim se definišu prava i obaveze pružanja javnih usluga za koje se uplaćuju sredstva iz Fonda je 12 mjeseci od dana stupanja na snagu ovog zakona (član 63 Zakona), što znači da je krajnji rok sredina avgusta 2021. godine. Ipak, Agencija je planirala da, u skladu sa dinamikom obezbjeđivanja sredstava iz Budžeta Crne Gore u toku 2021. godine, bude spremna i nakon usvajanja podzakonskog akta, u što kraćem roku, raspiše javni konkurs i omogući korišćenje sredstava iz Fonda.

Jedna od značajnijih novina Zakona o medijima je **definisane elektronskih publikacija (portala) kao medija i regulisanje njihovog rada na sveobuhvatni način**. Dok je Agencija, prema

Zakonu o elektronskim medijima, imala set nadležnosti u vezi sa elektronskim publikacijama<sup>5</sup>, novi Zakon o medijima ukida nadležnosti Agencije u vezi sa:

- nadzorom nad njihovim radom i
- načinom prijavljivanja i vođenjem registra elektronskih publikacija.

Naime, članom 66 Zakona o medijima je propisano da danom stupanja na snagu ovog zakona prestaju da važe sljedeće odredbe Zakona o elektronskim medijima koje se odnose na elektronske publikacije:

- član 8 stav 1 tačka 19 - definicija izraza elektronska publikacija,
- član 45 - nadležnost Agencije da donosi opšte i pojedinačne akte kojima se bliže uređuju prava i obaveze elektronskih publikacija,
- član 125 - obaveza identifikacije elektronskih publikacija, ostvarivanje prava na ispravku i odgovor u njima i obaveze u odnosu na njihove sadržaje propisane čl. 46, 47, 48 i člana 55 st. 1 i 2 Zakona o elektronskim medijima i
- član 144 - nadležnost Agencije da odlučuje po prigovoru na rad pružalaca usluga elektronskih publikacija.

Na ovaj način, ukinuta je nadležnost Agencije da vrši nadzor nad djelovanjem internetskih publikacija – portala.

## 2. Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i televizija Crne Gore

Novi Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore<sup>6</sup> (Zakon o RTCG), koji je stupio na snagu u avgustu 2020. godine, donio je nekoliko novina koja se, između ostalog, odnose i na Agenciju, kao regulatornog organa za oblast audiovizuelnih medijskih usluga.

U postupku **uvođenje novih usluga RTCG** (član 10 Zakona o RTCG), predviđeno je da odluku o uvođenju značajno nove audiovizuelne usluge ili više takvih usluga donosi Savjet Agencije za elektronske medije. Prethodno, komentare i sugestije dobijene posredstvom javne rasprave i mišljenje organa nadležnog za državnu pomoć, RTCG je dužna da dostavi Savjetu Agencije za elektronske medije.

Realizacija obaveze RTCG da obezbijedi odgovarajuće **učešće evropskih audiovizuelnih djela i evropskih djela nezavisnih proizvođača** (član 11 Zakona o RTCG) ostvarivaće se podnošenjem izvještaja Savjetu RTCG i Agenciji za elektronske medije do kraja marta tekuće godine za prethodnu godinu. Novi zakon predviđa da:

- a) RTCG je dužna da obezbijedi da evropska audiovizuelna djela čine najmanje 51% njenog godišnjeg vremena emitovanja (što je minimum propisan Zakonom o elektronskim medijima). Pri tome, propisano je da je RTCG dužna da najmanje 40% ovih djela emituje izvorno na crnogorskom jeziku, jezicima u službenoj upotrebi i romskom jeziku na svakom televizijsko-programskom programu RTCG.
- b) Najmanje 10% od programsko-produkcionog plana opredijeljenog za tekuću godinu, RTCG je dužna da obezbijedi za nabavku evropskih djela nezavisnih proizvođača, od čega polovina tih sredstava mora biti namijenjena za djela proizvedena izvorno na crnogorskom jeziku, jezicima u službenoj upotrebi i romskom jeziku.

<sup>5</sup> Vidi dio ovog Poglavlja „Registracija i identifikacija elektronskih publikacija“.

<sup>6</sup> „Sl. list CG“, br. 80/20.

Novi Zakon o RTCG sadrži revidirane odredbe koje se odnose na **trajanje i raspoređivanje oglašavanja i telešoping spotova**<sup>7</sup> (član 22).

Sada, u programima Televizije Crne Gore trajanje oglašavanja i telešoping, ne smije prelaziti:

- 15% perioda između 06:00 do 18:00 časova (108 minuta) i
- 15% perioda između 18:00 do 24:00 časa (54 minuta).

Pored toga, zabranjeno je oglašavanje i telešoping u periodu između 20:00 i 22:00 časa. Izuzetno, dozvoljeno je oglašavanje i telešoping u ovom periodu u slučaju prenosa događaja od posebnog značaja za javnost<sup>8</sup>.

Što se tiče programa Radija Crne Gore, predviđeno je da trajanje oglašavanja ne smije prelaziti sedam minuta po satu emitovanog programa.

**Jedna od najznačajnijih izmjena je** ukidanje rješenja koja su se odnosila na obavezu zaključivanja ugovora o pružanju javnih usluga, kojim su bile definisane programske obaveze za usluge od javnog interesa, kao i visina sredstava i izvor za njihovo finansiranje a koji su zaključivali Vlada Crne Gore i RTCG. **Sa druge strane, zadržan je model finansiranja iz Budžeta Crne Gore (na godišnjem nivou u visini od 0,3% bruto domaćeg proizvoda).**

Takođe, propisani su uslovi za imenovanje/razrješenje, kao i prava i obaveze **ombudsmana**, kao samoregulatornog organa RTCG, koji će biti nadležan da:

- 1) razmatra predstavke i prigovore slušalaca, gledalaca i korisnika portala RTCG;
- 2) razmatra povrede ljudskih prava i diskriminacije bilo koje vrste u emitovanim programskim sadržajima;
- 3) prati poštovanje programskih principa RTCG;
- 4) prati poštovanje prava građana na slobodu govora, prava na dostupnost medija, prava na tačnu i provjerenu informaciju, prava na demant;
- 5) daje preporuke uredništvu RTCG i predstavlja medijatora u dvosmjernoj komunikaciji između medija i javnosti.

### ***3. 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 2020. godine dao tri saglasnosti 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**<sup>9</sup> kojima je realizovan zahtjev za izdavanje/izmjenu odobrenja za korišćenje radio-frekvencija za emitovanje radijskih signala nacionalnog javnog emitera RTCG, za potrebe emitovanja:

- a. prvog i drugog programa „Radija Crne Gore“, sa lokacije Bratogošt, u opštini Nikšić,
- b. drugog programa „Radija Crne Gore“ sa lokacije Vrmac, u opštini Kotor.

<sup>7</sup> Prema starom zakonu, u programima RTCG trajanje oglašavanja nije smjelo prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa, a u jednom satu emitovanja programa tokom dana nije smelo biti emitovano više od 15% (devet minuta) oglasa i telešopinga.

<sup>8</sup> Odluka o listi događaja od posebnog značaja za javnost u Crnoj Gori („Sl. list CG“, br. 11/12).

<sup>9</sup> Odluka Savjeta Agencije o davanju saglasnosti na Odluku o izmjeni Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 87,5-108 MHz za FM radio (01-104/2 od 07.02.2020. godine). Odluka o izmjeni Plana je objavljena u „Sl. list CG“, br. 011/20.



Pored navedenog, predmetnom izmjenom omogućena je realizacija zahtjeva privrednih društava:

- a. „Jumedia Mont“ d.o.o. Podgorica i „M.D. Company“ d.o.o. Podgorica za izmještanje predajnika sa lokacije Ostrog u opštini Nikšić, na lokaciju Suđina Glava (Tović) u istoj opštini, za potrebe emitovanja radijskih programa Radio D i Radio D plus,
- b. „Metropolitan Media“ d.o.o. Cetinje za proširenje zone servisa emitovanjem radijskog programa Radio Svetigora sa lokacije Morača, u opštini Kolašin.

**2. Izmjene Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 87,5-108 MHz za FM radio i Izmjene Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 174-230 MHz i 470-694 MHz za DTT i T-DAB sisteme<sup>10</sup>**, kojima su realizovani zahtjevi privrednih društava „Jumedia Mont“ d.o.o. Podgorica (Radio D) i „M.D. Company“ d.o.o. Podgorica (Radio D plus) za izmještanje predajnika ovih emitera sa lokacije Fundina na lokaciju Sjenica, opština Podgorica.

Takođe, ovom izmjenom je omogućena realizacija zahtjeva privrednog društva „Radio-difuzni centar“ d.o.o. Podgorica za dopunu Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 174-230 MHz i 470-694 MHz za DTT i T-DAB sisteme u cilju proširenja zone servisa za digitalnu zemaljsku televiziju, širenjem mreža digitalne zemaljske televizije, MUX1 i MUX2, i postizanja veće pokrivenosti stanovništva programima nacionalnog javnog emitera i drugih emitera u opštinama Ulcinj i Danilovgrad.

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](http://www.aemcg.org)).

#### **4. 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 djela<sup>11</sup> i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača<sup>12</sup>, definisani su **uslovi koje nacionalni TV emiteri (pokrivaju najmanje 75% stanovništva u više od 10 jedinica lokalne samouprave)<sup>13</sup> 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 je 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.

<sup>10</sup> Odluka o davanju saglasnosti na Odluku o izmjeni Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 87,5-108 MHz za FM radio (01-500/3 od 01.07.2020. godine) i Odluka o izmjeni Plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 174-230 MHz i 470-694 MHz za DTT i T-DAB sisteme (01-500/2 od 01.07.2020. godine). Odluka o izmjeni Plana je objavljena u „Sl. list CG“, br. 116/20.

<sup>11</sup> „Sl. list CG“, br. 47/14.

<sup>12</sup> „Sl. list CG“, br. 47/14.

<sup>13</sup> TVCG1, TVCG2, TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M (na kraju 2019.g.).

S obzirom na raspoloživost podataka o učešću ovih djela u emitovanom programu u 2019. godini, Agencija je zaključila da su emiteri sa nacionalnim pokrivanjem u toku 2020. godine trebali da ostvare minimalno sljedeće kvote:

- za evropska audiovizuelna djela – 51%,
- za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača – 10%.

Analizom dostavljenih podataka **može se zaključiti:**

- emiteri komercijalnih televizijskih programa **TV Vijesti, TV Prva i TV Nova M ispunili su kvotu za evropska audiovizuelna djela;**
- 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 ispunio propisane kvote** za televizijske programe TVCG1 i TVCG2. On nije blagovremeno dostavio podatke o učešću evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u godišnjem vremenu emitovanja (kvartalno). Nakon upućenih zahtjeva/urgencija od strane Agencije, dostavio je nepotpune podatke. Dostavljeni podaci su sadržali programske sadržaje koji se, saglasno Pravilniku, ne mogu smatrati evropskim audiovizuelnim djelima (npr. kratke informativne vijesti, vijesti na albanskom jeziku „Lajmet“, informativne emisije „Dnevnik“..., druga reprizna emitovanja pojedinih sadržaja). Pored toga, uočen je određeni selektivan unos podataka za pojedine sadržaje, većinom one iz arhive dokumentarno-obrazovnog programa emitera, dok pojedini sadržaji nijesu uvršteni u dostavljene podatke, a emitovani su u programima emitera. S obzirom na navedeno, Agencija je izrekla emiteru upravno-nadzornu mjeru upozorenja zbog kršenja člana 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela<sup>14</sup>. Međutim, ni nakon izrečene mjere upozorenja, emiter nije dostavio potpune i adekvatne podatke o učešću evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u godišnjem vremenu emitovanja.

U narednim tabelama dati su podaci o obimu učešća evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u programima emitera koji su dostavili podatke o emitovanom programu u 2020. godini.

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
JANUAR - MART	/	/	/	/	81.299	62,04	61.140	46,66	73.772	56,30
APRIL - JUN	/	/	/	/	81.414	62,13	72.875	55,61	73.375	55,99
JUL - SEPTEMBAR	/	/	/	/	77.637	58,60	82.459	62,24	73.727	55,65
OKTOBAR - DECEMBAR	/	/	/	/	78107	58,96	93.835	70,83	65.651	49,56
<b>UKUPNO</b>	/	/	/	/	<b>318.457</b>	<b>60,42</b>	<b>310.309</b>	<b>58,88</b>	<b>286.525</b>	<b>54,36</b>

Tabela 1.: Učešće evropskih audiovizuelnih djela u 2020.g.

<sup>14</sup> Akt Agencije 02 – 1120/3 od 18.11.2020.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
JANUAR – MART	/	/	/	/	30.655	23,39	61.140	46,66	8.835	6,74
APRIL - JUN	/	/	/	/	30.502	23,28	56.295	42,96	6.033	4,60
JUL - SEPTEMBAR	/	/	/	/	41.530	31,35	75.311	56,85	4.559	3,44
OKTOBAR - DECEMBAR	/	/	/	/	32.449	24,49	79.335	59,88	7.660	5,78
<b>UKUPNO</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>135.136</b>	<b>25,64</b>	<b>272.081</b>	<b>51,62</b>	<b>27.087</b>	<b>5,14</b>

Tabela 2.: Učešće audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u u 2020.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 ovi operatori značajno mogu unaprijediti promociju proizvodnje i pristupa evropskim djelima.

## 5. Promjene u sastavu Savjeta Agencije

Krajem decembra 2020. godine istekao je mandat člana Savjeta Agencije prof. dr Saša Knežević.

U cilju obezbjeđivanja uslova za kontinuirani i nesmetan rad, Savjeta Agencije je, u maju 2020. godine, uputio dopis Skupštini Crne Gore sa pozivom da pokrene postupak imenovanja novog člana savjeta.

Administrativni odbor Skupštine Crne Gore je, sredinom 2020. godine, uputio javni poziv univerzitetima u Crnoj Gori, ali nije dostavljen ni jedan predlog. Zbog toga je u novembru 2020. godine, ponovljen javni poziv. Postupak imenovanja novog člana je sproveden početkom 2021. godine.

### ČLANOVI SAVJETA AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE (decembar 2020.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

## NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA

### 1. *Javni konkursi za dodjelu prava na emitovanje*

Javnim konkursom za dodjelu prava na emitovanje opštih ili specijalizovanih radijskih programa od 28. jula 2020. godine<sup>15</sup> raspisano je 25 frekvencija 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.

Nakon razmatranja potpunih i blagovremenih prijava Savjet Agencije je donio odluku<sup>16</sup> kojom su prava na emitovanje dobila sljedeća privredna društva:

- „Oki Air Broadcasting“ d.o.o, za „**EL Radio**“, za zonu pokrivanja u opštini Podgorica na lokaciji Sjenica (97,4 MHz) – novo odobrenje,
- „Metropolitan Media“ d.o.o., za „**Radio Svetigora**“, za zonu pokrivanja u opštinama Kolašin, Žabljak i Plužine, na lokacijama Morača (107,0 MHz), Pitomine ( 95,1MHz) i Unač (106,5 MHz).

Za 21 frekvenciju nije iskazano interesovanje.

### 2. *Izdavanje novih odobrenja za pružanje AVM usluga*

Po osnovu podnesenog zahtjeva privrednog društva „**Lokalni javni emiter Radio Televizija Kolašin**“ d.o.o. iz Kolašina, Agencija je izdala Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „**Radio Kolašin**“ (Odobrenje br. O-R-J-18), čime je steklo status lokalnog javnog emitera i pravo da posredstvom radio-difuzne frekvencije 100,6 MHz (lokacija Bablja Greda, Kolašin) i posredstvom elektronskih komunikacionih mreža bez upotrebe radio-difuznih frekvencija emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika<sup>17</sup>. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od 10 godina, odnosno do 15.09.2030. godine.

Po osnovu podnesenog zahtjeva privrednog društva „**Lokalni javni emiter Radio Televizija Podgorica**“ d.o.o. iz Podgorice, Agencija je izdala Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „**Radio Podgorica**“ (Odobrenje br. O-R-J-19), čime je steklo status lokalnog javnog emitera i pravo da posredstvom radio-difuzne frekvencije 103,00 MHz (lokacija Sjenica, Podgorica) i posredstvom elektronskih komunikacionih mreža bez upotrebe radio-difuznih frekvencija emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika<sup>18</sup>. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od 10 godina, odnosno do 27.11.2030. godine.

Po osnovu Rješenja o dodjeli prava na emitovanje broj 01-1142 od 23.10.2020. godine, Agencija je privrednom društvu „**Oki Air Broadcasting**“ d.o.o., izdala novo Odobrenje za emitovanje specijalizovanog zabavnog radijskog programa „**EL Radio**“ (Odobrenje br. O-R-K-56)<sup>19</sup> čime je steklo status emitera i pravo da posredstvom radio-difuzne frekvencije 97,4 MHz (lokacija Sjenica, Podgorica) i posredstvom elektronskih komunikacionih mreža bez upotrebe radio-difuznih frekvencija emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od 10 godina, odnosno do 02.11.2030. godine.

<sup>15</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-647 od 28.07.2020.g.

<sup>16</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-1142 od 23.10.2020.g.

<sup>17</sup> Akt Agencije br. 02-997/2 od 15.09.2020.g.

<sup>18</sup> Akt Agencije br. 02-1203/2 od 27.11.2020.g.

<sup>19</sup> Akt Agencije br. 02-1178 od 02.11.2020.g.

### 3. *Prenos odobrenja*

Savjet Agencije je dana 25. decembra 2020.g. dao **saglasnost za trajni prenos** Odobrenja za emitovanje televizijskog programa „**TV A1 Montenegro**“ br. O-TV-K-02 od 21.07.2011.g. sa privrednog društva „Atlas Media Group“ d.o.o. iz Podgorice na privredno društvo „A Media Team“ d.o.o. iz Podgorice (registarski broj 5-0935043, PIB 03320260)<sup>20</sup>. Po tom osnovu, direktor Agencije je dana 01. februara 2021.g. donio **Rješenje o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje**<sup>21</sup> br. O-TV-K-02 od 21.07.2011.g., kojim je konstatovana izmjena naziva emitera - imaoća Odobrenja za emitovanje.

Postupajući po službenoj dužnosti, Agencija je donijela Rješenje o prenosu (vraćanju) Odobrenja za pružanje AVM usluge na zahtjev „**Media Box**“ br. O-AVMD-11, sa privremenog imaoća privrednog društva „**MTEL**“ d.o.o. iz Podgorice na privredno društvo „**Mir&Teuta**“ d.o.o. iz Ulcinja<sup>22</sup>.

### 4. *Promjena zone pokrivanja*

Po osnovu Rješenja o dodjeli prava na emitovanje (akt broj 01-1142 od 23.10.2020. godine), Agencija je privrednom društvu „**Metropolitan Media**“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnom emiteru opšteg radijskog programa „**Radio Svetigora**“, izdala Rješenje<sup>23</sup> o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-36, kojim je emiteru proširena zona pokrivanja (na opštine Kolašin, Žabljak i Plužine), a samim tim i naknada za emitovanje.

Po osnovu obavještenja privrednog društva „**Maxko**“ d.o.o. iz Kotora, komercijalnog emitera radijskog programa „**Radio Skala**“, o odustajanju od daljeg korišćenja frekvencije u opštini Tivat (92,7 MHz na lokaciji Luštica/Obosnik), Agencija je donijela Rješenje<sup>24</sup> o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-35, kojim je emiteru smanjena zona pokrivanja, kao i naknada za emitovanje.

Po osnovu zahtjeva za izmjenu Odobrenja za emitovanje privrednog društva „**Jumedia Mont**“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnog emitera opšteg radijskog programa „**Radio D**“, Agencija je donijela Rješenje<sup>25</sup> o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-10, kojim je konstatovana promjena frekvencije i lokacije emitovanja signala u opštini Nikšić (sa radio-difuzne frekvencije 93,2 MHz (Ostrog) na radio-difuznu frekvenciju 93,4 MHz Tović-Suđina Glava), kao i naknade za emitovanje.

Po osnovu obavještenja privrednog društva „**M.D. Company**“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnog emitera opšteg radijskog programa „**Radio D Plus**“, Agencija je donijela Rješenje<sup>26</sup> o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-12, kojim je konstatovana promjena lokacije emitovanja signala u opštini Nikšić (na radio-difuznoj frekvenciji 94,4 MHz, sa lokacije Ostrog na lokaciju Tović-Suđina Glava), kao i naknade za emitovanje.

### 5. *Promjena vlasničke strukture imalaca odobrenja za pružanje AVM usluga*

Saglasno Zakonu o elektronskim medijima, Savjet Agencije je dana 28. jula 2020. godine privrednom društvu „**Zen Master Production**“ d.o.o. iz Herceg Novog (PIB: 02798484), komercijalnom emiteru opšteg televizijskog programa „**TV Novi**“, dao **prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture**, kojom je odobren prenos vlasničkog udjela u visini od 60%

<sup>20</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-1288/3 od 25.12.2020.g.

<sup>21</sup> Rješenje Agencije br. 02-85 od 01.02.2021.g.

<sup>22</sup> Akt Agencije br. 02-1172 od 29.10.2020.g.

<sup>23</sup> Akt Agencije br. 02-1174 od 30.10.2020.g.

<sup>24</sup> Akt Agencije br. 02-1035/1 od 30.09.2020.g.

<sup>25</sup> Akt Agencije br. 02-580/1 od 08.07.2020.g.

<sup>26</sup> Akt Agencije br. 02-581/1 od 08.07.2020.g.

vlasništva sa dotadašnjeg vlasnika Perice Đakovića iz Herceg Novog na novog vlasnika Borisa Đurašića iz Cetinja<sup>27</sup>.

Takođe, u decembru 2020. godine, **Savjet Agencije je dao prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture** privrednog društva „TDI Radio“ d.o.o. iz Podgorice (PIB: 02893401), komercijalnog emitera opšteg radijskog programa „TDI Radio“, kojom je odobren prenos 51% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika Miloša Krdžića iz Beograda, Srbija na novog vlasnika privredno društvo „United Media“ S.a.r.l. sa sjedištem u Velikom Vojvodstvu Luksemburg, grad Luksemburg (matični broj: B184939)<sup>28</sup>. Emiter je odustao od ove promjene vlasničke strukture i zatražio saglasnost za drugu promjenu. Dana 21. januara 2021.g. Savjet Agencije je dao **prethodnu saglasnost za promjenu vlasničke strukture** ovog privrednog društva, kojom je odobren prenos 51% vlasničkog udjela sa vlasnika Miloša Krdžića iz Beograda, Srbija na novog vlasnika privredno društvo „Global Media Tehnology“ d.o.o. sa sjedištem u Republici Srbiji (matični broj: 21337234)<sup>29</sup>. Ovim Rješenjem je **ukinuto** prethodno izdato Rješenje Savjeta Agencije, koje je predviđalo promjenu vlasničke strukture prenosom 51% vlasničkog udjela na privredno društvo „United Media“ S.a.r.l. iz Luksemburga.

## 6. Promjene naziva i identifikacionog znaka medija

Zbog **promjene naziva i identifikacionog znaka medija**, Agencija je Privrednom društvu „HIT FM“ d.o.o. iz Herceg Novog, **izmijenila Odobrenje za emitovanje specijalizovanog zabavnog radijskog programa „Radio S3“** br. O-R-K-07<sup>30</sup> (raniji naziv/ identifikacioni znak medija je bio „Radio S2“).

## 7. Promjena statusa medija

Zbog **promjene statusa programa**, Agencija je privrednom društvu „AST“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnom emiteru radijskog programa „Radio Play Montenegro“ izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-R-K-33 i dodijelila status specijalizovanog muzičkog radijskog programa<sup>31</sup>.

## 8. Promjena 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:

- **privrednom društvu „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog**, za emitovanje opšteg televizijskog programa „Televizija Herceg Novi“<sup>32</sup>;
- **privrednom društvu „Antena M“ d.o.o. iz Podgorice**, za emitovanje opšteg radijskog programa „Radio Antena M“<sup>33</sup>;
- **NVO „Kulturni Centar Homer“ iz Podgorice**, za emitovanje opšteg radijskog programa „Radio Homer“<sup>34</sup>;
- **privrednom društvu „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice**, za emitovanje opšteg radijskog programa „Radio DRS“<sup>35</sup>.

<sup>27</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-628/1 od 28.07.2020.g.

<sup>28</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-1324/2 od 25.12.2020.g.

<sup>29</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-52/3 od 28.01.2021.g.

