



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE
Broj: 02 - 730
Podgorica, 28.04.2022. godine

IZVJEŠTAJ O RADU
AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE
ZA 2021. GODINU

Podgorica, april 2022. godine

S A D R Ž A J:

UVOD	3
RAZVOJ I IMPLEMENTACIJA ZAKONSKOG I PODZAKONSKOG OKVIRA OD ZNAČAJA ZA AUDIOVIZUELNI MEDIJSKI SEKTOR	4
NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA	12
STANJE TRŽIŠTA USLUGA DISTRIBUCIJE RADIO I TELEVIZIJSKIH PROGRAMA DO KRAJNJIH KORISNIKA	48
PROMOCIJA MEDIJSKE PISMENOSTI	51
MEĐUNARODNA SARADNJA	63
JAVNOST I UNAPREĐENJE RADA AGENCIJE	63
FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2020. GODINI	67
Prilog 1 - Pregled razmatranih zahtjeva za slobodan pristup informacijama	71

UVOD

Okolnosti izazvane epidemijom novog korona virusa obilježile su rad Agencije za elektronske medije i u 2021. 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. Agencija je i ove godine emitere oslobodila dijela obaveza vezanih za godišnje naknade za emitovanje za 2021. godinu. Dodatno je podržala emitere koji su bili uključeni u projekat „Uči doma“. Pored toga, sličnu podršku pružila je i pružaocima AVM usluga na zahtjev (kablovskim operatorima).

U skladu sa Zakonom o medijima, Agencija je sprovela neophodne radnje kako bi obezbijedila što efkasniji početak primjene novih rješenja. Ključna aktivnost je predstavljala priprema i usvajanje Pravilnika o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima. Njime su stvoreni uslovi za realizaciju obaveza Agencije u vezi sa raspodjelom sredstava elektronskim medijima iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija.

Posebna pažnja bila je usmjerena na praćenje predizbornih kampanja za lokalne izbore u pet opština, održane u martu, maju i decembru 2021. 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 kontinuirano praćenje i 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 2021. 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 2021. godinu, dostavlja Skupštini Crne Gore na usvajanje.

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

1. Usaglašavanje medijskih zakona i izrada medijske strategije

Sredinom 2021. godine, Agencija za elektronske medije je dostavila Ministarstvu javne uprave, digitalnog društva i medija predloge i sugestije u sklopu napora usmjerenih na finalizaciju seta medijskih zakona, posebno imajući u vidu Ekspertski pregled Savjeta Evrope (SE) povodom Nacrta zakona o AVM uslugama i ocjene međusobne usklađenosti Nacrta zakona o AVM uslugama, Zakona o medijima i Zakona o nacionalnom javnom emiteru RTCG.

Na taj način, izraženi su nada i očekivanje da će biti formulirana rješenja koja će, prvenstveno kroz Zakon o AVM uslugama, obezbijediti uslove za uspješno transponovanje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: Direktiva o AVM uslugama), revidirane krajem 2018. godine, kao ključnom dokumentu u oblasti audiovizuelne politike Evropske Unije. Njeno transponovanje i postojanje kapaciteta za njeno sprovođenje su parametar za ocjenu ispunjavanja završnih mjerila za pregovaračko poglavlje 10 - Informaciono društvo i mediji.

Oni se u značajnoj mjeri odnose na pitanja na koja je ukazano u Ekspertskom pregledu Savjeta Evrope. Pored toga dat je set predloga i sugestija u vezi pitanja koja nijesu uopšte tretirana ili nijesu na adekvatan način regulisana objavljenim Predlogom zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama i važećim zakonima ili praksa ukazuje na potrebu njihove izmjene.

Ključna poruka Agencije je bila da prilikom formulisanja zakonskih rješenja treba voditi računa da ona obezbijede unapređenje opšteg okvira za rad medija, ali i Agencije kao nezavisnog regulatornog organa za sektor AVM usluga, što je posebno naglašeno Revidiranom Direktivom o AVM uslugama.

Imajući u vidu da se radi o ključnim pitanjima za AVM sektor i njegov dalji razvoj, predstavnicima Agencije, koji su krajem 2021. godine uključeni u radne grupe za finalizaciju seta medijskih zakona i Medijske strategije za period 2022-2025. godine, ona su bila dio polaznih gledišta i okvira za vođenje debate, razmjene mišljenja i formulisanje održivih predloga i rješenja.

Neka od tih pitanja su:

- J Efikasan set mjera i jasne nadležnosti u postupku ograničenja prijema audiovizuelnih medijskih usluga koje potiču kako iz zemalja EU tako i van nje.
- J Adekvatno pozicioniranje i valorizacija uloge nevladinih organizacija tj. nevladinog sektora u postupcima imenovanja i razrješenja članova Savjeta Agencije za elektronske medije, kao i savjeta javnih emitera.
- J Unapređenje postupka imenovanja i razrješenja članova Savjeta Agencije za elektronske medije, kao i savjeta javnih emitera, te direktora ovih institucija. Poseban aspekt koji je naglašen je obezbjeđivanje sudske kontrole u procesu imenovanja i razrješenja ovih lica.
- J Obezbeđivanje i promocija pristupačnosti AVM usluga licima sa invaliditetom.
- J Unapređenje uslova za promociju i jačanje koregulacije ili samoregulacije.
- J Regulisanje i unapređenje prakse vezano za obavezno objavljivanje podataka o sadržajima u elektronskim medijima.
- J Unapređenja mjera za poboljšanje ponude sadržaja iz sopstvene produkcije crnogorskih emitera.

- J Definisanje statusa „usluge od posebnog značaja/opšteg interesa“ u cilju unapređenja ponude domaćih sadržaja i jačanja uloge medija u borbi protiv dezinformacija.
- J Redefinisanje uslova za sticanje statusa neprofitnog emitera.
- J Unapređenje transparentnosti i odgovornosti u postupku planiranja i realizacije modela finansiranja javnih emitera.
- J Obezbeđivanje mjera za suzbijanje zloupotrebe AVM sadržaja za komercijalne razloge, kao i njihovo mijenjanje kroz pružanje AVM usluga na zahtjev ili distribuciju linearnih AVM usluga.
- J Unapređenje promocija proizvodnje i pristupa evropskim audiovizuelnim djelima u audiovizuelnim medijskim uslugama na zahtjev.
- J Unapređenje zaštite maloljetnika u komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama kroz cjelovito transponovanje odredbi Direktive o AVM uslugama koje se odnose na obavezu smanjivanja izloženosti djece komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama koje promovisu alkohol i promovisu nezdravu hranu, kao i unapređenje prakse za njihovu primjenu.
- J Definisanje sveobuhvatnog okvira za prava i obaveze u vezi za medijskim predstavljanjem i posebno političkim oglašavanjem izvan i u toku izborne kampanje.
- J Kreiranje održivog i efikasnog okvira za regulisanje usluga koje pružaju platforme za razmjenu video sadržaja, sa posebnim naglaskom na efikasnu i pristupačnu zaštitu korisnika ovih usluga.
- J Unapređena rješenja koja definišu uslove, prava i obaveze u procesima izdavanja, izmjena ili prenosa odobrenja za emitovanje, a sve u cilju obezbjeđivanja mjera koje će doprinijeti jačanju konkurentnosti i medijskog pluralizma, uz uvažavanje održivosti i slobode medija.
- J Unapređenje mjera za prevenciju i suzbijanje nedozvoljene medijske koncentracije odnosno zloupotrebe dozvoljene medijske koncentracije kako u AVM sektoru tako i sa njim povezanim sektorima.

2. Pravilnik o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima

Odredbama čl. 17-23 Zakona o medijima¹ regulisano je uspostavljanje, izvori i način raspodjele i korišćenja sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Zakon predviđa da se finansijska sredstva obezbjeđuju na nezavisan i transparentan način, uz garancije uređivačke, programske i institucionalne autonomije. 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 Ministarstvo², 40% sredstava, koja se usmjeravaju u podfond za dnevne i nedeljne štampane medije i internetske publikacije.

¹ „Sl. list CG“, br. 82/20.

² Organ državne uprave nadležan za poslove medija, odnosno Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija.

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: Ministarstvu i Agenciji.

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 Televizija Crne Gore (Ombudsman) ne finansira iz sredstava Fonda.

Zahtjev može podnijeti samoregulatorno tijelo koje ispunjava sljedeće uslove:

- 1) da je uspostavljeno najmanje tri godine prije podnošenja zahtjeva; i
- 2) da osnivači medija nad kojima je uspostavljeno samoregulatorno tijelo ispunjavaju uslove iz člana 21 Zakona.

Članom 20 Zakona 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, Savjet Agencije vršiće raspodjelu sredstava iz Fonda, jednom godišnje, na osnovu javnog konkursa.

Na konkurs za sredstva iz podfonda za komercijalne i neprofitne medije, kojim će upravljati Agencija može se prijaviti osnivač audiovizuelne medijske usluge koji ispunjava sljedeće uslove (član 21 Zakona):

- 1) osnivač medija je objavio podatke o vlasničkoj strukturi, saglasno članu 11 st. 1, 2 i 4 ovog zakona;
- 2) osnivač medija je dostavio podatke o učešću finansiranja iz budžeta Crne Gore ili budžeta jedinica lokalne samouprave, odnosno od pravnih lica koja su u državnoj svojini ili koja se, u cjelini ili većinski, finansiraju iz javnih prihoda (oglašavanje, grantovi, krediti, subvencije i drugo), u strukturi prihoda u godini koja prethodi godini u kojoj se raspisuje konkurs, saglasno čl. 13 i 16 ovog zakona;
- 3) medij je do roka za podnošenje prijave na javni konkurs izmirio dospjele finansijske obaveze po osnovu poreza, doprinosa za socijalno osiguranje i naknada za emitovanje radijskog ili televizijskog programa;
- 4) osnivač medija nije u postupku stečaja ili likvidacije;
- 5) da osnivaču medija nije blokiran račun u postupku prinudne naplate;
- 6) da mediju nije privremeno oduzeto odobrenje za emitovanje; i
- 7) da medij nije nenamjenski koristio ranije dodijeljena sredstva iz Fonda.

Savjet Agencije je, shodno članu 22 Zakona o medijima, dužan 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.

Korisnik sredstava Fonda je dužan da:

- Agenciji dostavi detaljan pisani izvještaj o realizaciji projekta, u roku od 30 dana od dana završetka projekta (član 23 Zakona).
- vodi odvojeno računovodstvo za pružanje javnih usluga od obavljanja komercijalnih audiovizuelnih usluga.

Ako korisnik sredstava Fonda dodijeljena sredstva koristi suprotno namjeni za koju su dodijeljena ili visina dodijeljenih sredstava prevazilazi visinu sredstava neophodnih za pružanje javnih usluga, Agencija će naložiti povraćaj nezakonito utrošenih sredstava, koji se obavlja uplatom na račun Fonda, te njihovo isključivo korišćenje za obavljanje djelatnosti pružanja javnih usluga u skladu sa ovim zakonom.

Imajući sve ovo u vidu, usvojen je **Pravilnik o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima**³ koji detaljnije razrađuje uslove, rokove i način ostvarivanja prava na pristup sredstvima iz potfonda, kao i njihovog korišćenja i izvještavanja o dobijenoj pomoći.

Ključne karakteristike šeme pomoći koja je definsana Pravilnikom su sljedeće:

- sredstva iz Fonda su državna pomoć i dodjeljuju se u obliku naknade za pružanje javne usluge, u skladu sa Odlukom Evropske komisije od 20. decembra 2011. godine o primjeni člana 106 stav 2 Ugovora o funkcionisanju Evropske unije na državne pomoći u obliku naknade za pružanje javnih usluga koje se dodjeljuju određenim preduzetnicima kojima je povjereno obavljanje usluga od ekonomskog interesa (C(2011) 9380 - 32012D0021).
- definisane su kategorije krisnika pomoći putem dodjele granta za bespovratnu pomoć.
- pomoć se dodjeljuje na osnovu otvorenog i nediskriminatornog javnog konkursa, prema unaprijed, jasno i transparentno propisanim kriterijumima i metodologiji bodovanja.
- pomoć emiterima će biti dodijeljena za proizvodnju i emitovanje programskih sadržaja iz sopstvene produkcije koji su od značaja za unapređenje i razvoj pluralizma, obogaćivanje kulturnog i političkog dijaloga i proširivanje izbora programskih sadržaja.
- jasno su propisani uslovi koje moraju ispunjavati lica koja se prijavljuju na javni konkurs.
- propisani su uslovi za utvrđivanje maksimalnog iznosa sredstava koji može biti dodijeljen emiteru po jednom javnom konkursu.
- propisani su obrasci za podnošenje prijave ili zahtjeva na javni konkurs.
- propisani su uslovi za dodjelu pomoći samoregulatornim tijelima.
- propisan je način i rokovi donošenja odluke Savjeta Agencije o dodjeli sredstava iz fonda.
- propisano je zaključivanje ugovora o dodjeli sredstava (grantu) sa podnosiocima Prijava/Zahtjeva koji su stekli pravo na sredstva iz Fonda (u daljem tekstu: korisnik Fonda). Ugovor zaključuje direktor Agencije u roku od 15 dana od dana donošenja rješenja Savjeta Agencije o dodjeli sredstava.
- propisani su elementi ugovora o dodjeli sredstava kojim se predviđa jasno definisanje obima, strukture i dinamike obaveza koje korisnik Fonda treba da ispuni.

³ „Sl. list CG“, br. 83/21 i 15/22.

- Propisani su vrste i maksimalni iznosi troškova za koje se dodijeljena sredstva mogu koristiti.
- propisani su uslovi i način realizacije obaveze emitera kome je dodijeljena pomoć iz Fonda da čuva i dostavlja Agenciji snimke emitovanih sadržaja, kao i obaveza vođenja odvojenog računovodstva.
- propisan je način podnošenja privremenog i finalnog izvještaja o namjenskoj upotrebi sredstava iz Fonda.
- propisana je obaveza čuvanja dokumentacije, podataka i informacija vezanih za korišćenje dodijeljene pomoći, u roku od 10 godina od posljednje isplate prema ugovoru o dodjeli pomoći, kao i obaveza dostavljanja Agenciji svih neophodnih informacija o dinamici realizacije ugovora i namjenskom korišćenju sredstava.
- propisani su uslovi za raskid ugovora i povraćaj sredstava.
- propisana je obaveza Agencije da u skladu sa Zakonom o kontroli državne pomoći, svakom subjektu kojemu su dodijeljena sredstva iz Fonda izda potvrdu o iznosu i vrsti dodijeljene državne pomoći, kao i da uspostavi evidenciju dodijeljene državne pomoći u skladu sa ovim Pravilnikom.

U skladu sa podnesenom prijavom državne pomoći, Agencija za zaštitu konkurencije je donijela Rješenja o davanju pozitivne ocjene ovog Pravilnika odnosno njegove usaglašenosti sa Zakonom o kontroli državne pomoći (Rješenja br. 01-430/21-608/5 od 27.07.2021.g.).

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 2021. godine dao jednu saglasnost na izmjene i dopune planova raspodjele radio-frekvencija namijenjenih za analognu i digitalnu zemaljsku radio-difuziju.

Ona se odnosila na Predlog plana raspodjele radio-frekvencija iz opsega 1427-1518 MHz za MFCN sisteme kojim je propisana upotreba dijela ovog opsega (1452-1492 MHz) za radio-difuznu službu⁴. Predlogom plana je propisana raspodjela opsega 1427-1518 MHz za odgovarajuće službe, podjelu opsega na radio-frekvencijske kanale, bliže uslove, način korišćenja i način dodjele radio-frekvencija za MFCN sisteme, saglasno Planu raspodjele radio-frekvencijskog spektra, i u skladu sa važećim propisima i dokumentima (CEPT/ECC). Imajući u vidu navedeno, Savjet Agencije je utvrdio opravdanost usvajanja predloženog dokumeta.

Više detalja o datoj saglasnosti Savjeta Agencije mogu se naći na veb-stranici Agencije (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 djela⁵ i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača⁶, definisani su **uslovi koje nacionalni TV emiteri (pokrivaju najmanje 75% stanovništva u više od 10 jedinica lokalne samouprave)⁷ moraju ispuniti** kako bi, u roku od pet godina, postigli definisane kvote i to:

⁴ Akt Savjeta Agencije broj 01-15/1 od 12.01.2021. godine.

⁵ „Sl. list CG“, br. 47/14.

⁶ „Sl. list CG“, br. 47/14.

⁷ TVCG1, TVCG2, TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M (na kraju 2021.g.).

- 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, odnosno godine nakon one u kojoj je dobio odobrenje za emitovanje. Pri tome, najmanji početni obim evropskih audiovizuelnih djela ne može biti manji od 5% godišnjeg vremena emitovanja. Pravilnicima su propisani i načini i rokovi za podnošenje kvartalnih izvještaja emitera o realizaciji ovih obaveza.

S obzirom na raspoloživost podataka o učešću ovih djela u emitovanom programu u 2021. godini, Agencija je zaključila da su emiteri sa nacionalnim pokrivanjem u toku 2021. 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).

Ni nakon upućenih zahtjeva/urgencija od strane Agencije, nije dostavio potpune podatke. Naime, dostavljeni podaci su sadržali programske sadržaje koji se, saglasno Pravilniku, ne mogu smatrati evropskim audiovizuelnim djelima (npr. „*RTCG čestitka 2021*“, „*Dnevnik*“, „*Sportski dnevnik*“ i sl.). 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 upozorenje zbog kršenja člana 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela⁸. Međutim, ni nakon izrečenog 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 2021. godini.

⁸ Akt Agencije 02 – 575/5 od 10.06.2021.g.

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	/	/	/	/	73.442	56,67	100.561	77,59	62.173	47,97
APRIL - JUN	/	/	/	/	73.367	55,99	105.105	80,21	74.225	56,64
JUL - SEPTEMBAR	/	/	/	/	87.556	66,09	111.915	84,48	76.759	57,94
OKTOBAR - DECEMBAR	/	/	/	/	83.521	63,04	114.540	86,46	70.963	53,57
UKUPNO	/	/	/	/	317.886	60,48	432.121	82,21	284.120	54,06

Tabela 1.: Učešće evropskih audiovizuelnih djela u 2021.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	/	/	/	/	31.827	24,56	104.195	80,40	10.212	7,88
APRIL - JUN	/	/	/	/	30.009	22,90	84.720	64,65	13.143	10,03
JUL - SEPTEMBAR	/	/	/	/	36.416	27,49	99.820	75,35	10.052	7,59
OKTOBAR - DECEMBAR	/	/	/	/	32.899	24,83	88.330	66,67	10.572	7,98
UKUPNO	/	/	/	/	131.151	24,95	377.065	71,74	43.979	8,37

Tabela 2.: Učešće audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u u 2021.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

Skupština Crne Gore je dana 31. marta 2021. godine, za člana Savjeta Agencije za elektronske medije imenovala dr Branka Boškovića, kandidata Univerziteta Donja Gorica⁹.

Predsjedniku Savjeta Agencije Ranku Vujoviću je 28. juna 2021. godine istekao drugi mandat u Savjetu.

Na njegovo mjesto Skupština Crne Gore je 17. juna 2021. godine imenovala prof. dr Andrijanu Nikolić, kandidatkinju udruženja komercijalnih emitera. Na istom zasijedanju Skupština Crne Gore je imenovala Edina Koljenovića, kandidata nevladinih organizacija koje se bave zaštitom ljudskih prava i sloboda, kome je to drugi mandat¹⁰.

Član Savjeta Agencije Boris Raonić je u avgustu 2021. godine obavijestio predsjednika Savjeta Agencije da je Skupštini Crne Gore podnio ostavku na članstvo u Savjetu Agencije.

Na njegovo mjesto Skupština Crne Gore je 29. decembra 2021. godine imenovala Milana Radovića, kandidata nevladinih organizacija iz oblasti medija¹¹.

ČLANOVI SAVJETA

AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

(kraj decembra 2021.g.)

- **dr Branko Bošković**, kandidat univerziteta, predsjednik Savjeta
- **Rajko Todorović**, kandidat Crnogorskog P.E.N. centra
- **Edin Koljenović**, kandidat nevladinih organizacija iz oblasti zaštite ljudskih prava i sloboda
- **prof.dr Andrijana Nikolić**, kandidatkinja udruženja komercijalnih emitera
- **Milan Radović**, kandidat nevladinih organizacija iz oblasti medija

⁹ „Sl. list CG“, br. 38/21.

¹⁰ „Sl. list CG“, br. br. 66/21 i 122/21.

¹¹ „Sl. list CG“, br. 139/21.

NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA

1. *Izdavanje novih odobrenja za pružanje AVM usluga*

Po osnovu podnesenog zahtjeva privrednog društva „Radio i Televizija Crna Gore“ d.o.o. iz Podgorice, Agencija je izdala Odobrenje za emitovanje **specijalizovanog informativnog** televizijskog programa „**Parlamentarni program**“ (Odobrenje br. O-TV-J-9), čime je steklo status javnog TV emitera i pravo da posredstvom multipleksa prve mreže sa pokrivanjem cjelokupne teritorije Crne Gore kao i drugih elektronskih komunikacionih mreža, emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika¹². Odobrenje je izdato sa periodom važenja od 10 godina, odnosno do 03.03.2031. 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 televizijskog programa „**Gradska televizija**“ (Odobrenje br. O-TV-J-10), čime je steklo status lokalnog javnog TV emitera i pravo da posredstvom elektronskih komunikacionih mreža, bez upotrebe radio-difuznih frekvencija, emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika¹³. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od 10 godina, odnosno do 26.07.2031. godine.

2. *Prenos odobrenja*

Savjet Agencije je dana 13. decembra 2021.g. dao **saglasnost za trajni prenos** Odobrenja za emitovanje specijalizovanog muzičkog radijskog programa „**Radio Plus**“ br. O-R-K-31 od 21.07.2011.g. sa NVO „Plus 103“ iz Bijelog Polja na privredno društvo „TDM-MIX“ d.o.o. iz Bijelog Polja (registarski broj 50747570, PIB 03071421)¹⁴. Po tom osnovu, direktor Agencije je dana 16.12.2021.g. donio **Rješenje o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje** specijalizovanog muzičkog radijskog programa „Radio Plus“ br. O-R-K-31¹⁵.

3. *Promjena zone pokrivanja*

Zbog nezavidne materijalne situacije u kojoj se našao „Radio televizija Rožaje“ d.o.o. iz Rožaja, lokalni javni emiter opšteg televizijskog programa „Televizija Rožaje“ nije bio u mogućnosti da nastavi korišćenje multipleksa sa lokalnim pokrivanjem (MUX RO L1), pa je odustao od prenosa signala putem ove platforme. Po osnovu takvog obavještenja ovog emitera, Agencija je donijela Rješenje¹⁶ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-TV-J-7, kojim je utvrđeno da isti ima pravo da posredstvom elektronskih komunikacionih mreža, bez upotrebe radio-difuznih frekvencija, emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika, posredstvom pružalaca AVM usluga na zahtjev.

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

Saglasno Zakonu o elektronskim medijima, Savjet Agencije je dao **prethodne saglasnosti za značajne promjene vlasničke strukture sljedećih privrednih društava:**

¹² Akt Agencije br. 02-254/1 od 03.03.2021.g.

¹³ Akt Agencije br. 02-857/3 od 26.07.2021.g.

¹⁴ Akt Savjeta Agencije br. 01-1242/3 od 13.12.2021.g.

¹⁵ Akt Agencije br. 02-1242/4 od 16.12.2021.g.

¹⁶ Akt Agencije br. 02-527/5 od 22.10.2021.g.

- **„TDI Radio“ d.o.o.** iz Podgorice, komercijalnog emitera radijskog programa **„TDI Radio“**, kojom je odobren prenos vlasničkog udjela u visini od 51% vlasništva sa dotadašnjeg vlasnika Miloša Krdžića iz Beograda, Republika Srbija, na novog vlasnika privredno društvo „Global Media Tehnology“ sa sjedištem u Beogradu, Republika Srbija (matični broj 21337234)¹⁷. Ovim Rješenjem je **ukinuto** prethodno izdato Rješenje Savjeta Agencije, koje je predviđalo promjenu vlasničke strukture prenosom 51% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika Miloša Krdžića na privredno društvo „United Media“ S.a.r.l. iz Luksemburga.
- **„Šrauba“ d.o.o.** iz Herceg Novog, komercijalnog emitera radijskog programa **„Radio Jadran“**, kojom je odobren prenos 50% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika Predraga Jokića iz Budve, na Borisa Zlokovića iz Herceg Novog, koji je dotadašnji vlasnik 50% udjela ovog privrednog društva¹⁸.
- **„Šrauba“ d.o.o.** iz Herceg Novog, komercijalnog emitera radijskog programa **„Radio Jadran“**, kojom je odobren prenos 100% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika Borisa Zlokovića iz Herceg Novog na novog vlasnika privredno društvo „Adria Menagment Services“ iz Podgorice (registarski broj 50632583/2, PIB 02883252)¹⁹.
- **„Televizija Vijesti“ d.o.o.** iz Podgorice, komercijalnog emitera televizijskog programa **„Televizija Vijesti“**, kojom je odobren prenos 17,70% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika Mira Perovića na novu vlasnicu Dunju Ivanović²⁰.
- **„A Media Team“ d.o.o.** iz Podgorice, komercijalnog emitera televizijskog programa **„TV A1 Montenegro“**, kojom je odobren prenos 70% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika privrednog društva „A Media Invest“ d.o.o. iz Podgorice na novog vlasnika privredno društvo „Adria Menagment Services“ d.o.o. iz Podgorice (registarski broj 50632583/3, PIB 02883252)²¹.
- **„Zen Master Production“ d.o.o.** iz Herceg Novog, komercijalnog emitera televizijskog programa **„Novi TV“**, kojom je odobren prenos 51% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika Đurišić Borisa iz Bara na novog vlasnika privredno društvo „Leader Plus“ d.o.o. iz Podgorice (registarski broj 50923930/3, PIB 03304825).²²
- **„Šrauba“ d.o.o.** iz Herceg Novog, komercijalnog emitera radijskog programa **„Radio Jadran“**, kojom je odobren prenos 29% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika, privrednog društva „Adria Management Services“ d.o.o. iz Podgorice na novog vlasnika Đurišić Borisa iz Bara.²³

5. Promjena statusa medija

Nakon dobijene prethodne saglasnosti Savjeta Agencije²⁴ za **promjenu statusa programa i značajne izmjene strukture programa**, Agencija je NVO „Plus 103“ iz Bijelog Polja, komercijalnom emiteru radijskog programa „Radio Plus“ izmijenila Odobrenje za emitovanje O-R-K-31 čime je stekao status specijalizovanog muzičkog radijskog programa²⁵.

¹⁷ Akt Savjeta Agencije br. 01-52/3 od 28.01.2021.g.

¹⁸ Akt Savjeta Agencije br. 01-82/1 od 12.02.2021.g.

¹⁹ Akt Savjeta Agencije br. 01-236/1 od 08.03.2021.g.

²⁰ Akt Savjeta Agencije br. 01-573/4 od 18.05.2021.g.

²¹ Akt Savjeta Agencije br. 01-614/4 od 01.06.2021.g.

²² Akt Savjeta Agencije br. 01-735/1 od 01.07.2021.g.

²³ Akt Savjeta Agencije br. 01-871/1 od 30.07.2021.g.

²⁴ Akt Savjeta Agencije br. 01-1195/2 od 23.11.2021.g.

²⁵ Akt Agencije br. 02-1195/3 od 25.11.2021.g.

6. Promjena programske strukture, naziva i identifikacionog znaka medija

Saglasno Zakonu o elektronskim medijima, Savjet Agencije je **dao saglasnost za značajnu promjenu programske strukture određenog broja medija. Po tom osnovu, Agencija je izmijenila odobrenja za emitovanje** u dijelu koji se odnosi na **strukturu programa** (tačka 2.1. Odobrenja za emitovanje i Aneks 2), a u određenim slučajevima **i u dijelu koji se odnosi na naziv i identifikacioni znak medija.**

Savjet Agencije je **dao saglasnost za značajnu promjenu programske strukture:**

- privrednom društvu „**A MEDIA TEAM**“ d.o.o. iz **Podgorice**, za emitovanje opšteg televizijskog programa „**TV A1 Montenegro**“²⁶. Po tom osnovu, Agencija je ovom emiteru izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-TV-K-02 kojim je **konstatovana značajna promjena programske strukture i promjena naziva i identifikacionog znaka TV programa u „Adria TV“** (raniji naziv medija i identifikacioni znak „TV A1 Montenegro“ / „A1“)²⁷.
- privrednom društvu „**AST**“ d.o.o. iz **Podgorice**, za emitovanje opšteg televizijskog programa „**TV Prva**“²⁸. Po tom osnovu, Agencija je ovom emiteru izmijenila Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „TV Prva“ br. O-R-K-15²⁹, kojim je konstatovana značajna promjena programske strukture.

Zbog promjene naziva i identifikacionog znaka medija i strukture programa, Agencija je:

- Privrednom društvu „**Zen Master Production**“ d.o.o. iz Herceg Novog, izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-TV-K-07 kojim je **konstatovana značajna promjena programske strukture i promjena naziva i identifikacionog znaka TV programa u „Jadran TV“** (raniji naziv i identifikacioni znak televizijskog programa „Novi TV“)³⁰.
- Privrednom društvu „**Lokalni javni emiter Radio Televizija Podgorica**“ d.o.o. iz Podgorice, izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-R-J-19 kojim je **konstatovana promjena naziva i identifikacionog znaka radijskog programa u „Gradski Radio“** (raniji naziv i identifikacioni znak radijskog programa „Radio Podgorica“)³¹.
- Privrednom društvu **Lokalni javni eiter „Radio Bar“ d.o.o. iz Bara**, izmijenila **Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „Radio Bar“** br. O-R-J-15³², kojim je **konstatovana značajna promjena programske strukture.**

7. Prestanak odobrenja za pružanje AVM usluga

Zakonom o elektronskim medijima je propisano da Odobrenje za emitovanje prestaje da važi istekom roka na koji je odobrenje izdato, na pisani zahtjev imaoca odobrenja i u slučaju likvidacije emitera kao pravnog lica (član 109 stav 1 al. 1, 2 i 4).

Na osnovu pisanog zahtjeva imaoca odobrenja, Agencija je donijela **Rješenja o prestanku Odobrenja za emitovanje radijskog programa „Radio Skala“ br. O-R-K-35**, koje je bilo izdato privrednom društvu „Maxko“ d.o.o. iz Kotora³³.

²⁶ Akt Agencije br. 02-988/5 od 27.09.10.2021.g.

²⁷ Akt Agencije br. 02-988/6 od 28.09.2021.g.

²⁸ Akt Agencije br. 02-1026/4 od 07.10.2021.g.

²⁹ Akt Agencije br. 02-1026/5 od 07.10.2021.g.

³⁰ Akt Agencije br. 02-1138/1 od 08.11.2021.g.

³¹ Akt Agencije br. 02-1238/1 od 13.12.2021.g.

³² Akt Agencije br. 02-1208/1 od 01.12.2021.g.

³³ Akt Agencije br.02-196/1 od 01.03.2021.g.

8. *Monitoring programskih standarda u elektronskim medijima*

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

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

Agencija je tokom 2021. godine objavila sljedeće izvještaje o monitoringu:

1. Analiza vidljivosti žena i muškaraca i upotrebe rodnog jezika u centralnim informativnim emisijama nacionalnih televizija - mart 2021;
2. Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u Nikšiću – mart 2021;
3. Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u Herceg Novom - maj 2021;
4. Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem – jul 2021;
5. Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera - oktobar 2021;
6. Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem – novembar 2021;
7. Analiza programske strukture nacionalnog emitera Radio televizija Crne Gore – novembar 2021;
8. Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Neđelje ponosa“ – oktobar 2021;
9. Informacija o poštovanju uslova iz izdatog odobrenja za neprofitne emitere – novembar 2021;
10. Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem – decembar 2021;
11. Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u Mojkovcu, Petnjici i Cetinju – decembar 2021;
12. Informacija o televizijskim programskim sadržajima za djecu – decembar 2021;
13. Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera – decembar 2021.

Navedena istraživanja, informacije i analize su dostupni na veb sajtu Agencije

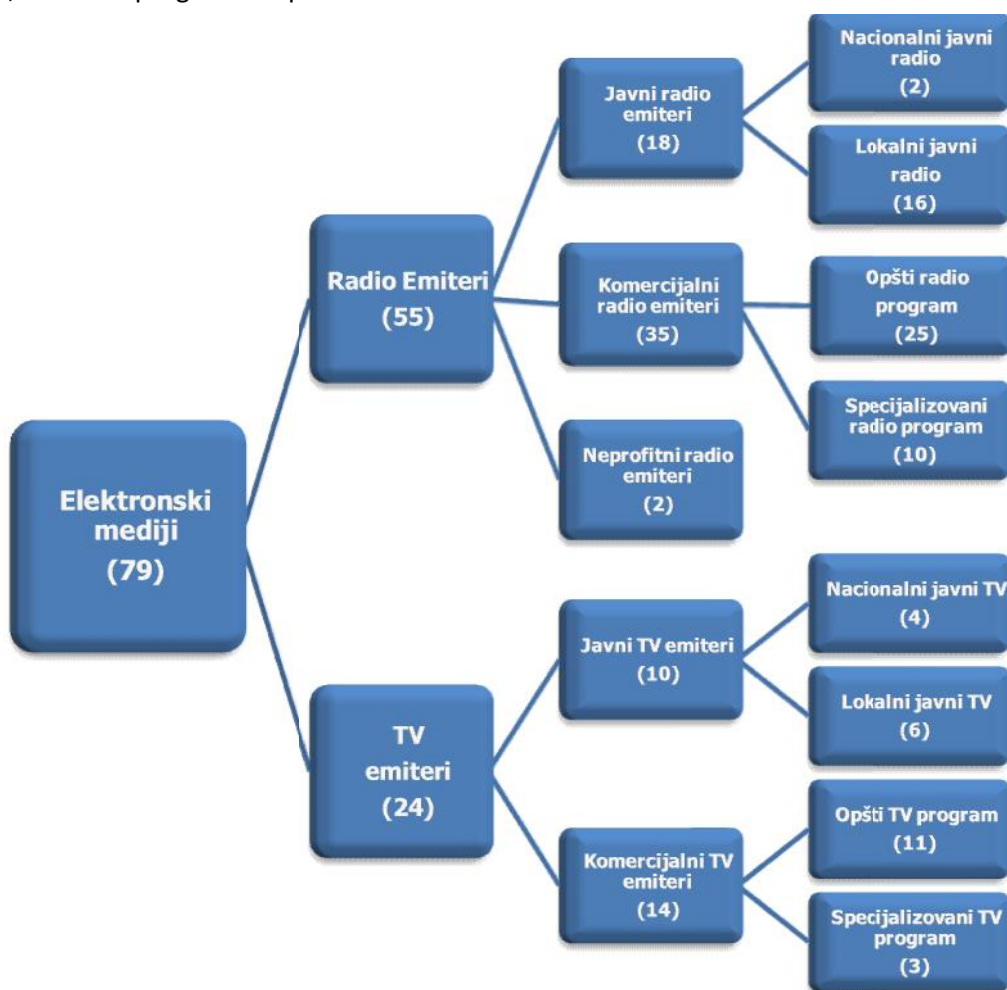
www.aemcg.org

*

* *

9. Poštovanje programske strukture

U Crnoj Gori ima 79 elektronskih medija, za jedan više nego prethodne godine. Od tog broja, 55 su radijski, a 24 televizijski programi. Ukupno je 28 programa javnih radijskih i televizijskih emitera, kao i dva programa neprofitnih emitera.



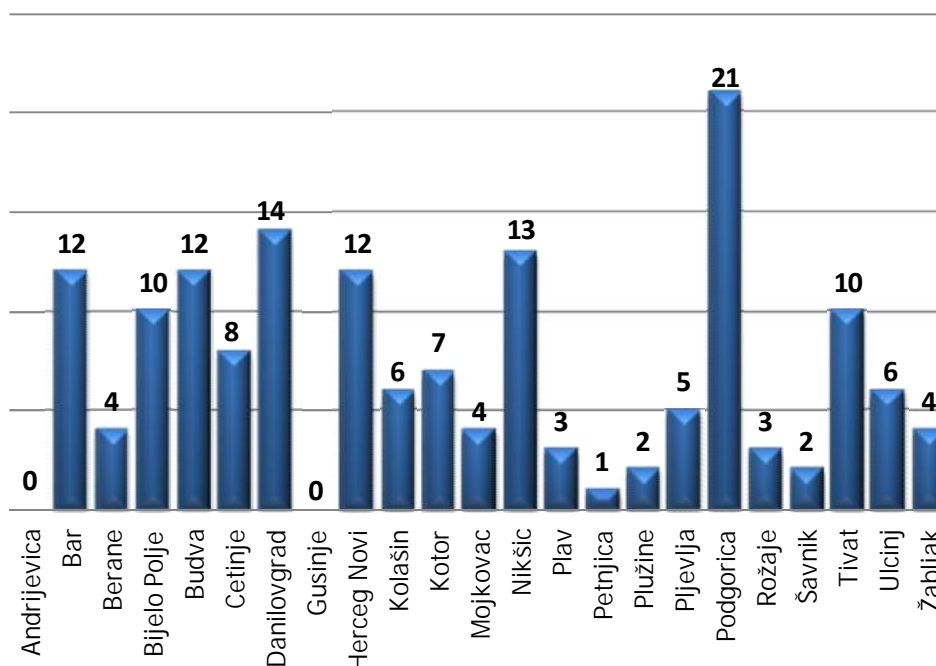
Grafik 3.: Elektronski mediji u Crnoj Gori (struktura po grupama i broj)

Televizijski emiteri svoj program emituju, većinom, putem platformi sa uslovnim pristupom. Putem zemaljske platforme sa slobodnim pristupom (besplatna televizija), svoj program na nacionalnom nivou emituju nacionalni javni emiter (RTCG) sa tri televizijska kanala (TVCG1, TVCG2 i TVCG Parlamentarni), kao i emiteri TV Vijesti, TV Prva i TV Nova M. Putem lokalnih multiplexa, slobodnim pristupom se može pratiti program TV Teuta i TV Boin (opština Ulcinj), TV Boin (opština Podgorica), kao i lokalni javni emiteri Televizija Budva, Televizija Nikšić i Televizija Pljevlja, za područje opštine čije su skupštine opština osnivači medija.

Komerrijalni radijski emiteri su većinom zainteresovani za područja većih opština u centralnoj i primorskoj regiji. Od ukupnog broja, 23 su programi sa lokalnim pokrivanjem (od čega čak 12 pokriva područje samo jedne opštine), sedam 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 10 opština (sve u sjevernom regionu) pokriveno signalom manje od pet komercijalnih radijskih emitera, pri čemu opštine Andrijevica i Gusinje nijesu pokriveno signalom ni jedne komercijalne radijske stanice.

Prosječni radijski program sadrži oko 68% muzike i 32% različitih nemuzičkih sadržaja (u 2020. godini je bilo 75% muzike i 25% različitih nemuzičkih sadržaja). Ovaj nemuzički sadržaj emiteri

uglavnom proizvode sami, dok je učešće reemitovanog i kupljenog programa veoma malo. Reemitovani sadržaj se najvećim dijelom odnosi na centralnu informativnu emisiju.



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

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 (osobenosti) u odnosu na konkurenciju.

Povremeno se bilježe slučajevi integracije radijskog i televizijskog programa. Iako se mora imati u vidu da je integracija programa različitih medija, odnosno medija i društvenih mreža savremeni trend, stiže se utisak da je integracija radijskog i televizijskog programa u korist televizije i u cilju popunjavanja televizijskog programa.

Po vrsti sadržaja, u ukupno emitovanom programu dominira informativni sadržaj sa učešćem od oko 40% u nemuzičkom programu (u odnosu na 32% u 2020.g.). Analizirajući količinu informativnog programa mora se imati u vidu da je ona determinisana zakonskom obavezom³⁴. 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.

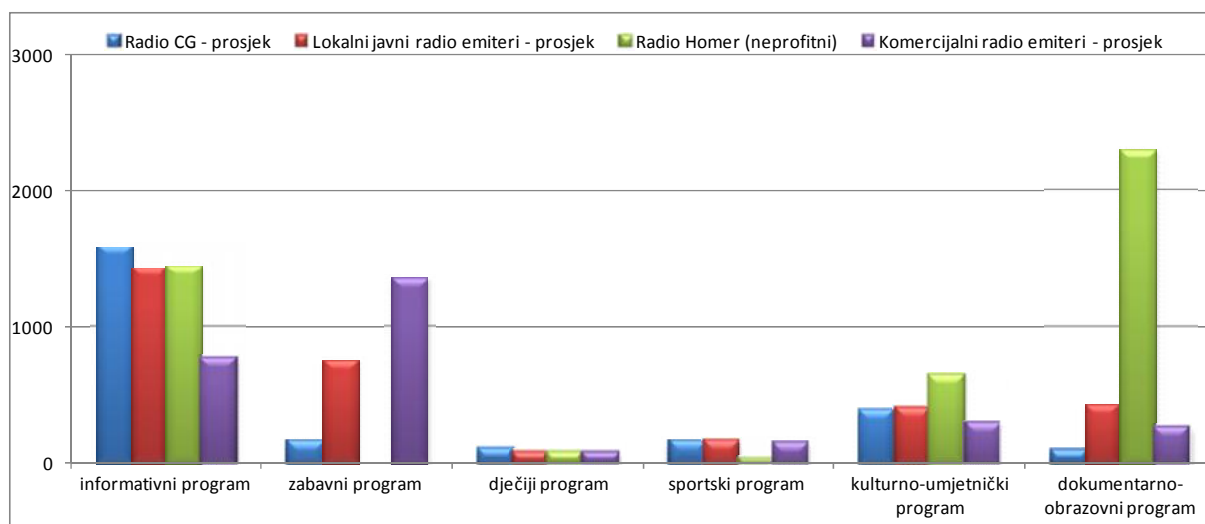
³⁴ Članom 59 Zakona o elektronskim medijima propisano je da je emiter dužan da dnevno emituje najmanje 12 sati programa i da najmanje 10% ukupnog nedjeljnog programa posveti objavljivanju vijesti i informacija iz zone pokrivanja. Takođe, emiter je dužan da dnevno emituje informativni program u trajanju od najmanje 30 minuta u okviru kojeg najmanje jednu informativnu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta.

Slijede emisije zabavnog karaktera, oko 20% ukupno nemuzičkog sadržaja. Emisija kulturno-umjetničkog i dokumentarno-obrazovnog karaktera, zajedno, ima nešto oko 32% nemuzičkog sadržaja. Približno polovinu dokumentarno-obrazovnog i oko 40% kulturno-umjetničkog programa, proizvedenog za period od sedam dana u okviru radijskih programa ukupno, emituje jedna radijska stanica (vjerski program). U okviru ostalih radijskih programa ovog sadržaja ima veoma malo.

Na radiju ima najmanje emisija posvećenih sportu i dječjeg programa, zajedno 7% 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. Kratak i sažet informativni program uglavnom je oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija. Informativni program je veoma slično koncipiran i ne predstavlja faktor koji se koristi za profilisanje (osobenost) u odnosu na konkurenciju.

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 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 immanentan ali, inovativan i zanimljiv način obraćaju slušaocima su rijetki.



Grafik 5.: Učešće nemuzičkih kategorija programa na programu crnogorskih radio stanica (prosjek, minuti)³⁵

Crnogorske televizije u prosjeku proizvode 21% sopstvenog programa (u odnosu na 25% u 2020.g.), reemituju 16% programa, a najveće učešće u strukturi ukupnog emitovanog programa ima kupljeni program, 42%.

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 26%.

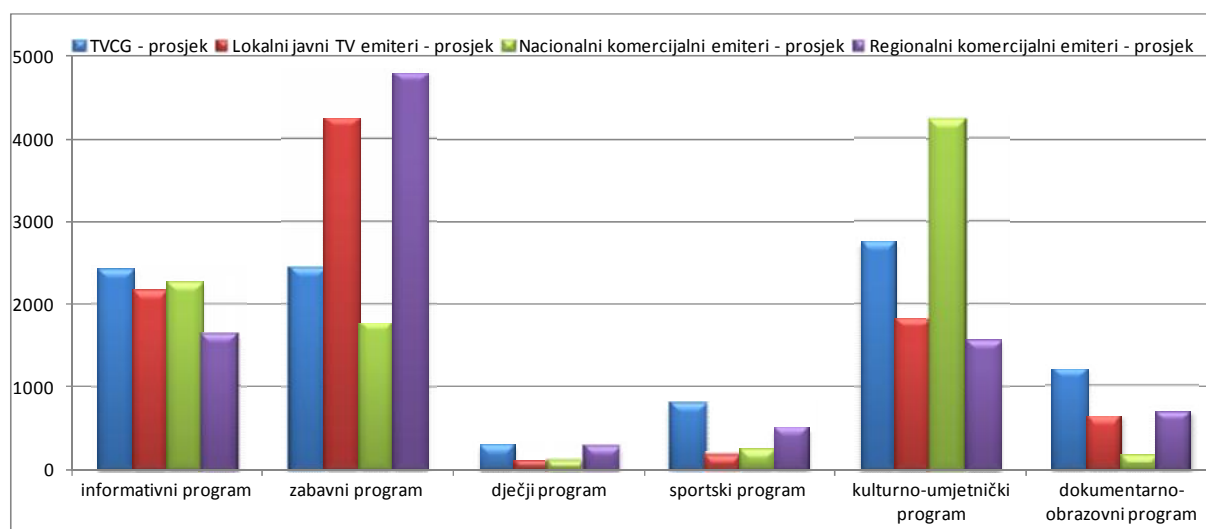
³⁵ Podaci koji se odnose na lokalne javne radio emitere su izvedeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja.

Informativa u prosjeku čini 21% programa. Dokumentarno-obrazovni, sportski i dječji program zajedno čine oko 13% programa i predstavljaju najmanje zastupljene kategorije u televizijskom emitovanju. Najmanje, kao i kod radijskog emitovanja, ima dječjeg programa, oko 2%.

Kod televizijskog emitovanja praktično nema programa na znakovnom jeziku ili programa, drugim tehnikama, prilagođenog osobama sa invaliditetom. Jedina informativna emisija na gestovnom govoru emituje se u okviru programa TVCG1, radnim danima i približnog je trajanja 20 minuta.

U okviru programa TVCG1, svakodnevno se emituje informativna emisija na albanskom jeziku „Lajmet“, približnog trajanja 10 minuta. Takođe, sedmično se emituju magazin na albanskom jeziku „Mozaiku“, u trajanju od 60 minuta, kao i sadržaj na romskom jeziku „Savore“, u trajanju od 20 minuta.

Sa izuzetkom televizija Boin i Teuta, koje svoj program emituju na albanskom jeziku, u okviru drugih televizijskih programa nema sadržaja na albanskom ili romskom jeziku.



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

*

* *

Programska struktura radio emitera

Radio Crne Gore³⁶

Prvi program Radija u prosjeku na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 58% muzike i 42% sadržaja različitih vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). Taj odnos u 2020. godini je bio 47% muzike i 53% sadržaja različitih vrste.

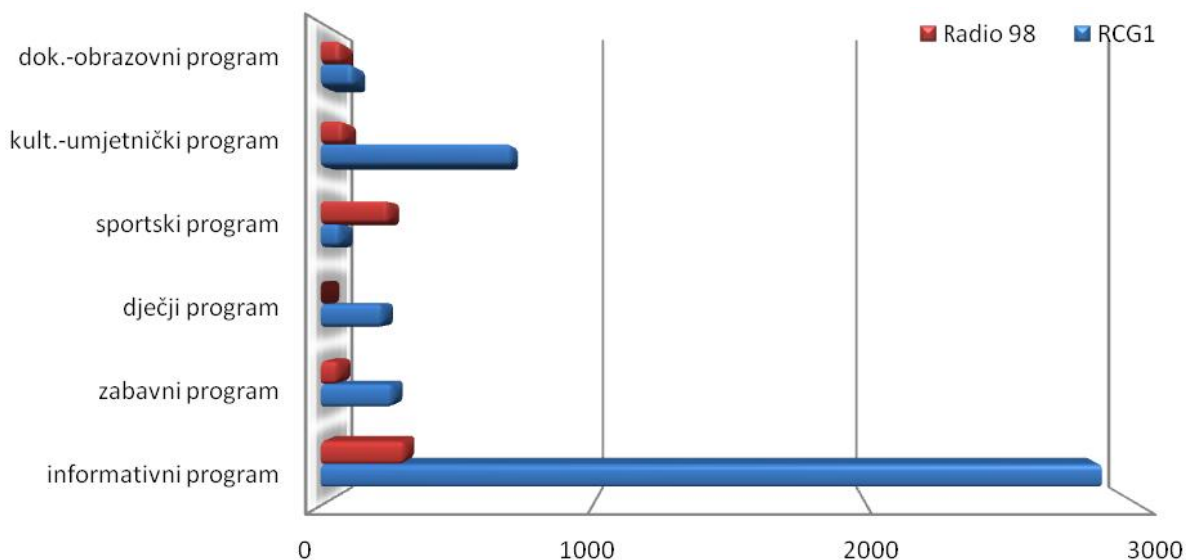
Ukupno emitovani nemuzički sadržaj, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni program, 29%. U strukturi programa po vrsti slijedi kulturno-umjetnički program sa učešćem od 7%. Zabavni i dječji program imaju učešće od po približno 2,5%. Dokumentarno-obrazovni program čini nešto više od 1%, a sportski nešto manje od 1% ukupnog programa.

Drugi program Radija Crne Gore - Radio 98 u prosjeku na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 92% muzike i 8% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). I u ovom slučaju se bilježi pad nemuzičkih sadržaja u odnosu na 2020. godinu kada je, u prosjeku, bilo 82% muzike i 18% sadržaja različite vrste.

³⁶ „Analiza programske strukture nacionalnog emitera Radio televizija Crne Gore“ – novembar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/11/Analiza-programске-strukture-nacionalnog-emitera-RTVCG.pdf>)

U strukturi nemuzičkog sadržaja (po vrsti) dominantan je informativni program, 3%. Zabavni, kulturno-umjetnički i dokumentarno-obrazovni sadržaji u ukupnoj strukturi imaju učešće manje od 1%, dok dječjeg programa nema.

Upoređujući strukturu Prvog i Drugog programa Radija Crne Gore, po vrsti sadržaja, informativni program predstavlja dominantnu karakteristiku RCG1, dok Radio 98 ima veoma slično učešće svih kategorija programa.



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

*

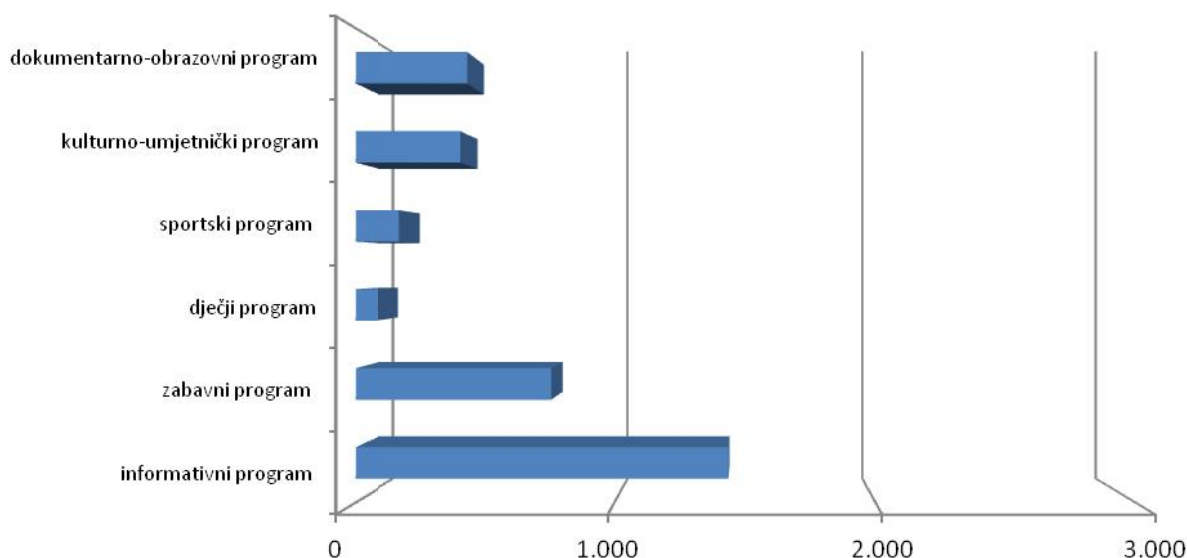
* *

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.

Članom 56 Zakona o medijima je propisano da je medij dužan da čuva tekstove, odnosno snimke informacija, najmanje 30 dana poslije objavljivanja i da ih daje na uvid licima koja, po odredbama ovog zakona, imaju pravo na ispravku i odgovor.

Imajući u vidu navedeno i činjenicu da lokalni javni radio emiteri pokrivaju područja van servisne zone Podgorica, za nesmetano vršenje nadzora nad izvršavanjem obaveza emitera neophodno je da emiteri izvršavaju obavezu čuvanja snimaka emitovanog programa, što često nije slučaj. Imajući u vidu navedeno, podaci koji se odnose na lokalne javne emitere su dobijeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja.



Grafik 8.: Struktura po vrsti sadržaja lokalne javne radio stanice (prosječno)

Lokalni javni emiteri, u prosjeku, na sedmičnom nivou emituju program koji sadrži 67% muzike i 33% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu dominiraju informativni i zabavni sadržaji, dok je najmanje sadržaja namijenjenih djeci.

*

* *

Komercijalni radio emiteri³⁷

Zakonom o elektronskim medijima (član 104) je propisano da odobrenje za emitovanje obavezno sadrži i podatke o strukturi programa³⁸. 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 60% komercijalnih radio emitera su, nakon izvršenog monitoringa i upoređenja sa podacima iz prijave na javni konkurs, utvrđena značajna odstupanja, odnosno utvrđeno je da ne realizuju strukturu programa i druge programske obaveze u skladu sa podnesenom prijavom na javni konkurs. Protiv ovih emitera 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 programa³⁹.

³⁷ „Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera“ – decembar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/12/Analiza-programske-strukture-komercijalnih-radio-emitera-decembar-2021-1.pdf>)

³⁸ 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.

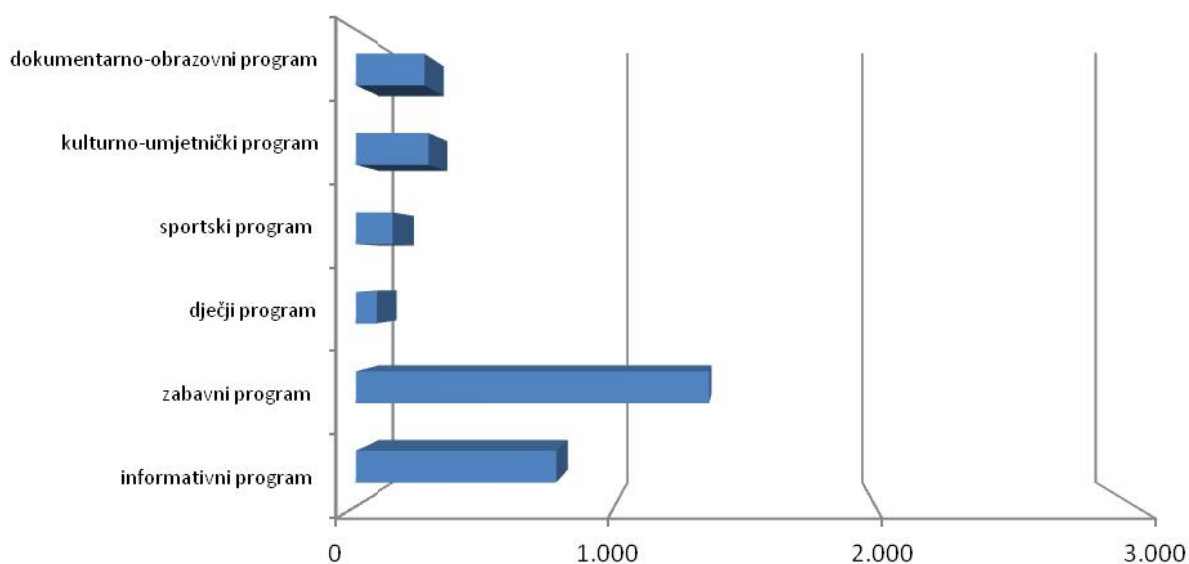
³⁹ Članom 58 Zakona o elektronskim medijima propisano je da je emiter dužan da, u pisanoj formi, o svim značajnijim planiranim promjenama strukture radijskog ili televizijskog programa koje emituje zatraži saglasnost Agencije. Značajnija promjena strukture programa je svaka promjena koja predstavlja izmjenu veću od 10% strukture programa na osnovu koje je dobijeno odobrenje za emitovanje.

U periodu od 2017. godine, Savjet Agencije za elektronske medije je izdao 22 saglasnosti za značajnu izmjenu strukture programa, od čega je jedna izdata tokom 2021. godine. Izvršena je izmjena 34 odobrenja za emitovanje, izdatih komercijalnim radijskim emiterima, u dijelu koji se odnosi na izdavanje Anexa 2, od čega je tokom 2021. godine izmijenjeno jedno odobrenje i jedan emiter je prestao sa radom. 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 71% muzike i 29% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). To pokazuje rast učešća nemuzičkih sadržaja u odnosu na 2020. Godinu, kada je zabilježeno da su ovi programi, u prosjeku imali 80% muzike i 20% sadržaja različite vrste.

Od različitih nemuzičkih sadržaja, 95% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od 4% a kupljeni sadržaj 1%.

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



Grafik 9.: Struktura po vrsti sadržaja komercijalne radio stanice (prosječno)

*

* *

Neprofitni emiteri⁴⁰

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“.

„Radio Homer“ svakodnevno emituje oko 11 sati različitih sadržaja, među kojima i sadržaje kao što su Radio roman, Radio drama, Homerov audio bioskop, Tečaj stranog jezika. Navedeni sadržaji su od posebnog značaja imajući u vidu da su prvenstveno namijenjeni osobama oštećenog vida i da slične programske sadržaje ne emituje ni jedna druga radijska stanica.