<sup>30</sup> Akt Agencije br. 02-1115/1 od 20.10.2020.g.

<sup>31</sup> Akt Agencije br. 02-1044/6 od 23.10.2020.g.

<sup>32</sup> Akt Agencije br. 02-504/7 od 30.07.2020.g.

<sup>33</sup> Akt Agencije br. 02-1108/1 od 16.10.2020.g.

<sup>34</sup> Akt Agencije br. 02-1281/5 od 28.12.2020.g.

<sup>35</sup> Akt Agencije br. 02-1361 od 25.12.2020.g.

## 9. *Monitoring 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.

On omogućava uspješnu realizaciju 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 2020. godine objavila sljedeće izvještaje o monitoringu:

- Analiza informativnih sadržaja nacionalnih TV emitera tokom epidemije COVID-19 - april 2020;
- Analiza informativnih sadržaja regionalnih TV emitera tokom epidemije COVID-19 - april 2020;
- Analiza informativnih sadržaja lokalnih TV emitera tokom epidemije COVID-19 - maj 2020;
- Analiza programske strukture nacionalnih TV emitera - jun 2020;
- Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za parlamentarne i lokalne izbore održane 30. avgusta 2020.g. - septembar 2020;
- Analiza Programske strukture Radio Televizije Crne Gore - novembar 2020;
- Informacija o poštovanju uslova iz izdatih odobrenja neprofitnih emitera - novembar 2020;
- Analiza programske strukture regionalnih komercijalnih TV emitera - novembar 2020;
- Analiza programske strukture nacionalnih TV emitera - decembar 2020;
- Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera - decembar 2020;
- Informacija o televizijskim programskim sadržajima namijenjenim djeci - decembar 2020;
- Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera - decembar 2020.

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

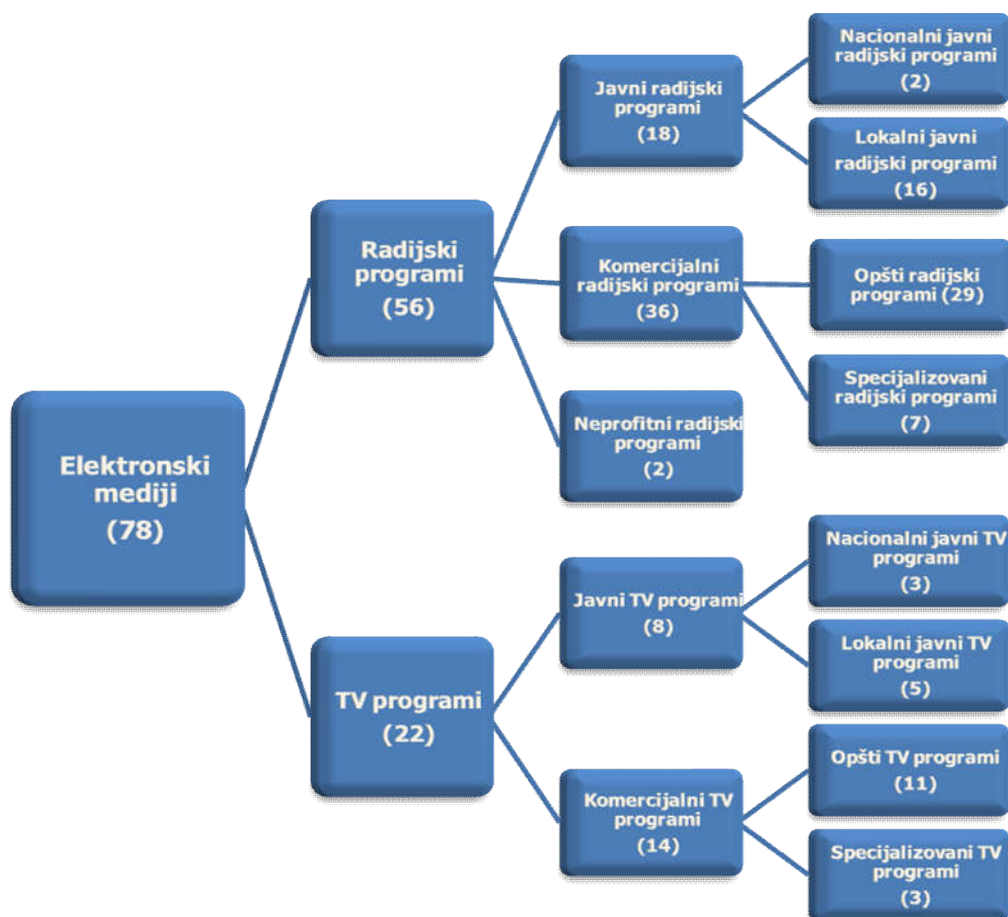
***www.aemcg.org***

\*

\* \*

## 10. *Poštovanje programske strukture*

U Crnoj Gori ima 78 elektronskih medija, za tri više nego prethodne godine. Od tog broja, 56 su radijski, a 22 televizijski programi. Ukupno je 26 programa javnih radijskih i televizijskih emitera i dva programa neprofitnih emitera.



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

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 u opštini Ulcinj, kao i TV Boin u opštinama 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 tih medija.

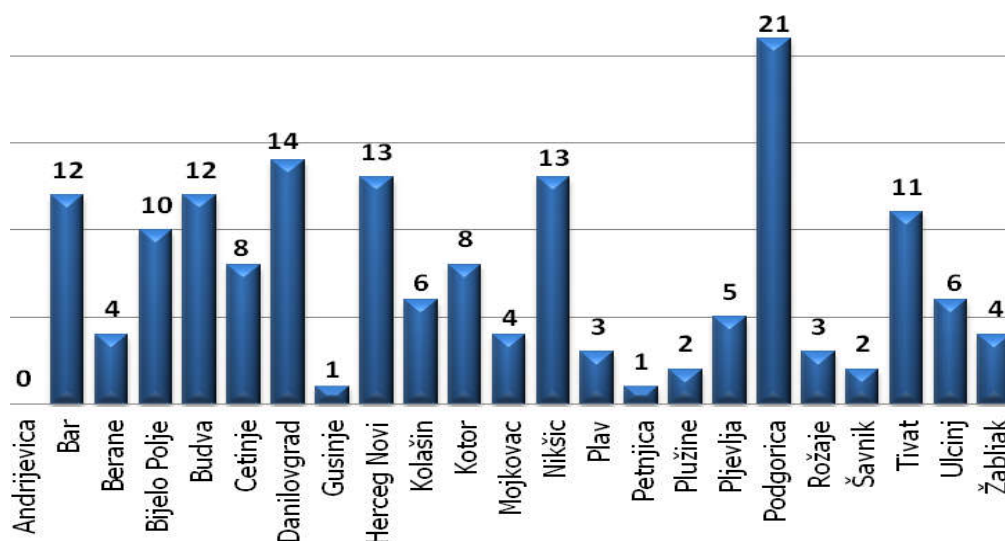
Radijski emiteri su većinom zainteresovani za područja većih opština u centralnoj i primorskoj regiji. Od ukupnog broja, 25 su programi sa lokalnim pokrivanjem (od čega čak 13 programa pokriva područje samo jedne opštine), šest regionalnih i pet emitera sa nacionalnim pokrivanjem. Radijski emiteri pokazuju različit interes za pokrivanje područja pojedinih opština, te je na primjer opština Podgorica pokrivena signalom 21 komercijalnog radio emitera, dok je ukupno deset opština (sve u sjevernom regionu) pokriveno signalom manje od pet komercijalnih radijskih emitera. Tokom 2020. godine povećan je broj radijskih stanica koje pokrivaju opštine Podgorica, Danilovgrad i Plužine, a smanjen broj stanica koje signalom pokrivaju Pljevlja i Žabljak.

Prosječni radijski program sadrži oko 75% muzike i 25% različitih nemuzičkih sadržaja. Ovaj nemuzički sadržaj emiteri uglavnom proizvode sami. Učešće reemitovanog i kupljenog programa je veoma malo.

Radijskim programom zadovoljavaju se prije svega potrebe slušalaca za muzičkim sadržajem. Imajući u vidu učešće muzike, većina radijskih programa je formatirana kao pasivni mediji koji se može pratiti bez pune pažnje i fokusa slušaoca, tokom svakodnevnih aktivnosti. Ova struktura programa pogoduje više mlađim slušaocima. Mali je broj radijskih programa u kojima ima dužih govornih formi sadržaja, sa temama koje izlaze iz okvira zabave i koje se bave ozbiljnijim društveno



političkim temama (privreda, unutrašnja i spoljna politika, ekologija, ljudska prava i sl.). Sa izuzetkom nekoliko radijskih programa, vrsta (žanr) emitovane muzike se koristi kao osnovni faktor profilisanja (prepoznatljivosti) u odnosu na konkurenciju.



Grafik 4.: Broj komercijalnih radio emitera koji pokrivaju područje određene opštine

Po vrsti sadržaja, u ukupno emitovanom programu dominira informativni sadržaj sa učešćem od oko 32% u nemuzičkom programu. Za njim slijede emisije zabavnog karaktera, oko 25% ukupno nemuzičkog sadržaja. Analizirajući količinu informativnog programa mora se imati u vidu da je ona determinisana zakonskom obavezom<sup>36</sup>. Informativni program uglavnom čine kratke emisije (do 10 minuta) sa vijestima iz zemlje i svijeta, sadržajno i formalno odvojene od ostalog programa i prepoznatljive kao „klasičan“ informativni program. Količinu ove vrste programa uvećavaju emisije kolažnog tipa koje predstavljaju mješavinu informativnog sadržaja (dominantno servisnih i drugih informacija) i muzike. Informativni sadržaji se reemituju kod značajnog broja emitera. Treba imati u vidu da reemitovanje informativnog programa, često iz istog izvora, ne doprinosi pluralizmu i raznovrsnosti ove vrste sadržaja.

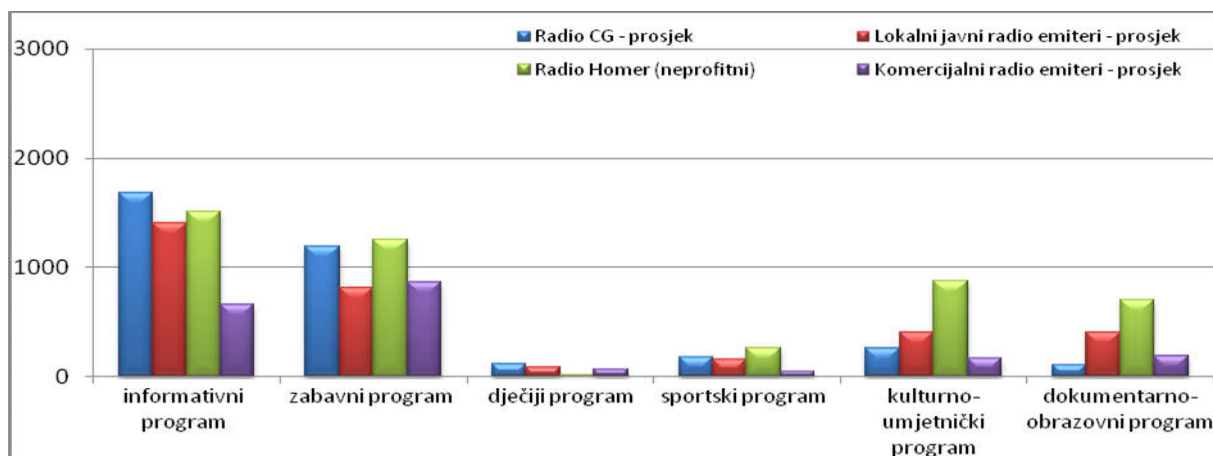
Emisija kulturno-umjetničkog i dokumentarno-obrazovnog karaktera, zajedno, ima nešto oko 6% ukupno emitovanog programa (ili 22% nemuzičkog sadržaja). Na radiju ima najmanje emisija posvećenih sportu i dječjeg programa, zajedno 2% ukupnog programa, odnosno 8% nemuzičkog sadržaja.

Generalno posmatrano, radijske programe komercijalnih emitera karakteriše uniformnost. Programi su orijentisani na zadovoljenje potreba slušalaca za zabavom i informativnim sadržajem, što je preovladajuća forma radijske ponude. Svega nekoliko komercijalnih emitera se obraća specifičnim grupama slušalaca i odstupa od prevladavajuće forme radijskih programa. Uvažavajući ove izuzetke, u programima dominira zabava koju prati kratak i sažet informativni program, uglavnom oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija. Informativni program je veoma slično koncipiran i ne predstavlja faktor koji se koristi za profilisanje (osobnost) u odnosu na konkurenciju. U radijskim programima nešto je značajnije učešće lokalnih informacija (13 radijskih programa pokriva područje jedne opštine), što bi se moglo posmatrati kao prednost u odnosu na druge medije.

Uz rezervu da li takva očekivanja postoje kod slušalaca, generalno posmatrano radijski programi ne mogu zadovoljiti potrebe slušalaca za ostalim vrstama sadržaja. Kod većine radijskih

<sup>36</sup> 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.

emitera kulturno-umjetnički, dokumentarno-obrazovni, sportski i dječji program se svode na po jedan sadržaj sedmično, kako bi se formalno zadovoljio zahtjev raznovrsnosti koji važi za opšti radijski program. Tematski sadržaji iz sfere sporta, kulture ili obrazovanja koji se na radiju imanentan ali, inovativan i zanimljiv način, obraćaju slušaocima su rijetki.

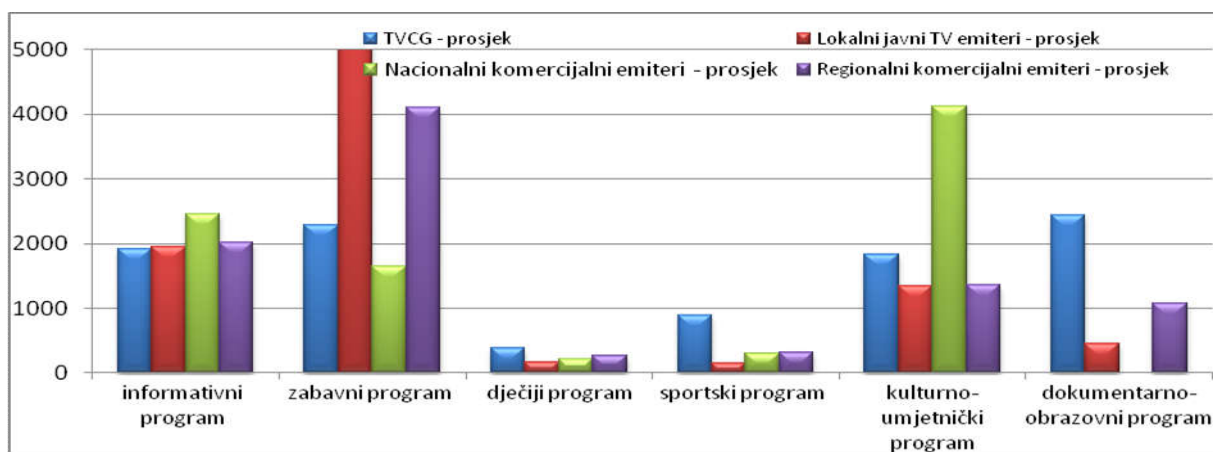


Grafik 5.: Učešće nemuzičkih kategorija programa na programu crnogorskih radio stanica (prosjeak, minuti)<sup>37</sup>

Crnogorske televizije u prosjeku proizvode 25% sopstvenog programa, reemituju 12% programa, a najveće učešće u strukturi ukupnog emitovanog programa ima kupljeni program, 44%.

Dominacija kupljenog programa se prije svega odnosi na filmski i serijski program, ali i na neke programe po licenciranom formatu. Program manjih, regionalnih televizija odlikuje značajno prisustvo sadržaja koji proizvode različite nezavisne produkcije, 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, učešće muzičkih spotova, u cjelodnevnom programu, ima značajno učešće. Po vrsti sadržaja dominira zabavni program, oko 33%, slijedi kulturno-umjetnički program blizu 21%.

Informativa u prosjeku čini 20% 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 2,5%. Kod televizijskog emitovanja praktično nema programa na znakovnom jeziku ili programa, drugim tehnikama, prilagođenog osobama sa invaliditetom.



Grafik 6.: Učešće pojedinih kategorija programa na programu crnogorskih televizija (prosjeak, minuti)

\*

\* \*

<sup>37</sup> Podaci koji se odnose na lokalne javne radio emitere su izvedeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja.

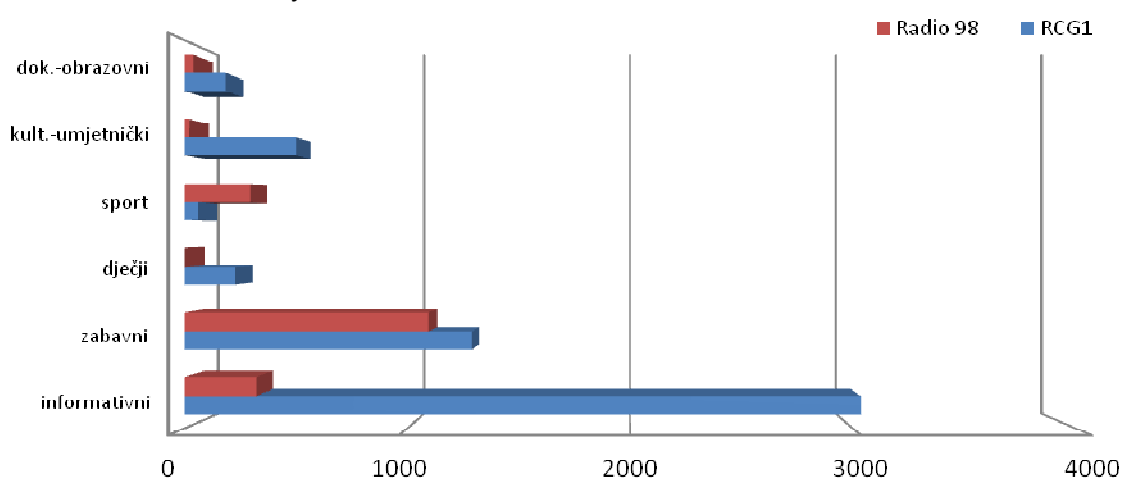
## Programska struktura radio emitera

### Radio Crne Gore<sup>38</sup>

Prvi program Radija u prosjeku na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 47% muzike i 53% sadržaja različitih vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). Ukupno emitovani nemuzički sadržaj, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni program, 30%. U strukturi programa, po vrsti, slijedi zabavni program sa učešćem od 13%. Kulturno-umjetnički program ima učešće od 5%. Dokumentarno-obrazovni i dječji program imaju učešće od po 2%, a sportski manje od 1%.

Na Drugom programu Radija Crne Gore - Radio 98, u prosjeku, na sedmičnom nivou, emituje se program koji sadrži 82% muzike i 18% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). U strukturi nemuzičkog sadržaja (po vrsti) dominantan je zabavni program, 11%. Slijede informativni i sportski sa učešćem od po 3%. 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 zabavni sadržaj.



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

\*

\* \*

### Lokalni javni radio emiteri

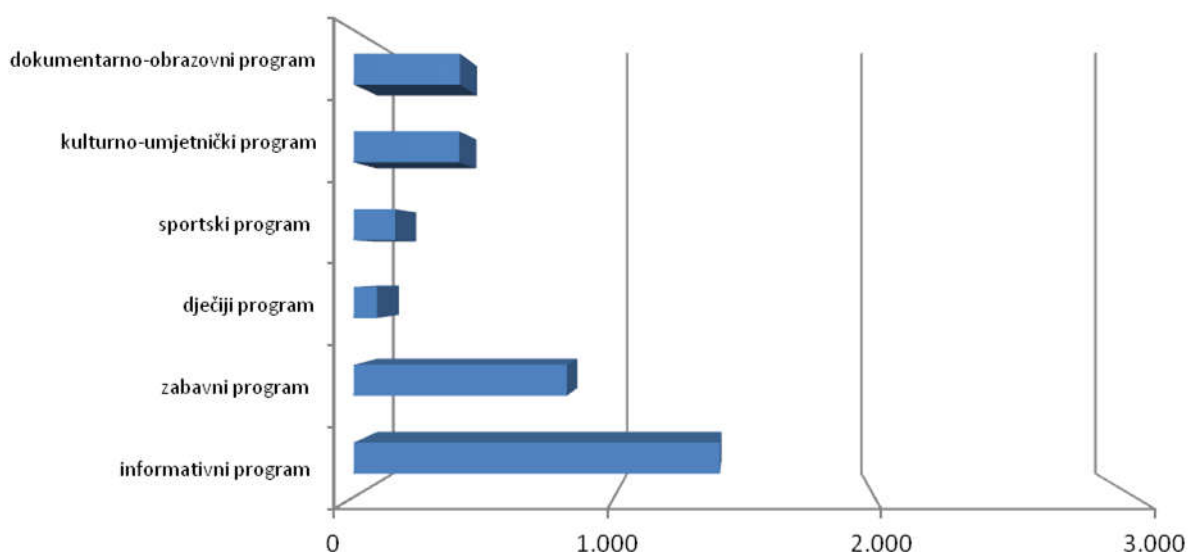
Saglasno članu 55 stav 5 Zakona o elektronskim medijima, emiter je dužan da emitovane programske sadržaje čuva u skladu sa propisima kojima se uređuje oblast medija i propisima kojima se uređuje zaštita kulturnih dobara. I ranijim i novim Zakonom o medijima je propisano (član 56) da je medij dužan da 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 često nije slučaj.

Imajući u vidu navedeno, analizirani su podaci o poštovanju odobrenja za emitovanje izdatih lokalnim javnim emiterima. Na osnovu toga, može se zaključiti da lokalni javni emiteri, u prosjeku, na sedmičnom nivou, emituju program koji sadrži 67% muzike i 33% sadržaja različite vrste (po

<sup>38</sup> „Analiza Programske strukture Radio Televizije Crne Gore“ - novembar 2020.

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 lokalne javne radio stanice (prosjeak)

\*

\* \*

### Komercijalni radio emiteri<sup>39</sup>

Zakonom o elektronskim medijima (član 104) je propisano da odobrenje za emitovanje obavezno sadrži i podatke o strukturi programa<sup>40</sup>. U skladu sa tim, Agencija za elektronske medije po potrebi vrši izmjene i dopune izdatih odobrenja za emitovanje komercijalnih radijskih programa u dijelu koji se odnosi na Aneksa 2, 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, vrši se monitoring i utvrđuju 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, vrši se izmjena odobrenja na način da se izdaje Aneks 2 odobrenja sa podacima iz prijave.

Kod određenog broja komercijalnih radijskih programa su utvrđena značajna odstupanja, odnosno utvrđeno je da emiteri 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 programa<sup>41</sup>.

U periodu od 2017. do 2020. godine, Savjet Agencije za elektronske medije je izdao 21 saglasnost za značajnu izmjenu strukture programa, od čega su tri saglasnosti izdate tokom 2020.

<sup>39</sup> „Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera“ - decembar 2020.

<sup>40</sup> 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.