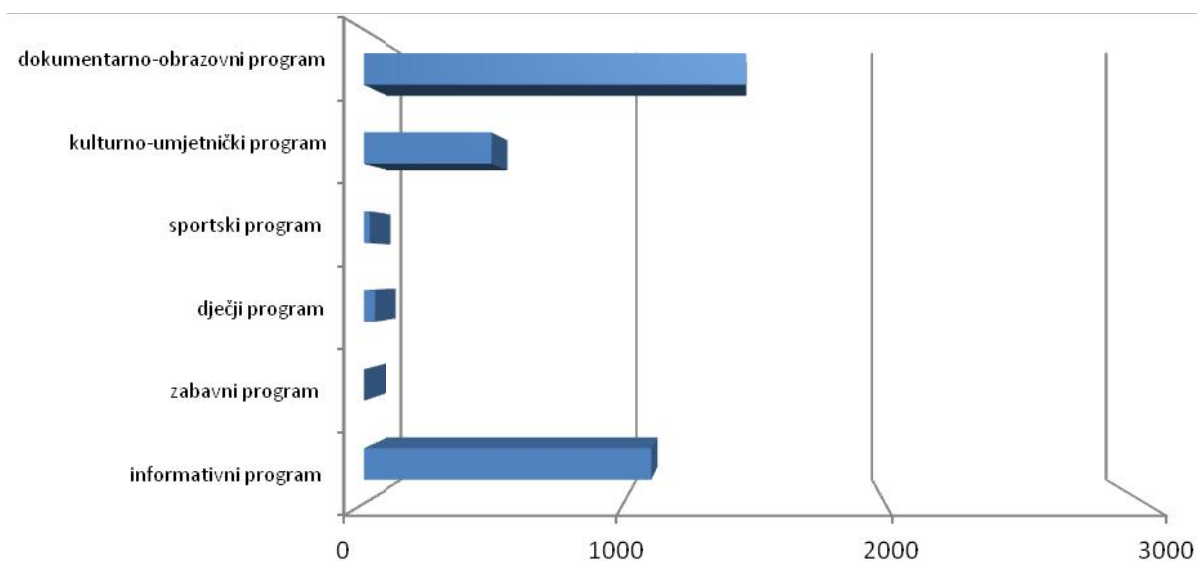
⁴⁰ „Informacija o poštovanju uslova iz izdatog odobrenja za neprofitne emitere“ – novembar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/11>)

„Radio Fatih“ emituje vjerski program islamske zajednice. U njegovim emisijama se obrađuju vjerske teme i pojašnjavaju vjerski propisi. Emitovani sadržaji su od posebnog značaja imajući u vidu očuvanje vjerskog identiteta islamske zajednice.

Ukupno emitovani program na sedmičnom nivou sadrži 60% muzike i 40% sadržaja različite vrste (prosjeak za dva neprofitna emitera).

Od različitih nemuzičkih sadržaja, 58% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od 9% a kupljeni sadržaj oko 5%.

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



Grafik 10.: Struktura po vrsti sadržaja u programu neprofitnih radijskih programa

*

* *

Programska struktura televizijskih emitera

Televizija Crne Gore⁴¹

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG1 dominantna je sopstvena produkcija (47%). Kupljeni program ima učešće od 31% ukupno emitovanog programa, dok reemitovanog programa nema.

Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni sadržaj, 42% (u 2020.g. – 34%). Radnim danima se emituje i informativna emisija na albanskom jeziku, kao i jedna informativna emisija na gestovnom govoru.

Kulturno-umjetnički program čini 28% (u 2020.g. – 19%), dok dokumentarno-obrazovni program čini oko 13% (u 2020.g. – 22%). Slijedi zabavni program sa 11% (u 2020.g. – 17%) ukupnog emitovanog sadržaja.

Najmanje učešće u strukturi programa po vrsti čine dječji i sportski program sa po približno 2% (na sedmičnom nivou).

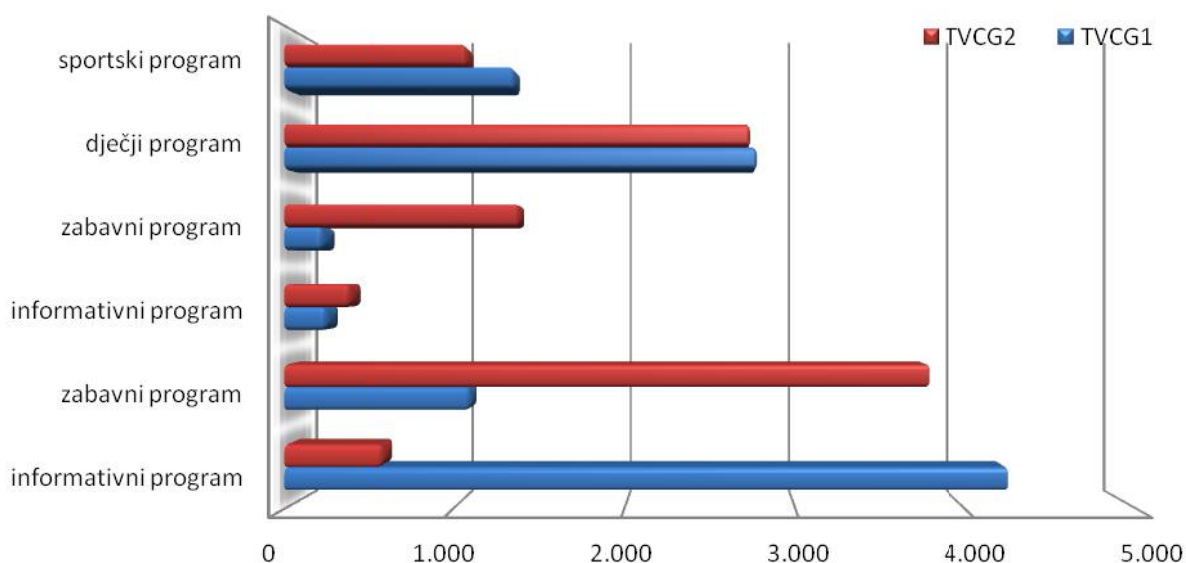
⁴¹ „Analiza programske strukture nacionalnog emitera Radio televizija Crne Gore“ – novembar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/11/Analiza-programske-strukture-nacionalnog-emitera-RTVCG.pdf>)

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG2 dominantan je kupljeni program (44%). Sopstvena produkcija čini 13% a reemitovani 3%.

Ukupno emitovani program RTCG2, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno zabavni program, 38%. Slijedi kulturno-umjetnički program sa učešćem od 27%. Sportski program čini 14% ukupnog programa, a dokumentarno-obrazovni program 11%. Informativni sadržaji imaju učešće od 6%, a dječji 4%.

U okviru Parlamentarnog programa sopstvena produkcija čini 34%, reemitovani sadržaji 13% a kupljeni program 7%.

Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno kulturno-umjetničke sadržaje, 50,28%. Slijedi informativni program sa učešćem od 48,58% ukupnog emitovanog sadržaja. Zabavni program čini manje od 1% ukupnog sadržaja, dok ostalih kategorija u posmatranom periodu nije bilo.



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

*

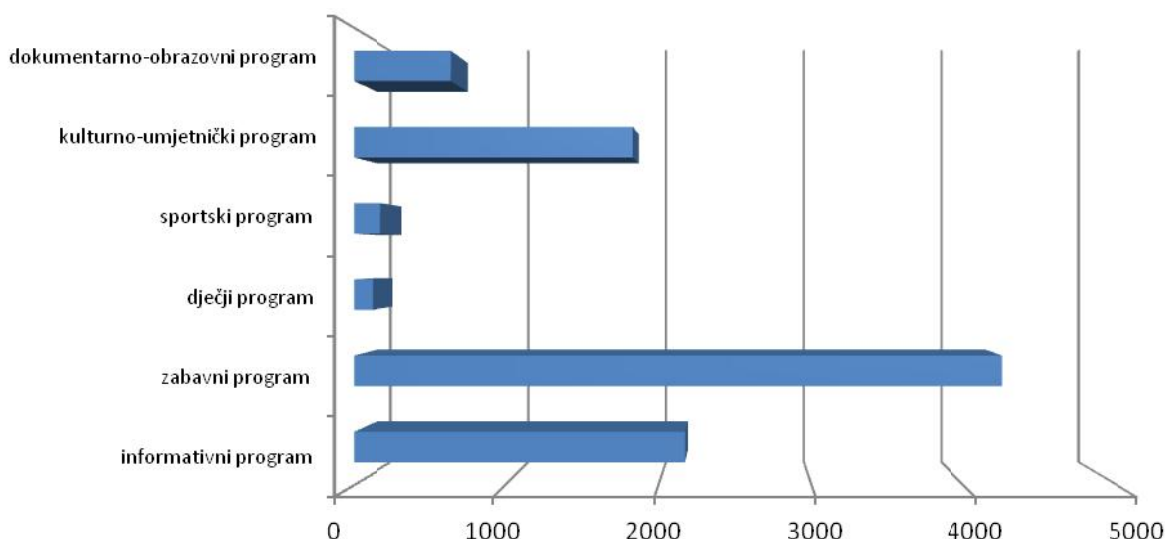
* *

Lokalni javni televizijski emiteri⁴²

Posmatrano po produkcijskom izvoru, lokalni javni televizijski emiteri, u prosjeku, proizvode 22% sopstvenog programa i emituju 55% kupljenih sadržaja. Reemitovani program u prosjeku iznosi 5%.

Po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 43% ukupno emitovanog sadržaja. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu (u prosjeku oko 22%) i odlikuje se klasičnim informativnim sadržajima sa značajnim učešćem lokalnih informacija. Kulturno-umjetnički program (od čega većinu čini filmski i serijski program) u prosjeku čini 19% ukupno emitovanog programa. Dokumentarno-obrazovni program ima posječno učešće od 7% ukupno emitovanog programa. Programa za djecu na programu lokalnih javnih televizijskih emitera ima malo, u prosjeku 1,26%. Učešće sportskog programa u ukupno emitovanom programu u prosjeku iznosi manje od 2%.

⁴² „Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera“ - oktobar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/10/Analiza-programске-strukture-lokalnih-javnih-TV-emitera-okt-2021.pdf>)



Grafik 12.: Struktura po vrsti sadržaja lokalni javni televizijski programi (prosjek)

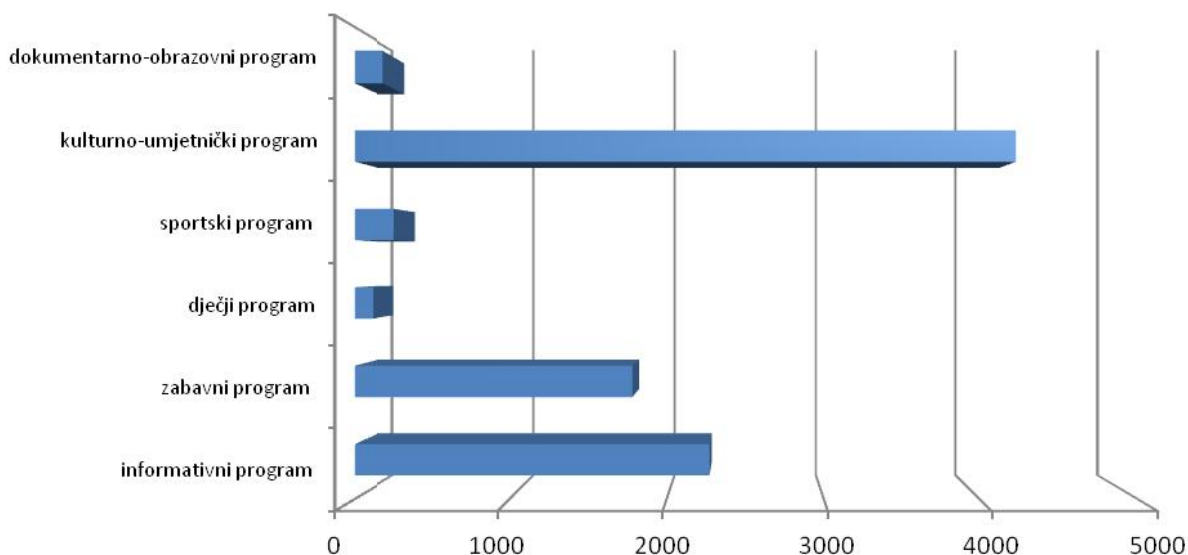
*

* *

Komercijalni televizijski emiteri sa nacionalnom pokrivenošću⁴³

Komercijalni televizijski emiteri sa nacionalnim pokrivanjem, u prosjeku, proizvode oko 19% sopstvenog programa (u odnosu na 21% u 2020. godini). U prosjeku, oni kupuju oko 57% emitovanog programa i to se prvenstveno odnosi na filmski i serijski, kao i na zabavni program. Prosječno učešće reemitovanog programa je oko 9%.

Po vrsti sadržaja dominira filmski i serijski program, u prosjeku 42% ukupno emitovanog sadržaja. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu, u prosjeku oko 23%. Zabavni program u prosjeku zauzima oko 18% ukupno emitovanog vremena. Sportski programi u prosjeku čine oko 3%. Programa za djecu na programu posmatranih televizija ima malo, tek nešto više od 1% u prosjeku. Dokumentarno-obrazovni program u prosjeku čini nešto manje od 2% ukupno emitovanog programa.



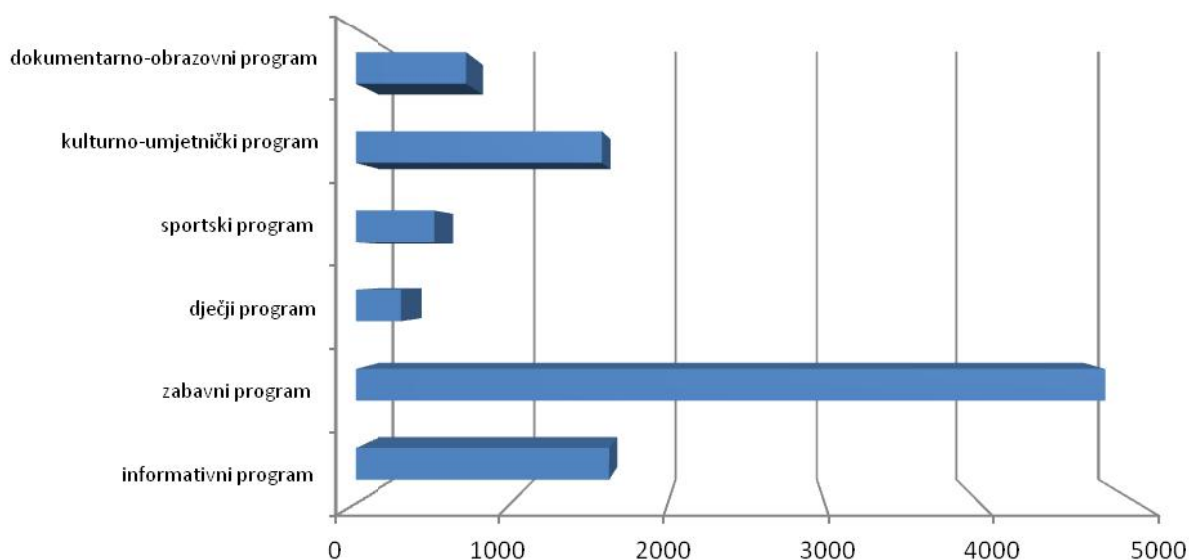
Grafik 13.: Struktura po vrsti sadržaja komercijalnih televizijskih programa sa nacionalnim pokrivanjem (prosjek)

⁴³ Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem – novembar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/11/Analiza-programske-strukture-nacionalnih-TV-emitera-10.11.2021.pdf>)

*
* ***Komercijalni televizijski emiteri sa regionalnom pokrivenošću⁴⁴**

Komercijalni televizijski programi sa regionalnom pokrivenošću u prosjeku proizvode oko 13% sopstvenog programa (u odnosu na 17% u 2020. godini). Prosječno učešće reemitovanog programa je oko 3%. Posmatrani televizijski emiteri, u prosjeku, kupuju oko 67% emitovanog programa i to se prvenstveno odnosi na muzički sadržaj.

Po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 48% ukupno emitovanog sadržaja. Dominantnu vrstu zabavnog sadržaja, koja se emituje na programu posmatranih TV emitera, čini emitovanje muzičkih spotova. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu (u prosjeku oko 16%). Kulturno-umjetnički program u prosjeku čini oko 16% ukupno emitovanog vremena. Dokumentarno-obrazovni program u prosjeku čini oko 7% ukupno emitovanog programa. Sportskih sadržaja na programu posmatranih televizija ima malo, oko 5%. Najmanje je učešće programa za djecu, oko 3% u prosjeku, i većinu sadržaja namijenjenog najmlađoj publici predstavljaju crtani filmovi.



Grafik 14.: Struktura po vrsti sadržaja komercijalnih televizijskih programa sa regionalnom pokrivenošću (prosjeak)

10. Medijsko predstavljanje u toku izbornih kampanja

Izveštaj o medijskom predstavljanju za lokalne izbore u Nikšiću - mart 2021.g.

Predsjednik Crne Gore je 5. januara 2021. godine, donio Odluku o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Nikšić, koji su održani 14. marta 2021. godine⁴⁵.

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 odbornike u Skupštini opštine Nikšić, koji će biti održani 14. marta 2021. godine.⁴⁶

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

⁴⁴ Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem – novembar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/12/Analiza-programske-strukture-regionalnih-TV-emitera-oktobar-2021.pdf>)

⁴⁵ „Službeni list CG“, br. 3/21.

⁴⁶ „Službeni list CG“, br. 5/21.

informisanja građana o svim fazama postupka i različitim stavovima tokom izborne kampanje, pod ravnopravnim uslovima za sve učesnike u izbornoj kampanji.

Agencija je na svojoj veb stranici www.aemcg.org pored usvojenog pravilnika o pravima i obavezama emitera za lokalne izbore u Nikšiću 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 14. marta 2021. godine omogućavali medijsko predstavljanje. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora.

Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojili su 14 emitera za 11 radijskih i devet televizijskih programa.

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja u okviru posmatranih televizijskih programa, za period od 26. februara do 12. marta 2021. godine iznosilo je 149.450 sekundi (2.490 minuta) ili približno 41 i po sati za period od 15 dana.

Posmatrano prema vrsti, najveće učešće je imala kategorija oglašavanje koja se odnosi na plaćene oblike političke komercijalne audiovizuelne komunikacije i na medijsko predstavljanje čije besplatno emitovanje u blokovima komercijalnog marketinga javnih emitera obezbjeđuje Zakon o izboru odbornika i poslanika.

Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je na programu Televizije Nikšić (37%), TVCG1 (28%) i na programu Televizije Vijesti (17%). U programu TV Prva emitovano je 10%, a u programu TVCG2 - 6%. U programu TV Nova M emitovano je nešto više od 1% ukupnog medijskog predstavljanja.

Najveća količina medijskog predstavljanja se odnosila na liste „Evropski tim za Nikšić“ (24%) i listu „Za budućnost Nikšića!“ (22%). Preostale liste su imale relativno ujednačeno učešće u ukupnom predstavljanju: „Crno na bijelo - Može Nikšić“ - 15%, „Mir je naša nacija“ - 14%, „SDP - Srcem za Nikšić“ - 13% i „Miodrag Daka Davidović“ - 12%.

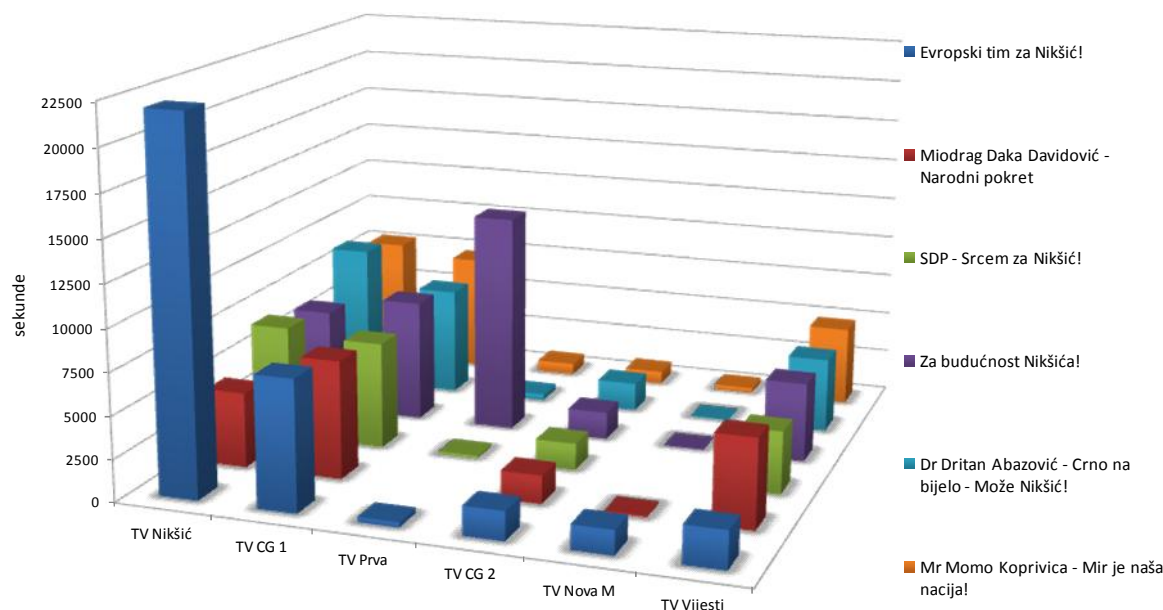
Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova.

Plaćeni oblici medijskog predstavljanja (što je uobičajeno za lokalne izbore) nijesu imali veliko učešće, približno 4% ukupnog medijskog predstavljanja. Prethodni podatak se mora tumačiti sa rezervom imajući u vidu da je i tokom ove kampanje postojala praksa nedosljednog korišćenja oznake besplatno/plaćeno.

Emiteri su, u načelu, poštovali obavezu dostavljanja evidencija emitovanog medijskog predstavljanja.

Za vrijeme trajanja kampanje, Agencija je pokrenula postupke za 31 slučaj kršenja odredbi Pravilnika. Tokom izborne kampanje, Agenciji nije podnesena ni jedna žalba u vezi sa radom emitera.

Grafik 15.: Količina medijskog predstavljanja po izornoj listi, po emiteru (Izbori - Nikšić, mart 2021)



Izveštaj o medijskom predstavljanju za lokalne izbore u Herceg Novom - maj 2021.g.

Predsjednik Crne Gore je 9. marta 2021. godine, donio Odluku o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Herceg Novi, koji su održani 9. maja 2021. godine⁴⁷.

Savjet Agencije za elektronske medije je, u skladu sa uobičajenom praksom, usvojio Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Herceg Novi, koji će biti održani 09. maja 2021. godine⁴⁸.

Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojili su 14 emitera za 11 radijskih i 9 televizijskih programa.

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja u okviru posmatranih televizijskih programa, za period od 23. aprila do 07. maja 2021. godine, iznosilo je 167.480 sekundi (2.791 minuta) ili približno 46 sati za period od 15 dana.

Posmatrano prema vrsti, najveće učešće je imala kategorija predstavljanje koja se odnosi na debate, sučeljavanja, intervju e i druge posebne emisije, isključivo posvećene izborima, u kojima se javnost upoznaje sa aktivnostima, idejama i mišljenjem predstavnika izbornih lista.

Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je na programu Televizije Herceg Novi (58%), TVCG1 (25%) i na programu Televizije Vijesti (8%). U programu TVCG2 emitovano je 6%, a u programu TV Prva - 3%. U programu TV Nova M emitovano je manje od 1% ukupnog medijskog predstavljanja.

Najveća količina medijskog predstavljanja se odnosila na listu „Stevan Katić - Ni lijevo ni desno“ (26%). Preostale liste su imale učešće u ukupnom predstavljanju kako slijedi: „Dr Dritan Abazović“ - Crno na bijelo - Može Bokeški“ - 18%, „Pravi Novi - Sloboda u našim rukama - Marko Milačić“ - 17%, „Za budućnost Herceg Novog i Boke“ - 16%, „Evropski tim za Herceg Novi“ - 13% i „Novska lista - naš grad, naš brod“ - 10%.

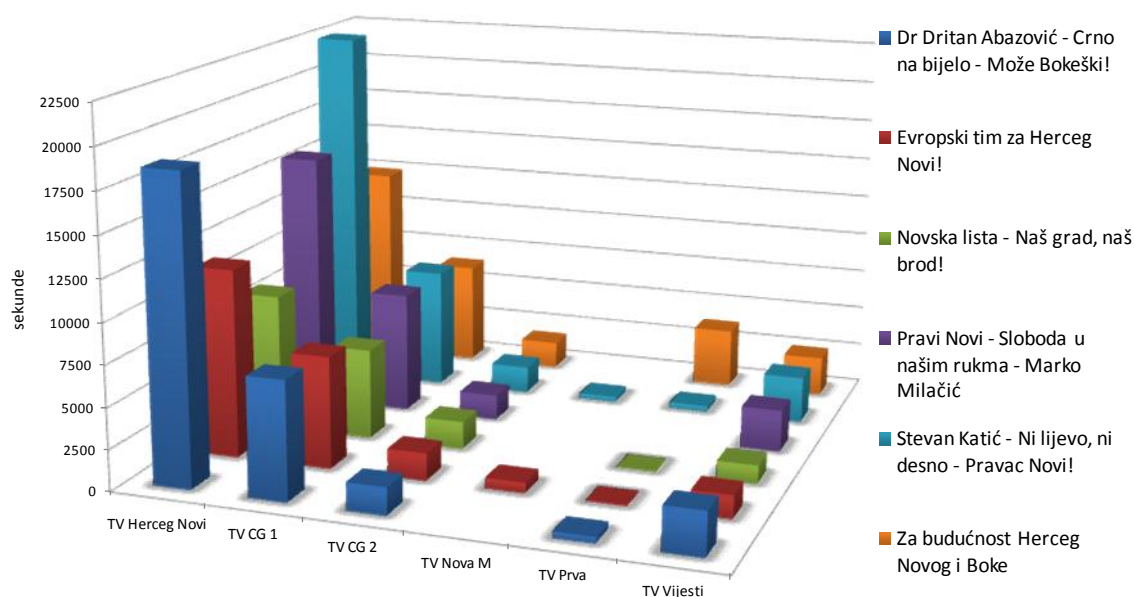
Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. Plaćeni oblici medijskog predstavljanja (što je uobičajeno za lokalne izbore) nijesu imali

⁴⁷ „Službeni list CG“, br. 3/21.

⁴⁸ „Službeni list CG“, br. 31/21.

veliko učešće, približno 4% ukupnog medijskog predstavljanja. Emiteri su, u načelu, poštovali obavezu dostavljanja evidencija emitovanog medijskog predstavljanja.

Za vrijeme trajanja kampanje, Agencija je pokrenula pet postupaka za kršenje odredbi Pravilnika. Tokom izborne kampanje, Agenciji nije podnesena ni jedna žalba u vezi sa radom emitera.



Grafik 16.: Količina medijskog predstavljanja po izornoj listi, po emiteru (Izbori - Herceg Novi, maj 2021)

Izveštaj o medijskom predstavljanju za lokalne izbore u Mojkovcu, Petnjici i Cetinju - decembar 2021. g.

Predsjednik Crne Gore je 14. septembra 2021. godine, donio Odluku o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Mojkovac, Skupštini opštine Petnjica i Skupštini Prijestonice Cetinje, koji su održani 5. decembra 2021. godine⁴⁹.

Savjet Agencije za elektronske medije je usvojio Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Mojkovac, Skupštini opštine Petnjica i Skupštini Prijestonice Cetinje, koji će biti održani 05. decembra 2021. godine⁵⁰.

Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojili su 14 emitera za 11 radijskih i 9 televizijskih programa.

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja u okviru posmatranih televizijskih programa, za period od 20. novembra do 03. decembra, iznosilo je 75.544 sekundi (1.259 minuta) ili približno 21 sat za period od 15 dana.

Posmatrano prema vrsti, najveće učešće je imala kategorija oglašavanje koje se odnosi na besplatno oglašavanje u okviru programa javnog emitera.

Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je na Parlamentarnom kanalu (87%), TVCG1 (30%) i TVCG2 (30%). U programu Televizije Vijesti emitovano je 10% ukupnog medijskog predstavljanja, a u programu TV Nova M - 3%. U programu TV Prva emitovano je manje od 1% ukupnog medijskog predstavljanja.

Od ukupnog medijskog predstavljanja posvećenog izborima za odbornike u Skupštini opštine Mojkovac, najviše je ostvarila lista - „Demokrate - Mojkovac. Junački!“ (22%), a najmanje (po 13%)

⁴⁹ „Službeni list CG“, br. 3/21.

⁵⁰ „Službeni list CG“, br. 100/21.

liste „Ujedinjena Crna Gora - Ujedinjeni Mojkovac“ i „Grupa građana Ne damo Mojkovac“. Liste „Mojkovac Naša kuća - koalicija DPS-SD-LP-Milo Đukanović“ i „Mojkovačka URA - mr Ivan Ašanin - Budi odgovoran - Može Mojkovac“ imale su učešće od po 18% u medijskom predstavljanju. Lista „Za budućnost Mojkovca DF - SNP - RP - PZP - DNP“ ostvarila je udio od 16% medijskog predstavljanja.

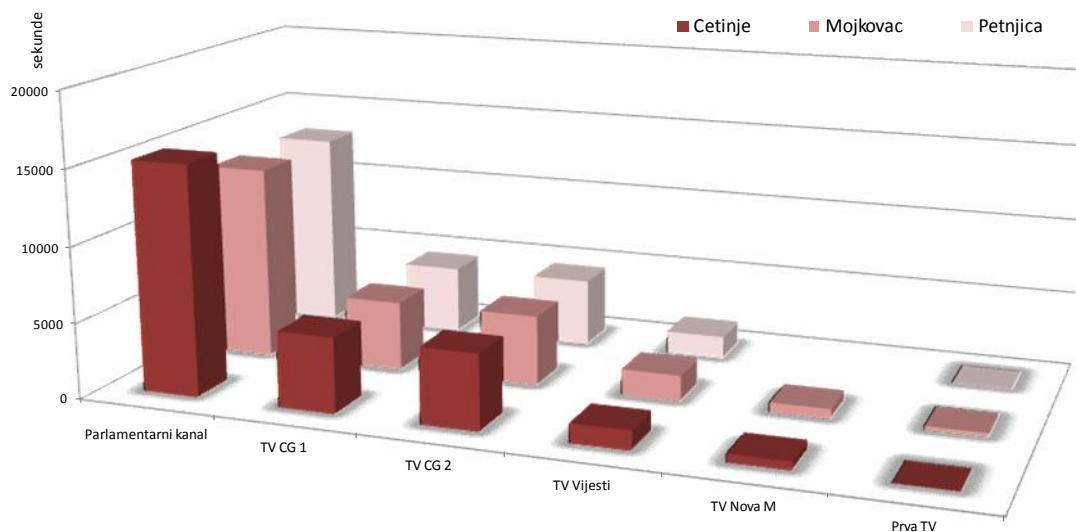
Od ukupnog medijskog predstavljanja posvećenog izborima za odbornike u Skupštini opštine Petnjica, najviše je ostvarila lista „Dr Albin Čeman - Demokrate - Demokratska Crna Gora Nova snaga“ (24%), a najmanje (4%) lista „SNP Časno za Petnjicu“. Liste Bošnjačke stranke, Stranke pravde i pomirenja i Demokratske partije socijalista ostvarile su učešće od po 16%. Socijaldemokrate Crne Gore, odnosno Socijaldemokratska partija Crne Gore, ostvarile su 13%, odnosno 11% učešća u medijskom predstavljanju.

Najviše medijskog predstavljanja posvećenog izborima za odbornike u Skupštini Prijestonice Cetinje ostvarile su liste - „Demokrate - Crnogorsko, a svjetsko! Cetinje!“ i „SD - LP Vazda dosljedni Cetinju“ (po 20%), a najmanje lista „Da vratimo ponos Crnoj Gori! DPS Milo Đukanović“ (13%). Lista Građanskog pokreta URA ostvarila je učešće od 17% u medijskom predstavljanju, dok su liste Socijaldemokratske partije Crne Gore i „Ekološka Knjaževina Stara Crna Gora“ bile zastupljene sa učešćem od po 15%.

Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. Plaćeni oblici medijskog predstavljanja (što je uobičajeno za lokalne izbore) nijesu imali veliko učešće. Zanimljivo mala količina plaćenog oglašavanja je zabilježena jedino u programu Televizije Vijesti.

Emiteri su, u načelu, poštovali obavezu dostavljanja evidencija emitovanog medijskog predstavljanja.

Za vrijeme trajanja kampanje, Agencija je pokrenula 4 postupka za kršenje odredbi Pravilnika. Tokom izborne kampanje, Agenciji nije podnesena ni jedna žalba u vezi sa radom emitera.



Grafik 17.: Količina medijskog predstavljanja po emiteru, po izbornom procesu Cetinje, Mojkovac, Petnjica

*

*

*

Generalna je ocjena da su medijske kampanje za izbore održane tokom 2021. godine sprovedene saglasno zakonskom okviru koji definišu Zakon o izboru odbornika i poslanika, Zakon o elektronskim medijima i Zakon o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja.

One su istakle 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*

*

* *

Tokom 2021. godine, zabilježeno je naglašeno interesovanje stranih medija za izborne procese u Crnoj Gori.

Podaci pokazuju da je, u periodu od 15 dana pred održavanje lokalnih izbora u Nikšiću, kada je kampanja političkih partija bila najintenzivnija, samo jedan sadržaj emitovan u jednom stranom televizijskom programu imao više vremena posvećenog temama vezanim za Crnu Goru (i neposredno ili posredno izborima u Nikšiću), nego što je bilo ukupno medijsko predstavljanje u programu nacionalnog javnog emitera Radio televizija Crne Gore.

Ne može se dovesti u pitanje legitimnost medijskog praćenja izbornih procesa u stranim (posebno susjednim) zemljama. Takođe moraju se imati u vidu osnovni principi koji moraju biti zadovoljeni da bi rezultati izbornog procesa bili ocijenjeni kao demokratski izražena volja birača zasnovana na jasnim, istinitim i cjelovitim informacijama o političkoj ponudi. Imajući u vidu ulogu medija da takve informacije uskrate ili učine dostupnim biračima, neophodno je prepoznati obilježja neprimjerenog miješanja stranih medija koje bi moglo ugroziti integritet izbornog procesa i samih izbornih rezultata.

Prvi način na koji mediji utiču na izbore je odabirom kojoj političkoj partiji, listi ili kandidatu će dati prostor u svom programu i koliki će taj prostor biti. Pristrasnost medija dovodi do sužavanja političkog izbora na način da pojedini politički subjekti ostaju nevidljivi i nepoznati za biračko tijelo. Na ovaj način se vrši uticaj na percepciju birača koji odlučuju u okvirima vještački kreirane „komore“ suženog političkog izbora, u kojem je umjesto birača, i u njihovo ime, već izvršena selekcija u političkoj ponudi.

Drugo obilježje nelegitimnog stranog uticaja proizilazi iz samog karaktera miješanja (intervencije) - da li je ona usmjerena na podršku demokratskim procesima ili svojim djelovanjem podriva koheziju demokratskog društva. Jasno je da države, međunarodne organizacije, različite nevladine organizacije, svojim politikama vrše uticaj na unutrašnju politiku drugih država. Međutim, ovaj uticaj se najčešće ograničava na široku podršku institucijama, demokratskim procesima, izgradnji kapaciteta. Sve dok su uticaji ograničeni na podršku stvaranju demokratskog institucionalnog

okruženja – mogu se pravdati i tumačiti kao legitimni. Nelegitimnost stranog miješanja počinje kada intervencija, umjesto na uspostavljanje jasnih i za sve jednakih pravila, (počinje da) utiče na konačan ishod političke utakmice.

Čak i u slučajevima kada je strani uticaj direktno pomaganje određenim pojedincima, grupama, strankama i ideologijama, kao treće obilježje, pitanje je načina na koji se vrši intervencija. Novinarstvo je profesija podataka - bazirano na provjeri činjenica. Strana medijska intervencija koja podrazumijeva širenje dezinformacija i neprovjerenih informacija, koja ima za cilj kreiranje atmosfere društvene neizvjesnosti, utiče da birači donose odluke u strahu od budućih događaja. U krajnjem, cilj ovakve intervencije je podriivanje povjerenja u demokratske procese i institucije i ne doprinosi slobodnom političkom izboru.

Istraživanja vezana za strano miješanje u izborni proces zemlje najčešće se svode na uticaj ostvaren u sajber okruženju. Direktno miješanje stanih (tradicionalnih) medija u izborni proces druge zemlje ne predstavlja uobičajenu i prihvatljivu aktivnost u zemljama razvijene demokratije. Ukoliko se strana miješanja smatraju štetnim u slučajevima kada se uticaj ostvaruje drugim kanalima, čime se može pravdati uticaj koji se ostvaruje putem tradicionalnih medija?

Ukazivanje na problem nepostojanja efikasnih regulatornih mjera u slučajevima stranog uticaja na izbore, u prethodnom periodu rezultiralo je ekspertskim preporukama koja se zasnivaju na principima saradnje između regulatornih tijela dvije države i pozivanjem političkih subjekata na primjenu etičkih principa. Navedene aktivnosti u praksi ne predstavljaju dovoljan i efikasan mehanizam.

Iako strane intervencije ne moraju uvijek štetiti demokratiji i pod određenim okolnostima mogu doprinijeti slobodnim izborima, one predstavljaju stalnu prijetnju demokratskim procesima i narušavaju povjerenja u sposobnost sistema da proizvodi i sprovodi ispravne politike.

Identifikacija, razumijevanje i mehanizmi za suzbijanje ovih aktivnosti moraju obuhvatiti i regulaciju koja se odnosi na tradicionalne medije. Tijela koja imaju za cilj zaštitu različitih ljudskih prava u medijskom okruženju, moraju imati način i mehanizme da zaštite i slobodan politički izbor, lišen svih nelegitimnih uticaja.

11. Profesionalni standardi

Programski standardi

Izveštavanje medija i primjenu programskih i profesionalnih standarda, tokom prethodne godine, obilježili su pandemija korona virusa, politički događaji praćeni porastom društvenih tenzija, kao i tri izborna procesa za izbor odbornika u pet skupština opština.

Podsjećanja radi, Zakonom o elektronskim medijima (član 55 stav 6), propisano je da je emiter dužan da doprinosi slobodnom, istinitom, cjelovitom, nepristrasnom i blagovremenom informisanju javnosti o događajima u zemlji i inostranstvu, kao i poštovanju i promociji osnovnih ljudskih prava i sloboda, demokratskih vrijednosti, institucija i pluralizma ideja.

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

Agencija je i tokom prethodnih godina isticala stav da pitanje načela izvještavanja predstavlja pitanje profesionalne etike i primjene standarda novinarstva, te da je krajnje sporno da bilo koji državni organ, pa i Agencija, vrši nadzor nad primjenom ovih načela. Agencija ostaje pri stavu da je neophodno unapređenje postojećeg zakonskog okvira, bilo jačanjem samoregulatornih i koregulatornih mehanizama, bilo proširenjem nadležnosti regulatora u pravcu obezbjeđenja proporcionalnih i efikasnih sankcija.

Tokom 2021. godine nijesu zabilježeni pomaci u razvoju samoregulatornih mehanizama. Fragmentiranost samoregulacije i problemi sa njenim finansiranjem i održivošću, koji utiču na nivo primjene profesionalnih standarda, i dalje su neka od ključnih pitanja koja izazivaju zabrinutost. Sistemska podrška jačanju samoregulacije i primjene profesionalnih standarda, ali i obezbjeđivanje sigurnog i nesmetanog okruženja za rad novinara, ostaju ciljevi za čije se ostvarenje mora uložiti dodatni napor.

U okolnostima pandemije, osnovna aktivnost medija je usmjerena na dostupnost informacija od posebnog značaja za javnost, kao i način njihovog predstavljanja u cilju ispunjenja cjelovitog i blagovremenog informisanja javnosti o epidemiji virusa COVID-19.

Generalna je ocjena da su emiteri na adekvatan način izvještavali o dešavanjima u vezi sa novim koronavirusom, usmjeravali gledaoce na zvanične kanale informisanja nadležnih državnih službi, da su u analiziranim sadržajima prenošena mišljenja, prije svega, medicinskih radnika, stručnjaka i autoriteta, te kredibilnih novinarskih izvora. Nijesu zabilježeni slučajevi prenošenja informacija kojima bi se povrijedilo pravo na privatnost oboljelih od novog koronavirusa i drugih osoba koje su pogođene tim događajima.

S druge strane, političke tenzije u zemlji i sprovedeni izborni ciklusi doveli su do toga da su mediji postali centralna arena političkih sukoba. Naročito važan segment emitovanja je informativni program, kroz koji se javnost upoznaje o važnim temama od javnog interesa, informacijama političke, društvene ili ekonomske prirode. Prenosjenje informacija u informativnim programima mora biti lišeno ličnih stavova ili komentara spikera ili novinara koji obrađuju teme od interesa za širu javnost. Ukoliko se iste obrađuju na način da se segmenti (prilozi) koji čine komentare uključuju u emisije posvećene vijestima, emiteri su dužni da te djelove jasno označe kao komentar koji nije dio same vijesti (izvještaja). U protivnom, prenijeta informacija dobija sasvim drugi ton, čime se dovodi u pitanje objektivnost i nepristrasnost samog izvještavanja.

Ne dovodeći u pitanje pravo da se izvještava o bilo kojim temama i imajući u vidu da kontroverzne društvene teme ne treba izbjegavati, mora se imati u vidu da se kroz informativni program javnost upoznaje o važnim i aktuelnim temama od opšteg interesa. Uloga medija može biti dvojaka - mogu postati aktivni učesnici političkih sukoba i snositi odgovornost za jezik nasilja i netrpeljivosti koji narušava društvenu koheziju, ili ostati nezavisni i doprinijeti rješavanju društvenih kriza. Dešavanja u prethodnoj godini su pokazala da je neophodan posvećen rad na izgradnji sistemskih mehanizama koji će ukazati na vezu između medija i različitih subjekata koji predstavljaju inicijatore tenzija i koji će spriječiti da mediji postanu aktivni učesnici političkih sukoba.

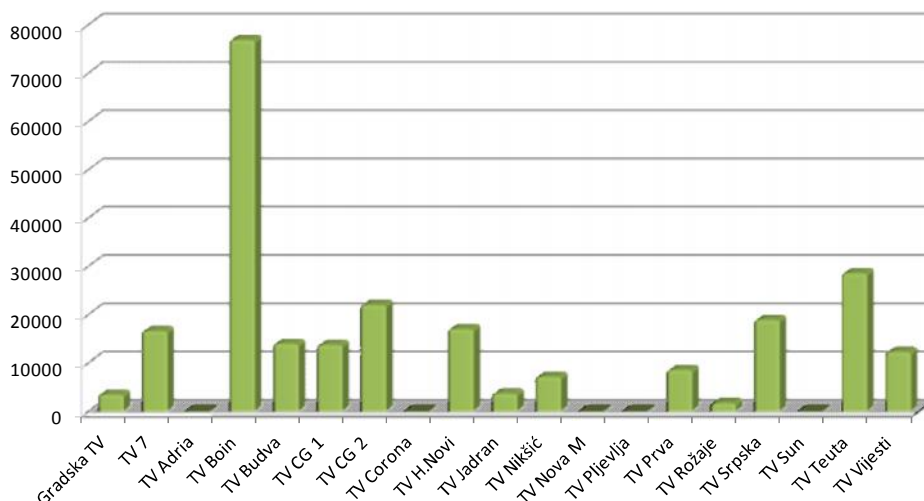
Zaštita maloljetnika

Od početaka razvoja televizije, odnos između ovog medija i djece, kao najmlađih konzumenata televizijskih sadržaja, predmet je javne brige i posebne regulatorne pažnje. U eri digitalnih medija, posebno je naglašena pažnja različitih platformi i višekanalne ponude sadržaja. 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.

Analizirajući dostupne podatke o tome kakva je ponuda televizijskih sadržaja za djecu na televizijama u Crnoj Gori, Agencija nastoji da ukaže na nedostatke i da preporuke za proizvodnju

kvalitetnog sadržaja za djecu, kao i da ukaže na važnost aktivne uloge društva u cilju zaštite maloljetnika od potencijalno štetnih sadržaja.

Tokom jedne sedmice, u okviru 18 televizijskih programa u Crnoj Gori u prosjeku se emituje 2% dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovani sadržaj. Ovi podaci su isti u odnosu na 2020. godinu i niži za 40% u odnosu na podatke iz 2019. godine⁵¹.



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

Posmatrajući televizijske emitere pojedinačno, najviše dječjeg programa ima u programu TV Boin, više od tri sata svakodnevno (uz napomenu da je dominantno riječ o muzici za djecu). Slijede TV Teuta, TVCG2 i TV Srpska. Analizirajući produkcijski izvor sadržaja namijenjenih djeci, veća je zastupljenost kupljenih od sadržaja iz sopstvene produkcije emitera. Od 14 televizijskih programa koji emituju sadržaj za djecu, svega četiri ima sadržaje za djecu u sopstvenoj produkciji.

Od ukupno emitovanog programa za djecu, najveći procenat, 55%, čine crtani filmovi. Na drugom mjestu (22%) je emitovanje muzičkih numera za djecu.

Najveći broj emisija za djecu prilagođen je uzrastu od 2 do 6 godina, 60% ukupno emitovanog sadržaja. Približno 39% 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 1%).

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 programima i online sadržajima.

Djeca danas imaju pristup obilju obrazovnih, zabavnih i drugih programskih sadržaja koji su dostupni u okviru stranih televizijskih programa koji se distribuiraju u Crnoj Gori, ali i na YouTube-u i drugim online platformama. Istovremeno, djeca u domaćinstvima sa niskim primanjima većinom će, ili isključivo, biti usmjerena na sadržaje u okviru linearne (ili free to air) televizije i na gledanje sadržaja uživo. Obezbeđivanje visokokvalitetnih sadržaja, raznovrsnije i inovativnije ponude, dostupnih svoj djeci, zahtijeva dodatni napor.

⁵¹ „Informacija o televizijskim programskim sadržajima za djecu“ – decembar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/12/Informacija-o-televizijskim-programskim-sadrzajima-za-djecu-02-1371-24.12.2021.pdf>)

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

Sve ovo čini, i dalje, vrlo aktuelnim **Preporuke** koje je Agencija uputila emiterima vezano za osobine 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.

Agencija za elektronske medije

PREPORUKE
za proizvodnju sadržaja za djecu

1 Motiv je dijete i njegove potrebe

Podsticajni sadržaj za djecu mora biti usmjeren na potrebe da zadovolje razvojne i obrazovne potrebe, da im pomogne u razvoju i da im pruži podršku u ostvarenju njihovih potencijala. Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe.

5 Promoviše razvoj socijalnih vještina i unapređuje međuljudske odnose

Podsticajni sadržaj za djecu mora biti usmjeren na razvoj socijalnih vještina, posebno na razvoj empatije, sposobnosti razumijevanja i rješavanja problema, kao i na razvoj sposobnosti razumijevanja i rješavanja problema u različitim kontekstima.

2 Podsticajan, prilagođen uzrastu i privlačan za dijete

Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe. Sadržaj mora biti privlačan i zanimljiv za dijete, uzimajući u obzir njegove interese i potrebe. Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe.

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

Sadržaj za djecu mora biti usmjeren na razvoj socijalnih vještina i na razvoj sposobnosti razumijevanja i rješavanja problema u različitim kontekstima. Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe.

3 Razumljiv ali izazovan za djecu

Sadržaj za djecu mora biti usmjeren na razvoj socijalnih vještina i na razvoj sposobnosti razumijevanja i rješavanja problema u različitim kontekstima. Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe.

7 Zagovara inkluzivne vrijednosti

Sadržaj za djecu mora biti usmjeren na razvoj socijalnih vještina i na razvoj sposobnosti razumijevanja i rješavanja problema u različitim kontekstima. Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe.

4 Podstiče mentalne vještine ali i fizičko zdravlje

Sadržaj za djecu mora biti usmjeren na razvoj socijalnih vještina i na razvoj sposobnosti razumijevanja i rješavanja problema u različitim kontekstima. Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe.

8 Aktivno promovira nenasilje

Sadržaj za djecu mora biti usmjeren na razvoj socijalnih vještina i na razvoj sposobnosti razumijevanja i rješavanja problema u različitim kontekstima. Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe.

9 Pomaže formiranju kulturnih i estetskih vrijednosti

Sadržaj za djecu mora biti usmjeren na razvoj socijalnih vještina i na razvoj sposobnosti razumijevanja i rješavanja problema u različitim kontekstima. Sadržaj mora biti prilagođen uzrastu i potrebama djeteta, uzimajući u obzir njegove fizičke, emocionalne i socijalne potrebe.

<https://aemcg.org/>

Dobna prilagođenost sadržaja

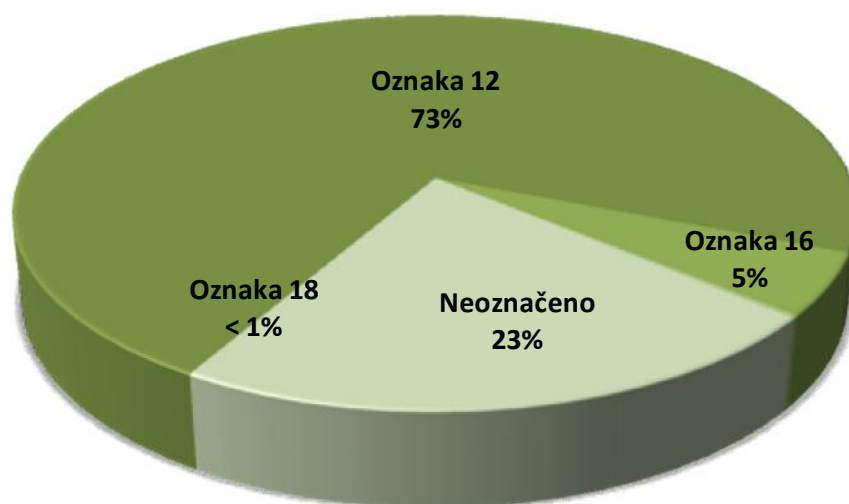
Zakonom o elektronskim medijima je propisano da se mora striktno voditi računa da se programski sadržaji, koji nijesu prilagođeni pojedinim uzrastima maloljetnih lica, raspoređuju u djelove dana kada postoji najmanja vjerovatnoća da mogu biti dostupni dijelu populacije kojoj nijesu namijenjeni.

Emiteri su dužni da takve sadržaje označavaju propisanim zvučnim i vizuelnim oznakama. Pravilnikom o programskim standardima u elektronskim medijima predviđena je obaveza emitera da prije emitovanja sadržaja utvrde njegovu podobnost za određene uzraste. Sadržaji se raspoređuju u propisane vremenske termine i emituju uz obavezno odgovarajuće vizuelno i zvučno upozorenje, kao i propisane grafičke oznake u uglu ekrana (12, 16 ili 18), tokom cijelog trajanja programskog sadržaja.

Tokom perioda oktobar - novembar 2021.g.⁵², od ukupne količine sadržaja koja je morala biti označena kao sadržaj koji nije prilagođen pojedinim uzrastima, nešto više od pola (55%) je bilo raspoređeno i označeno na način kako je propisano. Približno 22% sadržaja nije imalo sva propisana upozorenja i oznake, ali je, u načelu, sadržalo informaciju koja obavještava gledaoce o dobnoj prilagođenosti sadržaja. Neoznačeno je bilo 23% sadržaja.

Od ukupne količine sadržaja koja je morala biti označena kao sadržaj koji nije prilagođen pojedinim uzrastima, 73% je činio sadržaj koji nije namijenjen za maloljetnike mlađe od 12 godina. Približno 5% su činili sadržaji koji nijesu namijenjeni za maloljetnike mlađe od 16 godina. Manje od 1% su činili sadržaji koji nijesu namijenjeni za maloljetnike.

⁵² „Informacija o televizijskim programskim sadržajima za djecu“ – decembar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/12/Informacija-o-televizijskim-programskim-sadrzajima-za-djecu-02-1371-24.12.2021.pdf>)



Grafik 19.: Označavanje sadržaja u skladu sa uzrastom

Imajući u vidu povećanu izloženost djece različitim nepodobnim i, za njihov uzrast, neadekvatnim i neprilagođenim sadržajima, neophodne su aktivnosti na unaprjeđenju analitičkog i kritičkog sagledavanja sadržaja. Navedeno se postiže kontinuiranim naporom društvene zajednice na sticanju i unaprjeđenju znanja vezanih za bezbjednu konzumaciju medijskih sadržaja.

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

Cijeneći opšti društveni kontekst i narastajući problem uvredljivog, diskriminatornog i govora mržnje, Agencija iskazuje posebnu zabrinutost i ukazuje na neophodnost aktivnosti sa ciljem da se ojačaju kapaciteti crnogorskih elektronskih medija i spriječi prelivanje navedenih oblika govora sa online kanala komunikacije u elektronske medije. Iako rijedak, govor mržnje u elektronskim medijima nosi posebnu opasnost jer je direktan, otvoren, najčešće izrečen od strane ličnosti koje se smatraju istaknutim predstavnicima društva.

Težnja da se ne promovise ili podstiče diskriminacija je jedan od osnovnih principa etičkog novinarstva. Imajući u vidu da nedostatak uvažavanja različitih kultura, tradicija i vjerovanja vodi ka stereotipima u medijima koji jačaju ekstremne političke, nacionalističke i druge stavove, i u krajnjem rezultiraju govorom mržnje, neophodno je preduzeti aktivnosti u pravcu podizanja inkluzivnosti medijskih sadržaja.

Inkluzivnost medijskih sadržaja podrazumijeva način izvještavanja koji ima za cilj da uključi različite društvene grupe u medijsku sferu. Zasnovano je na konkretnim postupcima koje sprovode novinari kako bi proizveli medijski proizvod koji ima kapacitet da utiče na nejednakosti koje proizlaze iz nepravilnog funkcionisanja društvenih struktura. Svrha ovog vida izvještavanja je i da se ostvari dublji uvid u društvene procese, osnaži društveni, politički i kulturni pluralizam, kao i da se prepoznaju i prihvate različitosti.

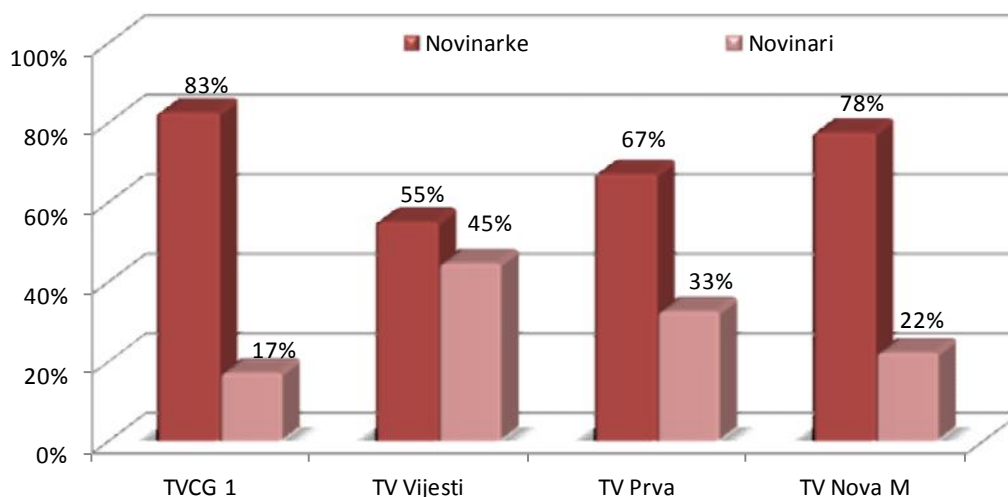
*
* * *

Rodna ravnopravnost podrazumijeva ravnopravno učešće žena i muškaraca, kao i lica drugačijih rodnih identiteta, u svim oblastima društvenog života, jednak položaj i jednake mogućnosti za ostvarivanje svih prava i sloboda i korišćenje ličnih znanja i sposobnosti za razvoj društva, kao i ostvarivanje jednake koristi od rezultata rada.

Na ulogu medija u stvaranju ravnopravnog i nediskriminatornog okruženja, između ostalog, utiče i prisustvo žena u medijskoj industriji, njihova uloga i uticaj na proizvodnju i distribuciju medijskog sadržaja.

Analiza sprovedena 2019. godine⁵³ pokazala je da u novinarskoj profesiji dominantno rade žene i da gotovo 60% objavljenih informacija, proizvode žene. Takođe, analiza je pokazala značajno prisustvo žena na uredničkim pozicijama, te da se češće javljaju kao prepoznatljiva lica centralnih informativnih emisija u odnosu na muškarce. Najveća razlika u zastupljenosti žena i muškarca u centralnim informativnim emisijama pokazala se prilikom upoređivanja broja sagovornika i sagovornica u emisijama. Od ukupnog broja uzetih izjava, samo 20% su izjave uzete od žena.

Analiza je ponovljena u martu 2021. godine⁵⁴. Imajući u vidu rezultate analize, u novinarskoj profesiji, i dalje, dominantno rade žene. Gotovo 72% objavljenih informacija, u posmatranoj sedmici,



proizvele su žene.