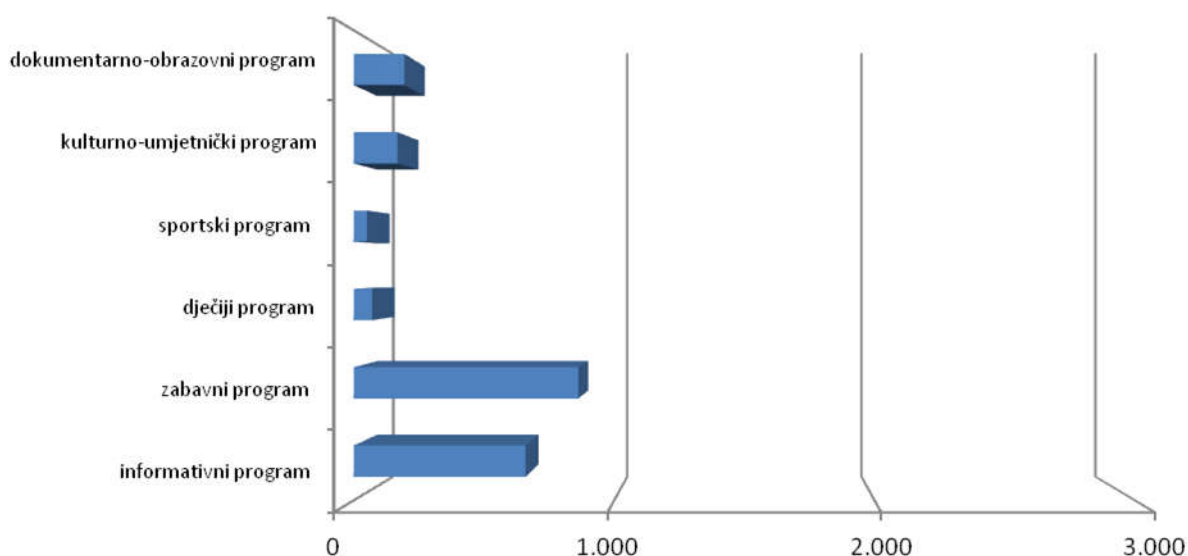
<sup>41</sup> Članom 58 Zakona o elektronskim medijima propisano je da je emiter dužan da, u pisanoj formi, o svim značajnijim planiranim promjenama strukture radijskog ili televizijskog programa koje emituje zatraži saglasnost Agencije. Značajnija promjena strukture programa je svaka promjena koja predstavlja izmjenu veću od 10% strukture programa na osnovu koje je dobijeno odobrenje za emitovanje.

godine. Izvršena je izmjena 33 odobrenja za emitovanje, izdata komercijalnim radijskim emiterima, u dijelu koji se odnosi na izdavanje Aneksa 2, od čega su tokom 2020. godine izmijenjena četiri i izdato jedno novo odobrenje<sup>42</sup>. Za tri komercijalna radijska emitera postupak dopune odobrenja nije završen.

Prosječni komercijalni radijski program, prema programskim strukturama iz izdatih odobrenja, na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 80% muzike i 20% 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 komercijalne radio stanice (prosječno)

\*

\*

\*

### Neprofitni emiteri<sup>43</sup>

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 67% muzike i 33% sadržaja različite vrste (prosječno za dva neprofitna emitera).

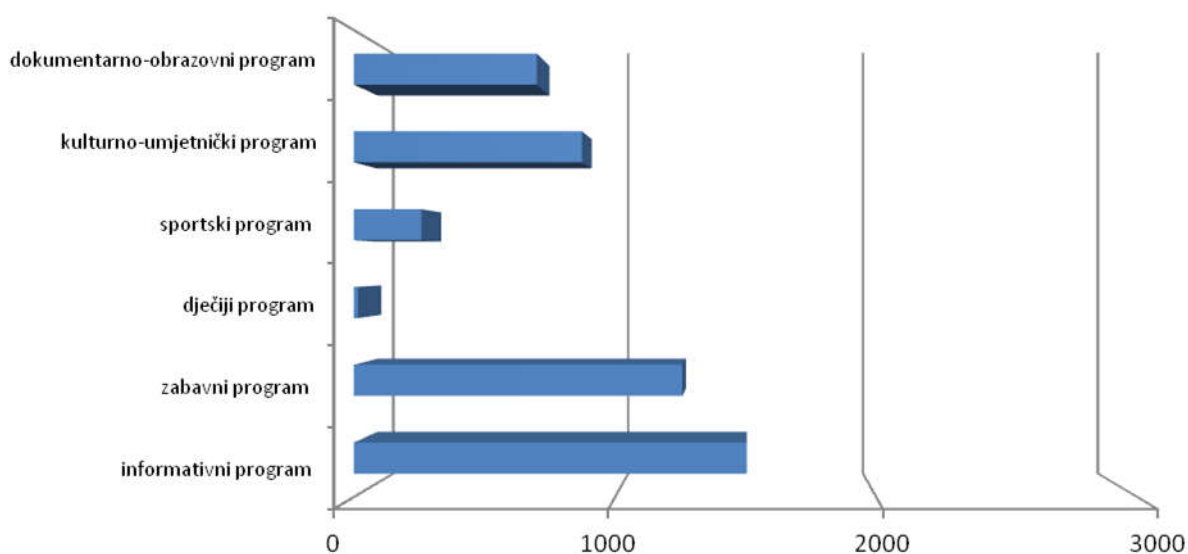
Radio Homer emituje 4.611 minuta sedmično, odnosno 659 minuta dnevno (oko 11 sati) različitih sadržaja, dok ostatak emitovanog vremena predstavlja muzika. Sopstvena produkcija čini 30,42% ukupno emitovanog programa (3.067 minuta sedmično), kupljenog programa ima 5,41% (545 minuta sedmično), dok je reemitovanog 4,76% (480 minuta na sedmičnom nivou).

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

<sup>42</sup> TV Herceg Novi, Radio Antena M, Radio DRS (izmjene), EL radio (novo odobrenje).

<sup>43</sup> „Informacija o poštovanju uslova iz izdatih odobrenja neprofitnih emitera“ - novembar 2020.

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. Nakon izrečenog upozorenja<sup>44</sup>, emiter je započeo usaglašavanje programa sa izdatim odobrenjem i podzakonskim aktima Agencije.



Grafik 10.: Struktura po vrsti sadržaja Radija Homer

\*

\* \*

### Programska struktura televizijskih emitera

#### Televizija Crne Gore<sup>45</sup>

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG1 dominantna je sopstvena produkcija (46%). Kupljeni program ima učešće od 31% ukupno emitovanog programa, dok reemitovanog programa nema.

Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni sadržaj, 34%. Radnim danima se emituje i informativna emisija na albanskom jeziku, kao i jedna informativna emisija na gestovnom govoru.

Dokumentarno-obrazovni program čini 22% dok kulturno-umjetnički program čini 19%. Slijedi zabavni program sa 17% ukupnog emitovanog sadržaja.

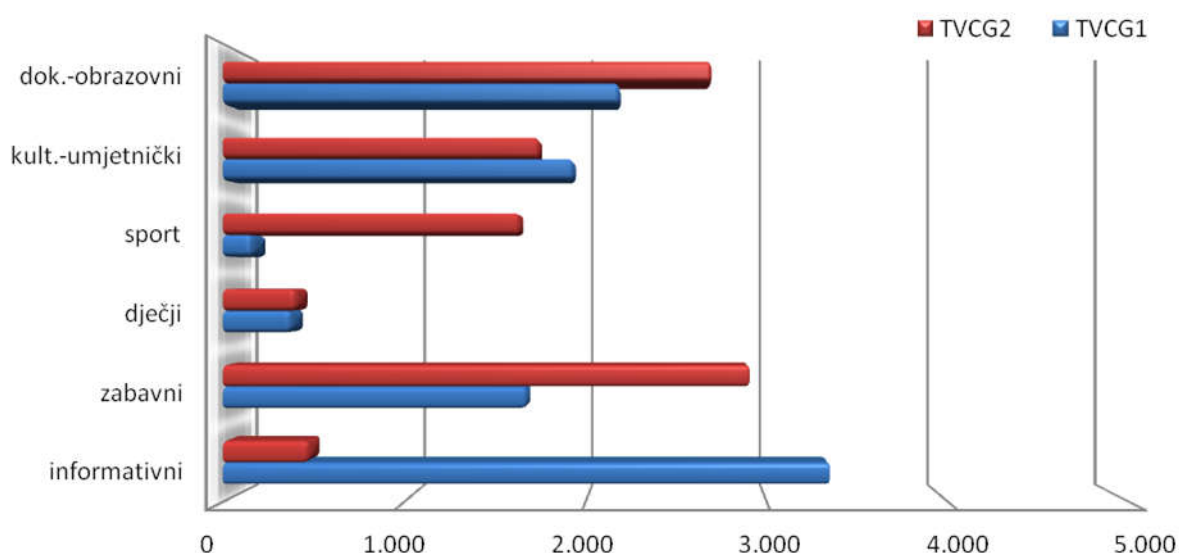
Najmanje učešće u strukturi programa po vrsti čine dječiji i sportski program sa po približno 4%, odnosno 1,5% emitovanog sadržaja (na sedmičnom nivou).

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG2 dominantna je sopstvena produkcija (37%). Kupljeni program čini 23%, a reemitovani 4%.

Ukupno emitovani program RTCG2, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno zabavni program, 29%. Slijedi dokumentarno-obrazovni program sa učešćem od 27%, od čega se 86,03% odnosi na sadržaj „Uči doma“. Slijedi kulturno-umjetnički program sa 18% i sportski program sa 36% ukupnog programa. Informativni sadržaji imaju učešće od 5%, a dječiji 4%.

<sup>44</sup> Akt Agencije broj 02-1186/2 od 16.12.2020. godine.

<sup>45</sup> „Analiza Programske strukture Radio Televizije Crne Gore“ - novembar 2020.

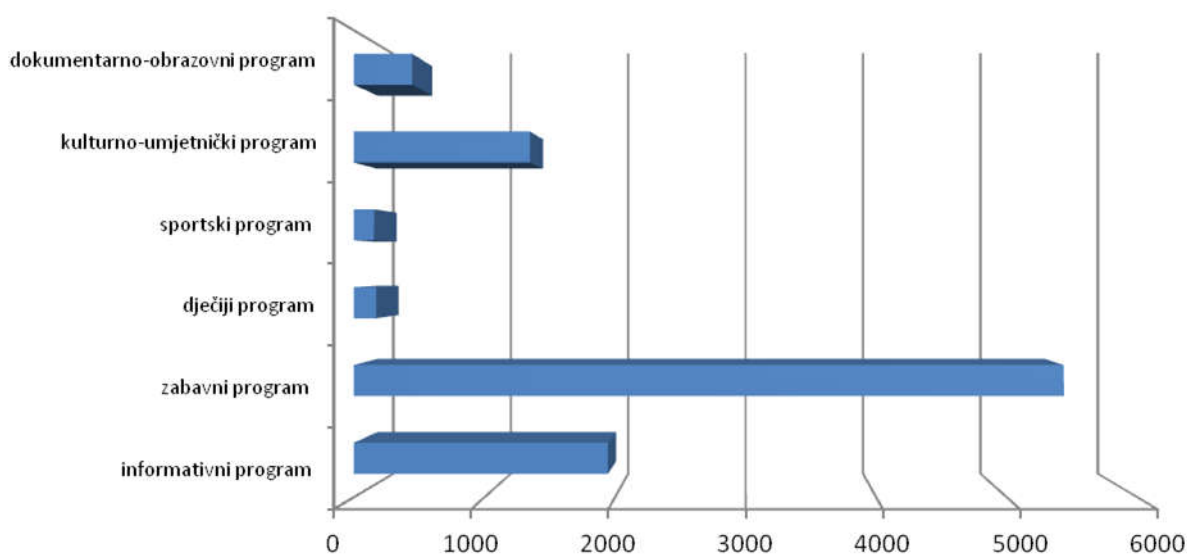


Grafik 11.: Struktura po vrsti sadržaja (TVCG1 vs TVCG2)

### Lokalni javni televizijski emiteri<sup>46</sup>

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu lokalnih javnih televizijskih 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 54%. Informativni program čini približno 19%. Najmanje učešće u strukturi programa po vrsti čine dječji i sportski program.



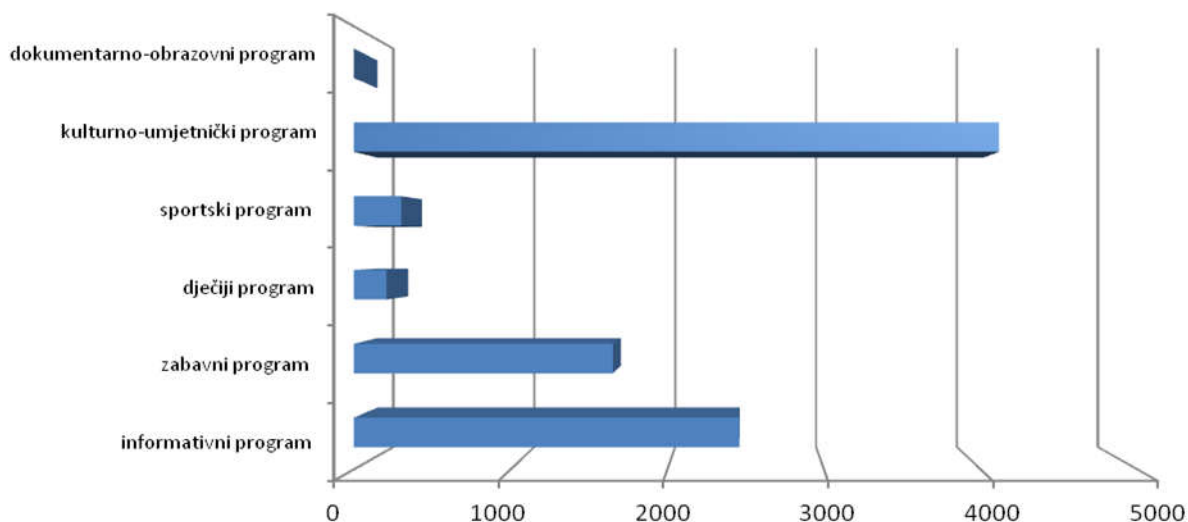
Grafik 12.: Struktura po vrsti sadržaja lokalne javne televizijske stanice (prosječno)

<sup>46</sup> „Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera“ - decembar 2020.

### Komercijalni televizijski emiteri sa nacionalnom pokrivenošću<sup>47</sup>

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu nacionalnih televizijskih emitera dominantan je (prosječno) kupljeni program (58%). Sopstvena produkcija ima učešće od 21% ukupno emitovanog programa, dok reemitovani sadržaj čini 6%.

Ukupno emitovani program u prosjeku, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno kulturno-umjetnički program (41%), informativni program čini 24%, dok zabavni sadržaj čini 16%. Dječijeg, dokumentarno-obrazovnog i sportskog programa ima značajno manje.

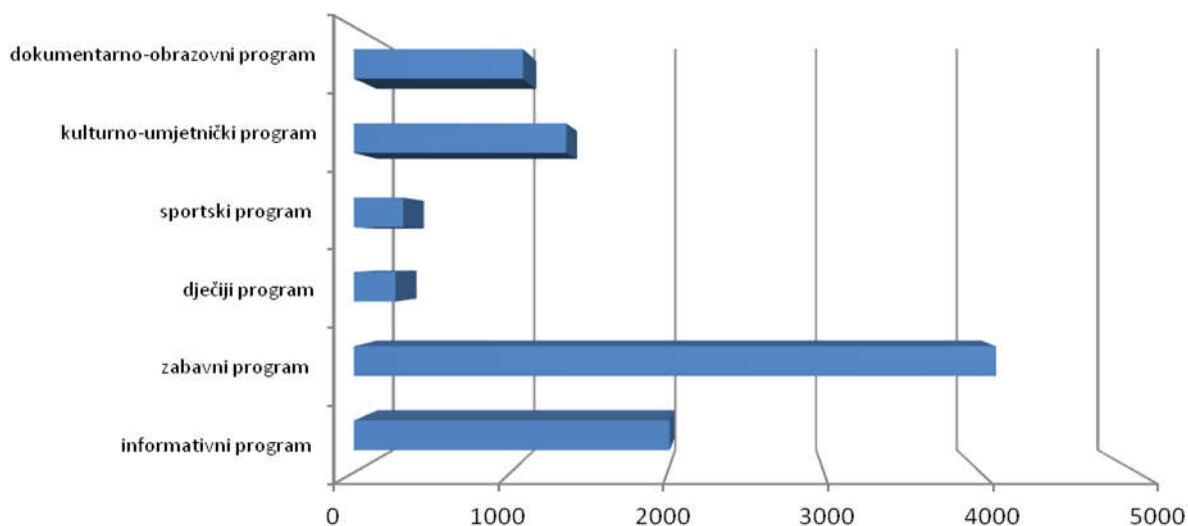


Grafik 13.: Struktura po vrsti sadržaja nacionalne televizijske stanice (prosjek)

### Komercijalni televizijski emiteri sa regionalnom pokrivenošću<sup>48</sup>

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu regionalnih televizijskih emitera dominantan je (prosječno) kupljeni program (56%). Sopstvena produkcija ima učešće od 17% ukupno emitovanog programa, dok reemitovani sadržaj čini 7%.

Ukupno emitovani program u prosjeku, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno zabavni sadržaj (41%). Slijede informativni sa 20%, kulturno-umjetnički (13%), i dokumentarno-obrazovni 11%. Dječijeg i sportskog programa ima značajno manje.



Grafik 14.: Struktura po vrsti sadržaja regionalne televizijske stanice

<sup>47</sup> „Analiza programske strukture nacionalnih komercijalnih TV emitera“ - jun 2020.

<sup>48</sup> „Analiza programske strukture regionalnih komercijalnih TV emitera“ - novembar 2020.



## 11. Medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje

### Parlamentarni i lokalni izbori održani 30. avgusta 2020. godine

Predsjednik Crne Gore je 3. februara 2020. godine donio Odluku o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Tivat, koji je trebalo da se održe u aprilu 2020.g. Cijeneći epidemiološku situaciju u Crnoj Gori i Naredbu za preduzimanje privremenih mjera za sprečavanje unošenja u zemlju, suzbijanje i sprečavanje prenošenja novog koronavirusa, izbori za odbornike u Skupštini opštine Tivat, saglasno Odluci<sup>49</sup> Predsjednika Crne Gore, su odloženi za 30. avgust 2020.g.

Takođe, Predsjednik Crne Gore je 20. juna 2020. godine, donio Odluku o raspisivanju izbora za poslanike u Skupštini Crne Gore<sup>50</sup> i Odluku o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Andrijevica, Budva, Gusinje i Kotor<sup>51</sup>, koji su održani 30. avgusta 2020. godine.



U skladu sa Zakonom o elektronskim medijima, Savjet Agencije za elektronske medije je usvojio **Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, koji će biti održani 30. avgusta 2020. godine**<sup>52</sup> i **Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Andrijevica, Skupštini opštine Budva, Skupštini opštine Gusinje, Skupštini opštine Kotor i Skupštini opštine Tivat, koji će biti održani 30. avgusta 2020. godine**<sup>53</sup>.

Njima 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 izbornoj kampanji.

U cilju doprinosa transparentnosti rada elektronskih medija tokom izborne kampanje i obezbjeđivanja ravnopravnih uslova za sve učesnike u izbornoj kampanji, Agencija je pripremila i na svojoj internet stranici objavila Primjer pravila predstavljanja za komercijalne emitere i **Uputstvo koje se odnosi na obaveze emitera tokom izborne kampanje**.

<sup>49</sup> „Službeni list CG“, br. 7/20, 23/20, 61/20.

<sup>50</sup> „Službeni list CG“, br. 61/20.

<sup>51</sup> „Službeni list CG“, br. 61/20.

<sup>52</sup> „Službeni list CG“, br. 64/20.

<sup>53</sup> „Službeni list CG“, br. 64/20.

Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojila su 33 emitera za 28 radijskih i 16 televizijskih programa. Od ukupno 33 emitera koji su usvojili posebna pravila o medijskom predstavljanju, četiri emitera nijesu u praksi realizovala programske sadržaje namijenjene medijskom predstavljanju.

Agencija je na svojoj internet stranici, pored usvojenih pravilnika o pravima i obavezama emitera za parlamentarne i lokalne izbore i njima pratećih obrazaca, objavila i pojedinačna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli javni, odnosno komercijalni ili neprofitni emiteri, koji su tokom kampanje za izbore od 30. avgusta 2020. godine omogućavali medijsko predstavljanje. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora.

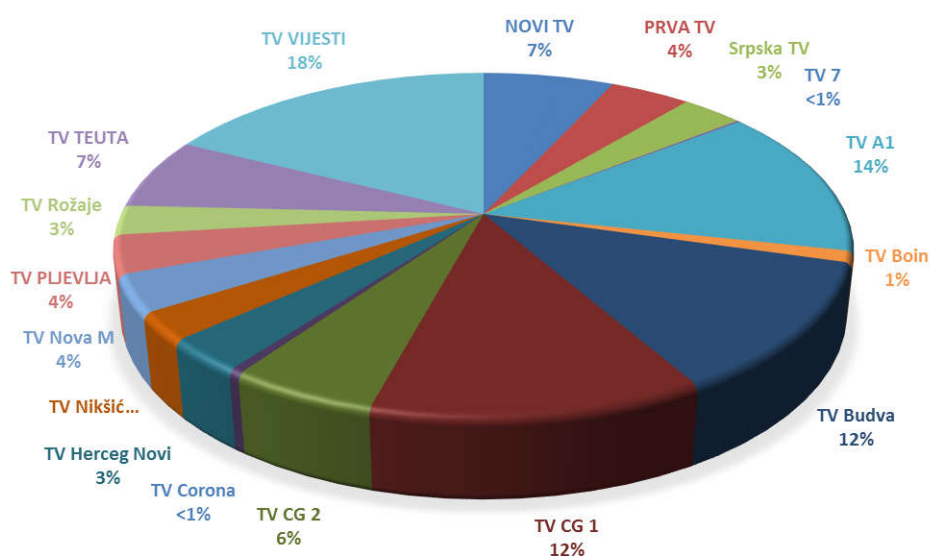
Na osnovu monitoringa, sačinjen je i objavljen **Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za parlamentarne i lokalne izbore održane 30. avgusta 2020.g. (septembar 2020).**

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja kroz 17 televizijskih programa je, za period od 10. do 28. avgusta 2020.g. (19 dana), iznosilo 20.861 minut ili približno 348 sati.

Od ukupnog medijskog predstavljanja, 76% se odnosilo na medijsko predstavljanje za parlamentarne izbore, a 24% na medijsko predstavljanje za izbore odbornika u svih pet opština u kojima su sprovedeni izbori. Posmatrajući medijsko predstavljanje za izbore u lokalnim parlamentima, jedino je predstavljanje za izbore u Budvi imalo značajnije učešće (14%).

Najveća količina medijskog predstavljanja je realizovana kroz formu predstavljanja izbornih lista. Organizovan je značajan broj posebnih emisija namijenjenih predstavljanju izbornih lista.

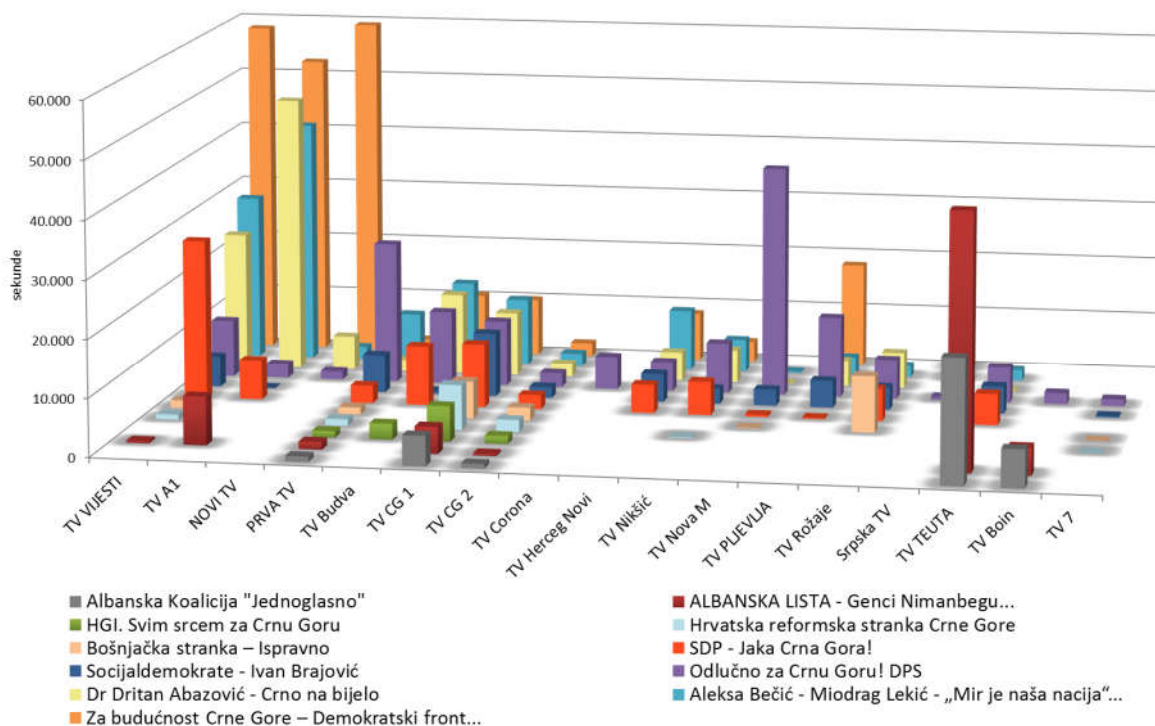
Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je na programu Televizije Vijesti (18%), TV A1 (14%), TVCG1 (12%) i na programu Televizije Budva (12%). U programu TV Novi i TV Teuta emitovano je 7%, a u programu TVCG2 - 6%. Sve ostale posmatrane televizijske stanice su pojedinačno imale učešće manje od 5%.