Grafik 20.: Novinari/novinarke u posmatranim priložima (procenat, po emiteru)

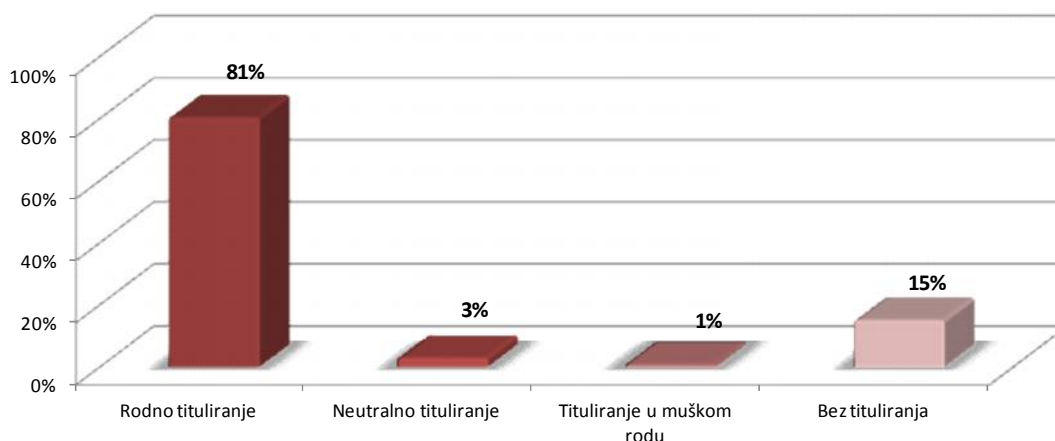
Žene su i urednice i češće se javljaju kao prepoznatljiva lica (voditeljke) centralnih informativnih emisija u odnosu na muškarce. Od posmatranih 28 centralnih informativnih emisija, žene su bile urednice u 25 emisija (89%) i voditeljke u 26 emisija (93%). Razlika u zastupljenosti žena i muškaraca u centralnim informativnim emisijama pokazala se i prilikom upoređivanja broja sagovornika i sagovornica u emisijama. Od 613 izjava, kod sve četiri posmatrane televizije, samo 23% su izjave uzete od žena.

Mediji su, saglasno Zakonu o rodnoj ravnopravnosti, dužni da u svom radu koriste rodno osjetljivi jezik. Međutim, pitanje upotrebe rodnog jezika nije samo pitanje zakonske regulative, ono ukazuje na svjesnost članova društva o značaju jednakosti žena i muškaraca u različitim segmentima društvenog života i ne svodi se samo na tituliranje adekvatno rodu. Upotreba rodno senzitivnog jezika predstavlja doprinos eliminaciji rodno zasnovane diskriminacije u društvu i podizanju svijesti o rodnoj ravnopravnosti.

Opšta upotreba muškog roda u odnosu na upotrebu paralelnih i obezličanih oblika izražavanja je karakteristika novinarskih izvještaja kod svih posmatranih televizija. Za rodno heterogene grupe, grupe u kojima su zastupljena oba pola, imenice muškog roda se koriste kao opšti oblik, dok su imenice ženskog roda oblik koji se koristi isključivo za grupe koje čine žene. Obilježavanje prema komponentama rodnog identiteta koje bi značilo upotrebu seksističkog i diskriminatornog jezika, generalno govoreći, nije zabilježeno u posmatranim sadržajima.

⁵³ Analiza vidljivosti žena i muškaraca u centralnim informativnim emisijama nacionalnih televizija (02-329 od 04.03.2019. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2019/03>)

⁵⁴ Analiza vidljivosti žena i muškaraca i upotrebe rodnog jezika u centralnim informativnim emisijama nacionalnih televizija - mart 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/03/Analiza-vidljivosti-zena-i-muskaraca-mart-2021.pdf>)



Grafik 21.: Tituliranje u posmatranim priložima (procenat, ukupno za posmatrane emitere)

Potrebni su dodatni napori usmjereni na podizanje svijesti o značaju jednakosti žena i muškaraca, kao i o značaju upotrebe rodno senzitivnog jezika za postizanje rodne jednakosti u svim sferama društvenog života. Posebna pažnja se mora posvetiti obuci novinara/novinarke o tome da je upotreba rodno senzitivnog jezika doprinos eliminaciji rodno zasnovane diskriminacije i da se ne svodi samo na tituliranje adekvatno rodu.

*
* *

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

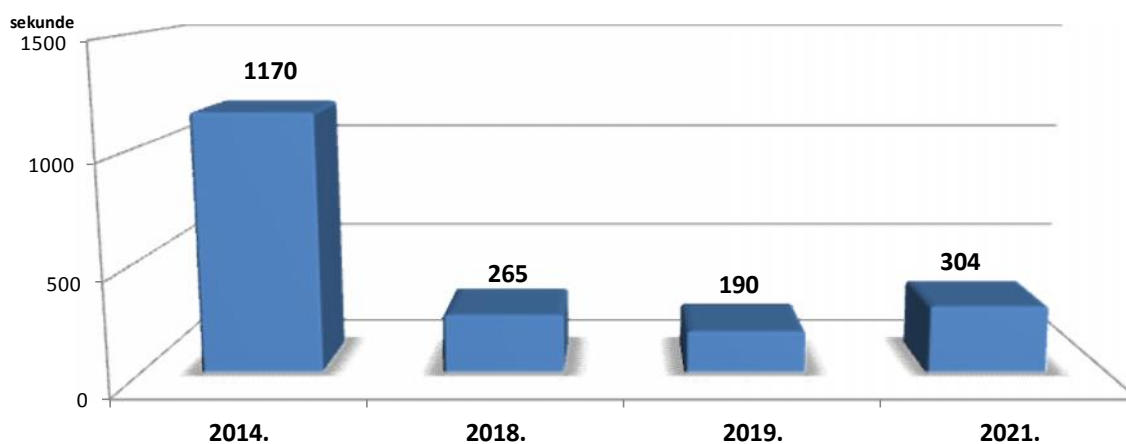
Tokom „Neđelje ponosa“, u periodu od 11. do 17. oktobra 2021. godine, analizirane su informativne emisije sedam crnogorskih televizijskih stanica, na osnovu čega je objavljena **Informacija o televizijskom izvještavanju tokom „Neđelje ponosa“ - oktobar 2021**⁵⁵.

Gotovo 85% informacija vezanih za Paradu ponosa je objavljeno na sam dan održavanja Parade, dok je ostalih dana broj objavljenih informacija bio zanemarljivo mali. Upoređujući sa podacima prikupljenim u vrijeme održavanja Parade ponosa ranijih godina, prosječan broj priloga je manji, ali je ukupna količina objavljenih informacija veća nego ranijih godina. Objavljeni prilozi su bili duži i sadržajni.

Prilozi su dominantno bili informativnog karaktera uz adekvatnu mogućnost pripadnika LGBTIQ zajednice i nevladinih organizacija koje se bave zaštitom njihovih prava, da upute poruku.

Izveštavanje tokom „Neđelje ponosa“ bilo je ograničeno na isključivo informativnu komponentu događaja. Izveštavanje je odlikovala jednodimenzionalna, uopštena obrada teme. U posmatranim sadržajima nije bilo značajnije obuhvatnosti, koja bi se manifestovala kako kroz tematsku, tako i kroz raznovrsnost novinarskih formi, te tretiranje problematike kroz analizu različitih sadržinskih elemenata i pojava oblika, posmatranje iz različitih uglova.

⁵⁵ Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Neđelje ponosa“ – oktobar 2021 (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/11/Analiza-televizijskog-izvjestavanja-tokom-Neđelje-ponosa-10.11.2021.pdf>)



Grafik 22.: Informacije u centralnim informativnim emisijama, 2014. VS 2018. VS 2019. VS 2021. (prosjeak, sekunde)

Prilozi objavljeni u centralnim informativnim emisijama na dan Parade ponosa kvalitativno su analizirani metodologijom zasnovanom na kritičkoj analizi diskursa. Metodologija je podrazumijevala potencijalna korišćenja tehnika koje imaju za cilj da proizvedu pozitivne ili negativne asocijacije na predstavljanje grupe. Na različit način, prihvatanje i senzibilizacija, koje se smatraju pozitivnim tehnikama predstavljanja, bile su zastupljene u posmatranim priložima. Prihvatanje kao diskurs je predstavljalo zastupljeniju tehniku, imajući u vidu da su svi posmatrani prilozi naglašavali potrebu poštovanja različitosti, koja bi trebalo da se podrazumijeva, te da su aspekti senzibilizacije naglašeni kroz emitovanje izjava organizatora.

U svim priložima dat je naglašeno veliki značaj prisustvu predstavnika političkog života. I mada su i organizatori, u izjavama koje su prethodile održavanju Parade, iskazali značaj podrške predstavnika državnih institucija i političara, kao nespornom znaku napora za unapređenje položaja članova zajednice, stiče se utisak da je u posmatranim priložima na tome bio akcentat. Podrška i učešće predstavnika iz političkog života, isticani su kao najznačajniji, a u gotovo svim priložima je vrijeme posvećeno izjavama organizatora i učesnika Parade bilo izjednačeno sa vremenom koje su politički predstavnici imali za svoje izjave. Na ovaj način se događaj, koji bi trebalo da predstavlja promociju prava LGBTIQ zajednice koristi kao sredstvo za upućivanje političkih poruka. Takođe, stiče se utisak da je pitanje ugroženih prava i odsustva socijalne inkluzije jedne grupe ljudi, pitanje (političkog) mišljenja a ne diskriminacija po definiciji.

Komercijalne audiovizuelne komunikacije

Komercijalna audiovizuelna komunikacija može biti u obliku oglašavanja, telešopinga, sponzorstva i plasmana proizvoda. One moraju da budu u saglasnosti sa zakonom propisanim uslovima, ispravne i istinite kako bi javnost imala potpuno poverenje u njih i da ne utiču na uređivačku politiku pružaoca medijskih usluga. Zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije.

Pandemija korona virusa je obilježila par godina iza nas, a njen uticaj je vidan kako na uredničke djelove programa elektronskih medija, tako i na komercijalne audiovizuelne komunikacije. Oglašavanje u tradicionalnim medijima dobija velike konkurente iz online svijeta i pokušava da se prilagodi novonastalim uslovima, kako bi povratio interes publike.

Oglašavanje u okviru usluga na zahtjev, ciljani marketing i oglašavanje na dijelu ekrana predstavljaju vodeće trendove u televizijskom oglašavanju.

Usluge na zahtjev podržane oglasima predstavljaju vodeći trend. Oglašavanje u okviru usluga na zahtjev je uobičajeno zamišljeno kao sadržaj koji se mora pogledati prije pristupa uredničkom sadržaju. Ciljani oglasi se prikazuju samo određenim domaćinstvima, ili članovima domaćinstva, koja pokazuju interes za proizvod ili uslugu. Oglašavanje zapravo realizuju pružaoci usluga na zahtjev putem set-top box uređaja. Kod oglašavanja na dijelu ekrana, oglasni i urednički sadržaj dijele ekran,

što nije novina. Novo je da oglasni prostor prodaju pružaoci usluga distribucije ili usluga na zahtjev, umjesto televizijskih emitera.

Imajući u vidu navedene trendove ali i aktivnosti pružalaca usluga distribucije AVM sadržaja na crnogorskom tržištu, neophodne su što skorije izmjene zakonske regulative koja se odnosi na oglašavanje, na način kako to propisuje Direktiva o AVM uslugama.

*
* *

Nezavisno od toga da li su pokrenuti na osnovu prigovora ili po službenoj dužnosti, približno 25% ukupnog broja vođenih postupaka tokom 2021. godine je bilo zbog kršenja standarda oglašavanja. Oni si se odnosili na maksimalno dozvoljenu kvotu oglasa u programu, prikrieno i prevarno oglašavanje, uslove za sponzorisanu sadržaje, oglašavanje u informativnim emisijama i sl. Najveći broj postupaka je vođen zbog kršenja propisane oglasne kvote, kao i zbog pogrešnog raspoređivanja i označavanja oglasnih poruka.

Kao i prethodnih godina, značajan broj postupaka je vođen zbog prikriivenog ili prevarnog oglašavanja. I dalje je prisutan trend rasta komercijalnih AV komunikacija koje znače da promotivni element mora biti integrisan u urednički sadržaj, odnosno postavljen u kontekst uredničkog sadržaja. Nadzor nad primjenom propisa vezanih za komercijalne AV komunikacije nekoliko godina unazad pokazuje da je prošao trend kada se najvidljiviji oglas smatrao najboljim i da se interes velikih oglašivača vremenom pomjerio od 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 prekršaja koji su se odnosili na prikrieno oglašavanje. Tokom prethodne godine zabilježeni su i slučajevi prevarnog oglašavanja u kojima je biljni preparat predstavljen kao siguran lijek za određenu bolest, čime su gledaoci mogli biti dovedeni u zabludu.

Bilježi se značajan trend porasta sponzorisanih sadržaja. Sponzorisanje bi moralo biti ograničeno na upućivanje na sponzora (prikazivanje ili pominjanje naziv ili oznake), samo prilikom identifikacije, odnosno označavanja sponzora. Nažalost, praksa pokazuje nerijetko nezakonito promovisanje interesa sponzora ili određenog oglašivača koji želi da promoviše svoje proizvode i usluge na način koji prevazilazi utvrđena pravila koja se odnose na komercijalnu AV komunikaciju.

Imajući u vidu revidiranu Direktivu o AVM uslugama i Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i televizija Crne Gore⁵⁶ iz jula 2020. godine, sa jedne, ali i važeći Zakon o elektronskim medijima, na elektronske medije u Crnoj Gori trenutno se primjenjuju različita pravila za utvrđivanje kvota maksimalno dozvoljenog oglašavanja u programu. Naime, saglasno Zakonu o nacionalnom javnom emiteru, 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. Početna faza primjene pravila koje propisuje Direktiva o AVM uslugama i koji su sadržani u novom Zakonu o RTCG, 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.

⁵⁶ „Sl. list CG“, br. 80/20.

12. 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 2021. godine, njihove skupštine opština ili nisu imenovale savjete javnih emitera (Bar) ili nijesu podnijele zahtjev za izdavanje odobrenja za emitovanje (Cetinje, Ulcinj, Kolašin).

U martu 2021. godine, Lokalnom javnom emiteru „Radio Bar“ d.o.o. Agencija je izmijenila **Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „Radio Bar“** br. O-R-J-15⁵⁷. Time je konstatovana promjena programske strukture.

U martu 2021. godine, nacionalnom javnom emiteru „Radio televizija Crne Gore“ d.o.o. je izdato **Odobrenje za emitovanje specijalizovanog informativnog televizijskog programa „Parlamentarni program“**⁵⁸.

U julu 2021. godine, Lokalnom javnom emiteru „Radio televizija Podgorica“ d.o.o. je izdato **Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „Gradska televizija“**⁵⁹.

Krajem decembra 2021. godine Agencija, zbog **promjene naziva i identifikacionog znaka medija, kao i izmjene strukture programa**, Privrednom društvu „Lokalni javni emiter Radio Televizija Podgorica“ d.o.o. iz Podgorice, **izmijenila Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „Gradski radio“** br. O-R-J-19 (raniji naziv i identifikacioni znak programa je bio „Radio Podgorica“)⁶⁰.

*
* *

U 2021. 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 2021. godine, **devet** (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**⁶¹. To je u toku 2018. godine urađeno u Pljevljima, Tivtu, Bijelom Polju i Budvi, u toku 2019.godine u Kotoru i Kolašinu, u toku 2020.godine u Podgorici i Danilovgradu, a u toku 2021.godine u Andrijevići⁶². Jedinice lokalne samouprave koje nisu usaglasile osnivački akt sa Zakonom o elektronskim medijima u dijelu koji se odnosi na pravila državne pomoći su 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. i 2021. godine pojedini lokalni javni emiteri pristupili pripremi i zaključivanju novih trogodišnjih ugovora. Zaključno sa 31.12.2021. godine, Agenciji za elektronske medije su **šest lokalnih javnih emitera dostavila nove trogodišnje ugovore (2021 - 2023)**

⁵⁷ Akt Agencije br. 02-1208/1 od 01.12.2021.g.

⁵⁸ Akt Agencije br. 02-254/1 od 03.03.2021.g.

⁵⁹ Odobrenje za emitovanje br. O-TV-J-10 (akt broj 02-857/3 od 26.07.2021.g.).

⁶⁰ Akt Agencije br. 02-1238/1 od 13.12.2021.g.

⁶¹ Zakon o elektronskim medijima, čl. 76 do 76ć.

⁶² Odluka o izmjeni i dopuni Odluke o osnivanju Društva sa ograničenom odgovornošću Lokalni javni emiter "Radio Andrijevića" ("Sl.list CG - opštinski propisi", br. 44/21 od 28.12.2021.g.)

kojima se regulišu međusobna prava i obaveze jedinice lokalne samouprave i javnog emitera (Kotor⁶³, Bijelo Polje⁶⁴, Bar⁶⁵, Tivat⁶⁶ i Herceg Novi⁶⁷).

13. Izrečene upravno-nadzorne mjere

U 2021. 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 lokalne izbore u Nikšiću, Herceg Novom, Cetinju, Mojkovcu i Petnjici koji su održani 2021. godine, kao i zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje programa.

U toku 2021. godine, Agencija je **izrekla 149 upozorenja**, od čega 127 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 sedam žalbi**, i to **3** u postupcima po prigovorima na rad emitera, a 4 u postupcima pokrenutim po službenoj dužnosti.

Savjet Agencije je, **kao neosnovane, odbio svih sedam žalbi**.

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

*

* *

Prigovori na rad emitera

U periodu od 1. januara do 31. decembra 2021. godine, Agenciji za elektronske medije je **dostavljeno 36 prigovora na rad emitera** sljedećih televizijskih i radio programa:

- „Prvi program RTCG“ (TVCG1) - osam prigovora,
- „TV Herceg Novi“ - jedan prigovor,
- „Gradska TV“ - šest prigovora,
- „TV Budva“ - jedan prigovor,
- „TV Vijesti“ - pet prigovora,
- „Srpska TV“ - jedan prigovor,
- „TV Prva“ - osam prigovora,
- „TV Boin“ - jedan prigovor,
- „TV MNE SPORT 1“ - jedan prigovor,
- „Adria TV“ – dva prigovora,
- „Radio Kotor“ - jedan prigovor,
- „Radio Elmag“ - jedan prigovor.

⁶³ Akt zaveden kod Agencije br. 02-48 od 18.01.2021.g.

⁶⁴ Akt zaveden kod Agencije br. 02-61 od 22.01.2021.g.

⁶⁵ Akt zaveden kod Agencije br. 02-130 od 15.02.2021.g.

⁶⁶ Akt zaveden kod Agencije br. 02-241 od 01.03.2021.g.

⁶⁷ Akt zaveden kod Agencije br. 02-448 od 06.04.2021.g.

U prvostepenom postupku, **odbijeno je 11 prigovora, prihvaćena su 22 prigovora i izrečeno isto toliko upozorenja**. U tri slučaja podnosiocu prigovora je upućen odgovor ili objašnjenje.

U postupcima vođenim po prigovorima na rad emitera, najveći broj upozorenja emiterima (16) izrečeno je zbog kršenja odredbi o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (čl. 85, čl. 89, čl. 92, čl. 93, čl. 95 i čl. 96 Zakona o elektronskim medijima i čl. 13, čl. 37, čl. 41, čl. 44 čl. 58, i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama).

Od preostalih šest upozorenja, zbog kršenja programskih standarda u elektronskim medijima izrečena su četiri upozorenja, jedno upozorenje zbog kršenja Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u skupštini Opštine Herceg Novi, koji su održani 9. maja 2021. godine (član 10. – objavljivanje rezultata ispitivanja javnog mnjenja, istraživanja i analiza u vezi sa opredjeljenjem birača u pogledu procjene rezultata izbora, u roku od 15 dana prije dana održavanja izbora), a jedno zbog promjene programske strukture bez obavještanja Agencije.

Što se tiče odbijenih prigovora najveći broj je odbijen kao neosnovan (osam prigovora), dok su tri prigovora odbijena, jer su u predmetnim slučajevima već sprovedeni / pokrenuti upravni postupci po istoj upravnoj stvari.

U drugostepenom postupku po prigovorima na rad emitera, Savjetu Agencije su podnesene **tri** žalbe vezane za prvostepeno rješenje kojim je odbijen prigovor na rad emitera, kao neosnovan. Žalbe su odbijene kao neosnovane⁶⁸.

Prigovori na rad pružalaca AVM usluga na zahtjev

Agenciji za elektronske medije je, u toku 2021. godine, dostavljen **jedan** prigovor na rad pružaoca AVM usluge na zahtjev, u kom je podnosiocu upućen odgovor.

Prigovori na rad elektronskih publikacija

U toku 2021. godine, Agenciji su dostavljena i **četiri prigovora** na rad elektronskih publikacija - portala. U svim slučajevim podnosiocima je upućen odgovor kojim ukazano da su danom stupanja na snagu rješenja novog Zakona o medijima prestale da važe odredbe Zakona o elektronskim medijima koje su se odnosile na elektronske publikacije (portale), čime je prestala i nadležnost Agencije po tom osnovu.

Postupci po službenoj dužnosti - emiteri

U 2021. godini Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula **144** postupka protiv emitera i izrekla **127** upozorenja. U **12** slučajeva postupak je obustavljen jer su emiteri otklonili uočene nepravilnosti (dostavili evidencije medijskog predstavljanja u toku izborne kampanje) u ostavljenom roku, **četiri**⁶⁹ postupka su okončana izmjenama odobrenja za emitovanje, dok je **jedan**⁷⁰ postupak okončan davanjem prethodne saglasnosti Savjeta Agencije za značajnu promjenu vlasničke strukture.

Zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje, Agencija je izrekla **44** upozorenja.

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

- 21 upozorenje 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).

⁶⁸ Rješenja Savjeta Agencije br. 01-525/4 od 01.06.2021.g, br. 01-952/4 od 14.09.2021.g. i 01-1129/6 od 13.12.2021.g.

⁶⁹ Rješenja 02-527/5 od 22.10.2021.g. (TV Rožaje); 02-1138/1 od 08.11.2021.g. (TV Jadran); 02-1208 od 01.12.2021.g. (Radio Bar); 02-1238/1 od 12.12.2021.g. (Gradski radio)

⁷⁰ Rješenje Savjeta Agencije br.01-614/4 od 01.06.2021.g.

- 28 upozorenja zbog kršenja standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije. Najveći broj upozorenja (23) 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. Izrečeno je i 14 upozorenja zbog prekoračenja maksimalne dozvoljene dužine trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa.
- devet upozorenja zbog kršenja programskih standarda.
- 21 upozorenje zbog kršenja Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za lokalne izbore u Nikšiću 14. marta 2021. godine, lokalne izbore u Herceg Novom održane 9. maja 2021. godine i lokalne izbore u Cetinju, Mojkovcu i Petnjici održane 5. decembra 2021. godine.
- jedno upozorenje zbog kršenja člana 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela.
- dva upozorenja zbog kršenja obaveze emitera da prijavi promjenu vlasničke strukture Agenciji, kao i da za promjenu vlasničke strukture veću od 10% učešća pribavi prethodnu pisanu saglasnost Savjeta Agencije (čl. 135 st. 1 i 2 Zakona o elektronskim medijima i čl. 31 st. 1 i 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje).
- jedno upozorenje zbog propuštanja emitera da skraćeni identifikacioni znak elektronskog medija kontinuirano označi tokom cijelog vremena emitovanja televizijskog programa (čl. 57 Zakona o elektronskim medijima).

U drugostepenom postupku, Savjetu Agencije su podnesene četiri žalbe na prvostepena rješenja kojima je Agencija izrekla upozorenja emiterima po službenoj dužnosti (zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje). U sva četiri slučaja žalbe su odbijene kao neosnovane.

Postupci po službenoj dužnosti - pružaoci AVM usluga na zahtjev

U 2021. godini, Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula sedam postupaka protiv pružalaca AVM usluga na zahtjev, 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;
- obavezu da distribuira radijske i/ili televizijske programe istovremeno, u potpunosti i bez promjena, u skladu sa dobijenim odobrenjem - član 83 stav 2 Zakona o elektronskim medijima;
- obavezu da bez naknade, distribuira programe nacionalnih javnih emitera u cijeloj zoni servisa i regionalnih i lokalnih javnih emitera na teritoriji jedinica lokalne samouprave koje su osnivači tog javnog emitera - član 83 stav 5 Zakona o elektronskim medijima i član 36 stav 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev;
- prijavi Agenciji u pisanoj formi svaku promjenu kataloga programa - član 84 stav 1 al) 2 Zakona o elektronskim medijima i 43 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev;

- obavezu da prije uključivanja pojedinog radijskog ili televizijskog programa u katalog programa i početka njegove distribucije, pribavi ugovor ili prethodnu pisanu saglasnost vlasnika programa, koja se, radi evidentiranja, dostavlja Agenciji - član 34 stav 1 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev;
- obavezu raspoređivanja radijskih i televizijskih programa javnih emitera na početku kataloga programa - član 36 stav 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev.

Agencija je obustavila **četiri** postupka, jer su pružaoci AVM usluga na zahtjev otklonili uočene nepravilnosti, dok su **dva** postupka okončana izmjenama odobrenja za pružanje AVM usluge na zahtjev.

Mjere ograničavanja reemitovanja stranih programa

U septembru 2021. godine, Savjet Agencije se obratio Regulatornom telu za elektronske medije u Srbiji i obavijestio ga o kršenju člana 7 stav 1 Konvencije o prekograničnoj televiziji i člana 6 Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama u programu „TV Happy““, emitera „Happy TV“ d.o.o., iz Srbije. Po mišljenju Savjeta Agencije, emiter je očigledno i ozbiljno kršio pomenute standarde, time što je kroz različite sadržaje nedvosmisleno i u više slučajeva emitovao sadržaje koji podstiču mržnju, netrpeljivost i diskriminaciju prema pripadnicima crnogorske nacionalnosti. Učestalim emitovanjem (posebno uočenim u periodu avgust – septembar 2021. godine), u okviru sadržaja različitih formi i žanrova, koristilo se pogrdno, uvredljivo ili uznemiravajuće izražavanje koje podstiče intenzivne negativne emocije, iskazivanje neprijateljstva ili želju za diskriminacijom, kao i omalovažavanje ili obezvrjeđivanje pripadnika crnogorske nacionalnosti, negiranjem njihovog nacionalnog identiteta i posebnosti.

Uvažavajući da se radi o pitanju od javnog interesa, odnosno kršenju standarda propisanog pomenutim međunarodnim dokumentima, na čije poštovanje su se obavezale Crna Gora i Srbija, Savjet Agencije je tom prilikom uputio poziv Regulatornom telu za elektronske medije u Srbiji da, u okviru svojih nadležnosti, preduzme neophodne radnje radi utvrđivanja odgovornosti za uočene nepravilnosti, kao i mjere za njihovo otklanjanje u najkraćem mogućem roku. Naglašeno je da, ukoliko se i nastavi kršenje pomenutih standarda, Savjet Agencija će preduzeti mjere ograničavanja reemitovanja programa na teritoriji Crne Gore.

Regulatorno telo za elektronske medije u Srbiji nije dostavilo bilo kakvo izjašnjenje ili drugu informaciju povodom navoda datih u Obavještenju Savjeta Agencije od 14.09.2021. godine. Kako je emiter početkom 2022. godine nastavio sa kršenjem pomenutih standarda, Savjet Agencije je privremeno (na šest mjeseci) ograničio reemitovanje programskih sadržaja „Dobro jutro Srbijo“, „Vikend jutro“ „Ćirilica“ i „Posle ručka“, koji se emituju u okviru televizijskog programa „TV Happy“.

14. 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 (16. februara 2021. i 22. oktobra 2021. godine) izrekla 44 upozorenja.

Potpisani su protokoli o reprogramu duga sa sedam privrednih društava za devet radijskih ili televizijskih programa i to sa privrednim društvima: „Radio televizija Mojkovac“ d.o.o. (Radio Mojkovac), „Manix“ d.o.o. (TV MNE Sport 1, TV MNE Sport 2 i TV MNE Sport 3), „Antena M“ d.o.o. (Radio Antena M), Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. (TV Nikšić), Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Pljevlja“ d.o.o. (TV Pljevlja). Aktivni su bili i protokol iz 2019. godine za privredno društvo „Boin“ d.o.o., kao i protokol iz 2020. godine za privredno društvo „Jupok“ d.o.o.

Prinudna naplata

U toku 2021. godine, Agencija je posredstvom javnih izvršitelja pokrenula šest postupaka prinudne naplate⁷¹ zaostalog dugovanja emitera (uključujući i ranije emitere) po osnovu izdatih odobrenja za emitovanje i to:

DUŽNIK	ID medija	Dug	Predlog za izvršenje	Rješenje o izvršenju
National Research Institute.MNE d.o.o.	TV Channel1	924,96	02-300/3 od 15.03.2021.	Iv. 525/21 od 18.03.2021.
Sun Sun d.o.o.	TV Sun	5.573,03	02-712 od 11.06.2021.	Iv. 963/2021 od 17.06.2021.
Green Room d.o.o.	Agro Radio	1.800,00	02-872/3 od 20.07.2021.	Iv. 1871/2021 od 23.08.2021.
NVO Skadar Lake	Radio Skadar Lake	3.554,00	02-907/3 od 30.07.2021.	Iv. 2420/2021 od 02.08.2021.
NVO Glas Plava	Radio Glas Plava	1.536,30	02-908/3 od 30.07.2021.	Iv. 1984/2021 od 20.08.2021.
Topolica d.o.o.	Urban Radio	1.749,56	02-906/3 od 30.07.2021.	Iv. 1663/21 od 20.08.2021.

Tabela 23.: Postupci prinudne naplate vođeni tokom 2021. godine

Pored toga, nastavljena su dva postupka prinudne naplate potraživanja koji su pokrenuti u toku 2020. godine protiv „M-Corona“ d.o.o. (Radio Corona i TV Corona), osnovni dug u iznosu od 24.502,82 EUR (Rješenje o izvršenju Iv. br. 2045/20 od 30.12.2020. godine i Iv. br. 1715/20 od 30.12.2020. godine).