Grafik 15.: Struktura ukupnog medijskog predstavljanja (po emiteru)

Plaćeni oblici medijskog predstavljanja (oglašavanje i posebne emisije u kojima je vršeno predstavljanje), su se odnosili na parlamentarne izbore (93%) i lokalne izbore u Budvi (7%) i Kotoru (<1%).

Plaćeno medijsko oglašavanje realizovalo je devet od ukupno 11 potvrđenih listi za parlamentarne izbore i po tri liste za izbore u Budvi i Kotoru. Najveću količinu plaćenog predstavljanja realizovala je lista „Za budućnost Crne Gore“ (parlamentarni izbori).



Grafik 16.: Količina medijskog predstavljanja po izornoj listi, po emiteru – parlamentarni izbori

Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. U odnosu na prethodne izborne kampanje, bilježi se napredak u označavanju plaćenih i besplatnih političkih oglasa. Emiteri su, u načelu, poštovali obavezu dostavljanja evidencija emitovanog medijskog predstavljanja.

Za vrijeme trajanja kampanje, Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula 58 postupaka, od čega je 35 obustavljeno usljed otklanjanja nedostataka, a izrečena su 23 upozorenja. Agencija je primila 16 prigovora na rad emitera, od čega je podnosilac u jednom slučaju bila politička partija. Odbijeno je 12 prigovora, a izrečena četiri upozorenja. Agenciji nije podnesen ni jedan prigovor po članu 96c Zakona o elektronskim medijima.

Generalna je ocjena da je medijska kampanja sprovedena saglasno zakonskom okviru koji čine Zakon o izboru odbornika i poslanika, Zakon o elektronskim medijima i Zakon o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja. Ona je istakla važnost sistemskog pristupa u formulisanju zakonskih rješenja koja preciziraju prava i obaveze medija, nadležnih organa za sprovođenje zakona i svih drugih subjekata koji su na direktan ili indirektan način uključeni u izborni proces i medijsko predstavljanje u toku njega.

Još jednom je potvrđena potreba revidiranja zakonskog okvira na način da se izbjegnu preklapanja ili odsustva nadležnosti i obezbijedi efikasnost u nadzoru, prevenciji i sankcionisanju.

#### **Pitanja od značaja za unapređenje izbornog zakonodavstva**

- usaglašavanje terminologije i rokova kroz tri zakona
- usaglasiti regulisanje početka izborne kampanje
- redefinicija političkog oglašavanja (političko oglašavanje tokom izborne kampanje i van nje; predmet i subjekti oglašavanja)
- efikasan nadzor i mjere za sankcionisanje nedozvoljenog medijskog predstavljanja (medijsko predstavljanje bez usvojenih pravila)
- prikriveno medijsko predstavljanje/političko oglašavanje (definicija, odgovornost, efikasan nadzor i mjere za sankcionisanje)
- besplatno političko predstavljanje kod komercijalnih emitera i plaćeno političko predstavljanje kod javnih emitera
- prava i obaveze lokalnih javnih emitera tokom izbornih procesa u opštini osnivaču i drugim opštinama

## 12. Profesionalni standardi

Počev od januara 2020. godine svijet je ušao u stanje neočekivane i iskustveno nepoznate zdravstvene krize, koja je postavila izazove funkcionisanja za sve, pa i za medije.

Imajući u vidu da je širenje epidemije novog koronavirusa pitanje od javnog interesa, posebna pažnja je usmjerena na zakonsku obavezu medija da obezbijede istinito informisanje, zasnovano na vjerodostojnim informacijama.

Informativni program predstavlja važan segment emitovanja bilo kojeg emitera. Kroz emisije i programe o tekućim događajima javnost se upoznaje o važnim temama od javnog interesa, zakonske odredbe i aktuelna dešavanja od značaja za javno zdravlje. Imajući to u vidu, u novonastalim okolnostima bilo je naročito važno da se u ovim programima obezbijedi cjelovito i blagovremeno informisanje, kroz objavljivanje kvalitativno i kvantitativno relevantnih informacija u obradi određene tematike.

Informativni programi moraju imati za cilj da pruže tačne i istinite informacije i ponude pregled aktuelnih događanja, putem kojeg se gledaoci upoznaju sa svim dostupnim relevantnim činjenicama kako bi mogli formirati lični stav. Za stvaranje potpune slike o nekom događaju neophodno je da informacije koje se prenose u ovim programima budu predočene na način korektan za shvatanje prirode samog događaja.

Imajući navedeno u vidu, u okolnostima pandemije osnovna aktivnost je bila usmjerena na utvrđivanje dostupnosti informacija od posebnog značaja za javnost, kao i način njihovog predstavljanja u cilju ispunjenja cjelovitog i blagovremenog informisanja javnosti o epidemiji virusa COVID-19.

- *Vlada u Kini potvrdila je u Vuhanu prvi slučaj osobe oboljele od nepoznate bolesti, 31. decembra 2019.g.*
- *Nakon pojave osoba koje imaju novi koronavirus u više zemalja, Svjetska zdravstvena organizacija proglasila je 30. januara 2020.g. globalnu zdravstvenu vanrednu situaciju*
- *Od strane Svjetske zdravstvene organizacije, 11. februara 2020.g., predloženo je službeno ime za bolest koju novi koronavirus uzrokuje: Covid-19*
- *Pandemija virusom COVID-19 proglašena je 11. marta 2020.g.*
- *Crna Gora, do tada jedina evropska zemlja bez registrovanih slučajeva, zabilježila je 17. marta 2020.g. prva dva slučaja obolijevanja od novog koronavirusa*
- *Nakon što je Vlada Crne Gore donijela više privremenih mjera za sprečavanje širenja obolijevanja od COVID-19, 26. marta 2020.g. proglašava se epidemija u Crnoj Gori*

Elektronskim medijima su upućeni apeli i preporuke Agencije da prilikom izvještavanja o virusu COVID-19 vode računa o profesionalnim standardima i da izbjegavaju senzacionalističke izjave koje mogu doprinjeti širenju dezinformacija. Medijima je preporučeno da pažljivo biraju sagovornike koji su kompetentni da daju provjerene i tačne informacije o problemu i na taj način smanje mogućnost širenja lažnih vijesti, koje mogu izazvati paniku.

Ne dovodeći u pitanje pravo da izvještavaju o bilo kojim temama, emiteri su upozoreni da svako narušavanje privatnosti mora biti opravdano dokazivim javnim interesom i da nije dozvoljeno otkrivanje identiteta lica potencijalno ugroženih virusom.

Emiterima su upućena i na sajtu Agencije objavljena **Uputstva i preporuke za novinarsko izvještavanje o COVID-19**<sup>54</sup>, kako bi se javnosti pružio kredibilan, sadržajan i kvalitetan program i time dao najbolji doprinos prevazilaženju krize.

### **Informativni program TV emitera - epidemija COVID-19**

Svi analizama<sup>55</sup> obuhvaćeni emiteri su informativni program usmjerili na izvještavanje o dešavanjima u vezi sa novim koronavirusom. Emitovan je značajan broj informacija, intervjuja, priloga i uključjenja koja se bave navedenom temom. U tzv. kontakt programima, sadržajima sa gostima u studiju, intervjuisani su gosti različitog profila (zdravstveni radnici, predstavnici državnih institucija, društveno angažovane ličnosti) na temu aktuelne zdravstvene i epidemiološke situacije.

Generalna je ocjena da su u analiziranim sadržajima prenošena mišljenja, prije svega, medicinskih radnika, stručnjaka i autoriteta, te kredibilnih novinarskih izvora.

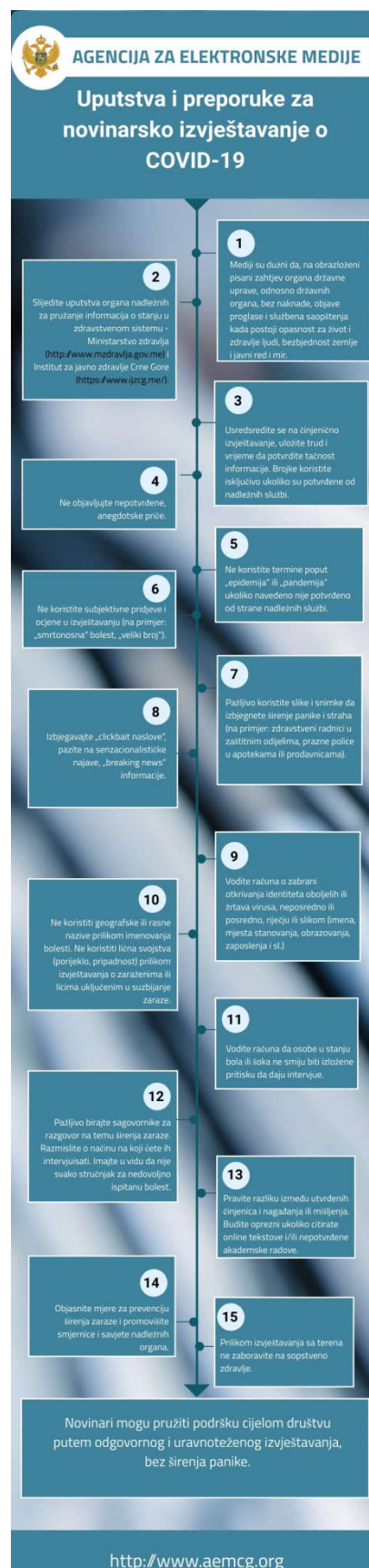
U gotovo svim analiziranim sadržajima emitovani su razgovori (uključjenja putem Viber-a, Skype-a ili sl. platformi) sa osobama različitih profila (zdravstveni radnici, sportisti, studenti...), koje se nalaze van Crne Gore, u zemljama koje predstavljaju najveća žarišta pandemije. Navedeno je potencijalno moglo dovesti do širenja neproverjenih informacija. Generalna je ocjena da, u navedenim programskim segmentima, nije bilo senzacionalizma i širenja panike.

Nijesu zabilježeni slučajevi prenošenja informacija kojima bi se povrijedilo pravo na privatnost oboljelih od novog koronavirusa i drugih osoba koje su pogođene tim događajima.

Emiteri su na adekvatan način usmjeravali gledaoce na zvanične kanale informisanja nadležnih državnih službi, između ostalog i emitujući spotove Instituta za javno zdravlje, Kliničkog centra Crne Gore, broj Call centra, kao i poziv „Ostani doma“, uz hashtagove #coronainfocg, #ostanidoma, #ostacudoma, #stayathome.

Okolnosti vezane za pandemiju COVID-19 stavile su emitere pred izazov – da pruže relevantne informacije, od značaja za javnost, i pokažu adekvatan nivo odgovornosti u zaštiti novinara od mogućeg obolijevanja. Novinarima je u prvim mjesecima 2020. godine, radi sopstvene i zaštite drugih, ograničeno kretanje i limitiran pristup događajima, zvaničnim predstavnicima institucija, sagovornicima, jednom riječju – informacijama.

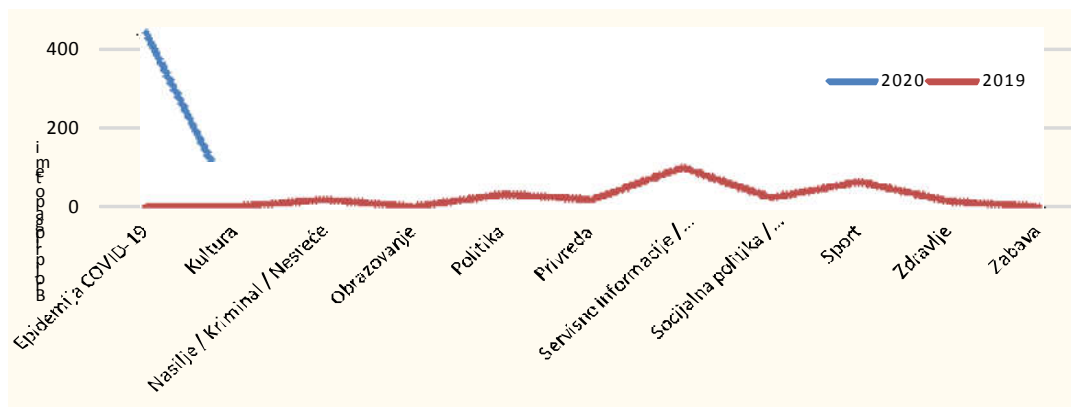
Upoređujući tematsku strukturu centralnih informativnih emisija TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem, sa tematskom



<sup>54</sup> <https://aemcg.org/obavjestenja/uputstva-i-preporuke-za-novinarsko-izvjestavanje-o-covid-19/>

<sup>55</sup> „Analiza informativnog programa TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem - epidemija COVID-19“ - april 2020, „Analiza informativnog programa TV emitera sa regionalnim pokrivanjem - epidemija COVID-19“ - april 2020, „Analiza informativnog programa lokalnih TV emitera - epidemija COVID-19“ - maj 2020.

zastupljenošću priloga u centralnim informativnim emisijama istih emitera, u martu 2019. i 2020. godine, može se zapravo vidjeti koliko je epidemija COVID-19 uticala na rad medija. Gotovo 85% vremena u centralnim informativnim emisijama se odnosilo na informacije i teme vezane za epidemiju COVID-19.



Grafik 17. : Tematska zastupljenost u informativnim emisijama (2019 vs 2020)

Različitu tematsku strukturu centralnih informativnih emisija je neophodno tumačiti u kontekstu činjenice da su, televizijske kuće bile suočene sa ograničenim ljudskim resursima, te da su sve svoje kapacitete usmjerile na proizvodnju informacija vezanih za epidemiju COVID-19. Broj objavljenih informacija pokazuje da u njihovoj proizvodnji učestvuju i novinari koji se uobičajeno bave drugim, značajno drugačijim, tematskim sadržajima.

Uprkos izazovima koje je 2020. godina postavila pred čovječanstvo, dosljedno izvještavanje o koronavirusu pokazuje da novinarstvo igra vitalnu ulogu u našem društvu. Uprkos ograničenjima i stresovima koje im je pandemija postavila, novinari i njihov rad i dalje služe kao pouzdan izvor činjenica. Novinarski izvještaji o epidemiji pokazali su zašto su nam potrebni kredibilni mediji i zašto moramo prepoznati i uvažiti vrijednost dobrog novinarstva.

**Osnovna zamjerka radu emitera u periodu pandemije se odnosi na dostupnost objavljenih informacija osobama sa oštećenjem sluha, kao i na albanskom i romskom jeziku.** U posmatranom periodu svega jedan informativni sadržaj nacionalnog javnog servisa imao je prevod na znakovni jezik. U nekim periodima nije bilo sadržaja na albanskom i romskom jeziku. Navedeni programi su na zabrinjavajuće niskom nivou, kako po svojoj količini tako i po svojoj raznovrsnosti i ne mogu ni minimalno zadovoljiti potrebe za informisanjem, a posebno sadržajima zabavnog, dokumentarno-obrazovnog ili dječjeg programa.

Imajući u vidu neophodnost da cjelokupno stanovništvo bude pravovremeno informisano o događajima od značaja za javno zdravlje, Agencija je apelovala na televizijske emitere da obrate posebnu pažnju na dostupnost ovih sadržaja. U tom smislu preporučeno je da se makar za djelove centralne informativne emisije, koji se odnose na važna obavještenja u vezi sa zaštitom javnog zdravlja, obezbijedi prevod na znakovni ili jezik manjinskog naroda. Takođe, preporučeno je da se važna saopštenja i obavještenja nadležnih državnih organa, u vezi sa zaštitom od širenja infekcije, daju u vidu telopa (statične slike) na punom ekranu, kao i da se tokom informativnih emisija koristi kajron kao sredstvo prenošenja veoma značajnih informacija u vezi sa zaštitom javnog zdravlja.

Pandemija koronavirusa je i dodatno istakla nedostatke i ukazala da je neophodno preduzimanje značajnije akcije u pravcu podizanja svijesti o potrebi za pristupačnim medijskim uslugama kod crnogorskih emitera, kako javnih tako i komercijalnih, kako kroz ukazivanje na količinu dostupnog prilagođenog sadržaja, tako i kroz organizovanje obuka i treninga na kojima bi se emiteri upoznali sa tehnikama i metodama prilagođavanja sadržaja.

## Zaštita maloljetnika

Televizija, kao audiovizuelni medij emituje mnogobrojne i različite sadržaje, kako bi zadovoljila potrebe i ukuse veoma heterogene publike, između ostalih i potrebe i ukuse djece odnosno maloljetnika, kao najmlađih konzumenata televizijskog programa.

Elektronski mediji u cijelom svijetu, pa i u Crnoj Gori, tokom 2020. godine suočili su se, usljed iznenadnih i neočekivanih okolnosti vezanih za pandemiju Covid 19, sa izazovom da svoj program prilagode sveprisutnoj temi na način koji zahtijeva dodatnu pažnju i odgovornost. Na medijima je, iako su i sami suočeni sa organizacionim i finansijskim teškoćama, odgovornost da u trenutnim okolnostima, pruže sadržajan i kvalitetan program i time daju doprinos prevazilaženju trenutnih zdravstvenih okolnosti.

Usljed pandemije Covid 19 televizija je, pored tradicionalnih, dobila i neke nove uloge. U okviru platforme za učenje na daljinu „Uči doma“, u programima televizijskih emitera se emituju predavanja za učenike osnovnih i srednjih škola. Televizija je, za svoje najmlađe gledaoce, postala zamjena za školsku učionicu.

Četiri TV emitera su učestvovala i učestvuju u emitovanju programskih sadržaja u okviru projekta „Uči doma“ ([www.ucidoma.me](http://www.ucidoma.me)), koje sprovodi Ministarstvo prosvjete, nauke, kulture i sporta. Realizuje se od početka pandemije COVID-19 i posvećen je primjeni koncepta nastave na daljinu. Njegovom realizacijom đaci osnovnih i srednjih škola mogu da prate nastavu preko TV prijemnika u vremenu kada, zbog pandemije COVID-19, nisu u prilici da to rade iz školskih klupa.

„Uči doma“ nastava podrazumijeva emitovanje video materijala iz predmeta za osnovnu i srednju školu, u skladu sa nastavni planom u okviru sljedećih televizijskih programa<sup>56</sup>:

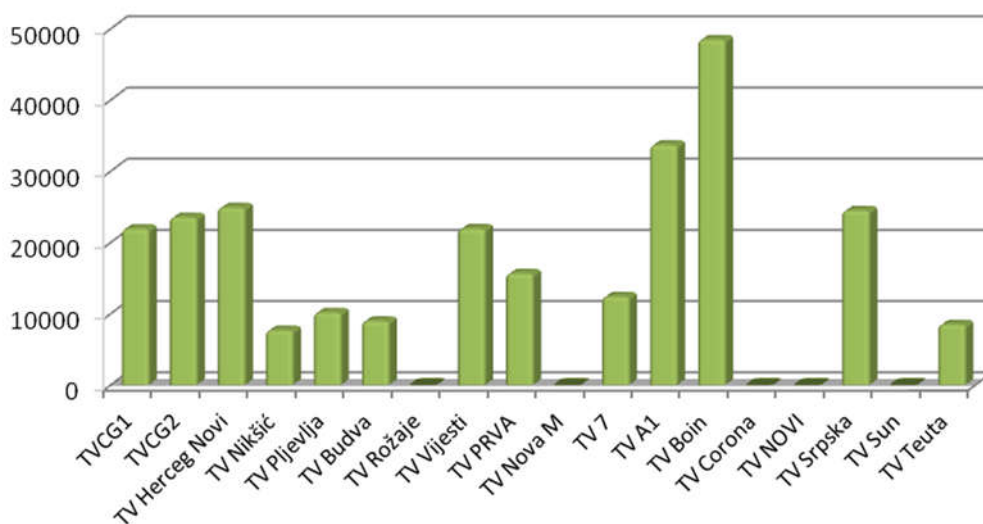
- TVCG 2 - „Radio televizija Crne Gore“
- MNE Sport 1 /Uči doma 2 i MNE Sport 2 /Uči doma 3 - „Manix d.o.o.“,
- TV Boin - „Boin“ d.o.o., predavanja na albanskom jeziku i
- TV Teuta - „Mir i Teuta“ d.o.o., predavanja na albanskom jeziku.

- Tokom jednog dana, u programima TVCG2, TV Boin, TV Teuta, Uči doma 1&2 emitovano je oko šest sati programa predavanja za učenike osnovnih i/ili srednjih škola
- U jednoj sedmici, ovi sadržaji su činili 62% sopstvene produkcije TVCG2, 41% sopstvene produkcije TV Boin, 26%

U trenutnim okolnostima, više nego ikad, postavlja se pitanje pozitivnih i negativnih uticaja gledanja televizije na društvenu socijalizaciju i oblikovanje identiteta i djeteta i odraslih osoba. Ne zaboravljajući pozitivne, ali ni negativne aspekte, jasno je da televizija zauzima značajno mjesto u životima djece, te da može proizvesti neželjene posljedice, prije svega pretjeranim nasiljem kojem su djeca kao gledaoci izložena, ali istovremeno imati i pozitivne efekte na razvoj maloljetnika kroz obrazovne, kulturne i druge podsticaje.

Tokom jedne sedmice na programu 18 televizijskih emitera u Crnoj Gori u prosjeku se emituje 2% dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovani sadržaj. U odnosu na podatke iz 2019.godine, učešće sadržaja za djecu u ukupno emitovanom programu niže je za gotovo 40%.

<sup>56</sup> „Školski portal“ (<http://www.skolskiportal.edu.me/Pages/Default.aspx>).



Grafik 18.: Sadržaji za djecu u televizijskim programima (sekunde, sedmično)

Posmatrajući produkcijski izvor sadržaja namijenjenih djeci, uočava se veća zastupljenost kupljenih od sadržaja iz sopstvene produkcije emitera. Od 18 televizijskih programa, svega šest ima sadržaje za djecu u sopstvenoj produkciji.

Od ukupno emitovanog programa za djecu najveći procenat, 65%, čine crtani filmovi. U odnosu na prethodnu godinu, bilježi se rast sadržaja za djecu koji imaju primarno obrazovni karakter.

Najveći broj emisija za djecu prilagođen je uzrastu od 2 do 6 godina, 57% ukupno emitovanog sadržaja. Približno 41% sadržaja je prilagođeno uzrastu od 6 do 12 godina, dok je najmanje sadržaja koji bi mogli biti namijenjeni maloljetnicima uzrasta od 12 do 17 godina (oko 2%). Sadržaji namijenjeni djeci, kako po svojoj količini tako i po svojoj raznovrsnosti, ne mogu zadovoljiti narastajuće potrebe najmlađe populacije koja se, usljed nedostatka sadržaja, okreće inostranim televizijskim kanalima i online sadržajima.

Unaprjeđenje programa za djecu koji se emituje na programu domaćih televizija, bi značilo da se pored značajno veće količine programa, emituje savremeniji, interaktivniji, participativniji i inkluzivniji, sadržaj za djecu, sa što većim učešćem sopstvene produkcije koja bi podržala autohtone kulturne vrijednosti i proizvodnju sadržaja koji bi odražavao društveni kontekst u kojem rastu djeca u Crnoj Gori. Posebna pažnja bi se morala posvetiti podizanju svijesti i odgovornosti emitera za proizvodnju inkluzivnijeg sadržaja za djecu koji bi doprinosio stvaranju tolerantnog okruženja u kojem pripadnici socijalno marginalizovanih grupa ne bi bili diskriminirani.

Imajući u vidu analizu sadržaja za djecu i cijeneći saznanja dostupna u literaturi, sačinjene su i objavljene **Preporuke**<sup>57</sup> emiterima vezano za osobine

**Agencija za elektronske medije**

**PREPORUKE  
za proizvodnju sadržaja  
za djecu**

**1** Motiv je dijete i njegove potrebe

Proizvodnja sadržaja za djecu koja nema za motiv da ispunji potrebu najmlađe publike za kvalitetnim sadržajem, ili ovu potrebu podržuje zakonskom obavezom, komercijalnim interesom i drugim faktorima, nije prihvatljiva. Sadržaj mora ispunjavati savremenom djetetu prihvatljive tehničke standarde.