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu postupaka prinudne naplate dugova, vođenih u toku 2021. godine, može se zaključiti:

- dva postupka su obustavljena, jer su raniji emiteri platili dug u cjelini: „National Research Institute.MNE“ d.o.o. (dobrovoljno plaćen dug) i „Green Room“ d.o.o. (1/3 dobrovoljno plaćen dug, 2/3 plaćen dug putem javnog izvršitelja),
- dva postupka su obustavljena, zbog otvaranja stečajnog postupka: „M-Corona“ d.o.o. (Radio Corona i TV Corona),
- četiri postupka su u toku: „Sun Sun“ d.o.o. (TV Sun), NVO „Skadar Lake“ (Radio Skadar Lake), NVO „Glas Plava“ (Radio Glas Plava), AMD „Topolica“ d.o.o. (Urban Radio).

Stečajni postupci

Kako nije bilo moguće izvršiti prinudnu naplatu (zbog nedostatka sredstava na računima izvršnih dužnika - emitera), u toku 2021. godine su otvorena **dva stečajna postupka** po osnovu kojih je Agencija prijavila potraživanja.

DUŽNIK	MEDIJ	GLAVNI DUG	STEČAJNI IZNOS	Status
Maxco d.o.o. ⁷²	Skala Radio	856,14	856,14	Rješenje o zaključenju stečajnog postupka St.br. 111/21 od 26.10.2021. ("Sl.list CG" br. 119/21, Oglasni dio br. 51/21). Otpisan je dug u cjelosti.
M-Corona d.o.o. ⁷³	Radio Corona TV	28.763,02	29.605,46	Postupak je u toku.

Tabela 24.: Stečajni postupci otvoreni tokom 2021. godine

Vođena su i dva stečajna postupka, pokrenuta u ranijim godinama protiv: „Sun Sun“ d.o.o.⁷⁴ Bijelo Polje i „Radio Televizija Atlas“ d.o.o. Podgorica.

⁷¹ 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, 25/19).

⁷² Stečajni postupak je pokrenuo stečajni dužnik "Maxco" d.o.o.

⁷³ Stečajni postupak je pokrenula Agencija za elektronske medije.

⁷⁴ Stečajni postupak je pokrenulo Ministarstvo finansija - Poreska uprava Podgorica.

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu stečajnih postupaka vođenih u toku 2021. godine, može se zaključiti:

- jedan postupak je zaključen, bivši emiter „Maxko“ d.o.o. je izbrisan iz Centralnog registra privrednih subjekata. Ovom privrednom subjektu Agencija je otpisala ukupni dug u iznosu od 856,14 €.
- jedan postupak je obustavljen jer je potvrđen Plan reorganizacije „Sun Sun“ d.o.o. Bijelo Polje⁷⁵ i početkom 2021. godine donijeto je Rješenje o obustavi⁷⁶ stečajnog postupka.
- dva postupka su u toku - „Radio Televizija Atlas“ d.o.o. i “M-Corona” d.o.o.⁷⁷

15. *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 2021. godine, sprovedene su sljedeće odluke Savjeta Agencije:

- Odluka o oslobađanju komercijalnih i javnih emitera obaveze plaćanja druge kvartalne rate naknade za emitovanje za 2021. godinu;
- Odluka o oslobađanju komercijalnih i javnih TV emitera, koji emituju programske sadržaje u okviru projekta „Uči doma“, obaveze plaćanja prve i druge kvartalne rate naknade za emitovanje za 2021. godinu, kojom je obezbijeđena podrška u ukupnom iznosu od 90.062,17€⁷⁸.
- Odluka o oslobađanju pružaoca AVM usluga na zahtjev obaveze plaćanja 10% godišnje naknade za pružanje AVM usluga na zahtjev za 2021. godinu⁷⁹, kojom je obezbijeđena podrška u ukupnom iznosu od 68.233,08€.

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

Na ovaj način, iz tekućeg poslovanja tokom 2021. godine, Agencija je izdvojila sredstva u iznosu od 158.295,25€.

Saglasno Zakonu o kontroli državne pomoći⁸⁰ 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 prijave za državnu pomoć.

U skladu sa podnesenim prijavama, Agencija za zaštitu konkurencije je donijela rješenja o davanju pozitivne ocjene za mjere podrške komercijalnim i javnim emiterima⁸¹ i pružaocima AVM usluga na zahtjev⁸².

⁷⁵ Rješenje o potvrđivanju Plana reorganizacije privrednog društva - stečajnog dužnika „Sun Sun“ d.o.o. Bijelo Polje St.br. 66/19 od 23.11.2020.g. (“Sl. list CG”, broj 09/21 od 01.02.2021. g., Oglasni dio broj 04/21 od 29.01.2021. g.).

⁷⁶ Rješenje o obustavi stečajnog postupka St.br. 66/19 nad dužnikom "SUN SUN" D.o.o. Bijelo Polje ("Sl. list CG", br. 14/21 od 12.02.2021. g., Oglasni dio broj 06/21 od 12.02.2021. g.).

⁷⁷ Rješenje o obustavi stečajnog postupka protiv dužnika “M-Corona” d.o.o. St. br. 169/21 od 24.01.2022. godine donijeto je nakon prodaje stečajnog dužnika kao pravnog lica, shodno članu 143 stav 1 Zakona o stečaju stečaju ("Sl. list CG", br. 01/11, 53/16, 32/18, 62/18, 01/22) a nastavljen je postupak nad stečajnom masom dobijenom prodajom stečajnog dužnika kao pravnog lica.

⁷⁸ Odluka Savjeta Agencije br. 01–539 od 23.04.2021.g.

⁷⁹ Odluka Savjeta Agencije br. 01-1047 od 29.09.2021.g.

⁸⁰ „Sl. list CG“, br. 12/18.

⁸¹ Rješenje Agencije za zaštitu konkurencije br. 05-430/21-55/6 od 24.06.2021.g.

⁸² Rješenje Agencije za zaštitu konkurencije br. 05-430/21-115/9 od 14.10.2021.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).

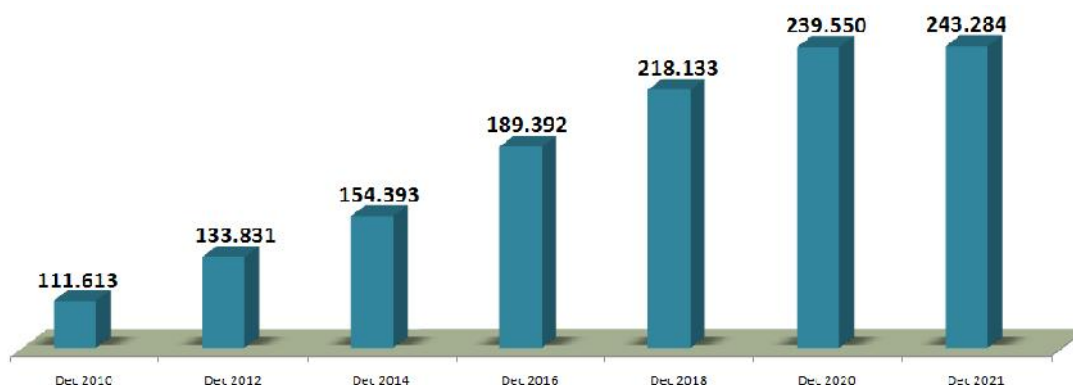
Zemaljsku platformu sa slobodnim pristupom (FTA – Free to air) koriste dva operatora. „Radio-difuzni centar“ d.o.o. ima status operatora prvog multipleksa digitalne zemaljske radio-difuzije sa pokrivanjem cjelokupne teritorije Crne Gore (MUX 1), koji djelimično koristi kao FTA platformu, a veći dio kao 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 tri televizijska kanala (TVCG1, TVCG2 i TVCG Parlamentarni), 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, lokalnom multipleksu u opštini Bijelo Polje (MUX BP L1): TV Sun, lokalnom multipleksu u opštini Plav (MUX PL-GS L1): TV Glas Plava. 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 2021. godine, broj priključaka za distribuciju radio i televizijskog programa putem različitih platformi sa uslovnim pristupom iznosi **243.284**.

U poređenju sa brojem priključaka na kraju 2020. godine, broj korisnika Pay-TV usluga je veći za **3.734** ili **1,55%**.



Grafik 25.: Broj priključaka putem uslovnih platformi (Pay-TV)

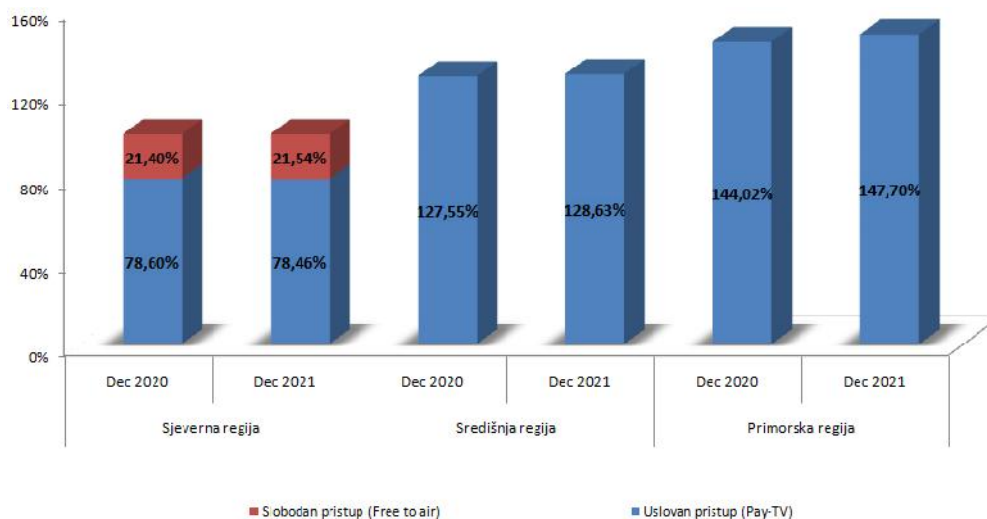
Na kraju posmatranog perioda, ukupan broj priključaka je za 24,98% veći od broja domaćinstava u Crnoj Gori, odnosno broj priključaka koji se odnose na fizička lica je za 19,71% veći od broja domaćinstava.

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 regiji⁸³ broj priključaka oko 78% u odnosu na broj domaćinstava. Na osnovu navedenog se procjenjuje da približno 12.000 domaćinstava (oko 6,17%) još uvijek koristi samo besplatnu (Free to air) televiziju.



Grafik 26.: Priključci platformi sa uslovnim pristupom u odnosu na broj domaćinstava – po opštinama

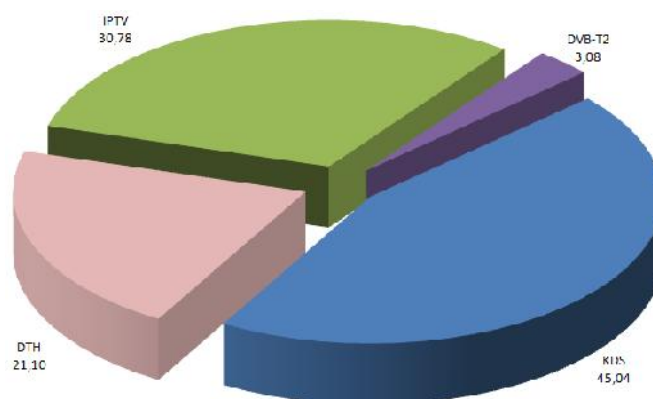
Posmatrajući broj priključaka u odnosu na broj domaćinstava, tražnja je najveća u primorskoj regiji, 147,70%. Navedeno znači da je broj priključaka platformi sa uslovnim pristupom veći od broja domaćinstava u ovoj regiji za 24.160. Slijedi središnja regija sa 128,63%, te sjeverna regija sa 78,46%. Iako se bilježi konstantan rast broja korisnika platformi sa uslovnim pristupom, samo neznatan dio ovog povećanja se odnosi na sjevernu regiju.



Grafik 27.: Priključci platformi sa uslovnim pristupom u odnosu na broj domaćinstava – po regijama

Posmatrajući samo učešće platformi sa uslovnim pristupom, KDS distribucija sa učešćem od 45,04% drži vodeću poziciju na tržištu usluga distribucije radio i TV programa do krajnjih korisnika. Slijede IPTV (30,78%) i DTH (21,10%). DVB-T2 ima učešće od 3,08%.

⁸³ Sjeverna regija: Andrijevica, Berane, B.Polje, Kolašin, Mojkovac, Plav, Pljevlja, Plužine, Rožaje, Šavnik, Žabljak.
Središnja regija: Cetinje, Danilovgrad, Nikšić, Podgorica.
Primorska regija: Bar, Budva, H.Novi, Kotor, Tivat, Ulcinj.



Grafik 28.: Tržišno učešće platformi sa uslovnim pristupom

U posmatranom periodu prosječna cijena osnovnog paketa je iznosila 11,74€ (najviša 21,99€, najniža 5,95€). U osnovnom paketu korisnicima je dostupno, u prosjeku, 99 televizijskih kanala (najviše 250, najmanje 18).

Operatori koji u ponudi imaju dopunske pakete, u prosjeku nude osam dodatnih paketa (najviše 14, najmanje jedan). Prosječna cijena dopunskog paketa je 6,44€ (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 12,32€.

PROMOCIJA MEDIJSKE PISMENOSTI

U cilju podizanja nivoa medijske i informacione pismenosti među studentkinjama/studentima, nastavnicama/nastavnicima, roditeljima, Fakultet političkih nauka je, u saradnji sa Agencijom za elektronske medije, i tokom 2021.g. nastavio 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 UN.

U okviru navedenog projekta sprovedene su sljedeće aktivnosti:

1. **Dvije trodnevne online radionice** za nastavnike osnovnih i srednjih škola (27. do 29. aprila 2021.g.), kao i za studente novinarstva (6. do 8. maja 2021.g.), posvećene temama „*Medijski opismenjeni predavači - preduslov za kvalitetno obrazovanje zamera i generacije alfa*“ i „*Medijskom i informacijskom pismošću protiv izazova u digitalnom svijetu*“.
2. **Izrada tri tutorijala za roditelje**, u saradnji sa Udruženjem „Roditelji“. Prepoznata je potreba roditelja da kontinuirano uče o korištenju interneta, kako bi mogli djecu ispravno naučiti bezbjednim i korisnim načinima upotrebe. U toku aprila i maja 2021. godine, na YouTube kanalu Udruženja „Roditelji“ objavljeni su tutorijali na teme: „*Kako aktivirati aplikacije za nadzor upotrebe uređaja*“⁸⁴, „*Kako podesiti ključne bezbjednosne postavke na TikToku i Instagramu*“⁸⁵ i „*Kome i kako prijaviti zloupotrebe na internetu?*“⁸⁶. Pripremljeni su i posebni tekstovi koji prate video tutorijale.
3. **Jednodnevna online radionica za djecu osnovnih škola** (11. marta 2021.g.) na temu „Sigurno surfovanje“. Bila je namijenjena djeci od 10 – 15 godina iz svih crnogorskih opština, a održana je putem aplikacije Teams. Imala je dva segmenta:
 - a. Prvi, namijenjen djeci uzrasta od 10 do 11 godina, koji se bavio temama kao što su: Sigurnost na internetu, Cyberbullying/Empatija, Kako reagovati?
 - b. Drugi, namijenjen djeci od 12 do 15 godina, koji se bavio temama kao što su: Sigurnost na internetu, Podešavanje sigurnosnih opcija na YouTube, e-mail nalozima i nalozima na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, TikTok), Kako reagovati u slučaju zloupotrebe ličnih podataka, objavljenih informacija i sl.
4. **Izrada edukativnih materijala za roditelje**, kroz četiri novinarska teksta objavljena, u periodu april-jun 2021.g. na portalu www.Roditelji.me i veb sajtu www.medijskapismenost.me („*Kako aktivirati aplikacije za nadzor upotrebe uređaja?*“⁸⁷, „*Kako podesiti ključne bezbjednosne postavke na TikToku i Instagramu?*“⁸⁸, „*Kome i kako prijaviti zloupotrebe na internetu?*“⁸⁹, „*Dijete će kad tad početi da koristi internet. Kako da ga zaštite?*“⁹⁰). Pripremljen je i edukativni flajer sa važnim informacijama o bezbjednosti na internetu (kako da roditelji zaštite svoju djecu, kome da se obrate i sl.). Objavljen je 9. maja 2021. godine kroz prilagođene vizuale (odvojene po različitim stavkama/temama koje mogu biti zanimljive i korisne roditeljima) na društvenim mrežama⁹¹.

⁸⁴ https://www.youtube.com/watch?v=8i8_YELcPjA

⁸⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=G4c95PBOhPk&t=36s>

⁸⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=VMZZ-VqOrss&t=10s>

⁸⁷ <https://www.roditelji.me/blog/2021/05/04/kako-aktivirati-aplikacije-za-nadzor-upotrebe-uredaja/>

⁸⁸ <https://www.roditelji.me/blog/2021/04/19/kako-podesiti-kljucne-bezbjednosne-postavke-na-drustvenim-mrezama/>

⁸⁹ <https://www.roditelji.me/blog/2021/05/07/kome-i-kako-prijaviti-zloupotrebe-na-internetu/>

⁹⁰ <https://www.roditelji.me/blog/2021/06/02/dijete-ce-kad-tad-poceti-da-koristi-internet-kako-da-ga-zastitite/>

⁹¹ Facebook: <https://www.facebook.com/roditelji.me/photos/a.4319390088093278/4319387771426843>

Instagram: https://www.instagram.com/p/CPFg_VoLJti/?fbclid=IwAR0BKhqTjHAo0Bk7-TORxvTeZCNESZ8m9viZOKGtZlhCFAp7vxmFI_d9rk

5. **Organizacija tri online predavanja za roditelje** putem Facebook stranice sa portala Roditelji.me, u toku maja 2021.g. Roditeljima je pružana prilika da sa stručnjacima iz oblasti bezbjednog korištenja interneta porazgovaraju o tome šta je važno da znaju, da čuju informacije o tome kako da, kao roditelji, pristupe djeci i kako da im prenesu važne vještine koje se tiču sigurnog surfovanja. Predavanja su snimljena i montirana da se mogu reprodukovati i biti uvijek dostupna. Pored toga, pratili su ih i tekstovi objavljeni na portalu Roditelji.me. Teme kojima su bila posvećena predavanja uključivala su: „*Surfuj sigurno Roditeljski kutak uživo: Šta je šerenting – fenomen*“⁹², „*Kako odnos roditelj-dijete štiti djecu na internetu?*“⁹³ i „*Kako djeca tumače poruke iz medija i uloga roditelja u tome*“⁹⁴.

Predavanja su pratili tekstovi objavljeni, u periodu maj - jun 2021.g., na portalu www.Roditelji.me i veb sajtu www.medijskapismenost.me, na teme „*Razgovarajte sa djecom čim im dozvolite korišćenje interneta*“⁹⁵, „*Dobar odnos sa djecom štiti ih i na internetu*“⁹⁶ i „*Naučite djecu da razlikuju stvarni svijet od onog koji proizvode mediji*“⁹⁷.

U posmatranom periodu, skoro 250 nastavnika, studenata i učenika osnovnih škola je učestvovalo na online radionicama, dok je onlina predavanja pregledalo više od 20.000 roditelja.

Kao završnica projekta objavljena je **Publikacija „Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti“**⁹⁸. Publikacija je bazirana na višegodišnjem naučno-istraživačkom radu tima iz oblasti interkulturalnog dijaloga, medijske i informacijske pismenosti, prevencije nasilnog ekstremizma, demokratije i ljudskih prava, informacijskog društva, etike i politike, a organizirana je u tri glavna dijela: Bosna i Hercegovina, Srbija i Crna Gora završavajući sa zaključnim poglavljem Perspektive razvoja medijske i informacijske pismenosti i društvene kohezije.

Predstavnica Agencije je za Publikaciju napisala autorski tekst „Medijsko komuniciranje sa djecom i mladima“ u kojem je dat regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti, moguće načine uključivanja i praćenja interakcije djece sa medijima, te djelovanja i preporuke za medijsko komuniciranje.

*

* *

Online radionicu „Medijska pismenosti i medijsko obrazovanje u Sloveniji, Hrvatskoj, Srbiji, Crnoj Gori i Bosni i Hercegovini“, održanu 24. aprila 2021.g., organizovala je organizacija „MELIA Observatory - Media Literacy Observatory for Active Citizenship and Sustainable Democracy“, kao dio projekta koji je sufinansiran iz fondova Evropske unije (ERDF, IPA, ENI). Tom prilikom, predstavnica Agencije je predstavila medijsku pismenosti iz perspektive Agencije za elektronske medije, glavne karakteristike medijske pismenosti u Crnoj Gori, kao i prednosti i nedostatke, te primjere dobre prakse. Posebno su naglašeni glavni izazovi i rješenjima za poboljšanje medijske pismenosti u Crnoj Gori.

⁹² <https://www.facebook.com/314337305265263/videos/2841881866030195>

⁹³ <https://www.facebook.com/314337305265263/videos/303104008062737>

⁹⁴ <https://www.facebook.com/314337305265263/videos/137866071737841>

⁹⁵ <https://www.roditelji.me/blog/2021/05/24/razgovarajte-sa-djecom-cim-im-dozvolite-korisćenje-interneta/>

⁹⁶ <https://www.roditelji.me/blog/2021/05/31/dobar-odnos-sa-djecom-stiti-ih-i-na-internetu/>

⁹⁷ <https://www.roditelji.me/blog/2021/06/03/nauciti-da-razlikujemo-stvarni-svijet-od-onog-koji-proizvode-mediji/>

⁹⁸ <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/07/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI.pdf>

MEĐUNARODNA SARADNJA

Zbog situacije izazvane pandemijom i ograničenjem međunarodnih putovanja, 2021. godina nije bila tipična godina za realizaciju međunarodne saradnje Agencije za elektronske medije. Skoro sve aktivnosti oragnizovane 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.

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)⁹⁹

Plenarne sjednice ERGA-e u 2021. godini

Redovna **15. plenarna sjednica ERGA** održana je 1. juna 2021. godine (u onlajn formatu)

Članovi ERGA-e razgovarali su o evropskim zakonodavnim inicijativama za regulaciju medija i onlajn sadržaja. Naglašeno je da evropska medijska regulacija mora funkcionisati u prekograničnom kontekstu, uz istovremeno uvažavanje nacionalnih potreba.

U središtu diskusije bile su aktuelne zakonodavne i političke inicijative na evropskom nivou, uključujući i Akt o digitalnim uslugama¹⁰⁰ i Akcioni plan za evropsku demokratiju¹⁰¹.

Sastanak je otvorio direktor za medijsku politiku Generalnog direktorata za komunikacione mreže, sadržaj i tehnologiju Evropske komisije Đuzepe Abamonte. Predstavo je planove vezane za Evropski akt o slobodi medija¹⁰², čiji je cilj uvođenje novih pravila radi jačanja slobode i nezavisnosti media u Evropskoj uniji. Naglasio je da bi iskustva ERGA-e i njenih članica kao nacionalnih regulatora mogla biti od velikog značaja za ovu zakonodavnu inicijativu. Takođe se osvrnuo i na nove Smjernice za jačanje Kodeksa prakse o suzbijanju dezinformacija koje je, u maju 2021. godine, objavila Evropska komisija¹⁰³.

Članice ERGA-a su posebnu pažnju posvetile mišljenju ERGA-e o paketu mjera koje će donijeti Akt o digitalnim uslugama. Mišljenje je zasnovano na poziciji ERGA-e koja je zauzeta u martu 2021. godine, u okviru radne grupe koja se bavila upotpunjavanjem regulatornog okvira za medije, za potrebe javne rasprave koju je organizovala Evropska komisija.

⁹⁹ **Evropska grupa regulatora za audiovizuelne medijske usluge** (<http://erga-online.eu>) okuplja predstavnike nacionalnih nezavisnih regulatornih tijela u oblasti audiovizuelnih usluga, sa ciljem pružanja savjetodavne podrške Evropskoj komisiji i razmjeni najbolje prakse među evropskim regulatorima audiovizuelnog tržišta.

¹⁰⁰ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>

¹⁰¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2250.

¹⁰² https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_85

¹⁰³ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation>

Naglašavajući slaganje ERGA-e sa opštim ciljevima Akta o digitalnim uslugama, **mišljenje**¹⁰⁴ je detaljno predstavilo zahtjeve ERGA-e da se pojasni kakav će odnos predlog Akta o digitalnim uslugama imati sa postojećim odredbama medijskih zakona na nacionalnom nivou, a posebno sa odredbama koje se odnose na platforme za razmjenu video sadržaja, usklađenim sa Direktivom o AVM uslugama.

Osim toga, članice ERGA-e su raspravljale o nadzornoj strukturi predviđenoj Aktom o digitalnim uslugama. Zaključeno je da predviđena upravljačka struktura mora garantovati da nadzorne strukture država članica EU budu na adekvatan način uzete u obzir. Takođe je naglašena potreba da se ojača međusektorska saradnja regulatora na nacionalnom nivou.

Komentarišući aktivnosti ERGA-e u prethodnom periodu, predsjedavajući ERGA-e Tobias Schmid naglasio je da ERGA-u karakteriše saradnja zasnovana na povjerenju, što može služiti kao primjer za međusektorsku saradnju u oblasti medijske regulacije u Evropi. Izrazio je nadu da će ERGA imati prilike da na taj način doprinese daljem razvoju značajnih zakonodavnih inicijativa, kao i uspjehu struktura za nadzor digitalnih medija.

Osim mišljenja o Aktu o digitalnim uslugama, podgrupa koja se bavila dezinformacijama predstavila je **Izveštaj o unapjeđivanju odnosa između potpisnika Kodeksa prakse o suzbijanju dezinformacija i istraživača**¹⁰⁵, koji je ERGA usvojila. Ovaj dokument se fokusira na perspektivu istraživača koji se bave problemom dezinformacija na društvenim mrežama, koji su suočeni sa značajnim problemima u pristupu informacijama neophodnim za potrebe njihovog istraživanja. U vezi sa tim, preporuka ERGA-e je da se uspostavi sistemski saradnja između relevantnih aktera i onlajn

Na **16. plenarnoj sjednici ERGA**, koja je održana 2. decembra 2021. godine (u online formatu) razgovarano je o rezultatima ostvarenim u 2021. godini i izabrano je novo rukovodstvo grupe.

Predsjednik ERGA-e Tobias Schmid je na početku sjednice naglasio da je, u kontekstu brzorastućeg broja slučajeva povrede ljudskog dostojanstva i zaštite maloljetnika na internetu, kao i stalno prisutne prijetnje plasiranjem dezinformacija, značaj brzog rješavanja ovih pitanja ogroman. Podsjetio je da je u 2021. godini zabilježen veliki napredak u prekograničnoj saradnji regulatora i efikasnijem rješavanju takvih slučajeva, navodeći primjer Memoranduma o razumijevanju ERGA-e koji je već u prvoj godini od donošenja odigrao aktivnu ulogu u jačanju saradnje među regulatorima¹⁰⁶.

Navodeći primjere pozitivne prakse u korišćenju vještačke inteligencije u nadzoru i regulaciji medija, Schmid je rekao da je ERGA u poziciji da odgovori na prijetnje s kojima se društvo suočava na internetu, i to u duhu temeljnih vrijednosti Evropske unije.

Razmatrajući zadatke planirane za 2022. godinu, članice ERGA-e raspravljale su o najavljenom Evropskom aktu o slobodi medija. Komesar Evropske komisije za unutrašnje tržište Thierry Breton u svom je uvodnom govoru na plenarnoj sjednici ERGA-e istakao da će unutrašnje medijsko tržište EU-a biti polazna tačka za donošenje ovog Akta. Naglasio je da je njegov cilj zaštita integriteta i nezavisnosti ovog tržišta, kao i jačanje pluralizma medija i otpornosti tog sektora u cjelini. Po njegovima riječima, namjera Evropske komisije je jačanje transparentnih i nezavisnih medijskih tržišta širom Evropske unije i rješavanje pitanja regulatorne fragmentacije.

Radne grupe ERGA-e su se tokom 2021. godine bavile brojnim važnim temama, poput dosljedne implementacije Direktive o AVM uslugama, sa fokusom na platforme za razmjenu video sadržaja i vlogere, kao i ekonomski uticaj pandemije COVID-19 na medijski sektor, TE medijskom pismoenošću.

¹⁰⁴ https://erga-online.eu/?page_id=14

¹⁰⁵ <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2022/02/ERGA-Report-Improving-the-relationships-between-Code-of-Practice-signatories-and-researchers-June-2021.pdf>

¹⁰⁶ <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-AG1-2021-Report-Memorandum-of-Understanding.pdf>

Na plenarnoj su sjednici predstavljani su i usvojeni konačni izvještaji svih radnih grupa¹⁰⁷.

ERGA je, osim toga, dala svoje mišljenje o brojnim aktualnim zakonodavnim inicijativama na nivou Evropske unije. Pored učešća u raspravi o Aktu o digitalnim uslugama i predloženoj strukturi nadzora koju on sadrži, ERGA je dala svoj doprinos i javnim konsultacijama o transparentnosti u političkom oglašavanju¹⁰⁸. U tom smislu, regulatori su pozdravili nedavno usvojen predlog Evropske komisije o transparentnosti i ciljanju u političkom oglašavanju¹⁰⁹.