**2** Podsticajan, prilagođen uzrastu i privlačan za dijete

Sve što je djetetu privlačno ne mora biti i korisno za njega. Međutim, jednako tako, korisni program mora biti djetetu privlačan kako bi se od njih postigla koristi i maksimalna korist. Sadržaj mora ispunjavati savremenom djetetu prihvatljive tehničke standarde.

**3** Razumljiv ili izazovan za djecu

Nerijetko se djecu kao gledalac podstiče da se mu se nude jednostavni sadržaji, koji kod djeteta izazivaju interesovanje. Kvalitetan sadržaj za djecu svakako mora biti u skladu sa strukturom, složenosti, tempa i sadržaja razumljiv za određenu dob.

**4** Podstiče mentalne vještine ali i fizičko zdravlje

Povećano je da sadržaj namijenjen djeci ne predstavlja samo prenošenje informacija već da adekvatnom interakcijom podstiče djeteta na razmišljanje i istraživanje njegovih interesa.

**5** Promoviše razvoj socijalnih vještina i unapređuje međuljudske odnose

Podsticajan sadržaj za djecu pomaže djetetu da se snalaže u različitim socijalnim interakcijama, uči podstiče realističnije na probleme koji nastaju u različitim međuljudskim odnosima (u porodici, učionici, školi, širem društvenom okruženju), prikazuje primjere u autentičnom dječjem okruženju.

**6** Podstiče aktivno bavljenje društvenim i fizičkim svijetom za razliku od pasivnog posmatranja

Sadržaj za djecu može, kroz primjere, podsticati djeteta na aktivno učešće u istraživanju, istraživanju situacija, prilagođenih, problema (pomoć drugu, odgađanje otpada, zaštita životinja, odgovoran odnos prema zajedničkoj imovini i sl). Na ovaj način se podstiče i razvijaju društveni aktivizam i doprinosi izgradnji ličnosti.

**7** Zagovara inkluzivne vrijednosti

Kvalitetan sadržaj za djecu treba da gradi rodno ravnopravne jedinke, da omogućava kako dječacima, tako i djevojčicama da sebe vide u različitim ulogama, zanimanjima, situacijama (npr. sadržaj koji prikazuje policajce koji nastupaju u pravilima ne može biti diskriminativan).

**8** Aktivno promoviše nenasilje

Sadržaj za djecu, kroz primjere i događaje, može aktivno doprinijeti spoznavanju djeteta o tome šta je nasilje (fizičko, verbalno), naučiti ga da prepoznaje oblike nasilja, promoviše nenasilje kao jedno ispravno rješenje.

**9** Pomaže formiranju kulturnih i estetskih vrijednosti

Sadržaj za djecu bi morao biti oslobodni od promocije i utjecaja pseudo-kulturnih proizvoda i fenomena, kao i nekritičkog praćenja trendova masovne kulture u bilo kojoj oblasti. Oni bi morali promovirati umjetničke vrijednosti i time doprinijeti slobodnom formiranju kulturnih, estetskih i drugih vrijednosti ličnosti.

https://aemcg.org/

<sup>57</sup> „Informacija o televizijskim programskim sadržajima namijenjenim djeci“ - decembar 2020.



programa za djecu. Maksimiziranje koristi od gledanja televizijskih sadržaja postiže se jedino ukoliko maloljetnici gledaju program koji odgovara dobi, koji je obrazovan, kreativan, zabavan, motivacijski, informativan, raznolik i zanimljiv.

### **Komercijalne audiovizuelne komunikacije**

Komercijalne audio-vizuelne medijske komunikacije definišemo kao komercijalni sadržaj koji za osnovni cilj 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, preporučí 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).

Pandemija korona virusa je obilježila 2020. godinu, a njen uticaj je vidan kako na uredničke djelove programa elektronskih medija, tako i na komercijalne audio-vizuelne medijske komunikacije. Govoreći o oglašavanju, medijska i oglašivačka industrija je tokom godine bila suočena sa dva suprotstavljena trenda – veći broj gledalaca i slušalaca ispred prijemnika, zbog različitih mjera za suzbijanje širenja virusa, što je trebalo da ima povoljan uticaj na rast oglašavanja, a sa druge strane očekivanja i prognoze da će troškovi oglašavanja biti prva mjera uštede za oglašivače suočene sa ekonomskom krizom.

Posmatrajući generalno i imajući u vidu samo količinu oglašavanja (minutaža, bez cjenovne komponente), stiče se utisak da su mali oglašivači smanjivali troškove oglašavanja i ovaj trend je pogodio uglavnom medije lokalnog i regionalnog pokrivanja. Neorganizovanje sportskih događaja značajno je uticalo na televizijsko oglašavanje. Oglašavanje velikih oglašivača djelimično je imalo karakter društveno odgovornog ponašanja, u finansijskom ali i u sadržajnom smislu, imajući u vidu da su televizijski oglasi isticali solidarnost i humanost u cilju edukacije građana ili podrške medicinskom osoblju.

I tokom 2020. godine nastavljen je trend povećanog učešća tzv. nativnih oglasa - 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 njegovog sadržaja.

Nadzor nad primjenom propisa vezanih za komercijalne AVM komunikacije nekoliko godina unazad pokazuje da je prošao trend kada se najvidljiviji oglas smatrao najboljim. Vremenom, interes velikih oglašivača pomjerio se sa formi neposrednog oglašavanja (klasičan komercijalni oglas), ka nativnom oglašavanju koje se danas može naći i na radiju i na televiziji.

Imajući u vidu da nativni oglasi imaju moć da zaobiđu pravila oglašavanja u programima elektronskih medija, kao i prethodnih godina, prisutno je povećanje broja kršenja standarda, koja su se odnosila na prikriveno oglašavanje. Ovo je naročito prisutno kod televizijskih emitera, što pokazuje i činjenica da, ukoliko bi se posmatrali samo klasični televizijski oglasi, bilježe se rijetka kršenja kvote maksimalno dozvoljenog oglašavanja. Kod radijskih emitera, pored kršenja kvote maksimalno dozvoljenog oglašavanja, bilježi se i neprimjerena praksa emitovanja oglasnih sadržaja van oglasnog bloka.

Imajući u vidu revidiranu Direktivu o audiovizuelnim medijskim uslugama i novi Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i televizija Crne Gore (iz jula 2020. godine), ali i važeći Zakon o elektronskim medijima, u Crnoj Gori trenutno se primjenjuju dva režima kvota maksimalno dozvoljenog oglašavanja.

Saglasno Zakonu o nacionalnom javnom emiteru Radio i televizija Crne Gore, na Televiziju Crne Gore se primjenjuje kvota od 15% oglasa na period između 6 i 18 časova, odnosno između 18 i

24 časa. Takođe, u programima Televizije Crne Gore zabranjeno je oglašavanje i telešoping u periodu između 20 i 22 časa. Na ostale emitere u Crnoj Gori, saglasno Zakonu o elektronskim medijima, primjenjuje se kvota od 20% oglasa na sat emitovanog programa.

Prvi mjeseci primjene pravila koje propisuje novi Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i televizija Crne Gore, pokazali su da nije došlo do koncentracije oglasnog sadržaja u pojedinim periodima. Televizija Crne Gore je, generalno, zadržala raspored oglasnog sadržaja po satu emitovanog programa.

### 13. Javni emiteri

Iako su, prije više godina, u četiri jedinice lokalne samouprave donesene **odluke o pokretanju TV programa u okviru lokalnih javnih emitera**, do kraja 2020. godine, njihove skupštine opština ili nisu imenovale savjete javnih emitera (Bar) ili nijesu podnijele zahtjev za izdavanje odobrenja za emitovanje (Cetinje, Ulcinj, Kolašin).

U septembru 2020. godine, Lokalnom javnom emiteru „Radio televizija Kolašin“ d.o.o. je izdato Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „**Radio Kolašin**“<sup>58</sup>.

Skupština Glavnog grada donijela je, u februaru 2020. godine, Odluku o osnivanju Lokalnog javnog emitera „**Radio televizija Podgorica**“ d.o.o.<sup>59</sup> U julu je Skupština Glavnog grada donijela Odluku o imenovanju savjeta ovog javnog emitera<sup>60</sup>, a krajem novembra 2020. godine Agencija mu je izdala Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „**Radio Podgorica**“<sup>61</sup>.

Kod dva lokalna javna emitera sprovedeni su postupci imenovanja određenog broja članova savjeta (Radio Berane, Radio i televizija Cetinje).

\*  
\*       \*

U 2020. godini sproveden je dio aktivnosti javnih emitera i nadležnih organa njihovih osnivača na 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 2020. godine, **osam** (od 16) 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 pomoći**<sup>62</sup>. To je u toku 2018. godine urađeno u Pljevljima, Tivtu, Bijelom Polju i Budvi, u toku 2019. godine u Kotoru i Kolašinu, a u toku 2020. godine u Podgorici<sup>63</sup> i Danilovgradu<sup>64</sup>. Jedinice lokalne samouprave koje nisu usaglasile osnivački akt sa Zakonom o elektronskim medijima u dijelu koji se odnosi na pravila državne pomoći su Andrijevića, Berane, Nikšić, Ulcinj, Cetinje, Bar, Rožaje i Herceg Novi.

U skladu sa obavezom propisanom članom 76 Zakona o elektronskim medijima, jedinica lokalne samouprave i javni emiter ugovorom uređuju međusobna prava i obaveze u vezi sa korišćenjem budžetskih sredstava iz člana 76 st. 1, 2 i 3 ovog zakona (za ostvarivanje Ustavom i zakonom zajemčenih prava građana na informisanje), koja moraju da budu definisana u ugovoru, na način koji odgovara stvarnim troškovima potrebnim za realizaciju obaveza iz ovog člana i člana 74 ovog zakona. Kod najvećeg broja javnih emitera, prvi trogodišnji ugovori obuhvatali su period 2017 – 2020. godine. Zbog toga su u toku 2020. godine pojedini lokalni javni emiteri pristupili pripremi i zaključivanju novih trogodišnjih ugovora. Zaključno sa 15. martom 2021. godine, Agenciji za

<sup>58</sup> Odobrenje za emitovanje br. O-R-J-18 (akt broj 02-997/2 od 15.09.2020.g.).

<sup>59</sup> „Sl. list CG - opštinski propisa“, br. 09/20.

<sup>60</sup> 02-016/20-653 od 30.07.2020. godine. Ista nije objavljena u Službenom listu Crne Gore - opštinski propisi.

<sup>61</sup> Odobrenje za emitovanje br. O-R-J-19 (akt broj 02-1203/2 od 27.11.2020.g.).

<sup>62</sup> Zakonom o elektronskim medijima, čl. 76 do 76ć.

<sup>63</sup> Odluka o osnivanju Lokalnog javnog emitera „Radio televizija Podgorica“ („Sl. list CG - opštinski propisa“, br. 09/20).

<sup>64</sup> Odluka o izmjeni Odluke o osnivanju Lokalnog javnog emitera „Radio Danilovgrad“ („Sl. list CG - opštinski propisa“, br. 17/20).

elektronske medije su **četiri lokalna javna emitera dostavila nove trogodišnje ugovore (2021 - 2023)** kojima se regulišu međusobna prava i obaveze jedinice lokalne samouprave i javnog emitera (Kotor, Bar, Tivat i Herceg Novi).

#### 14. Registracija i identifikacija elektronskih publikacija

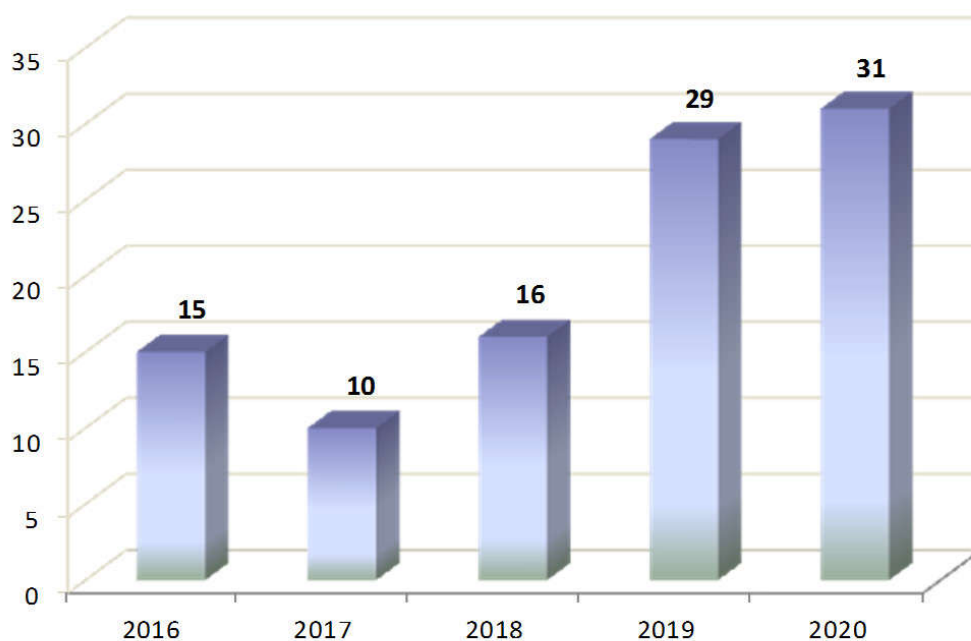
Do stupanja na snagu **novog Zakona o medijima**<sup>65</sup>, Agencija je, saglasno Zakonu o elektronskim medijima bila nadležna da uređuje prava, obaveze i odgovornosti pravnih i fizičkih lica koja obavljaju djelatnost usluga elektronskih publikacija.

Saglasno tome, Savjet Agencije je 2016. godine usvojio Pravilnik o elektronskim publikacijama kojim bila su regulisana prava i obaveza u vezi pružanja usluga elektronskih publikacija.

Suočen sa učestalim zahtjevima da preduzme aktivnosti kojima bi se suzbili negativni komentari i odredila odgovornost publikacije za komentare, Savjet Agencije je ovim Pravilnikom normirao i to pitanje.

Nakon stupanja na snagu Pravilnika Agencija je uspostavila Registar pružalaca usluga elektronskih publikacija (u daljem tekstu: „Registar“).

Upis u Registar je vršen na osnovu prijave koju je pravno ili fizičko lice, prije početka pružanja usluge elektronske publikacije, podnosilo Agenciji. **U periodu od 2016. do novembra 2020. godine, u Registar je upisana 101 elektronska publikacija.**



Grafik 19.: Broj upisanih pružalaca elektronskih publikacija u Registar, po godinama

Uprkos nespornom značaju regulisanja oblasti elektronskih publikacija, analizom odredbi Zakona o elektronskim medijima, jasno je da on nije obezbjeđivao zaokružen regulatorni okvir za efikasnu implementaciju i nadzor nad njihovom primjenom sa više aspekta.

Naime, Agencija je često dobijala prigovore na rad pružalaca elektronskih publikacija. Prilikom razmatranja takvih progovora vodili smo računa o činjenici da Agencija nije imala zakonsku mogućnost da izrekne bilo koju upravno-nadzornu mjeru, propisanu čl. 138 do 143 Zakona o elektronskim medijima. Jer, one se eksplicitno odnose na pružaoce AVM usluga (emitere i operatore),

<sup>65</sup> Vidi dio ovog Izvještaja „Zakon o medijima“ (Poglavlje „Razvoj i implementacija zakonskog i podzakonskog okvira od značaja za audiovizuelni medijski sektor“).

ali ne i na elektronske publikacije. Samim tim nijesmo bili u mogućnosti da, na zakonu propisan način, donosimo odluke (tj. izričemo upravno-nadzorne mjere) po osnovu prigovora na njihov rad.

Lica koja su smatrala da je pružalac elektronske publikacije prekršio bilo koji od propisanih standarda (pravo na ispravku i odgovor, zabrana govora mržnje i diskriminacije, poštovanje privatnosti i dostojanstvo građana, zaštita integriteta maloljetnih lica), za ostvarivanje svojih prava, morala su da se obrate nadležnom sudu.

Zakon nije propisivao ni upravno-nadzornu mjeru, ni prekršajnu odgovornost, kojom bi Agencija nametnula obavezu pružaocima elektronske publikacije da, prije početka objavljivanja elektronske publikacije, Agenciji podnese prijavu radi upisa u Registar elektronskih publikacija. Zbog toga smo, periodično, upućivali javni poziv elektronskim publikacijama da dostave prijavu za upis u registar.

Agencija je pratila i da li pružaoci elektronskih publikacija koji su upisani u Registar, saglasno Pravilniku, omogućavaju 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. Upoređivanjem podataka iz Registara i podataka sa portala, zaključeno je da postoje određena odstupanja, zbog čega smo pružaocima elektronskih publikacija više uputili javni poziv da usklade svoj rad sa Pravilnikom.

Uvažavajući odredbe novog Zakona o medijima, Agencija je u novembru 2020. godine, sve registre pružalaca AVM usluga i elektronskih publikacija (portala) i kopije odobrenja za pružanje AVM usluga, u štampanoj i elektronskoj formi (CD) dostavila Ministarstvu kulture (koje je u tada bilo nadležni organ uprave za poslove medija).

## 15. *Izrečene upravno-nadzorne mjere*

U 2020. godini, Agencija je registrovala, identifikovala i procesuirala slučajeve, te izrekla odgovarajuće mjere emiterima zbog kršenja programskih standarda, standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije, standarda vezanih za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za parlamentarne i lokalne izbore koji su održani 30. avgusta 2020. godine, kao i zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje programa.

U toku 2020. godine, Agencija je **izrekla 110 upozorenja**, od čega 88 po službenoj dužnosti i 22 po osnovu prigovora.

**Na prvostepena rješenja** o izricanju tih upozorenja ili druga akta kojima su utvrđena prava i obaveze pružalaca AVM usluga, **podneseno je devet žalbi** i to **jedna žalba** u postupku po prigovoru na rad emitera, **dvije žalbe** u postupcima po prigovorima na rad pružalaca AVM usluge na zahtjev, **pet žalbi** u postupcima pokrenutim po službenoj dužnosti prema emiterima, kao i **jedna žalba** u postupku pokrenutom po službenoj dužnosti protiv pružaoca AVM usluge na zahtjev.

Savjet Agencije je, **kao neosnovane, odbio osam žalbi**, dok je **jednu žalbu usvojio**, poništio prvostepeno rješenje i predmet vratio prvostepenom organu na ponovni postupak.

*Rješenja o izrečenim upozorenjima i  
po podnesenim žalbama se nalaze na veb-sajtu Agencije ([www.aemcg.org](http://www.aemcg.org)).*

\*

\* \*

### **Prigovori na rad emitera**

U periodu od 1. januara do 31. decembra 2020. godine, Agenciji za elektronske medije su **dostavljena 56 prigovora na rad emitera** sljedećih televizijskih i radio programa:

- „Prvi program RTCG“ (TVCG1) - 16 prigovora,
- „Drugi program RTCG“ (TVCG2) - dva prigovora,
- „TV Herceg Novi“ - tri prigovora,
- „TV Nikšić“ - dva prigovora,
- „TV Budva“ - četiri prigovora,
- „TV Vijesti“ - 13 prigovora,
- „TV Nova M“ - šest prigovora,
- „TV Prva“ - šest prigovora,
- „TV A1 Montenegro“ - jedan prigovor,
- „TV MNE SPORT 3“ - jedan prigovor,
- „Radio Homer“ - jedan prigovor,
- „TV Pink M“ - jedan prigovor.

U prvostepenom postupku, odbijena su 32 prigovora, prihvaćena su 22 prigovora i izrečeno isto toliko upozorenja. U dva slučaja podnosiocu prigovora je upućen odgovor ili objašnjenje.

U postupcima vođenim po prigovorima na rad emitera, najveći broj upozorenja emiterima (12) izrečeno je zbog kršenja odredbi o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (čl. 85, čl. 89, čl. 92, čl. 93 i čl. 95 Zakona o elektronskim medijima i čl. 13, čl. 37, čl. 41, čl. 44 čl. 58, i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama).

Preostalih 10 upozorenja izrečeno je zbog kršenja programskih standarda u elektronskim medijima, od čega su dva upozorenja izrečena i zbog kršenja Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, koji su održani 30. avgusta 2020. godine (član 8. – prikryveno medijsko predstavljanje).

Što se tiče odbijenih prigovora najveći broj je odbijen kao neosnovan (25 prigovora), dok je sedam prigovora odbijeno jer su u predmetnim slučajevima već sprovedeni / pokrenuti upravni postupci po istoj pravnoj stvari.

**U drugostepenom postupku** po prigovorima na rad emitera, Savjetu Agencije je podnesena **jedna** žalba vezana za prvostepeno rješenje kojim je odbijen prigovor na rad emitera, kao neosnovan<sup>66</sup>. Žalba je odbijena kao neosnovana.

### **Prigovori na rad pružalaca AVM usluga na zahtjev**

Agenciji za elektronske medije je u toku 2020. godine dostavljeno **osam** prigovora na rad pružalaca AVM usluga na zahtjev. U prvostepenom postupku, prihvaćen je **jedan** prigovor i izrečeno upozorenje, **šest** prigovora je odbijeno, u **jednom** postupku podnosiocu je upućen odgovor.

Upozorenje je izrečeno zbog kršenja člana 26a st. 1 i 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev<sup>67</sup>, odnosno obaveze pružaoca AVM usluge na zahtjev da obezbijedi da se za programske sadržaje koji mogu štetiti fizičkom, mentalnom ili moralnom razvoju maloljetnika i kategorisani su kao neprimjereni za

---

<sup>66</sup> Rješenje Savjeta Agencije br. 01-991/6 od 04.11.2020.g.

<sup>67</sup> „Sl. list CG“, br. 35/11 i 08/19.

maloljetnike mlađe od 18 godina, u periodu od 06 do 23 sata, automatski aktiviraju mjere roditeljske kontrole takvih sadržaja (pinovanje), odnosno da ukoliko ova mjera ne obezbjeđuje efikasnu zaštitu maloljetnika od štetnih sadržaja, obezbijedi da se automatski aktiviraju mjere roditeljske kontrole cijelog TV programa (pinovanje)<sup>68</sup>.

Povodom ovog upozorenja podnesena je žalba, koju je Savjet Agencije usvojio<sup>69</sup>, poništio prvostepeno rješenje i predmet vratio prvostepenom organu na ponovni postupak. U ponovnom postupku, prvostepeni organ je odbio prigovor kao neosnovan.<sup>70</sup>

\*

\* \*

### **Prigovori na rad elektronskih publikacija**

U toku 2020.g. Agenciji je dostavljeno i **13 prigovora** na rad elektronskih publikacija - portala i **jedan** prigovor na rad "Facebook" stranice<sup>71</sup>. U prvostepenom postupku, odbijena su četiri prigovora na rad elektronskih publikacija, na osam je odgovoreno dopisom, dok je u jednom slučaju pruslijeden zahtjev Osnovnom državnim tužilaštvu za uklanjanje objavljenog sadržaja<sup>72</sup>.

\*

\* \*

### **Postupci po službenoj dužnosti - emiteri**

U 2020. godini Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula 134 postupka protiv emitera i izrekla 88 upozorenja. U **35** slučajeva postupak je obustavljen jer su emiteri otklonili uočene nepravilnosti (dostavili evidencije medijskog predstavljanja) u ostavljenom roku, **tri**<sup>73</sup> postupka su okončana izmjenama odobrenja za emitovanje, na osnovu dostavljenih zahtjeva za značajnu promjenu programske strukture. Pored toga, šest postupaka je okončano upućivanjem odgovora, dok su dva postupka u toku.

Zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje, Agencija je izrekla 33 upozorenja.

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

- sedam upozorenja zbog nepoštovanja programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje (čl. 58 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).
- 16 upozorenja zbog kršenja standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije. Najveći broj upozorenja (14) odnosio se na prikriveno oglašavanje, emitovanje oglašavanja koje nije bilo jasno prepoznatljivo, odnosno adekvatno označeno i/ili raspoređeno, kao i kršenje uslova koje sponzorisanе AVM usluge i programi moraju da ispunjavaju. Dva upozorenja su izrečena zbog prekoračenja maksimalne dozvoljene dužine trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa.
- osam upozorenja zbog kršenja programskih standarda.
- 23 upozorenja zbog kršenja Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za parlamentarne i lokalne održane 30. avgusta 2020. godine.

<sup>68</sup> Rješenje Agencije br. 02-1070/8 od 05.11.2020.g.

<sup>69</sup> Rješenje Savjeta Agencije br. 01-1070/10 od 11.12.2020.g.

<sup>70</sup> Rješenje Agencije br. 02-1070/19 od 31.12.2020.g.

<sup>71</sup> Akt br. 02-361 od 21.04.2020.

<sup>72</sup> Akt br. 02-498/1 od 26.06.2020.g.

<sup>73</sup> Postupci 02-504 od 24.06.2020.g. (TVHN); 02-1044 od 02.10.2020.g. (Radio Play Montenegro); 02-1219 od 20.11.2020.g. (Radio Homer);

- jedno upozorenje zbog kršenja člana 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela.

U drugostepenom postupku, Savjetu Agencije su podnesene dvije žalbe<sup>74</sup> na prvostepena rješenja kojima je Agencija izrekla upozorenja emiterima po službenoj dužnosti. U oba slučaja žalbe su odbijene kao neosnovane.

#### **Postupci po službenoj dužnosti - pružaoци AVM usluga na zahtjev**

U 2020. godini Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula sedam postupaka protiv **pružaoца AVM usluga na zahtjev** i izrekla isto toliko upozorenja, zbog kršenja obaveza koje se odnose na:

- obavezu da se programski sadržaji, koji se distribuiraju u okviru osnovnog paketa programa, koji mogu štetiti fizičkom, mentalnom ili moralnom razvoju maloljetnika i kategorisani su kao neprimjereni za maloljetnike mlađe od 18 godina, u smislu Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima, čine dostupnim samo na način kojim se obezbjeđuje da maloljetnici u uobičajenim okolnostima neće čuti ili vidjeti takvu uslugu (aktiviranje mjera roditeljske kontrole) - član 26 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev i
- obavezu raspoređivanja programa crnogorskih emitera, odmah nakon programa nacionalnog javnog emitera - član 38 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev.

#### **Mjere ograničavanja reemitovanja stranih programa**

Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 7. i 10. februara 2020. godine, donio odluku<sup>75</sup> da **na tri mjeseca ograniči reemitovanje pojedinih programskih sadržaja koji se emituju u okviru televizijskih programa „TV Happy“ i „TV Pink M“ iz Srbije**. Razlog za ovu odluku su programi u kojima se promoviše mržnja, netrpeljivost i diskriminacija prema pripadnicima crnogorske nacionalnosti, što predstavlja kršenje član 7 Konvencije o prekograničnoj televiziji. Cijeneći da se radi o pitanju od javnog interesa, čija zaštita zahtijeva sprovođenja mjera kojima će se suzbiti sporno izražavanje, Savjet Agencije je zaključio da je opravdano da se, na period od tri mjeseca, ograniči reemitovanje sljedećih programskih sadržaja (1) „Dobro jutro Srbijo“, „Ćirilica“ i „Posle ručka“ na televiziji „TV Happy“ i (2) „Novo jutro“ na televiziji „TV Pink M“.

## ***16. 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 (25. februara 2020. i 9. oktobra 2020. godine) izrekla 33 upozorenja.

Potpisan je protokol o reprogramu duga sa privrednim društvom „Jupok“ d.o.o., dok je privredno društvo „Boin“ d.o.o. imalo aktivan protokol iz 2019. godine.

### **Prinudna naplata**

U toku 2020. godine, Agencija je posredstvom javnih izvršitelja pokrenula dva postupka prinudne naplate<sup>76</sup> zaostalog dugovanja emitera „M-Corona“ d.o.o. (Radio Corona i TV Corona), u iznosu od 24.502,82 EUR (Rješenje o izvršenju lv. br. 2045/20 od 30.12.2020. godine i lv. br. 1715/20

<sup>74</sup> Žalba na Rješenje 01-988/5 od 23.10.2020.g.; Žalba na Rješenje 01-989/1 od 23.10.2020.g.

<sup>75</sup> Rješenje Savjeta Agencije br. 01-147 od 1002.2020.g.

<sup>76</sup> 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).

od 30.12.2020. godine). Pored toga, nastavljena su tri postupka prinudne naplate pokrenuta ranijih godina (Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. i „Blue Moon“ d.o.o.).

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu postupaka prinudne naplate dugova, vođenih u toku 2020. godine, može se zaključiti:

- jedan postupak je obustavljen, jer je emiter platio dug u cjelini: „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. - Radio Nikšić),
- dva postupka su obustavljena, zbog otvaranja stečajnog postupka: „Blue Moon“ d.o.o. - TV MBC),
- dva postupka su u toku: „M-Corona“ d.o.o. (Radio Corona i TV Corona).

### **Stečajni postupci**

Kako nije bilo moguće izvršiti prinudnu naplatu (zbog nedostatka sredstava na računima izvršnih dužnika - emitera), u toku 2020. godine su, na predlog drugih pravnih lica, otvorena dva **stečajna postupka** po osnovu kojih je Agencija prijavila potraživanja.

Vođena su i dva stečajna postupka, pokrenuta u ranijim godinama (Ustanova u privatnoj svojini „Radio Televizija Planorama“ - Radio Panorama i Televizija Panorama i „Radio Televizija Atlas“ d.o.o. - Radio Atlas<sup>77</sup>).

DUŽNIK	MEDIJ	GLAVNI DUG	STEČAJNI IZNOS	Status
„Sun Sun“ d.o.o. <sup>78</sup>	TV Sun	25.330,70	25.330,70	Donijeto je Rješenje o potvrđivanju Plana reorganizacije stečajnog dužnika
„Blue Moon“ d.o.o.	TV MBC	100.003,00	100.079,70	Stečajni postupak zaključen <sup>79</sup>

Tabela 20.: Stečajni postupci otvoreni tokom 2020. godine

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu stečajnih postupaka vođenih u toku 2020. godine, može se zaključiti:

- dva postupka su završena, emiteri su izbrisani iz Centralnog registra privrednih subjekata - Ustanova u privatnoj svojini „Radio Televizija Planorama“ i „Blue Moon“ d.o.o. Ovim privrednim subjektima Agencija je otpisala ukupni dug u iznosu od 124.556,8 €.
- potvrđen je Plan reorganizacije za „Sun Sun“ d.o.o. Bijelo Polje<sup>80</sup> i očekuje se obustavljanje stečajnog postuka početkom 2021. godine.
- jedan postupak je u toku – „Radio Televizija Atlas“ d.o.o.

## **17. Finansijska pomoć emiterima – Covid 19**

U cilju obezbjeđenja podrške i kontinuiteta u radu komercijalnih i javnih emitera u situaciji izazvanoj pojavom i širenjem korona virusa COVID-19, u toku 2020. godine, sprovedene su sljedeće odluke Savjeta Agencije:

- Odluka o oslobađanju komercijalnih i javnih emitera obaveze plaćanja druge kvartalne rate naknade za emitovanje za 2020. godinu<sup>81</sup>, kojom je obezbijeđena podrška u ukupnom iznosu od 81.244,13€.

<sup>77</sup> Stečajni postupak je pokrenulo privredno društvo „Radio-difuzni centar“ d.o.o.

<sup>78</sup> Stečajni postupak je pokrenulo Ministarstvo finansija - Poreska uprava Podgorica.

<sup>79</sup> Rješenje o zaključenju stečajnog postupka St.br. 142/20 od 20.11.2020. ("Sl.list CG" br. 115/20, Oglasni dio br. 54/20)

<sup>80</sup> Rješenje o potvrđivanju Plana reorganizacije privrednog društva - stečajnog dužnika „Sun Sun“ d.o.o. Bijelo Polje St.br. 66/19 od 19.11.2020.g.

<sup>81</sup> Odluka Savjeta Agencije br. 01–279/3 od 20.03.2020.g.



- Odluka o oslobađanju komercijalnih i javnih emitera obaveze plaćanja četvrte kvartalne rate naknade za emitovanje za 2020. godinu<sup>82</sup>, kojom je obezbijeđena podrška u ukupnom iznosu od 81.599,53€.
- Odluka o oslobađanju komercijalnih i javnih emitera koji emituju programske sadržaje u okviru projekta „Uči doma“ obaveze plaćanja prve i treće kvartalne rate naknade za emitovanje za 2020. godinu<sup>83</sup>, kojom je obezbijeđena podrška u ukupnom iznosu od 15.535,99€.

Sve odluke su donesene nakon intenzivne komunikacije sa emiterima i detaljnog sagledavanja stanja na tržištu i uticaja mjera na poslovanje Agencije.

Na ovaj način, iz tekućeg poslovanja tokom 2020. godine, Agencija je izdvojila sredstva u iznosu od 178.379,65€.

Saglasno Zakonu o kontroli državne pomoći<sup>84</sup> i Privremenom okviru za mjere državne pomoći u svrhu podrške privredi u aktuelnoj pandemiji oboljenja COVID-19, Agencija za elektronske medije je bila u obavezi da Agenciji za zaštitu konkurencije podnese Prijavu za državnu pomoć.

U skladu sa podnesenom prijavom, Agencija za zaštitu konkurencije je donijela Rješenje o davanju pozitivne ocjene za mjere podrške komercijalnim i javnim emiterima<sup>85</sup>.

---

<sup>82</sup> Odluka Savjeta Agencije br. 01-1207 od 17.11.2020.g.

<sup>83</sup> Odluka Savjeta Agencije br. 01-1191/1 od 11.12.2020.g.

<sup>84</sup> „Sl. list CG”, br. 12/18.

<sup>85</sup> Rješenja Agencije za zaštitu konkurencije br. 01-430/21-28/3 od 18.01.2021.g.

## 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).

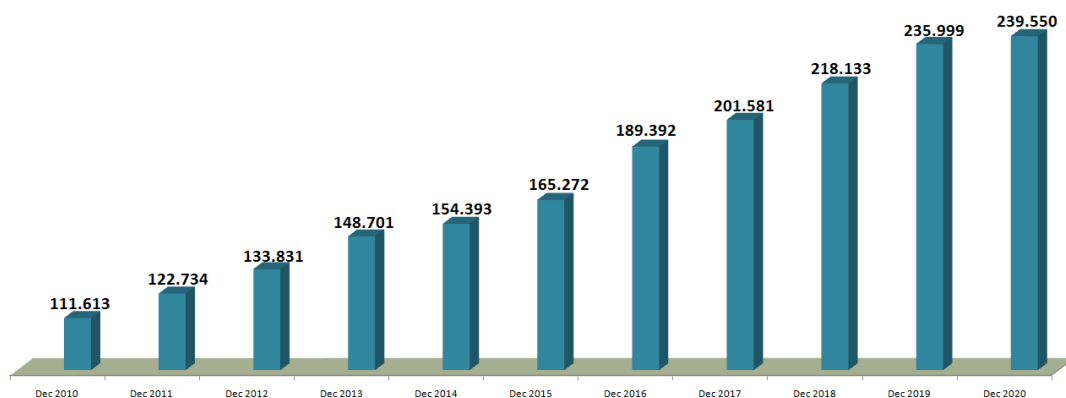
Zemaljsku platformu sa slobodnim pristupom (FTA – Free to air) koriste dva operatora. „Radio-difuzni centar“ d.o.o. ima status operatora prvog multipleksa digitalne zemaljske radio-difuzije sa pokrivanjem cjelokupne teritorije Crne Gore (MUX 1), koji djelimično koristi kao FTA platformu, a veći dio kao 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 „Mir & Teuta“ d.o.o. iz Ulcinja. 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 kanala (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 javni lokalni 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 2020. godine, broj priključaka za distribuciju radio i televizijskog programa putem različitih platformi sa uslovnim pristupom iznosi **239.550**.

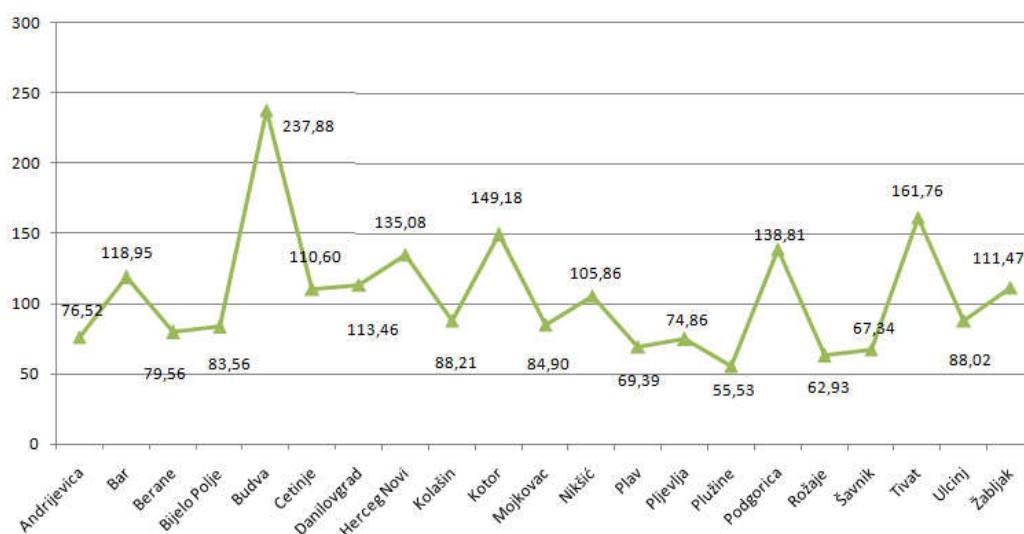
U poređenju sa brojem priključaka na kraju 2019. godine, broj korisnika Pay-TV usluga je veći za **3.551** ili **1,50%**.



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

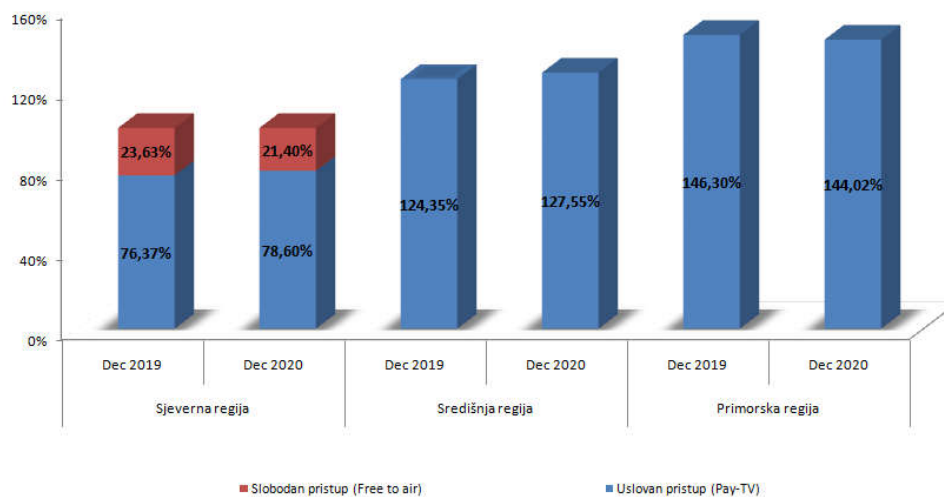
Na kraju posmatranog perioda, ukupan broj priključaka je za 22,98% veći od broja domaćinstava u Crnoj Gori, odnosno broj priključaka koji se odnose na fizička lica je za 18,30% veći od broja domaćinstava.

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 regiji<sup>86</sup> broj priključaka oko 78% u odnosu na broj domaćinstava. Na osnovu navedenog se procjenjuje da približno 12.000 domaćinstava (oko 6,10%) još uvijek koristi samo besplatnu (Free to air) televiziju.



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

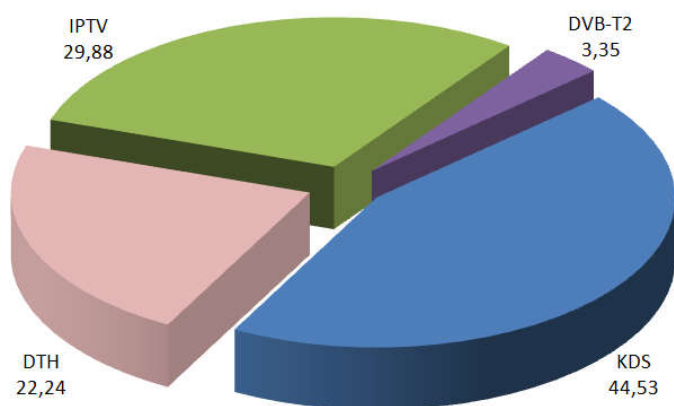
Posmatrajući broj priključaka u odnosu na broj domaćinstava, tražnja je najveća u primorskoj regiji, 144,02%. Navedeno znači da je broj priključaka platformi sa uslovnim pristupom veći od broja domaćinstava u ovoj regiji za 22.295. Slijedi središnja regija sa 127,55%, te sjeverna regija sa 77,59%. Iako se bilježi konstantan rast broja korisnika platformi sa uslovnim pristupom, samo neznatan dio ovog povećanja se odnosi na sjevernu regiju.



Grafik 23.: Priključci platformi sa uslovnim pristupom u odnosu na broj domaćinstava – po regijama

Posmatrajući samo učešće platformi sa uslovnim pristupom, KDS distribucija sa učešćem od 44,53% drži vodeću poziciju na tržištu usluga distribucije radio i TV programa do krajnjih korisnika. Slijede IPTV (29,88%) i DTH (22,24%). DVB-T2 ima učešće od 3,35%.

<sup>86</sup> Sjeverna regija: Andrijevića, 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.



Grafik 24. Tržišno učešće platformi sa uslovnim pristupom

U posmatranom periodu prosječna cijena osnovnog paketa je iznosila 11,12€ (najviša 15,99€, najniža 5,66€). U osnovnom paketu korisnicima je dostupno, u prosjeku, 92 televizijskih kanala (najviše 233, najmanje 17).

Operatori koji u ponudi imaju dopunske pakete, u prosjeku nude sedam dodatnih paketa (najviše 14, najmanje jedan). Prosječna cijena dopuskog paketa je 7,07€ (najviša 25€, 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 12,90€.

## PROMOCIJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Tradicionalne medije i formalno obrazovanje, nove generacije u informacionim i obrazovnim procesima i aktivnostima zamjenjuju kanalima komunikacije kojima dominiraju digitalne platforme i njihove usluge, među kojima se posebno izdvajaju društveni mediji.

Pored tradicionalnih medija, koji zbog određenog stepena (samo)regulacije uglavnom rade i izveštavaju u skladu sa profesionalnim standardima i etikom, sve je veći broj internetskih medija koji teže brzim i vrlo često neprovjerenim informacijama. Pod pritiskom konkurencije za privlačenje i zadržavanje pažnje gledalaca/slušalaca i korisnika on-line platformi, efekti rada i prakse novih medija se često „prelivaју“ i na tradicionalne medije.

Podizanje svijesti o značaju vještina za prepoznavanje vrste sadržaja (urednički, oglasni ili sadržaj koje kreiraju pojedini korisnici), te pouzdanosti i cjelovitosti ponuđenih informacija je od velike važnosti. Zbog toga je medijska i informaciona pismenost proces koji treba da čini zbir strukturiranih napora šire zajednice tokom dužeg perioda.

U cilju podizanja nivoa medijske i informacione pismenosti među studentkinjama/studentima, nastavnicama/nastavnicima, bibliotekarkama/bibliotekarima i novinarkama/novinarima, Fakultet političkih nauka je, u saradnji sa Agencijom za elektronske medije, započeo projekat „**Medijska i informaciona pismenost u jugoistočnoj Evropi u funkciji razvoja kritičkog mišljenja i zagovaranja mladih**“. Projekat je dio zajedničkog regionalnog programa „**Dijalog za budućnost: Unapređenje dijaloga i društvene kohezije unutar i između Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Srbije**“, koji u Bosni i Hercegovini (Fakultet političkih nauka/Univerzitet u Sarajevu), Srbiji (Fakultet političkih nauka/Univerzitet u Beogradu) i Crnoj Gori sprovode UNESCO, UNICEF i UNDP.

Prioriteti projekta su razvoj i jačanje medijske i informacione pismenosti, sprječavanje govora mržnje, pomirenje i socijalna kohezija, promocija rodniх prava i jednakosti. Pored navedenog, cilj projekta je uključivanje i osnaživanje mladiх, fokusirajući se na opšte dobro kroz radionice strukturirane na osnovu znanja i iskustva iz ranijih projekata, iskustva stručnjaka na terenu.

U okviru ovog projekta, uvažavajući epidemiološku situaciju, putem Zoom platforme održane su 26, 27. i 28. novembra 2020.g. održane su **radionice za novinarke/novirane i studentkinje/studente Fakulteta političkih nauka**. Poziv je upućen svim medijima iz Crne Gore, sa posebnim akcentom na medije ranjivih i manjinskiх grupa. Na radionicama je učestvovalo 23 novinarke/novinara i 14 studentkinja/studenata. Predavači su bili: prof. Dubravka Valić Nedeljković, prof. dr Danijela Vuković Čalasan, doc. dr Vladimir Bakrač, mr Elvira K. Ceković (Agencija za elektronske medije) i Tatjana Ljubić. U konsultaciji sa predavačima su osmišljene teme i koncept radionica koje predstavljaju spoj teorijskih znanja i praktičnih vještina.

Program je napravljen u skladu sa aktuelnim temama i ključnim problemima na crnogorskom medijskom tržištu, ali i u društvu. Poseban fokus je stavljen na ranjive grupe, izvještavanju o manjinskim grupama, različitim konfesijama, kao i djeci. Ove teme su izuzetno važne, imajući u vidu činjenicu da su sva dosadašnja istraživanja pokazala da su ranjive kategorije društva ili najtiši glas u društvu ili se o njima izvještava na senzacionalistički način. Na takav način, mediji nanose štetu, jer doprinose širenju stereotipa i predrasuda prema određenim kategorijama društva.

Druga aktivnost u okviru ovog projekta je bila **ekspertska radionica**, održana, takođe putem Zoom platforme, 3. decembra 2020.g. sa ciljem dodatnog akademskog umrežavanja. Radionicu su održali medijski eksperti, profesori, kao i članovi projektnih timova iz Bosne i Hercegovine, Srbije i Crne Gore. Pored razmjene iskustava sa prvih radionica koje su prethodno održane, predavači su govorili o svojim iskustvima i izazovima u organizaciji i realizaciji prvih on-line događaja (vebinara). Dogovoreno je da se pripremi zajednička Deklaracija o značaju medijske i informacione pismenosti u iJugoistočnoj Evropi, čije potpisivanje je predviđeno za završnu regionalnu konferenciju u okviru projekta (planiranu za prvi kvartal 2021.g.).

\*

\* \*

Institut za medije Crne Gore je, 22. decembra 2020. godine, u okviru **projekta „Mediji za građane-građani za medije“**, posredstvom Zoom platforme, organizovao debatu: „Teme u medijima namijenje djeci i mladima - ima li ih dovoljno?“, u kojoj je učestvovala predstavnicica Agencije za elektronske medije mr Elvira K. Ceković, rukovoditeljka Službe za odnose s javnošću.

Sa učenicima/cama srednjih škola iz Podgorice, Tivta, Danilovgrada, Golubovaca, predstavnicima obrazovnih institucija, nevladinih organizacija i medija razgovarano je o tome zašto se mladi sve više okreću društvenim mrežama kao izvorima informacija, da li gube povjerenja u medije i zašto, da li im, posebno javni mediji, pomažu da budu obaviješteni i da li podržavaju njihov potencijal za pravljenje boljeg društva?

## MEĐUNARODNA SARADNJA

Zbog situacije izazvane pandemijom i ograničenjem međunarodnih putovanja, 2020. godina nije bila tipična godina za realizaciju međunarodne saradnje Agencije za elektronske medije. Skoro sve aktivnosti organizovane su putem različitih onlajn platformi i virtuelnih formata (vebinari sl.). To je imalo kako pozitivne, tako i negativne posljedice. Značajno smanjenje putnih troškova vezanih za učešće na skupovima i mogućnost učešća većeg broja predstavnika Agencije su svakako bili neki od pozitivnih aspekata. Sa druge strane, negativni efekti su se ogledali u otežanom planiranju i implementaciji međunarodnih projekata i odsustvu direktne komunikacije sa ostalim regulatorima i predstavnicima međunarodnih organizacija i asocijacija.

Ova ograničenja su imala posebno negativan efekat jer se javljaju u godini kada je trebalo da se završi transponovanje revidirane Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (septembar 2020. godine), pa je razmjena iskustava u direktnoj komunikaciji sa ostalim kolegama regulatorima bila od velikog značaja za usaglašavanje pristupa različitim izazovima koje nova Direktiva stavlja pred nacionalne regulatorne organe.