Jedan od glavnih zadataka evropskih regulatora elektronskih medija je zaštita demokratskog poretka i očuvanje medijskih sloboda i pluralizma, koji se ogledao i u mišljenju i iznesenim **Preporukama ERGA-e o novom Kodeksu prakse u suzbijanju dezinformacija**¹¹⁰, čije su potpisnice internetske platforme. Ovom prilikom je ponovno naglašeno da su efikasne mjere protiv dezinformacija važnije nego ikada prije, a naročito u doba pandemije.

Tema dezinformacija u elektronskom medijima ostaće u fokusu rada ERGA-e i u 2022. godini. Zaključeno je da će radne grupe koje djeluju u okviru ERGA-e nastaviti svoj rad na pitanjima vezanim za implementaciju Direktive o AVM uslugama. Italijanski regulator AGCOM predvođić će rad podgrupe za dosljednu implementaciju Direktive o AVM uslugama, ARCOM (Francuska) nastaviće rad podgrupe za upotpunjavanje regulatornog okvira EU-a za medije, a RVR (Slovačka) rad podgrupe za borbu protiv dezinformacija i jačanje demokratije u digitalnom okruženju. RRTV (Češka) predvođić će akcionu grupu za ocjenjivanje sprovođenja Memoranduma o razumijevanju ERGA-e.

Dosadašnji potpredsjednik ERGA-a Karim Ibourki, predsjednik CSA (Belgija), na plenarnoj sjednici izabran je za predsjednika ERGA-e za 2022. godinu. Tu je funkciju preuzeo od Tobiasa Schmida (DLM, Njemačka), koji je završio dvogodišnji predsjednički mandat. Za novog potpredsjednika ERGA-e izabran je Giacomo Lasorella, predsjednik AGCOM-a (Italija). Osim toga, za članove Odbora ERGA-e izabrani su Celene Craig (BAI, Irska), Charlotte Ingvar-Nilsson (MPRT, Švedska) i Tobias Schmid.

Novoizabrani predsjednik ERGA-e Karim Ibourki naglasio je da će fokus rada ERGA-e i dalje biti zaštita evropskih građana, posebno zaštita njihovih osnovnih prava, kao što su ljudsko dostojanstvo i privatnost, kao i uloga regulatora u zaštiti slobode izražavanja. Najavio je da će jedan od glavnih zadataka u narednom periodu biti jačanje pozicije ERGA-e u aktualnim političkim debatama.

*

* *

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

Na sastanku Kontakt odbora za AVMSD, koji je održan u virtuelnom formatu 16. decembra 2021. godine, bilo je riječi prvenstveno o transpoziciji Direktive o AVM uslugama i obavezama država članica u oblasti usvajanja i implementacije novih nacionalnih propisa u skladu sa Direktivom.

Sastanak je otvoren prezentacijom trenutnog stanja u državama članicama Evropske unije po pitanju transpozicije Direktive o AVM uslugama od strane predstavnika Evropske komisije. Zaključeno je da su 18 država članica EU obavijestile Evropsku komisiju o kompletnoj transpoziciji Direktive i još jednom naglašeno da je rok za transpoziciju Direktive prošao.

Predstavnici Evropske komisije su takođe predstavili različite inicijative Evropske komisije, uključujući **Preporuku o zaštiti, sigurnosti i jačanju položaja novinara**¹¹¹, koju je Komisija usvojila 16.

¹⁰⁷ https://erga-online.eu/?page_id=14

¹⁰⁸ https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2022/03/2022-03-ERGA-Statement-on-political-advertising-final_adopted.pdf

¹⁰⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52021PC0731>

¹¹⁰ https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/11/ERGA-RECOMMENDATIONS-2021_11.pdf

¹¹¹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/recommendation-protection-safety-and-empowerment-journalists>

septembra 2021. godine. Ovom Preporukom, Evropska komisija dopinosi jačanju slobode i pluralizma medija u Evropskoj uniji a u cilju garantovanja medijskim profesionalcima bezbjednijih uslova rada koji nisu obilježeni strahom i zastrašivanjem. Preporuka sadrži konkretne mjere koje države članice treba da preduzmu, prvenstveno u odnosu na novinarke.

Bilo je riječi i o inicijativi za unapređenje transparentnosti političkog oglašavanja¹¹², koja ima za cilj da doprinese pravilnom funkcioniranju unutrašnjeg tržišta za političko oglašavanje i utvrđivanju usklađenih pravila za visok stepen transparentnosti političkog oglašavanja i povezanih usluga. Svrha ovog predloga je da zaštititi pojedince u pogledu obrade ličnih podataka utvrđivanjem pravila o primjeni tehnika ciljanja (targetiranja) i isticanja u kontekstu političkog oglašavanja.

Predstavnici Komisije su dali pregled aktivnosti i planova na izradi Akta o digitalnim uslugama i predstavili buduće korake i rokove u ovom procesu. Najavljena je javna rasprava o ovom dokumentu za početak 2022. godine i pozvani su svi učesnici sastanka da svojim komentarima i sugenstijama doprinesu izradi ovog akta. Izraženo je očekivanje da će mjere predviđene ovim zakonodavnim predlogom znatno poboljšati postojeću situaciju osiguravanjem modernog regulatornog okvira otpornog na buduće promjene, uz djelotvornu zaštitu prava i legitimnih interesa svih uključenih strana. Ovim aktom se predlažu značajne zaštitne mjere kako bi se građanima omogućilo da se slobodno izražavaju, uz istovremeno jačanje djelovanja korisnika u internetskom okruženju, kao i ostvarivanje drugih osnovnih prava kao što su pravo na pravni lijek, prava djeteta, zaštita od diskriminacije, kao i zaštita ličnih podataka i privatnosti na internetu.

U nastavku sastanka bilo je riječi o sprovođenju odredbi Direktive o AVM uslugama vezanih za odgovarajuće isticanje AVM usluga od javnog značaja. Navedeno je da ova odredba, iako nije obavezujuća, može doprinijeti borbi protiv dezinformacija i biti podsticaj za investiranje u kvalitetan sadržaj od strane medija. Naglašeno je da definiciju opšteg interesa ne treba ograničavati na sadržaje javnih emitera, već treba uključiti i komercijalne medijske usluge koje zadovoljavaju društvene, demokratske i kulturne potrebe. Naglašen je značaj mogućnosti lakog pronalaženja ovakvih AVM usluga i navedeni primjeri mjera koje određene države članice preduzimaju u tom pogledu.

Predstavnici ERGA su u nastavku predstavili **Smjernice za regulaciju vlogera**¹¹³, koje su pripremili predstavnici regulatornih organa Austrije, Holandije i Belgije. U okviru ove tačke dnevnog reda bilo je riječi o kriterijumima za kvalifikovanje vlogera i o primjeni Direktive o AVM uslugama na pružaoce ove usluge. Predstavljeni su glavni izazovi u ovom procesu, u smislu određivanja da li se i pod kojim uslovima usluge koje pružaju vlogeri mogu kvalifikovati kao AVM usluge u skladu sa revidiranom Direktivom, kao i regulacije ovih usluga na nacionalnom nivou.

Predstavnici Evropske komisije predstavili su rezultate procesa izrade 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. U diskusiji koja je uslijedila, predstavnici država članica iznijeli su svoje stavove u vezi sa obimom i strukturom izvještaja. Bilo je riječi o rokovima za podnošenje izvještaja, kao i o podjeli na njegov obavezujući i neobavezujući dio. Naglašen je značaj tačnog izvještavanja o aktivnostima vezanim za promociju medijske pismenosti u državama članicama za praćenje i razmjenu pozitivne prakse u ovoj oblasti.

Predstavljene su aktivnosti na izradi Evropskog akta o slobodi medija i naglašena potreba donošenja ovog dokumenta na nivou Evropske unije zbog pojačanog podrivanja pluralizma, nezavisnosti i konkurencije na medijskom tržištu. Prepoznat je problem miješanja u uređivačke odluke medija od starne javnih i privatnih aktera, kao i netransparentnost u raspodjeli sredstava, uključujući oglašavanje državnih organa.

Kao glavne barijere na medijskom tržištu prepoznati su različiti zakoni i procedure kojima se otežava ulazak na tržište i funkcionisanje medija, kao i nedovoljna konvergencija i saradnja u oblasti

¹¹² https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12826-Political-advertising-improving-transparency_en

¹¹³ <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-SG1-2021-Report-Vloggers.pdf>

primjene regulatornih i samoregulatornih standarda. Navedeno je da se očekuje da će ova zakonodavna inicijativa Evropske komisije riješiti problem transparentnosti i nezavisnosti medijskog tržišta kroz definisanje zajedničkih standarda koji imaju za cilj lakši pristup tržištu i funkcionisanje medija i garatovati fer konkurenciju na medijskom tržištu. Naglašen je i značaj pojačane saradnje regulatora i podsticanja samoregulacije u medijskom sektoru, kao ključnog elementa za obezbjeđivanje poštovanja novinarskih standarda.

*

* *

Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela – EPRA¹¹⁴

Redovni **53. sastanak EPRA** je održan 20. i 21. maja 2021. godine, u onlajn formatu, a bio je posvećen aktivnostima i planovima EPRA-e, donošenju Statuta, izboru predsjedavajućeg i članova Izvršnog odbora EPRA-e.

U skladu sa uobičajenom praksom, predstavnici stalnih posmatrača EPRA-e (Savjeta Evrope, Predstavnik OEBS-a za slobodu medija, Evropske komisije i Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma), predstavili su najznačajne aktivnosti i inicijative svojih organizacija.

Na ovom sastanku usvojena je odluka o prijemu Nacionalnog audiovizuelnog instituta Finske u članstvo EPRA i izabran novi Izvršni odbor. Za predsjedavajućeg Odbora je jednoglasno izabran Luboš Kukliš iz Slovačke, dok su za članove izabrani, takođe jednoglasno, Stephanie Comey (Irsk), Maria Donde (Velika Britanija), Peter Matzneller (Njemačka) i Mari Velsand (Norveška).

Plenarna sesija je bila posvećena problemima izazvanim govorom mržnje. Kroz dva onlajn panela, obrađeni su ključni aspekti ovog problema, od njegovih korijena, preko glavnih karakteristika i uticaja na društvo, do načina borbe protiv ove pojave.

Na prvom panelu predstavljene su pravne, tehnološke i društvene perspektive ovog problema, dok se drugi panel fokusirao na aktuelne inicijative regulatornih organa. U nastavku panela, raspravljano je o različitim aspektima govora mržnje kao veoma kompleksnog fenomena, paradoksu tehnologije, potrebi suštinskog razumijevanja korijena i mehanizama širenja govora mržnje, limitima medijske pismenosti i ulozi regulatornih organa.

U saradnji sa Nezavisnom grupom regulatora (IRG), EPRA je organizovala je 9. jula 2021. godine vebinar za svoje članice na temu „**Zajednički rad: zašto je značajan?**“. Na ovom skupu su se regulatorni organi za AVM usluge i telekomunikacije bavili temama vezanim za prednosti saradnje regulatora u cilju prevazilaženja digitalnih izazova. Njihovi predstavnici su razmijenili pozitivnu praksu i iskustva vezana za saradnju, u cilju postavljanje temelja za češću i redovniju interakciju između EPRA i IRG mreža.

Kroz predstavljanje konkretnih primjera iz država koje imaju različite nivoe saradnje među nacionalnim regulatornim organima, analizirane su postojeće strategije i primjeri pozitivne prakse, kao i problemi u procesu uspostavljanja efikasne i organizovane saradnje između nacionalnih regulatora usmjerene na efikasnu regulaciju onlajn servisa u budućnosti.

Kroz razmjenu mišljenja i iskustava, identifikovane su određene oblasti u kojima bi intenzivnija saradnja mogla biti posebno značajna, kao što su zajednička istraživanja, pristup podacima i njihovo prikupljanje, kao i promocija medijske/digitalne pismenosti.

Neke od ključnih poruka sa vebinara su:

¹¹⁴ European Platform of Regulatory Authorities (<http://www.epra.org>). Članovi EPRA 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 EPRA. Sastanci se organizuju dva puta godišnje.

- Onlajn nije sektor: intenzivnija međusektorska saradnja između regulatora na nacionalnom i evropskom nivou je neophodna s obzirom na izazove koje promjenljivi onlajn ekosistem stavlja pred regulatore,
- Korisničko iskustvo se mora uzeti u obzir: građani ne vide nikakvu razliku između sektora, što upućuje na to da bi zajednička istraživanja i publikacije, kao i zajednički regulatorni pristupi i strategije, bili od koristi,
- Ključ je u spremnosti na saradnju: značajni rezultati se mogu postići na dobrovoljnoj osnovi.
- Institucionalni okvir: odedeni strukturni elementi, kao što su okvirni ugovori ili memorandumi o razumijevanju, kojima se definišu zajednički ciljevi regulatorne saradnje, bi mogli biti od koristi.
- Angažmani više aktera: saradnja sa širokim spektrom zainteresovanih strana, uključujući stručnu i akademsku javnost, kao i državne institucije, bi mogla biti veoma korisna u ovom procesu.

U prvom dijelu skupa, predstavnici OFCOM-a iz Velike Britanije, CSA iz Francuske i AGCOM-a iz Italije predstavili su strategije i projekte saradnje u koje su uključeni njihovi regulatorni organi.

U okviru drugog panela, predstavnici BAI, MPRT i NCRT su kratko predstavili iskustva i pristup saradnji između regulatora iz Irske, Švedske i Grčke, sa osvrtom na prepreke i poteškoće se kojima se susreću u ovom procesu.

Skup je završen prezentacijom francuskog organa za zaštitu podataka CNIL, sa fokusom na različite projekte saradnje i edukacije koje su regulatorni organi pokrenuli u Francuskoj u cilju razvoja digitalne pismenosti građana.

U okviru **54. sastanka EPRA**, održanom u onlajn formatu, organizovane su dvije plenarne sjednice (14. oktobra 2021.g.), dva okrugla stola (15. oktobra 2021.g.) i specijalna sjednica (21. oktobra 2021.g.).

Na početku sastanka, predstavnici posmatrača: Predstavnik OEBS-a za slobodu medija, Evropske komisije, Savjeta Evrope i Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma prezentirali su aktivnosti, inicijative i publikacije svojih organizacija, kao i planove za naredni period.

Na prvoj plenarnoj sjednici bilo je riječi o međusektorskoj saradnji i institucionalnim pitanjima u kontekstu Akta o digitalnim uslugama. Predstavljene su lekcije naučene u procesu digitalizacije modela upravljanja i implikacije ovog procesa na saradnju u okvirima definisanim Aktom o digitalnim uslugama.

Zaključeno je da bi bilo pogrešno definisati samo jedno regulatorno tijelo u svakoj državi koje bi bilo zaduženo za sprovođenje ovog akta i naglašena je potreba definisanja minimalnih standarda za agencije koje bi se bavile ovim pitanjima u pogledu nezavisnosti, transparentnosti i odgovornosti. Naglašeno je da je saradnja među regulatorima neophodna za efikasnu regulaciju ove oblasti.

Predstavljene su predlozi ERGA-e u vezi sa utvrđivanjem strukture za efikasno sprovođenje odredbi Akta o digitalnim uslugama koje se odnose na sistematsku moderaciju onlajn sadržaja. Osim toga bilo je riječi i o predlozima za unapređivanje prekogranične saradnje nezavisnih regulatornih organa u ovoj oblasti. Istaknuta je i potreba usvajanja fundamentalnih principa za jačanje ERGA-e, u cilju pripreme za implementaciju Akta o digitalnim uslugama. Drugi panel bio je posvećen studijama slučaja o izborima i dezinformacijama, onlajn političkom oglašavanju i reagovanju na povrede prava u onlajn okruženju.

Tema virtuelnog okruglog stola, održanog 15. oktobra 2021.g, bila je „Vještačka inteligencija i regulatori“. Ovom prilikom, predstavnici regulatornih organa Švedske i Njemačke podijelili su primjere najbolje prakse iz njihovih nadležnosti.

Predstavnica švedskog regulatornog organa održala je prezentaciju o automatskoj klasifikaciji filmova, sa fokusom na prilike i izazove u korišćenju vještačke inteligencije u ovom procesu. Cilj ovog projekta je unapređivanje kapaciteta regulatora za korišćenje alata zasnovanih na vještačkoj inteligenciji, kao i pronalaženje rješenja za automatizovanu klasifikaciju bezrazložnog nasilja u video sadržajima.

U svojoj prezentaciji, Tobias Schmidt iz njemačkog regulatora, bavio se vještačkom inteligencijom kao alatom za djelotvoran nadzor nad radom medija, sa fokusom na onlajn medijski sadržaj. Predstavljeno je rješenje zasnovano na vještačkoj inteligenciji koju je ovaj regulator razvio u saradnji sa privatnom kompanijom iz Njemačke, kao i pregled rezultata postignutih u njegovoj primjeni. Predstavljene su i planovi za dalji razvoj ovog sistema i proširivanje pretrage na druge onlajn platforme.

Specijalna sjednica, koja je održana 21. oktobra 2021. godine, bavila se pitanjima vezanim za regulaciju platformi za razmjenu video sadržaja, i njihovih obaveza koje proizilaze iz revidirane Direktive o AVM uslugama.

Ova tema je obrađena kroz razgovor sa akademskom zajednicom, prezentaciju projekta mapiranja platformi za razmjenu video sadržaja, i razmjenu iskustava regulatornih organa u procesu prelaska na sistematsko praćenje ovih sadržaja. Na okruglom stolu su učestvovali predstavnici univerziteta iz Velike Britanije i Austrije, Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma i regulatornih organa članica EPRA-e.

Predstavnici akademske zajednice bavili su se pitanjima komercijalnih komunikacija na platformama za razmjenu video sadržaja i kodeksima ponašanja kojima se upravljaju ove platforme, dok je predstavnica Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma predstavila rezultate mapiranja regulatornog okvira, aktuelne prakse, u sprovođenja reformi u regulaciji platformi za razmjenu video sadržaja, sa fokusom na zaštiti maloljetnika od štetnih sadržaja i opšte javnosti od nezakonitih sadržaja.

Regulatorni organi su u nastavku razmijenili mišljenja, dileme i iskustva o pitanjima vezanim za izradu registara platformi za razmjenu video sadržaja koje potpadaju pod nadležnost regulatora, definisanje ovih platformi u odnosu na servise na zahtjev, davanje smjernica platformama, ulogu regulatora i njihov odnos sa platformama za razmjenu video sadržaja, kao i o mehanizmima vansudskog rješavanja sporova.

Sastanak je završen pregledom planiranih aktivnosti EPRA-a koji je dao predsjedavajući EPRA-e Luboš Kukliš.

*

* *

Meditranska mreža regulatornih organa (MNRA)

Dvadesetprva Plenarna skupština MNRA je održana 11. i 12. oktobra 2021. godine u Cavtatu (Hrvatska) na poziv Agencije za elektroničke medije Hrvatske, koja je predsjedavala Mrežom. Skup je održan u hibridnom formatu, a prisustvovali su mu predstavnici 19 regulatornih organa članova MNRA (među kojima i Agencije za elektronske medije), Evropske komisije, Evropske grupe regulatornih organa (ERGA) i Evropske radiodifuzne unije (EBU).

Na plenarnoj sjednici, bilo je riječi o aktuelnim pitanjima iz oblasti regulacije, glavnim trendovima u javnim medijima, regulatornom okviru Evropske unije, Aktu o digitalim uslugama, ulozi regulatora u regulisanju onlajn platform i evropskoj dimenziji onlajn sadržaja, uticaju pandemije na audiovizuelne medijske usluge, imigraciji i rasizmu.

Osim toga, predstavljeni su i rezultati rada Radne grupe za pol i medije i Radne grupe za medijsku pismenost. Predstavnicima regulatornih organa su usvojili **Studiju o izvještavanju o nasilju zasnovanom na polu**¹¹⁵, koju je 2019. godine pripremila Radna grupa o polu i medijima, kao i **Preporuke** emiterima kako da tretiraju informacije o ovoj vrsti nasilja¹¹⁶. Dogovoreno je da sljedeća tema kojom će se baviti ova radna grupa bude predstavljanje ženskog sporta na televiziji.

Radna grupa za medijsku pismenost je predstavila rezultate ankete iz 2019. godine o pravnom okviru, nadležnostima regulatora, nacionalnim inicijativama i partnerstvima u oblasti medijske pismenosti i predložila buduće aktivnosti ove grupe.

Drugog dana konferencije, predstavnici regulatornih organa raspravljali su o načinu izvještavanja o pitanjima vezanim za imigraciju i rasizam, i transpoziciji Direktive o AVM uslugama.

*

* *

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

Predstavnicima 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).

Regionalna radionica „Korišćenje savremenih alata za mjerenje gledanosti“, održana je 24. i 25. septembra 2021. godine u Beogradu (Srbija). Organizovana u hibridnom formatu, sa onlajn prezentacijama spoljnih eksperata, omogućila je predstavljanje i upoznavanje sa praktičnim iskustvima i funkcionisanjem sistema mjerenja gledanosti različitim organizacijama.

Prvi dio radionice je bio interaktivnog karaktera, pa su učesnici imali priliku da se, kroz praktične primjere i studije slučaja, upoznaju sa načinom obezbjeđivanja podataka o gledanosti i njihovom značaju za rad javnog medijskog servisa.

Većina onlajn prezentacija bila je zasnovana na sistemu mjerenja gledanosti koje je razvila kompanija Nielsen, a spoljni eksperti su detaljno prikazali praktičnu upotrebu ovog sistema na primjerima svojih organizacija.

Predstavnik makedonskog regulatornog organa predstavio je kako funkcioniše sistem mjerenja gledanosti u ovoj zemlji. Naveo je da regulatorni organ sprovodi dva tendera: jedan za izradu metodologije mjerenja, a drugi za samo mjerenje.

Zaključeno je da sam sistem ne mora biti komplikovan i skup da bi bio efikasan, ako se isplanira na racionalan način, i u zavisnosti od količine podataka koje je sam naručilac spreman da obezbijedi, a koji su neophodni za funkcionisanje i tačnost mjerenja gledanosti.

Direktor Agencije održao je 22. novembra 2021. godine sastanak sa predstavnicima Evropske radio-difuzna unija (EBU), koja je najveća organizacija javnih emitera u Evropi i jedan od partnera konzorcijuma koji sprovodi ovaj projekat. S obzirom i da je Agencija za elektronske medije jedan od učesnika ovog Projekta, na sastanku su razmijenjena mišljenja i ideje u vezi sa do sada realizovanim i budućim aktivnostima. Posebna pažnja je posvećena značaju i izazovima za promociju i dosljednu primjenu seta zajedničkih principa upravljanja i finansiranja javnih servisa u zemljama Zapadnog Balkana, koji bi trebalo da doprinesu njihovoj izgradnji kao održivih i nezavisnih medijskih kuća. Obje

¹¹⁵ https://www.rirm.org/wp-content/uploads/2021/10/Study-on-the-news-coverage-of-gender-based-violence-in-the-Mediterranean-audiovisual-area-english_DEF.pdf

¹¹⁶ https://www.rirm.org/wp-content/uploads/2021/10/MNRA-Recommendations-on-media-coverage-of-media-violence_ENG.pdf

strane su izrazile zadovoljstvo realizacijom Regionalne konferencija o podjeli ovlaštenja između upravljačkih/nadzornih tijela i menadžmenta u javnim medijskim servisima na Zapadnom Balkanu, koja je održana 16. novembra 2021. godine u Podgorici. To je bila prilika kada su razmijenjena iskustva javnih emitera Zapadnog Balkana i unaprijeđeno razumijevanje odnosa upravljačkih/nadzornih tijela i menadžmenta kao ključnog faktora uspješnosti u ostvarivanju misije i zadataka javnih emitera. Predstavnici Agencije su istakli značaj multisektorskog i inkluzivnog pristupa u realizaciji Projekta „Tehnička podrška javnim medijskim servisima na Zapadnom Balkanu“. Posebno je pozitivno ocijenjena njegova sveobuhvatnost i usmjerenost na ključne izazove u oblastima kao što su jačanje institucionalne i finansijske autonomije i nezavisnosti, kao i administrativnih, profesionalnih i produkcionih kapaciteta javnih emitera. Pokazana je spremnost za nastavak saradnje kako u okviru ovog Projekta, tako i šire kako bi se ojačala i unaprijedila pozicija javnog emitovanja u Crnoj Gori.

*

* *

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**¹¹⁷). 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.

Regionalna konferencija „Uloga regulatornih tijela za medije u novim medijskim paradigmama“, održana je, u hibridnom formatu, 9. i 10. septembra 2021. godine u Budvi, uz učešće predstavnika svih regulatornih tijela iz zemalja koje su uključene u projekat, kao i regulatornog tijela iz Hrvatske.

Svrha Konferencije je bila da pruži platformu za godišnji dijalog između medijskih regulatornih tijela u regionu pod okriljem ovog Projekta, u cilju daljeg razumjevanja i implementacije relevantnih evropskih standarda. Na osnovu zaključaka sa prethodnih sastanaka, ove godine konferencija je bila fokusirana na izbore, medijski pluralizam, govor mržnje, nova dešavanja u oblasti borbe protiv dezinformacija i aktivnosti Savjeta Evrope u ovoj oblasti.

Predstavnica Agencije za elektronske medije, zajedno sa predstavnicom Regulatorne agencije za komunikacije iz Bosne i Hercegovina, obje članice Komiteta eksperata Savjeta Evrope za medijsko okruženje i reformu (Committee of Experts on Media Environment and Reform (MSI-REF)¹¹⁸, predstavile su rad ovog tijela, koje je imalo zadatak da pripremi, do kraja 2021. godine, tri dokumenta: (i) nacrt preporuke o vodećim principima za upravljanje medijima i komunikacijama, sa ciljem da se pozabavi prelaskom sa uspostavljenih kanala informisanja na društvene mreže i povezanim rizicima, kao što su manipulacija javnim mnjenjem, nedostatak povjerenja javnosti i informacioni poremećaj, (ii) preporuka o izbornoj komunikaciji i medijskom praćenju izbornih kampanja i (iii) uputstvo o određivanju prioriteta sadržaja od javnog interesa.

¹¹⁷ <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.

¹¹⁸ <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/msi-ref>

U okviru posebnog panela razgovarano je o medijskom pluralizmu, izborima i govoru mržnje u svijetlu najnovijih evropskih trendova, sa posebnim akcentom na moguće pristupe u pogledu medijske raznolikosti i sprječavanja širenja govora mržnje, posebno u izbornim periodima, i kako da se obezbijedi nacionalna/regionalna i međunarodna saradnja u tom pogledu. Istaknuto je da je trenutno stanje u pogledu izazova govora mržnje, pokušaja održavanja fer i neprekidnih demokratskih izbora, uz očuvanje i razvoj medijskog pluraliteta složeno i teško. Naglašeno je da odgovornost za rešavanje svega ovoga leži na širokom spektru zainteresovanih strana, parlamentaraca, regulatora, novinara i medija, zakonodavaca, velikih internet provajdera, političkih i vjerskih lidera, civilnog društva, nastavnika, akademika, itd. U nastojanju da se odgovori na pitanje kakva je uloga medijskih regulatora u ovom kontekstu, istaknuto je da oni nijesu i ne bi trebalo da se angažuju u regulisanju onlajn sfere na isti način kao što je to slučaj sa linearnim i nelinearnim medijima. On-line regulatorni režim će morati da se fokusira na sisteme i mjere koje se odnose na organizaciju sadržaja, a ne na sam sadržaj, što je regulatorna novina. Da bi odgovorili na njega, proces će biti veoma izazovan za medijske regulatore, jer će zahtijevati regulatorna prilagođavanja, obuke, kao i značajne organizacione promjene i povećanje kapaciteta i sposobnosti regulatora, kako za razumjevanje onlajn usluga i različitih rizika od štetnog sadržaja koje oni mogu donijeti, tako i kapaciteta za sprovođenje pouzdanih istraživanja i analiza podataka.

Na konferenciji je predstavljena studija pripremljena u okviru ovog projekta „**Regulatorna tijela za medije i pluralizam medija**“¹¹⁹, kao i informacije o realizaciji preporuka koje čine njen sastavni dio. Cilj ove publikacije je da doprinese širem razumijevanju koncepta medijskog pluralizma, njegovog institucionalnog i političkog značaja i fundamentalne uloge medijskih regulatornih organa u ovoj oblasti. Analizirano je pitanje medijskog pluralizma kroz prizmu evropskih standarda, zakonodavnih i institucionalnih okvira, postojeće prakse i predloženih mjera za unapređenje različitosti.

U okviru završne teme konferencije, razgovarano je o regulaciji medija u digitalnom okruženju i njene implikacije u Jugoistočnoj Evropi, sa fokusom na očekivanja kako će veza postojeća i nove regulative uticati na medijske regulatore.

Učesnici konferencije istakli su potrebu dalje podrške Savjeta Evrope i EU medijskim regulatorima na Zapadnom Balkanu i drugim relevantnim tijelima u regionu promovisanjem, pomaganjem i subvencionisanjem njihove saradnje i pratećih aktivnosti, kao i omogućavanjem njihovog aktivnog učešća u (ili posmatranje) rada organa EU.