Predstavnici Agencije učestvovali su u onlajn sastancima, radionicama i konferencijama koje su organizovali Evropska platforma regulatornih tijela – EPRA i Evropska regulatorna grupe za audiovizuelne medijske servise. Pored toga, dali su doprinos realizaciji nekoliko međunarodnih / regionalnih projekata i skupova posvećenih 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. Značajnu podršku, na tom planu, Agencija je dobila od Savjeta Evrope i Evropske komisije, kroz realizaciju regionalnih projekata namijenjenih unapređenju slobode medija i slobode izražavanja.

\*

\* \*

### Učešće u radu Evropske grupe regulatora za audiovizuelne usluge (ERGA)<sup>87</sup>

#### *Izveštaj o primjeni Kodeksa ponašanja u suzbijanju dezinformacija<sup>88</sup>*

Evropska komisija je 2018. godine inicirala osnivanje Foruma koji je sastavljen od više aktera koji su se usuglasili oko odredbi Kodeksa ponašanja u suzbijanju dezinformacija<sup>89</sup>. Na toj osnovi su se platforme poput Googlea, Facebooka i Twittera obavezale na sprovođenje politika usmjerenih na suzbijanje širenja dezinformacija. U skladu sa svojim Akcionim planom o dezinformacijama iz decembra 2018. godine, Evropska komisija je postavila program nadzora u svrhu provjere efikasnosti sprovođenja Kodeksa.

Na osnovu nadzora koji su sprovele njene članice, ERGA je u toku 2019. godine pripremila, a 4. maja 2020. godine i objavila Izveštaj koji sadrži rezultate dubinske analize

*„Borba protiv dezinformacija od najveće je važnosti za našu demokratiju. Moramo sačuvati vrijednost javnog diskursa na internetu sprječavanjem namjernog širenja lažnih informacija, uz poštovanje slobode govora. Zbog toga će ERGA nastaviti da pruža stručnu podršku Evropskoj komisiji.*

*Međutim, s opasnošću se treba boriti tamo gdje nastaje.*

*Zato moramo naći načine i kako pojačati napore potpisnika (platformi) u povećanju djelotvornosti mjera Kodeksa kao i njihovog izvještavanja”*

Tobias Schmid, predsjednik ERGA-e

<sup>87</sup> **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.

<sup>88</sup> <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/05/ERGA-2019-report-published-2020-LQ.pdf>

<sup>89</sup> Code of Practice on Disinformation, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>.

primjene Kodeksa ponašanja u suzbijanju dezinformacija.

U izvještaju se ocjenjuje sprovođenje pet glavnih stubova Kodeksa i sažimaju rezultati aktivnosti nadzora sprovedenih u toku 2019. godine. Izvještaj pokazuje kako je Kodeks važan korak u kontroli onlajn dezinformacija s obzirom na to da je doveo do novog odnosa između platformi, EU i nacionalnih audiovizuelnih regulatornih tijela. Iako su neke platforme uložile jasne napore za usaglašavanje sa pomenutim mjerama, ERGA je ipak **utvrdila značajne slabosti** koje je potrebno riješiti kako bi ovaj Kodeks postigao svoj cilj u budućnosti. Stoga je ERGA iznijela **konkretne preporuke** koji treba da omoguće napredak u sprovođenju Kodeksa:

- povećati transparentnost platformi, uključujući obezbjeđivanje znatno detaljnijih podataka (posebno podataka koji su specifični za pojedine zemlje) o tome kako potpisnici sprovode Kodeks. ERGA predlaže i da platforme omoguće nacionalnim regulatornim organima nezavisan nadzor podataka, alate za praćenje podataka i specifičnih informacija za pojedine zemlje.
- povećati broj platformi koje prihvataju Kodeks, kako bi se izbjegla regulatorna asimetrija.
- prelazak s fleksibilnog samoregulatornog pristupa, koji je trenutno na snazi, na koregulaciju. Trenutni samoregulatorni model pokazao se važnim i neophodnim prvim korakom, ali postoji potreba za većom efikasnošću u borbi protiv dezinformacija na internetu. To bi trebalo da se obezbijedi uvođenjem odgovarajućeg koregulatornog mehanizma.

*ERGA je pozvala EU da pomogne elektronskim medijima u doba krize izazvane epidemijom koronavirusa*

Naglašavajući izuzetnu važnost medija u doba krize, ERGA je ukazala da pandemija koronavirusa ističe potrebu za pouzdanim informacijama o samoj bolesti kao i o mjerama zaštite koje nadležni organi preduzimaju. Profesionalno novinarstvo je od velikog značaja jer se suprotstavlja opasnostima dezinformacija, koje mogu dodatno otežavati situaciju. Jednako su važni adekvatni digitalni komunikacioni kanali, poput onlajn servisa, kako bi se njegovali društveni kontakti i garantovao pristup kvalitetnom sadržaju u periodu u kojem su građani pozvani da ostanu kod kuće. Čak i kada su suočene s krizom, medijske kuće moraju biti sposobne da ispune svoj zadatak okupljanja društva i zaštite demokratije.

Međutim, elektronski mediji su istovremeno najteže pogođeni efektima krize, od kojih su mnogi već iskusili finansijske probleme na tržištu izloženom stalnim promjenama. Ograničavanje kretanja kao i druge mjere koje preduzimaju nadležni organi na nacionalnom nivou, u svrhu sprječavanja širenja virusa, imaju uticaj i na rad i funkcionisanje medija.

U saradnji sa EK, ERGA je proširila svoj rad na problemu suzbijanja dezinformacija analizom načina na koji digitalne platforme reaguju na izazove koje pred njih stavlja „infodemija“, koja prati pandemiju koronavirusa. Uz to, ERGA je osnovala posebnu radnu grupu sa svrhom razmjene iskustava o efektima ekonomske krize na audiovizuelni medijski sektor u državama članicama EU.

*Plenarne sjednice ERGA-e u 2020. godini*

Redovna **13. plenarna sjednica ERGA** održana je 4. juna 2020. godine (u onlajn formatu). Članice ERGA-e razmijenile su informacije o tome kako se medijske kompanije u njihovim zemljama nose s globalnom krizom. Prema preliminarnim rezultatima ad-hoc radne grupe koja se bavi ekonomskom krizom u audiovizuelnom sektoru izazvanom pandemijom koronavirusa, zaključuje se da cjelokupni medijski sektor u značajnoj mjeri pogođen ozbiljnim ekonomskim gubicima, a posebno akteri koji zavise od prihoda od oglašavanja. S druge strane, pružaoci usluga na zahtjev i OTT servisi bilježe porast broja korisnika i gledanosti. Uz zahvalnost nacionalnim regulatornim organima koji su učestvovali u sprovedenom istraživanju, naglašena je važnost mjera koje su države članice EU preduzele kako bi podržale sektor audiovizuelnih medijskih usluga u ovoj vanrednoj situaciji.



Članice ERGA-e razmijenile su ideje o budućem EU regulatornom okviru za medije u digitalnom okruženju. Đuzepe Abamonte, direktor za medijsku politiku pri Generalnom direktoratu Evropske komisije za komunikacione mreže, sadržaj i tehnologiju, ohrabrio je ERGA-u da doprinese tekućoj raspravi o paketu standarda o digitalnim uslugama, kako bi se adekvatno zaokružilo regulatorno okruženje. Istakao je važnost načela “zemlje porijekla”, kao i dodatnu vrijednost koju ERGA donosi pomažući dosljedno uvođenje pravila u medijsko okruženje.

Nakon objavljivanja Izveštaja o primjeni Kodeksa ponašanja u suzbijanju dezinformacija, ERGA je nastavila da se bavi problemom informacionog poremećaja u medijskom ekosistemu. U toku 2020. godine, definisane su dvije radne grupe u ovom području. Jedna se bavila pojmom dezinformacija i srodnih koncepata, s ciljem stvaranja pregleda o tome kako je taj fenomen pravno regulisan u raznim zemljama članicama EU. Pri tome je vodila računa i o definicijama korišćenima od strane raznih aktera i akademskom pogledu na tu temu. Druga radna grupa pruža podršku Evropskoj komisiji u borbi protiv dezinformacija i nadzoru nad primjenom Kodeksa ponašanja.

Na **14. plenarnoj sjednici ERGA**, koja je održana 3. decembra 2020. godine, u obliku digitalne konferencije, usvojen je Memorandum o razumijevanju članica ERGA-e<sup>90</sup>. Njime su nacionalni regulatorni organi za elektronske medije zemalja članica EU postigli dogovor o zajedničkim načelima i pravilima o tome kako obezbijediti prekogranično sprovođenje propisa o audiovizuelnim medijskim uslugama i platformama za dijeljenje video sadržaja. Usvojen je od strane članica ERGA-e, kao i od nacionalnih organa Evropskog ekonomskog prostora, Norveške, Islanda i Lihtenštajna.

Memorandum potvrđuje posvećenost regulatora audiovizuelnih medijskih usluga ka zajedničkom djelovanju i radu u cilju stvaranja demokratske atmosfere i ravnopravnih uslova u medijskom prostoru. Ovaj dokument članovima ERGA-e nudi novi instrument za prevazilaženje izazova medijskog okruženja bez granica, koje karakteriše sve veća medijska konvergentnost.

Raspravljajući o borbi protiv dezinformacija, ERGA je pozdravila usvajanje od strane EK Akcionog plana za evropsku demokratiju<sup>91</sup> i Akcionog plana za podršku oporavku i transformaciji medijskog i audiovizuelnog sektora<sup>92</sup>.

\*

\* \*

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

Na sastanku Kontakt odbora za AVMSD, koji je održan krajem septembra 2020. godine, bilo je riječi prvenstveno o transpoziciji Direktive o AVM uslugama i obavezama država članica u oblasti donošenja novih nacionalnih propisa u skladu sa Direktivom.

Sastanak je otvorio direktor za medijsku politiku Direktorata za komunikacione mreže, sadržaj i tehnologiju EK Đuzepe Abamonte riječima da je to istorijski sastanak jer je u septembru 2020.g. istekao rok za transpoziciju revidirane Direktive o AVM uslugama. On je naglasio značaj tri glavna elementa revidirane Direktive: dodatne obaveze pružalaca usluga na zahtjev u dijelu promocije evropskih radova, proširivanje određenih audiovizuelnih pravila na platforme za razmjenu video sadržaja i nezavisnost regulatora.

Abamonte je naglasio da EK poklanja veliku pažnju pravilnoj implementaciji ovih odredbi i da stoji na raspolaganju za pomoć državama članicama u ovom procesu. On je prepoznao veoma značajnu ulogu ERGA-e u pružanju podrške za dosljednu implementaciju Direktive o AVM uslugama, kroz razmjenu informacija, primjera najbolje prakse i davanje mišljenja. Naglasio je i značaj

<sup>90</sup> [https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/12/ERGA\\_Memorandum\\_of\\_Understanding\\_adopted\\_03-12-2020\\_1.pdf](https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/12/ERGA_Memorandum_of_Understanding_adopted_03-12-2020_1.pdf)

<sup>91</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_2250](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2250).

<sup>92</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_2239](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2239).

Memoranduma o razumijevanju koji se bavi određenim izazovima u vezi sa prekograničnom primjenom odredbi Direktive i drugih dokumenata na kojima radi ERGA.

Predstavnicima EK objasnili su proces nadgledanja transpozicije i implementacije Direktive, i naglasili značaj pravljenja jasne razlike između prekršaja koji se odnose na izostanak obavještenja o nacionalnim mjerama transpozicije i prekršaja koji su vezani za neusklađivanje nacionalnog zakonodavstva sa odredbama Direktive. Naglasili su da EK planira da izvrši provjeru transpozicije Direktive u nacionalna zakonodavstva država članica u roku od šest mjeseci od isteka roka za transpoziciju. Proces provjere da li su zakoni država članica usklađeni sa odredbama Direktive trajaće od 16 do 24 mjeseca od dana obavještanja EK o završenom procesu harmonizacije.

Predstavnicima država članica predstavili su stepen transpozicije u svojim državama i upoznali EK sa planiranim aktivnostima, rokovima i izazovima vezanim za ovaj proces.

Kontakt komitet je razmatrao i smjernice za implementaciju Direktive koje je donijela Evropska komisija, čiji su predstavnici predstavili glavne preporuke za odgovarajuće tumačenje, transpoziciju i implementaciju Direktive od strane država članica.

Predstavnicima EK dali su pregled dva seta smjernica uvojenih u junu 2020. godine. U vezi sa Smjernicama za tumačenje kriterijuma „osnovne funkcionalnosti” prilikom definisanja platformi za razmjenu video sadržaja<sup>93</sup>, razmatrane su četiri glavne kategorije indikatora: 1) odnos između audiovizuelnog sadržaja i glavne privredne aktivnosti servisa, 2) kvantitativna i kvalitativna relevantnost audiovizuelnog sadržaja za aktivnosti servisa, 3) monetizacija ili prihodi od audiovizuelnog sadržaja, 4) dostupnost alata za isticanje vidljivosti ili atraktivnosti audiovizuelnog sadržaja.

Kada su u pitanju smjernice za izračunavanje udjela evropskih djela i definisanje veličine prometa i publika AVM usluga na zahtjev<sup>94</sup>, predstavnici EK su objasnili odabrani metod izračunavanja evropskih radova (prema broju naslova u katalogu), polaznu osnovu za određivanje praga za izuzeće po osnovu niskog prihoda i malobrojne publike.

Na sastanku je bilo riječi i o uspostavljanju centralizovane baze podataka pružalaca medijskih usluga na nivou EU i obavezama država članica po tom osnovu. Predstavnicima EK su predstavili svoje planove za izradu baze podataka i naglasili koje su aktivnosti država članice predviđene Direktivom o AVM uslugama u smislu dostavljanja Evropskoj komisiji spiskova pružalaca medijskih usluga iz njihove nadležnosti. Obaveza EK jeste da ih objedini u centralizovanu bazu podataka, koja bi bila na raspolaganju svim nezavisnim regulatorima i drugim organima. Istaknuto je da se baza podataka MAVISE<sup>95</sup>, koju vodi Evropski audiovizuelni opservatorium, pokazala kao dobar kandidat za realizaciju ove obaveze.

Na kraju sastanka predstavljeni su planovi na izradi smjernica o obimu izvještaja o realizaciji obaveza u vezi sa promocijom medijske pismenosti i mjerama koje države članice preduzimaju na polju unapređivanja vještina iz ove oblasti. Predstavnicima EK podsjetili su da očekuju prve izvještaje država članica do 19. decembra 2022. godine i kasnije na svake tri godine.

\*

---

<sup>93</sup> Communication from the Commission Guidelines on the practical application of the essential functionality criterion of the definition of a 'video-sharing platform service' under the Audiovisual Media Services Directive

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C\\_.2020.223.01.0003.01.ENG&toc=OJ:C:2020:223:TOC](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2020.223.01.0003.01.ENG&toc=OJ:C:2020:223:TOC)

<sup>94</sup> Communication from the Commission Guidelines pursuant to Article 13(7) of the Audiovisual Media Services Directive on the calculation of the share of European works in on-demand catalogues and on the definition of low audience and low turnover 2020/C 223/03

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C\\_.2020.223.01.0010.01.ENG&toc=OJ:C:2020:223:TOC](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2020.223.01.0010.01.ENG&toc=OJ:C:2020:223:TOC)

<sup>95</sup> <https://mavise.obs.coe.int/>

\* \*

### **Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela – EPRA<sup>96</sup>**

Predstavnici Agencije učestvovali su na nizu događaja koje je EPRA organizovala u toku 2020. godine u onlajn formatu.

Umjesto na proljećnom plenarnom sastanku u Antverpenu, na webinarima održanim u maju i junu 2020. godine, bilo je riječi o: razumijevanju ključnih tržišnih trendova za vrijeme pandemije koronavirusa i oglašavanju igara na sreću. Tema “Pluralizam medija u doba algoritama”<sup>97</sup> obrađena je kroz formu podkasta.

S obzirom da ni jesenji sastanak u Roterdamu nije održan, EPRA je nastavila sa organizovanjem onlajn događaja. Među njima, posebno interesanta je bila serija okruglih stolova na temu medijske pismenosti, koji su održani u septembru i oktobru 2020. godine. Tri onlajn događaja, koji su nazvani „Mreže medijske pismenosti: učimo jedni od drugih“, zasnovani su na aktivnostima EPRA-e iz prethodnih nekoliko godina. Cilj ovih okruglih stolova bio je da pruži mogućnost za razmjenu ideja i primjere najbolje prakse u vezi sa mrežama za razvoj medijske pismenosti, od njihovog osnivanja, preko strukture i funkcionisanja, do evaluacije njihovih aktivnosti i rezultata.

Na webinarima organizovanim u oktobru 2020. godine, razgovarano je o novoj paradigmi medijskih regulatora, kao i o odnosu regulatora i građana.

EPRA je usvojila i Strategiju za period od 2021. do 2023. godine, koja treba da pomogne funkcionisanje članica u okruženju koje karakterišu: ubrzani tehnološki razvoj, novi regulatorni okvir uslovljen revidiranom Direktivom o AVM uslugama, ekonomska kriza i pandemija koronavirusa. Prepoznati su i budući izazovi za sektor i to: prihvatanje kompleksnosti onlajn medijskih ekosistema, dokumentovanje promjena u ponašanju gledalaca/slušalaca, obezbjeđivanje održivosti AVM sektora, nezavisnost rada regulatora, implementiranje EU regulative.

\*

\* \*

### **Implementacija projekta**

#### **„Sloboda izražavanja i sloboda medija u Jugoistočnoj Evropi - JUFREX2“**

Kroz razne online formate, predstavnici Agencije su učestvovali u realizaciji regionalnog projekta Evropske unije i Savjeta Evrope „**Sloboda izražavanja i sloboda medija u Jugoistočnoj Evropi**“ (JUFREX2), pokrenutog radi unapređenja slobode izražavanja i slobode medija u skladu sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije. Ovaj projekat se sprovodi u okviru programa „Horizontalni mehanizam za Zapadni Balkan i Tursku 2019–2022“ (Horizontal Facility II<sup>98</sup>). Pored regionalne komponente, projekat je povezan sa šest pojedinačnih JUFREX projekata koji se realizuju u Albaniji, Bosni i Hercegovini, na Kosovu, u Crnoj Gori, Sjevernoj Makedoniji i Srbiji.

U okviru regionalnih aktivnosti, 3. jula 2020.godine, održan je online okrugli sto na temu „**Izbori, pandemije i dezinformacija**“. Tokom ovog sastanka predložena je i od strane JUFREX-a

---

<sup>96</sup> 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.

<sup>97</sup> <https://www.epra.org/events/epra-podcast-season-1-ep-1-media-plurality-in-the-age-of-algorithms>

<sup>98</sup> <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 aktivnosti specifične za korisnike i regionalne inicijative i trajala je od 2016. do 2019. Druga faza programa (vrijedna 41 mil. EUR, trajaće 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.

podržana izrada studije koja se bavi pitanjem političkih kampanja. Na osnovu zaključaka sa ovog događaja, izrađena je studija „**Regulacija političkog oglašavanja: komparativna studija sa osvrtnom na situaciju u Jugoistočnoj Evropi**“<sup>99</sup>, koja se bavi pitanjima političkih kampanja i političkog oglašavanja iz perspektive medijskog regulatora. Studija takođe nudi smjernice u skladu sa evropskim standardima i najboljom praksom u ovoj oblasti.

\*

\* \*

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

Predstavnici Agencije su učestvovali u nastavku realizacije 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 o modelima upravljanja, regulacije i finansiranja javnih emitera zapadnog Balkana, održan je 28, 29 i 30. januara 2020. godine u Beogradu, Srbija. Na njemu su učestvovali predstavnici pet ključnih grupa iz svake zemlje, odnosno menadžmenta nacionalnih javnih emitera i njihovih savjeta/upravnih odbora, nacionalnih parlamenata, medijskih regulatora i relevantnih nevladinih organizacija.

U toku prva dva dana razgovarano je o procesu izbora upravljačkih/nadzornih tijela i generalnih direktora u šest zapadnobalkanskih javnih emitera, kao i odnosima između parlamenata, regulatora i upravljačkih tijela javnih emitera. Posebno je analizirano stanje u odnosu na najbolje prakse u EU, koje su predstavili eksperti EBU-a u dokumentu „Zajednički principi upravljanja javnim medijskim servisima zapadnog Balkana“.

Trećeg dana nastavljen je rad započet na prethodnom regionalnom sastanku u Sarajevu, u maju 2019. godine, kada je usvojen dokument „Zajednički principi finansiranja javnih medijskih servisa zapadnog Balkana“. Naime, kako su stručnjaci EBU-a priredili novi dokument pod **nazivom „Smjernice za implementaciju Zajedničkih principa finansiranja javnih emitera na zapadnom Balkanu“**, na sastanku je razgovarano o ključnim izazovima u finansiranju.

Nakon usvajanja pomenutih dokumenata, ustanovljene su i grupe za praćenje i procjenu procesa primjene principa kao naredni korak u njihovoj implementaciji.

Parlamentarni odbor za stabilizaciju i pridruživanje Evropske unije i Crne Gore (SAPC) održao je svoj 18. sastanak u Podgorici 25. i 26. februara 2020. godine. U okviru usvojene Deklaracije i zaključaka<sup>100</sup>, Odbor je ohrabrio Crnu Goru da implementira zajedničke regionalne principe o finansiranju i upravljanju javnim emiterima, koje su usvojili predstavnici parlamenata, regulatornih vlasti, najviše rukovodstvo iz javnih servisa, njihovih upravljačkih tijela i civilnog sektora sa zapadnog Balkana u Sarajevu (2019) i Beogradu (2020).

Nakon izbijanja pandemije, aktivnosti u okviru projekta su revidirane i prilagođene radu uz korišćenje onlajn platformi, kako bi se obezbijedio kontinuitet u komunikaciji i razmjeni informacija od značaja za rad javnih emitera u okolnostima izazvanim pandemijom.

<sup>99</sup> <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/02/Regulisanje-politickog-oglasavanja.pdf>

<sup>100</sup> [https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/197459/18th-EU-MNE-SAPC\\_Recommendations\\_final\\_26022020.pdf](https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/197459/18th-EU-MNE-SAPC_Recommendations_final_26022020.pdf)

## JAVNOST I UNAPREĐENJE RADA AGENCIJE

Saglasno Zakonu o slobodnom pristupu informacijama, tokom 2020. godine, Agenciji su podnesena **četiri** zahtjeva za slobodan pristup informacijama. Detaljnije informacije o pojedinim zahtjevima i donesenim odlukama Agencije se nalaze u **Prilogu 1** - Pregled razmatranih zahtjeva za slobodan pristup informacijama.

Saglasno Zakonu o slobodnom pristupu informacijama Agencija proaktivno objavljuje informacije (član 12 zakona) i dostavlja akta i podatke za potrebe vođenja informativnog sistema pristupa informacijama.

Na sajtu Agencije za elektronske medije omogućeno je da se sljedećim kategorijama dokumenata može pristupiti „**u tri klika**“: izvodi iz registara i evidancija, planovi i izvještaji, javne nabavke, spisak zaposlenih, spisak javnih funkcionera i lista obračuna njihovih zarada i drugih primanja i naknada u vezi sa vršenjem javne funkcije, rješenja kojima je odobren pristup traženim informacijama i sl.

**Vodič za pristup informacijama u posjedu  
Agencije za elektronske medije  
(br. 02 – 1438 od 31.12.2020.g.)  
dostupan na veb adresi Agencije  
[www.aemcg.org](http://www.aemcg.org)**

\*  
\* \*

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

Tokom 2020. godine objavljeno je 445 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 496**.

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 web prezentaciji [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org) iznosio je 23.739, ili prosječno 1.978 mjesečno.** Najveći broj posjeta je zabilježen u decembru (2.823), a najmanji u maju 2020. godine (1.710).

**Broj jedinstvenih posjetilaca je bio 23.739**, od čega 76,6% tj. 18.147 iz Crne Gore. Windows platforma je bila zastupljena sa 33%, Android sa 49,6% i Apple iOS sa 14,3%. Ostatak čine Macintosh, Linux i druge platforme sa oko 3% ukupno.

Poređenjem broja pregledanih stranica (90.446) i broja posjetilaca, može se zaključiti da je prosječan posjetilac u 2020. godini pregledao približno 3,8 stranica u jednoj posjeti, na svakoj stranici ostao 50 sekundi, a na našem sajtu u prosjeku 2 minuta i 5 sekundi kod svake posjete.

U skladu sa Poslovnikom o radu, sjednice Savjeta Agencije su otvorene za javnost. Zbog nemogućnosti da se obezbijede adekvatni prostorni uslovi, a u cilju poštovanja Obaveznih mjera protiv širenja koronavirusa za privredu i građane koje je donio Institut za javno zdravlje Crne Gore, sjednice su od marta do decembra 2020. godine bile zatvorene za javnost. Ipak, ne zanemarujući svoju obavezu prema javnosti, Savjet Agencije je, u skladu sa uobičajenom praksom, na veb sajtu Agencije obavještavao javnost o svim aktivnotima kao i svojim odlukama. Na sajtu Agencije se takođe mogu naći i zapisnici sa svih sjednica.

Takođe, u cilju poboljšanja komunikacije sa javnošću otvoreni su nalozi na društvenim mrežama.

Agencija je otvorila profil na društvenoj mreži Facebook 1. maja 2020. godine. Od tada do 31. decembra 2020. godine objavljeno je 46 postova, dosegnut 401 korisnik, a profil je lajkovan 284 puta. Od korisnika koji su dali pozitivno mišljenje o profilu Agencije, bilo je 68% žena i 32% muškaraca.

Što se starosnog profila posjetilaca tiče, kategorije stanovništva od 17-24 godine ne pokazuju naročito interesovanje za rad Agencije - ukupno 1,1%. Najveći broj posjetilaca je iz grupe od 25 do 54 godine (86,5%) dok preostalih 12,4% čine posjetioci stariji od 55 godina.

Geografski posmatrano, daleko najviše posjetilaca je iz Podgorice (64,8%), za kojom slijede Bar sa 4,9% i Nikšić sa 3,9%.

Agencija je prisutna i na društvenoj mreži Twitter. Ukupno je objavljeno 46 „tvitova“ u 2020. godini, i oni su imali 29.000 impresija. Tri najpopularnije objave imale su preko 1000 impresija svaka, dok su sve objave zajedno „lajkovane“ 95 puta, retvitovane 17 puta, a posjetioci su kliknuli na linkove unutar objava 27 puta.

Na profilu Agencije na Instagramu je u 2020. godini postavljeno 46 objava i dosegnuto je 425 korisnika, od čega su 62,5% bile žene, a 37,5% muškarci. U najmlađoj grupi (13-24 godine) bilo je 6,6% posjetilaca, u grupi 25-54 godine 89,3% dok je najstarija grupa (preko 55 godina) bila zastupljena sa 4,1%.

Gradovi iz kojih je bilo najviše posjeta Instagram profilu Agencije bili su Podgorica sa 61,7%, Nikšić sa 5,4% i Bar sa 2,8%.

\*  
\*       \*

U 2020. godini na veb sajtu **medijske pismenosti (www.medijskapismenost.me)** objavljeno je ukupno 30 članka i 37 novih slika. Na YouTube kanal objavljeno je 26 video snimaka. **Ukupan broj posjeta veb prezentaciji iznosio je 1.976, ili prosječno 140 mjesečno.** Najveći broj posjeta je zabilježen u martu (313), a najmanji u avgustu 84.

Broj jedinstvenih posjetilaca za godinu dana je bio 1.625, od čega 41,2% tj. 670 iz Crne Gore. Windows platforma je bila zastupljena sa 43,5%, Android sa 41,3% i Apple iOS sa 9,2%. Ostale platforme čine 6%.

Poređenjem broja pregledanih stranica (6.223) i broja posjetilaca, može se zaključiti da je prosječan posjetilac u 2020. godini pregledao približno 3,9 stranica u jednoj posjeti i zadržao se u prosjeku 1 minut i 37 sekundi na veb sajtu.

Paralelno sa veb prezentacijom medijske pismenosti, otvoreni su i profili na društvenim mrežama Facebook i Instagram. Zbog tehničkih problema, značajan dio 2020.g, profili na društvenim mrežama medijske pismenosti nijesu bili aktivni.

Na Facebook profilu projekta „Medijska pismenost“ postavljeno je 23 posta, dosegnuto 9.436 korisnika, a profil je lajkovan 2195 puta. Od korisnika koji su dali pozitivno mišljenje o profilu projekta, bilo je 73,7% žena i 26,3% muškaraca.

Starosni profil posjetilaca pokazuje da je u grupi 13-24 godine bilo 5,8% posjetilaca, od 25-54 godine 81,9%, dok su stariji od 55 godina činili 12,3% posjetilaca.

Geografski, najviše posjeta je bilo iz Podgorice (56,2%), za kojom slijede Nikšić sa 6,6% i Bar sa 4,5%.

Što se Instagrama tiče, ukupno je postavljeno 17 objava koje su dosegle 1.514 posjetilaca. Broj pratilaca bio je oko 1.000, od čega su žene činile 72,4% a muškarci 27,6%.

Kako Instagram koristi pretežno mlađa populacija, ne iznenađuje da je uzrast od 13-24 godine zastupljen znatno više nego kod Facebooka (20,4%). Uzrast od 25-54 godine bio je zastupljen

sa 70,4% dok je posjetilaca starijih od 55 godina bilo prilično malo, svega 3.2%. Posjeta je opet najviše bilo iz Podgorica (54,1%), za kojom slijede Nikšić sa 4.7% i Bar sa 3,3%.

\*

\* \*

### **Unaprjeđenje sistema monitoringa kroz dotur signala emitera sa udaljenih lokacija u Crnoj Gori**

U cilju stvaranja uslova za sprovođenje zakonom utvrđenih obaveza i nadležnosti Agencije u dijelu koji se odnosi na monitoring poštovanja programskih standarda i uslova utvrđenih izdatim odobrenjima za emitovanje, tokom 2020. godine, sprovedena je prva faza realizacije sistema dotura programskih sadržaja emitera, prije svega radijskih, do sistema za monitoring u Podgorici.

Nakon izbora adekvatne opreme za prijem udaljenih radijskih programa i njihovu distribuciju do Podgorice, odabran je odgovarajući i efikasan sistem dotura u pogledu racionalnosti troškova i predviđenih i planiranih finansijskih sredstava za ovu aktivnost. Posebno je vođeno računa da se obezbijedi kompatibilnost usvojenog rješenja sa planiranom nabavkom softvera za snimanje i analizu programskih sadržaja emitera. U konačnom, sve ovo treba da poveća efikasnost cjelokupnog sistema monitoringa kroz automatizaciju određenih poslova.

U pogledu sistema distribucije, opredijelili smo se da se distribucija ovih sadržaja vrši posredstvom interneta. Naime, procijenjeno je da bi realizacija samostalnog sistema distribucije od strane Agencije, kao i odgovarajući zakup prostornih kapaciteta i kapaciteta mreže operatora elektronskih komunikacija, zahtijevala značajna finansijska sredstva koja značajno prevazilaze planirana finansijska sredstva za realizaciju ovih aktivnosti. Usvojeno rješenje podrazumijeva da je svaka lokacija opremljena sa modemom za pristup mreži mobilnih operatora posredstvom 4G tehnologije, pa je na taj način omogućeno efikasno povezivanje uređaja za prijem u Sektoru za monitoring u Podgorici. Tokom 2020. godine izvršena je montažu na tri udaljene lokacije u Crnoj Gori i to u Herceg Novom, Baru i Beranama. Time je omogućen prijem osam radijskih programa koji nijesu bili dostupni za direktan prijem u Podgorici.

Planirano je da se ovi kapaciteti značajno prošire tokom 2021. godine, odnosno da se adekvatnim izborom prijemnih lokacija, kao i primjenom odgovarajućih tehnoloških rješenja, dođe do značajnijeg pomaka u radu monitoringa Agencije u pogledu mogućnosti prijema, analize i identifikacije pojedinačnih programskih sadržaja radijskih emitera sa cjelokupne teritorije Crne Gore.

Realizacija ovog sistema neophodan je uslov za uspješnu implementaciju odgovarajućeg softverskog rješenja za snimanje i analizu programskih sadržaja emitera. Jer, njom se omogućava prijem radijskih i televizijskih programa čiji prijem u Podgorici nije moguć posredstvom zemaljskih sistema FM radija i digitalne zemaljske televizije.

\*

\* \*

Agencije je tokom 2020. godine započela projekat formiranja biblioteke. Među publikacijama koje su našle svoje mjesto u bibliotečkom fondu izdvaja se stručna i naučna, domaća i međunarodna literatura iz oblasti medija, komunikacija, psihologije i umjetnosti. Namjeravamo da opremanje biblioteke bude kontinuirana aktivnost koja će svake godine doprinjeti obnavljanju i uvećanju bibliotečkog fonda.

Cilj realizacije ovog projekta je pružanje pomoći u istraživanju i unapređenju znanja zaposlenih u Agenciji. Biblioteka Agencije će pored navedenog pružati i usluge u vidu poboljšanja medjske i informacione pismenosti svojih korisnika. Ona treba da predstavlja aktivan centar predviđen za učenje i korišćenje svih novih izvora informacija, a manje kao prostor u kojem se čuvaju knjige i periodične publikacije. Takođe, namjera je da knjige budu dostupne studentima i drugim istraživačima.

## FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2020. 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 20.09.2019. godine, Savjet Agencije za elektronske medije je donio Odluku o usvajanju Finansijskog plana Agencije za elektronske medije za 2020. godinu (Odluka br. 01-1031/1 od 20.09.2019. godine).

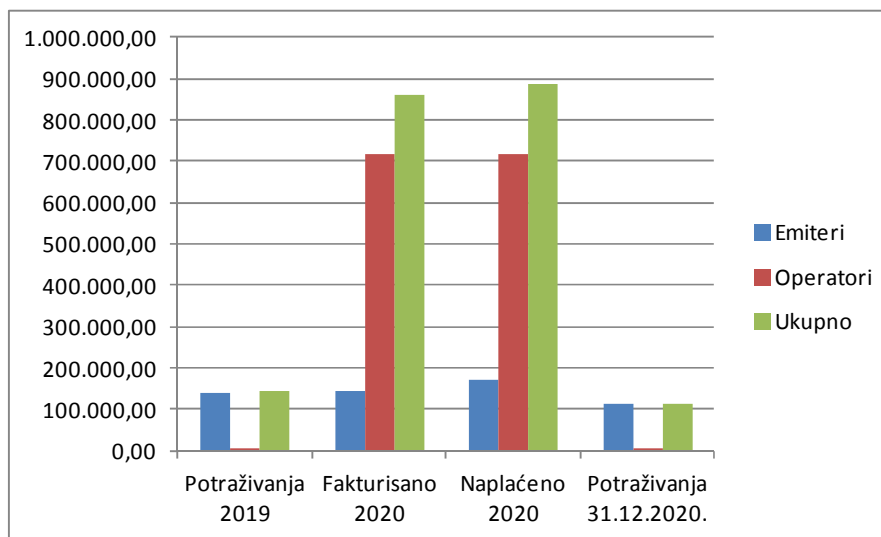
Saglasno članu 32 Zakona o budžetu i fiskalnoj odgovornosti, Agencija za elektronske medije je u propisanom roku (do 30. septembra 2019. godine), Ministarstvu finansija dostavila utvrđeni Finansijski plan sa planom rada za 2020. godinu kao i akt o određivanju predstavnika Agencije za elektronske medije koji će učestvovati u skupštinskoj proceduri.

Na devetoj sjednici drugog redovnog (jesenjeg) zasijedanja u 2019. godini, Skupština Crne Gore je 27. decembra 2019. godine donijela Odluku o usvajanju Finansijskog plana sa planom rada Agencije za elektronske medije za 2020. godinu ("Sl. list Crne Gore", br. 74/19).

U cilju obezbjeđenja podrške kontinuitetu rada u situaciji izazvanoj pojavom i širenjem koronavirusa, Savjet Agncije je donio odluke da se komercijalni i javni emiteri oslobode obaveze plaćanja druge i četvrte kvartalne rate godišnje naknade za emitovanje za 2020. godinu, kao i da se emiteri koji emituju programske sadržaje u okviru projekta „Uči doma“ oslobode kompletne godišnje naknade za 2020. godinu<sup>101</sup>.

U toku 2020. godine Agencija je ostvarila ukupan prihod u iznosu od 917.851,19 €, rashodi su iznosili 744.578,56 €, što znači da je ostvarena pozitivna razlika u iznosu od 173.272,63 €.

Procenat naplativost prihoda po osnovu naknada za emitovanje ostvaren je na nivou od 60,18%, dok je procenat naplativosti prihoda po osnovu naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev je iznosio 99,93%, što ukazuje da su ovi prihodi stabilni izvori finansiranja Agencije u toku 2020. godine.



Grafik 25. Struktura i naplativost prihoda po osnovu izdatih odobrenja

Vrijednost ukupne aktive, na bazi bilansa stanja na dan 31.12.2020. godine je 2.147.471,63 €. Stalna imovina od 71.193,98 € iznosi 3,3% ukupne aktive, a sastoji se od nematerijalne imovine (9,3%) i materijalne imovine (90,7%).

Obrtna imovina u vrijednosti od 2.076.277,65 € čini 96,7% ukupne aktive i odnosi se na kratkoročna potraživanja (2,1%) i gotovinu i gotovinske ekvivalente (97,9%).

<sup>101</sup> Odluke Savjeta Agencije br. 01-279/3 od 20.03.2020.g., 01-1191/1 od 11.12.2020.g. i 01-1216 od 17.11.2020.g.).



Ukupna potraživanja prenijeta iz 2019. godine iznosila su 70.980,94 €, dok ukupna potraživanja na dan 31.12.2020. godine iznose 43.193,76 €. Od tog iznosa, 28.495,36 € su potraživanja od emitera i pružalaca AVM usluga na zahtjev (KDS/MMDS/IPTV/DTH operatori) sa ispravkom vrijednosti, 13.475,81 € su potraživanja od državnih organa po osnovu refundacija i depozit za maestro bussines card u iznosu od 1.222,59 €.

Ukupan promet žiro-računa u 2020. godini iznosio je 2.784.161,24 €, blagajne 1.256,72 € i deviznog računa 13.070,12 €.

**Ukupna pasiva** je u vrijednosti od 2.147.471,63 €. Kapital Agencije je 2.088.757,20 € i obuhvata:

- osnovni kapital 540.691,04 €,
- neraspoređeni dobitak ranijih godina u iznosu od 1.374.793,53 € i
- neraspoređeni dobitak tekuće godine u iznosu od 173.272,63 €.

U toku 2020. godine neraspoređeni dobitak ranijih godina je umanjen za 30.000 €. Naime, uvažavajući apel Vlade Crne Gore da u situaciji izazvanoj pojavom i širenjem koronavirusa budemo odgovorni, solidarni, da udružimo snage u cilju očuvanja zdravlja i nabavke neophodnih medicinskih i zaštitnih sredstava, Savjet Agencije je dao saglasnosti da se za nabavku respiratora ili druge medicinske opreme neophodne za prevenciju širenja infekcije ili liječenja oboljelih lica od koronavirusa izdvoje sredstva u iznosu od 30.000 € i ista obezbjede iz neraspoređene dobiti Agencije iz ranijih godina (Odluka Savjeta Agencije br. 01-279/4 od 20.03.2020.g.).

Dugoročna rezervisanja na dan 31.12.2020. godine iznose 26.781,45 € i ista se odnose na rezervisanja po MRS 19 - Naknade zaposlenima, koju je izvršio ovlašćeni aktuar dana 08.02.2021. godine sa stanjem na dan 31.12.2020. godine, od čega se dio odnosi na rezervisanje po osnovu jubilarnih nagrada 14.900,79 €, a dio na rezervisanje po osnovu otpremnina 11.880,66 €.

Tokom 2020. godine izvršeno je umanjenje rezervisanja po osnovu jubilarnih nagrada u ukupnom iznosu od 940,55 € (1.024,78 € bruto), za 20 godina radnog staža (Odluka br. 02-586 od 08.07.2020. godine).

Ukupne kratkoročne obaveze Agencije iznose 31.932,98 €, od čega se 16.800,10 € odnosi na primljene avanse od kupaca, 12.262,40 sredstva Fond za pomoć komercijalnim radio emiterima i 2.870,48 € su obaveze prema dobavljačima.

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).

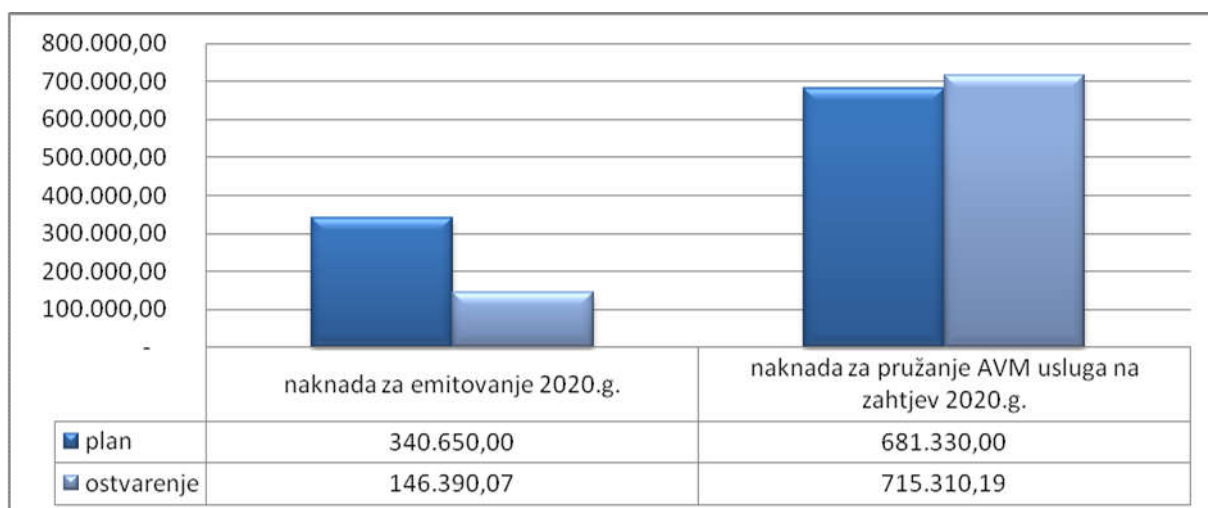
**Dovodeći navedene obaveze u vezu sa vrijednošću obrtno imovine od 2.076.277,65 € može se zaključiti da je Agencija solventna, odnosno njena likvidnost nijednog momenta nije dovedena u pitanje.**

U tabelarnom prikazu dati su ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom:

*januar - decembar 2020. godine*

Vrste prihoda	Plan	Ostvareno	Index
naknada za registraciju	-	42,34	-
naknada za emitovanje	340.650,00	146.390,07	42,97
naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev	681.330,00	715.310,19	104,99
ostali poslovni dobitci	-	53.462,76	-
finansijski prihodi	-	2.645,83	-

## Izvještaj o radu Agencije za elektronske medije za 2020. godinu



Grafik 26.: Prikaz ostvarenih prihoda i njihovo poređenje sa planom u 2020. godini

Upoređujući elemente ostvarenja prihoda u odnosu na planirane, može se konstatovati da je prihod od naknada za emitovanje ostvaren za 57,0% manje od planiranog, dok je prihod od naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev za 5% veći od planiranog. Pri tome se misli na prihode koji se odnose na fakturisane naknade za pružanje AVM usluga u 2020. godini. Razlog navedenog odstupanja prihoda od naknada za emitovanje je oslobađanje komercijalnih i javnih emitera dijela obaveza plaćanja naknade za emitovanje za 2020. godinu (Odluke br. 01-279/3 od 20.03.2020.g., 01-1191/1 od 11.12.2020.g. i 01-1216 od 17.11.2020.g.).

U tabelarnom prikazu dati su ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom:

januar - decembar 2020. godine

Vrste rashoda	Plan	Ostvareno	Index
bruto zarade zaposlenih	524.348,00	459.307,45	87,60
bruto naknade članova Savjeta	89.357,00	82.338,69	92,15
ostala primanja i naknade	31.200,00	26.073,60	83,57
službena putovanja i članarine međ. org.	23.000,00	7.109,90	30,91
rashodi za materijal i usluge	58.000,00	36.635,97	63,17
trošak održavanja osnovnih sredstava	15.500,00	7.560,85	48,78
ostala poslovna terećenja	216.300,00	53.634,57	24,80
trošak rezervisanja	-	6.774,19	-
trošak ispravke vrijednosti potraživanja	-	47.239,71	-
subvencije kamate	10.000,00	-	-
amortizacija	25.000,00	17.903,63	71,61
rezerva	29.031,00	-	-

Detaljnije informacije o rezultatima finansijskog poslovanja Agencije za elektronske medije u 2020. godini mogu se naći u IZVJEŠTAJU O FINANSIJSKOM POSLOVANJU AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE ZA 2020. GODINU, dostupnom na veb-sajtu [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org).



DIREKTOR

Goran Vuković

## Prilog 1 - Pregled razmatranih zahtjeva za slobodan pristup informacijama

Podnosilac / Predmet zahtjeva	Odluka Agencije po zahtjevu
<p><b>1. NVO „Centar za građansko obrazovanje“, 22.06.2020.<sup>102</sup> / informacije-dokumenta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kopije svih ugovora zaključenih sa medijskim kućama, agencijama za odnose sa javnošću, agencijama za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskim kućama koje je Agencija angažovala od 01.01.2018.g. do 31.12.2019.g. i na osnovu kojih je izvršila uplatu novčanih sredstava (kopije ugovora ili precizne informacije sa kim su ugovori i za koje tačno najmenje sklapani);</li> <li>- Kopije ugovora u kojima su navedeni iznosi koji su gore navedenim subjektima uplaćeni od strane Agencije u toku 2018. i 2019. godine (od 01.01.2018.g do 31.12.2019.g.) i tip usluge koji ti iznosi pokrivaju shodno ugovorima;</li> <li>- Kopija informacije o novčanim transakcijama prema gore navedenim subjektima koje su vršene van navedenih ugovora, uz navođenje osnova transakcije i iznosa uplaćenog novca;</li> <li>- Kopije ugovora sa bilo kojim drugim subjektima preko kojih se zakupljivao prostor u medijima ili su se na druge, posredne načine vršile uplate medijima i novinarima od strane Agencije uz tačne iznose i specifikaciju troškova.</li> </ul>	Usvojen
<p><b>2. NVO „MANS“, 18.08.2020.<sup>103</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije pristigle evidencije emitovanja programskih sadržaja u skladu sa Pravilnikom o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, koji su održani 30. avgusta 2020. godine.</b></p>	Usvojen
<p><b>3. NVO „MANS“, 14.09.2020.<sup>104</sup> / informacije-dokumenti koje se odnose na kopije sve pristigle evidencije emitovanja programskih sadržaja u skladu sa Pravilnikom o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, koji su održani 30. avgusta 2020. godine.</b></p>	Usvojen
<p><b>4. NVO „MANS“, 08.12.2020.<sup>105</sup> / informacije-dokumenti koje se odnose na kopiju sve pristigle evidencije emitovanja programskih sadržaja na televizijskom programu 'TV Pink M' (privredno društvo 'Pink Media M' d.o.o.) u skladu sa Pravilnikom o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, koji su održani 30. avgusta 2020. godine“.</b></p>	Odbijen zbog neposjedovanja
<p><b>5. NVO „MANS“, 08.12.2020.<sup>106</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopiju sve pristigle evidencije emitovanja programskih sadržaja „Srpska TV“ (Društvo za ravnopravnost i toleranciju) u skladu sa Pravilnikom o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, koji su održani 30. avgusta 2020. godine</b></p>	Odbijen (podnosiocu zahtjeva već omogućen pristup traženoj informaciji i to Rješenjem Agencije 02-1008/1 od 28.09.2020.g., te nije bilo potrebno ponovo dostavljati istu informaciju/dokumenta)
<p><b>6. NVO „MANS“, 08.12.2020.<sup>107</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije sve pristigle evidencije emitovanja programskih sadržaja televizijskog programa „Prva TV“ (privredno društvo AST d.o.o.) u skladu sa Pravilnikom o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, koji su održani 30. avgusta 2020. godine.</b></p>	Usvojen

<sup>102</sup> Rješenje Agencije br. 02-501/1 od 06.07.2020.g.

<sup>103</sup> Rješenje Agencije br. 02-811/1 od 31.08.2020.g.

<sup>104</sup> Rješenje Agencije br. 02-1008/1 od 28.09.2020.g.

<sup>105</sup> Rješenje Agencije br. 02-1282/1 od 22.12.2020.g.

<sup>106</sup> Rješenje Agencije br. 02-1283/1 od 22.12.2020.g.

<sup>107</sup> Rješenje Agencije br. 02-1284/1 od 22.12.2020.g.