¹¹⁹ <https://rm.coe.int/medijska-regulatorna-tela-i-medijski-pluralizam-final-2748-8285-7733-1/1680a4bea1>

JAVNOST I UNAPREĐENJE RADA AGENCIJE

Saglasno Zakonu o slobodnom pristupu informacijama, tokom 2021. godine, Agenciji je podneseno **pet** 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 – 1509 od 31.12.2021.g.)
dostupan na veb adresi Agencije
www.aemcg.org**

*
* *

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

Sajt Agencije za elektronske medije izrađen je po najmodernijim standardima, na otvorenoj veb platformi (WordPress) koja omogućava lako proširivanje funkcionalnosti specijalizovanim modulima. Svi dokumenti na sajtu su mašinski čitljivi i pretraživi i mogu se preuzeti po želji. Sajt je prilagođen slabovidim i slijepim osobama. Poseban modul iščitava sadržaj objavljenih vijesti na sajtu i omogućava promjenu veličine slova i pokazivača miša, kao i izmjenu kontrasta i boje teksta. Omogućeno je i da se, u slučaju pristupa sa mobilne platforme, automatski prilagodi način prikaza i navigacije manjem ekranu. Takva verzija sajta je vrlo pregledna na mobilnim uređajima i svim akcijama je lako upravljati dodirrom.

Tokom 2021. godine postavljeno je 451 objava, koje su sadržale 612 dokumenata u PDF formatu. Ukoliko se uračuna i zamjena postojećih dokumenata novijim ili prečišćenim verzijama i dodavanje dokumenata na naslovnu stranu, **ukupan broj objavljenih dokumenata iznosio je preko 700** (u odnosu na 496 u toku 2020. godine).

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

Ukupan broj posjeta veb prezentaciji www.aemcg.org iznosio je 39.671, ili prosječno 3.113 mjesečno (u odnosu na 2020. godinu kada je zabilježeno 23.739 posjeta ili prosječno 1.978 mjesečno). Najveći broj posjeta je zabilježen u julu (3.907), a najmanji u decembru 2021. godine (2.336).

Posjetioci su do veb prezentacije Agencije dolazili najviše preko internet pretraživača (77,6%) i direktnim unosom adrese sajta (20,2%) dok je preostalih 2,2% došlo posredstvom društvenih mreža.

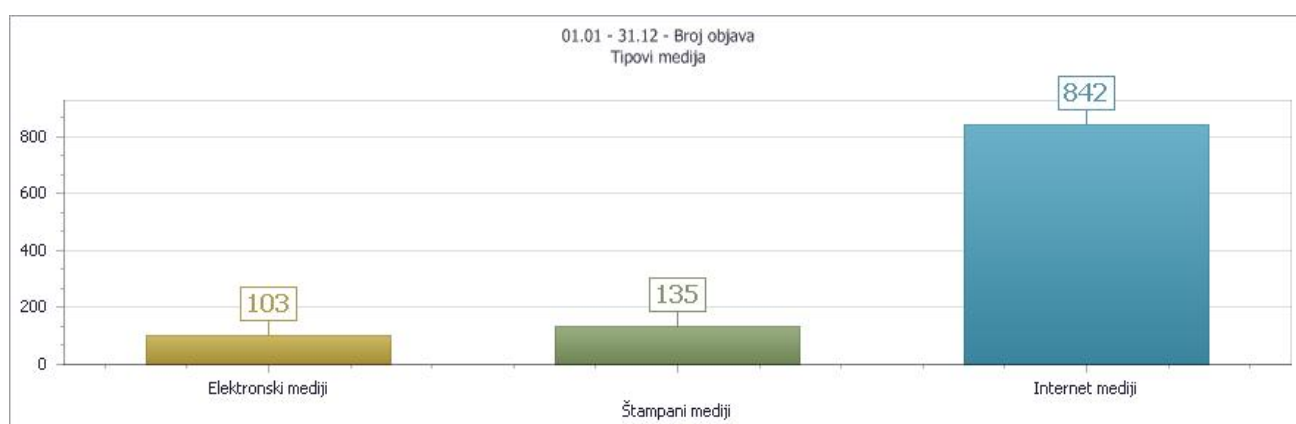
Broj jedinstvenih posjetilaca je bio 26.185, od čega 73% ili 19.108 iz Crne Gore. Android platforma je bila zastupljena sa 52,88%, Windows sa 24,97% a Apple iOS sa 16,52%. Ostatak čine Mac, Linux i druge platforme sa ukupno 5,5%.

Poređenjem broja pregledanih stranica (89.302) i broja posjetilaca, može se zaključiti da je prosječan posjetilac u 2021. godini pregledao približno 3,4 stranica u jednoj posjeti, i pri svakoj posjeti našem sajtu u prosjeku ostao 1 minut i 43 sekunde.

*
* *
*

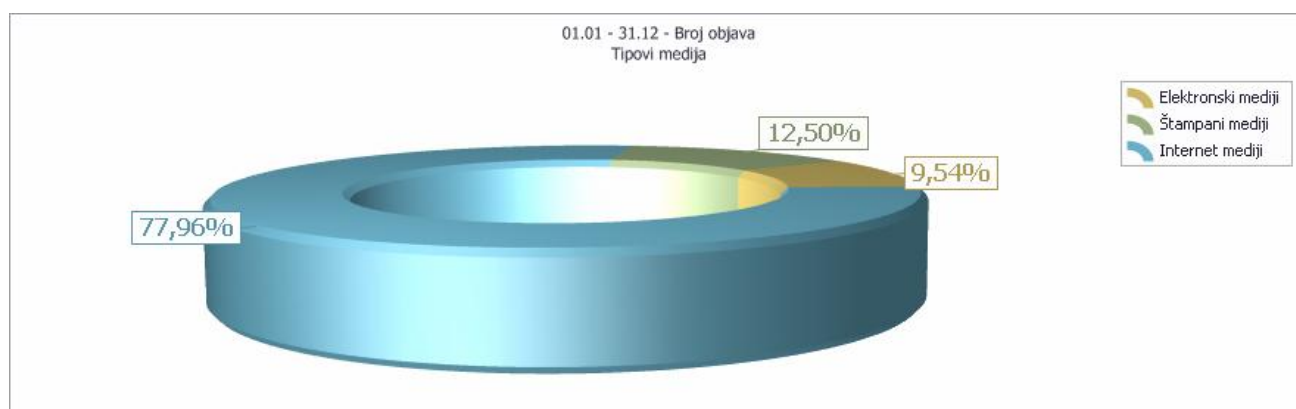
U toku 2021. godine, posebna pažnja je posvećena unapređenju dostupnosti informacija o radu Agencije za elektronske medije u medijima. U cilju unapređenja medijske prezentacije Agencije, odnosno, izgradnje i isticanja njene realne slike/pozicije u cjelokupnoj medijskoj sceni, praćene su objave¹²⁰ u odnosu na instituciju, ličnost, događaj, tj. u odnosu na sve ono što je predmet medijske pažnje.

U periodu od 1. januara do 31. decembra 2021. godine monitoringom je evidentirano ukupno **1.080 medijskih objava** u čijem sadržaju se pominje Agencija za elektronske medije. Prosječan broj objava plasiran na mjesečnom nivou je 90. Raspon broja objava na mjesečnom nivou se kretao između 48 (januar) i 166 (oktobar).



Grafik 29.: Broj objava po vrsti medija

Od ukupnog broja svih objava u kojima je uočeno pominjanje Agencije, čak 77,96% njih plasirano je putem online medija. U štampanim medijima objavljeno je 9,54%, a u elektronskim medijima 12,5% od ukupnog broja medijskih objava.



Grafik 30.: Procentualni udio različite vrste medija u ukupnom publicitetu

¹²⁰ Monitoringom je obuhvaćen sadržaj sledećih medija: **Dnevni listovi i nedeljnici:** Vijesti, Dan, Pobjeda, Dnevne novine i Monitor. / **Televizije:** TVCG1, TV Vijesti, TV Nova M, TV 7, TV Prva, TV Adria i Gradska TV. / **Online mediji:** CdM, Analitika, Portal Vijesti, AntenaM, Portal RTCG, Pobjeda, Dan online, IN4S, Borba.me, MINA, Gradski.me, Aktuelno.me, FOS media, Standard.me, Kodex.me, PCNen, volimpodgoricu.me, Kolektiv.me, rtnk.me, Onogošt.me, primorskenovine.me, Bokanews, Skala Radio, RadioTivat, rtvudva.me, BAR info, UL info, PV info, bizniscg.me, dnovine.me.

*
* *

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

Tokom 2021. godine veći dio aktivnosti po ovim pitanju bio je usmjeren na integraciju softverskog rješenja za snimanje i analizu programskih sadržaja emitera, odnosno aktivnostima na osposobljavanju zaposlenih za rad sa softverom, otklanjanje eventualno uočenih nedostataka i njegova potpuna implementacija u cilju ostvarivanja maksimalne efikasnosti u sistemu dotura, snimanja i softverom potpomognute analize. Ove aktivnosti nijesu u potpunosti završene i očekuje se njihov nastavak i tokom 2022. godine.

Kako je u prvoj fazi realizacije, tokom 2020. godine, izvršena je nabavka šest uređaja, od kojih su tri instalirani na udaljenim lokacijama u opštinama Herceg Novi, Bar i Berane, utvrđeno je da ovi uređaji ispunjavaju tražene kriterijume, u pogledu robustnosti, pouzdanosti, uz omogućen sistem daljinske kontrole i upravljanja predstavljaju adekvatan izbor i rješenje i u smislu odnosa cijena/kvalitet i u smislu raspoloživosti i fleksibilnosti sisteme.

Rješenje koje predviđa upotrebu 4G tehnologije za efikasno povezivanje uređaja za prijem sa monitoring centrom u Podgorici pokazalo se racionalnim, imajući u vidu da su mjesečni troškovi pristupa Internetu značajno manji od troškova koje bi Agencija imala u slučaju zakupa određenih neophodnih prostornih i mrežnih kapaciteta kod telekomunikacionih operatora u Crnoj Gori.

Važno je napomenuti da se uređaji mogu dodatno opremiti za prijem DAB+ signala (digitalnog radija) kao i drugim dodatnim modulima kojima je moguća distribucija i video sadržaja, odnosno, distribucija televizijskih programa.

*
* *

Povećanje dostupnosti sadržaja osobama sa invaliditetom

U toku 2021. godine, aktivnosti po ovim pitanjima bile su ograničene, najviše iz razloga pandemije.

Pitanje pristupačnosti ostaje u fokusu Agencije za elektronske medije, ne samo iz razloga što je i ovom pitanju posvećena posebna pažnja i u pravnoj tekovini Evropske unije koja se odnosi na medijsko zakonodavstvo i u adekvatnim dokumentima koji se odnose na oblast regulacije elektronskih medija, već i potrebe da Agencija kao društveno odgovorna institucija aktivno participira i daje doprinos poboljšanju položaja svih ranjivih društvenih grupa, uključujući i osobe sa invaliditetom.

Iz tog razloga predstavnici Agencije su u radnoj grupi za izradu Medijske strategije, u više navratata, ukazivali na potrebu da se definišu mjere koje će dovesti do proporcionalnog i kontinuiranog povećanja sadržaja pristupačnih i prilagođenih osobama sa invaliditetom, kao i programskih sadržaja koji se odnose na pitanja koja su od značaja za osobe sa invaliditetom.

Predstavnici Agencije učestvovali su na **Treninga o Konvenciji UN o pravima osoba s invaliditetom i ciljevima održivog razvoja koji uključuju invaliditet**, koji je u online formatu održan u periodu od 7. do 9. i od 27. do 29. jula 2021. godine. Realizovan je u okviru projekta „Svrishodno učešće i uključivanje osoba s invaliditetom u okviru crnogorske politike i prakse“, koji finansira UNICEF (Predstavništvo u Crnoj Gori), a sprovodi NVO „Udruženje mladih sa hendikepom Crne Gore“, kao nosilac projekta s projektnim partnerima Savezom slijepih Crne Gore, Nacionalnom asocijacijom roditelja, djece i omladine sa smetnjama u razvoju Crne Gore (NARDOS), Savezom udruženja roditelja djece i omladine sa teškoćama u razvoju “Naša inicijativa”, Savezom udruženja paraplegičara Crne Gore i Nacionalnim udruženjem osoba sa intelektualnim smetnjama “Samozastupnici”. Trening je bio namijenjen, između ostalih, i zaposlenima i angažovanima u svim granama vlasti i institucijama sistema, nezavisnim institucijama, predstavnicima nadzornih, regulatornih i drugih tijela,

međunarodnih organizacija, angažovanim u organizacijama civilnog društva, stručnim radnicima pružaocima usluga i drugim.

Na treningu su se polaznici, kroz više radionica i prezentacija, upoznali sa Konvencijom UN o pravima osoba sa invaliditetom, ciljevima održivog razvoja, Strateškim operativnim okvirom (SOF) Partnerstva UN za prava osoba sa invaliditetom, kao i drugim temama značajnim za ovu ciljnu grupu kao što su inkluzivne usluge, međusektorska koordinacija, procjena invaliditeta, usluge podrške, rodna ravnopravnost i prava žena i djevojčica sa invaliditetom i dr.

FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2021. 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 25.09.2020. godine, Savjet Agencije za elektronske medije je donio Odluku o usvajanju Finansijskog plana Agencije za elektronske medije za 2021. godinu (Odluka br. 01-1027/1 od 25.09.2020. godine).

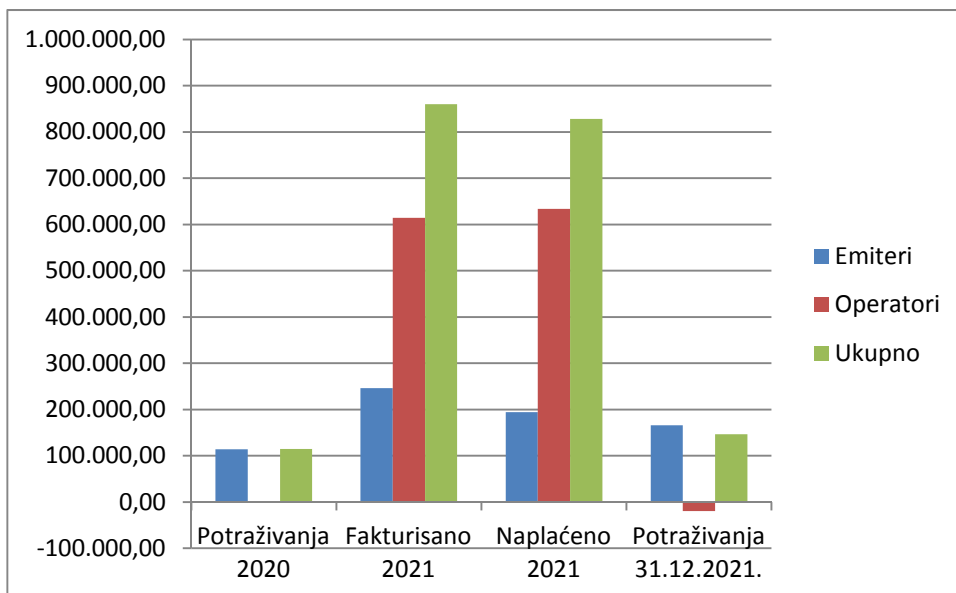
Saglasno članu 32 Zakona o budžetu i fiskalnoj odgovornosti, Agencija za elektronske medije je u propisanom roku (do 30. septembra 2020. godine), Ministarstvu finansija dostavila utvrđeni Finansijski plan sa planom rada za 2021. godinu kao i akt o određivanju predstavnika Agencije za elektronske medije koji će učestvovati u skupštinskoj proceduri.

Na četvrtoj sjednici drugog redovnog (jesenjeg) zasijedanja u 2020. godini, Skupština Crne Gore je 29. decembra 2020. godine donijela Odluku o usvajanju Finansijskog plana sa planom rada Agencije za elektronske medije za 2021. godinu ("Sl. list CG", br. 129/20).

U cilju obezbjeđenja podrške kontinuitetu rada u situaciji izazvanoj pojavom i širenjem koronavirusa, Savjet Agncije je donio odluke za oslobađanje komercijalnih i javnih emitera obaveze plaćanja druge kvartalne rate godišnje naknade za emitovanje za 2021. godinu i emitera koji su emitovali programske sadržaje u okviru projekta „Uči doma“ prve i druge kvartalne rate godišnje naknade za emitovanje za 2021. godinu, kao i oslobađanje pružalaca AVM usluga na zahtjev obaveze plaćanja 10% godišnje naknade za pružanje AVM usluga na zahtjev za 2021. godinu.

U toku 2021. godine Agencija je ostvarila ukupan prihod u iznosu od 924.569,32 €, rashodi su iznosili 905.976,45 €, što znači da je ostvarena pozitivna razlika u iznosu od 18.592,87 €.

Procenat naplativost prihoda po osnovu naknada za emitovanje ostvaren je na nivou od **54,0%**, dok je procenat naplativosti prihoda po osnovu naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev je iznosio 100% što ukazuje da su ovi prihodi stabilni izvori finansiranja Agencije u toku 2021. godine.



Grafik 31. Struktura i naplativost prihoda po osnovu izdatih odobrenja

Vrijednost **ukupne aktive**, na bazi bilansa stanja na dan 31.12.2021. godine je 2.827.094,25 €. Stalna imovina od 193.825,82 € iznosi 6,9% ukupne aktive, a sastoji se od nematerijalne imovine (34,7%) i materijalne imovine (65,3%).

Obrtna imovina u vrijednosti od 2.633.268,43 € čini 93,1% ukupne aktive i odnosi se na kratkoročna potraživanja (2,7%) i gotovinu i gotovinske ekvivalente (97,3%).

Ukupna potraživanja prenijeta iz 2020. godine iznosila su 43.193,76 €, dok ukupna potraživanja na dan 31.12.2021. godine iznose 71.817,18 €. Od tog iznosa, 70.917,67 € su potraživanja od emitera i pružalaca AVM usluga na zahtjev sa ispravkom vrijednosti i potraživanja od državnih organa po osnovu refundacija u iznosu od 899,51 €.

Ukupan promet žiro-računa u 2021. godini iznosio je 3.431.521,85 €, blagajne 690,24 €, deviznog računa 66.262,22 € i Master Business i Visa kartice 8.449,18 €.

Ukupna pasiva je u vrijednosti od 2.827.094,25 €. Kapital Agencije je 2.217.886,56 € i obuhvata:

- osnovni kapital 1,00 €,
- revalorizacione rezerve 58.313,25€,
- neraspoređeni dobitak ranijih godina u iznosu od 2.140.979,44 € i
- neraspoređeni dobitak tekuće godine u iznosu od 18.592,87 €.

U skladu sa Informacijom o izmjeni podataka o osnovnom kapitalu iskazanom u knjigovodstvenoj evidenciji Agencije za elektronske medije br. 02-414 od 18.03.2022. godine izvršen je prenos sredstava u iznosu od 540.690,04 € sa konta „Osnovni kapital“ na konto „Neraspoređena dobit ranijih godina“ čime osnovni kapital Agencije iznosi 1,00 €, kao što je evidentirano u Centralnom registru privrednih subjekata u Podgorici, a neraspoređena dobit ranijih godina iznosi 2.140.979,44 €.

Revalorizacione rezerve u iznosu od 58.313,25 € se sastoje od revalorizacionih rezervi po osnovu procjene nematerijalnih ulaganja u iznosu od 13.218,26 € i revalorizacionih rezervi po osnovu procjene opreme u iznosu od 45.094,99 € u skladu sa Izveštajem o procjeni vrijednosti stalne imovine u vlasništvu Agencije za elektronske medije (Izveštaj br. 02-459/2 od 20.09.2021. godine).

Dugoročna rezervisanja na dan 31.12.2021. godine iznose 56.423,65 € i ista se odnose na rezervisanja po MRS 19 - Naknade zaposlenima, koju je izvršio ovlašćeni aktuar dana 22.02.2022. godine sa stanjem na dan 31.12.2021. godine, od čega se dio odnosi na rezervisanje po osnovu jubilarnih nagrada 20.936,12 €, a dio na rezervisanje po osnovu otpremnina 35.487,53 €.

Tokom 2021. godine izvršeno je umanjenje rezervisanja po osnovu jubilarnih nagrada u ukupnom iznosu od 2.713 EUR.

Ukupne kratkoročne obaveze Agencije iznose 526.980,83 €, od čega se 20.608,68 € odnosi na primljene avanse od kupaca, sredstva ranijeg Fonda za pomoć komercijalnim radio emiterima iznose 15.243,52 €, sredstva Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija u dijelu koji se odnosi na potfond za komercijalne i neprofitne elektronske medije 490.253,55 € i 875,08 € su obaveze prema dobavljačima.

Savjet Agencije je na sjednici održanoj 24.12.2019. godine donio odluku o ukidanju Fonda za pomoć komercijalnim radio emiterima i preusmjeravanju sredstava fonda 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).

Agencija je u skladu sa članom 22 Zakona o medijima donijela Pravilnik o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namjenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima („Sl. list CG“, br. 83/21 i 15/22) kojim su propisana prava i obaveze pružanja javnih usluga za koje se uplaćuju sredstva iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija u dijelu koji se odnosi na potfond za komercijalne i neprofitne elektronske medije (u daljem tekstu: Fond), kriterijume i postupak za raspodjelu i način korišćenja tih sredstava, maksimalni iznos sredstava koja mogu biti dodijeljena iz Fonda, kao i rokovi za raspisivanje javnog konkursa.

Dana 29. decembra 2021. godine, Ministarstvo finansija i socijalnog staranja je uplatilo na posebni žiro-račun Agencije za elektronske medije, otvoren za potrebe Fonda, sredstva u iznosu od 516.056,37 €. Ova sredstva su namijenjena komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu.

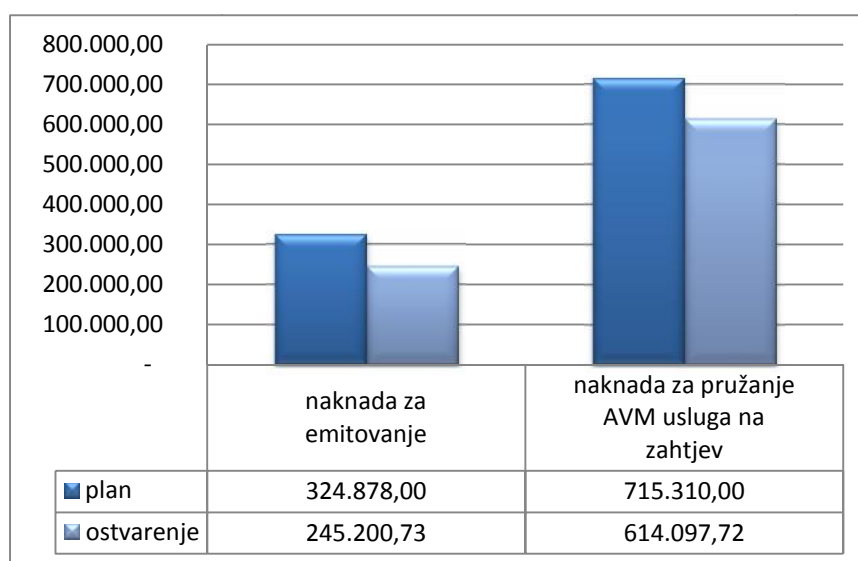
Pasivna vremenska razgraničenja iskazana u okviru pasive u iznosu 25.802,82 € odnose se na odložene prihode od sredstava koje pripadaju Agenciji za pokriće operativnih troškova kao organa zaduženog za raspodjelu sredstava iz Fonda.

Dovodeći navedene obaveze u vezu sa vrijednošću obrtno imovine od 2.633.268,43 € može se zaključiti da je Agencija solventna, odnosno njena likvidnost nijednog momenta nije dovedena u pitanje.

januar - decembar 2021. godine

Vrste prihoda	Plan	Ostvareno	Index
naknada za emitovanje	324.878,00	245.200,73	75,47
naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev	715.310,00	614.097,72	85,85
naknada za registraciju	-	267,15	-
ostali poslovni dobici	-	64.145,55	-
finansijski prihodi	-	858,17	-

Tabela 32.: Ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom



Grafik 33. Prikaz ostvarenih prihoda i njihovo poređenje sa planom u 2021. godini

Upoređujući elemente ostvarenja prihoda u odnosu na planirane, može se konstatovati da je prihod od naknada za emitovanje ostvaren za 24,5% manje od planiranog, dok je prihod od naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev za 14,2% manji od planiranog. Pri tome se misli na prihode koji se odnose na fakturisane naknade za pružanje AVM usluga u 2021. godini. Razlog navedenog odstupanja prihoda od naknada po osnovu izdatih odobrenja je oslobađanje komercijalnih i javnih emitera obaveze plaćanja druge kvartalne rate godišnje naknade za emitovanje za 2021. godinu i emitera koji su emitovali programske sadržaje u okviru projekta „Uči doma“ prve i druge kvartalne rate godišnje naknade za emitovanje za 2021. godinu (Odluka br. 01-539 od 23.04.2021.g.), kao i oslobađanje pružalaca AVM usluga na zahtjev obaveze plaćanja 10% godišnje naknade za pružanje AVM usluga na zahtjev za 2021. godinu (Odluka br. 01-1047 od 29.09.2021.g.).

Izveštaj o radu Agencije za elektronske medije za 2021. godinu

januar - decembar 2021. godine

Vrste rashoda	Plan	Ostvareno	Index
bruto zarade zaposlenih	542.387,00	495.311,08	91,32
bruto naknade članova Savjeta	87.282,00	72.367,39	82,91
ostala primanja i naknade	22.000,00	21.884,12	99,47
službena putovanja i članarine međ. org.	15.000,00	7.425,33	49,50
rashodi za materijal i usluge	90.000,00	64.450,80	71,61
trošak održavanja osnovnih sredstava	11.500,00	7.885,43	68,57
ostala poslovna terećenja	194.500,00	149.247,38	76,73
trošak rezervisanja	12.000,00	32.499,13	270,83
trošak ispravke vrijednosti potraživanja	-	29.781,21	-
subvencije kamate	10.000,00	-	-
amortizacija	25.000,00	25.124,58	100,50
rezerva	29.540,00	-	-

Tabela 34.: Ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom

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 2021. GODINU, dostupnom na veb-sajtu www.aemcg.org.

DIREKTOR

Goran Vuković



Prilog 1 - Pregled razmatranih zahtjeva za slobodan pristup informacijama

Podnosilac / Predmet zahtjeva	Odluka Agencije po zahtjevu
1. Petar Vučinić , 16.02.2021. ¹²¹ / informacije-dokumenta koji se odnose na kopiju Zahtjeva za izdavanje prethodne saglasnosti za prenos vlasničkog udjela privrednog društva „TDI Radio“ d.o.o. iz Podgorice od 18.01.2021. godine (akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 01-52 od 18.01.2021.g.) i dopunjenog dana 21.01.2021.g. (akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 01-52/1 od 21.01.2021.g.), sa svom pratećom dokumentacijom dostavljenom uz Zahtjev (uključujući i Predugovor o prenosu udjela, potpisan dana 14.01.2021.g.).	Usvojen
2. Advokat Nikola Martinović , 15.04.2021. ¹²² / informacije-dokumenti koji se odnose na dostavljanje informacije o osnivaču portala PC NEN (Prve crnogorske nezavisne elektronske novine).	Usvojen
3. Centar za građansko obrazovanje - CGO , 28.05.2021. ¹²³ / informacije-dokumenti koji se odnose na:	Usvojen
<ul style="list-style-type: none"> - 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 najmene sklapani); - 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; - Kopija informacije o novčanim transakcijama prema gore navedenim subjektima koje su vršene van navedenih ugovora, uz navođenje osnova transakcije i iznosa uplaćenog novca; - 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. 	
4. Advotica Naraša Đelević , 23.07.2021. ¹²⁴ / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije: <ul style="list-style-type: none"> - Protokola zaključenog između društva “Atlas Media Group“ d.o.o. Podgorica, PIB-02410788 i “A Media Team“ d.o.o. Podgorica, PIB:03320260; - Pisma o namjerama radi prenosa Odobrenja za emitovanje br. 0-TV-K-02; - Statuta društva “A Media Team“ d.o.o. Podgorica. 	Usvojen
5. Advokat Vanja Mugoša , 16.12.2021. ¹²⁵ / informacije-dokumenti koji se odnose na informacije o osnivačima i vlasnicima internet portala „Cafe del Montenegro“ (www.cdm.me) u periodu od 01.01.2015.g. do 02.12.2021.g. kao i podatke o svim promjenama navedenih podataka u označenom periodu.	Odbijen zbog nenadležnosti.

¹²¹ Rješenje Agencije br. 02-133/1 od 02.03.2021.g.¹²² Rješenje Agencije br. 02-484/1 od 16.04.2021.g.¹²³ Rješenje Agencije br. 02-670/1 od 02.06.2021.g.¹²⁴ Rješenje Agencije br. 02-880/1 od 23.07.2021.g.¹²⁵ Rješenje Agencije br. 02-1271/1 od 07.12.2021.g.