



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**

**Broj: 02 – 319**  
**Podgorica, 03.02.2023. godine**

**ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE KOMERCIJALNIH RADIO EMITERA**

**Zakonski okvir**

Članom 56 Zakona o elektronskim medijima<sup>1</sup> propisano je da programska osnova opšteg radijskog programa sadrži programsku šemu kojom se određuje: vrsta programa, odnosno njihovo razvrstavanje u pojedine grupe, predviđeni kvantitativni odnos između pojedinih grupa sadržaja, predviđeni maksimalni opseg oglasnih sadržaja, predviđeni obim sopstvenih audiovizuelnih djela, vrijeme emitovanja.

Saglasno članu 100 Zakona o elektronskim medijima, obim i struktura programskih sadržaja podnosioca prijava na konkurs za raspodjelu radio-difuznih frekvencija predstavlja jedan od kriterijuma za odlučivanje po javnom konkursu.

Članom 104 Zakona propisano je da odobrenje za emitovanje obavezno sadrži i podatke o strukturi programa i drugim programskim obavezama u skladu sa podnesenom prijavom na javni konkurs ili zahtjevom za izdavanje odobrenja.

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, u smislu ove odredbe, je svaka promjena koja predstavlja izmjenu veću od 10% strukture programa na osnovu koje je dobijeno odobrenje za emitovanje.

Zakon je takođe propisao da Agencija može emiteru uskratiti saglasnost za promjenu strukture programa ukoliko utvrdi da bi u području koje se pokriva određenim radijskim ili televizijskim programom došlo do nedostatka određene vrste programskih sadržaja za koje je emiter dobio odobrenje za emitovanje.

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.

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.

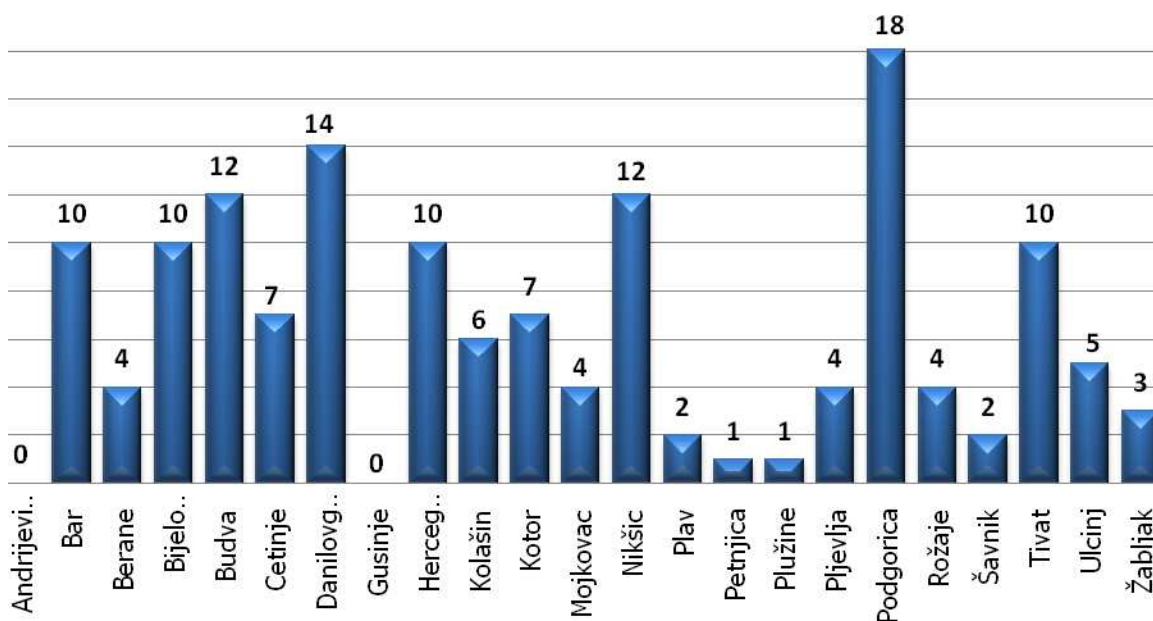
Pravilnikom o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom<sup>2</sup> utvrđeni su kriterijumi za određivanje programskih sadržaja emitera koji se smatraju sopstvenom produkcijom.

<sup>1</sup> „Sl. list CG“, br. 046/10, 040/11, 053/11, 006/13, 055/16, 092/17

<sup>2</sup> „Sl. list Crne Gore“, br. 11/12

## Polazni podaci

Odobrenje za emitovanje radio programa putem radio-difuznih frekvencija posjeduje 28 komercijalnih emitera. Od ukupnog broja, 17 su stanice sa lokalnim pokrivanjem (od čega čak 9 stanica koje pokrivaju područje samo jedne opštine), 7 regionalnih i 4 emitera sa nacionalnim pokrivanjem.



Grafik 1: Broj emitera koji pokrivaju područje određene opštine

Radijski emiteri pokazuju različit interes za pokrivanje područja pojedinih opština, te je na primjer opština Podgorica pokrivena signalom 18 komercijalnih radio emitera, dok je ukupno 9 opština (sve u sjevernom regionu) pokriveno signalom manje od 5 komercijalnih radijskih emitera, pri čemu opštine Andrijević i Gusinje nijesu pokriveno signalom ni jedne komercijalne radijske stanice.

## Metodološki okvir

U periodu od 2017. godine, Agencija za elektronske medije je, saglasno zakonskoj obavezi da odobrenje za emitovanje obavezno sadrži i podatke o strukturi programa, izvršila izmjenu ranije izdatih odobrenja za emitovanje na način da je ranija forma odobrenja dopunjena Anexom 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, nakon izvršenog monitoringa i utvrđivanja kvantitativnih elemenata koji se odnose na emitovani program, te njihovog upoređenja sa podacima iz prijave na javni konkurs, za emitere kod kojih nijesu utvrđena značajna odstupanja, odnosno za koje je utvrđeno da realizuju strukturu programa i druge programske obaveze u skladu sa podnesenom prijavom na javni konkurs, izvršena je izmjena odobrenja na način da je izdat Anex 2 odobrenja sa podacima iz prijave na javni konkurs.

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 programa.

Tokom 2022. godine četiri emitera su prestala sa radom, dok je izdato jedno novo odobrenje za emitovanje radio programa. Jednom komercijalnom emiteru je izdata saglasnost za značajnu promjenu strukture programa i jedan emiter je promijenio status u neprofitnog emitera.

U periodu od 2017. godine, Savjet Agencije za elektronske medije je izdao **22 saglasnosti za značajnu izmjenu strukture programa**, od čega je jedna saglasnost izdata tokom 2021. godine. Izvršena je izmjena 34 odobrenja za emitovanje izdatih komercijalnim radijskim emiterima, u dijelu koji se odnosi na izdavanje Anexa 2. Tokom 2022. godine.

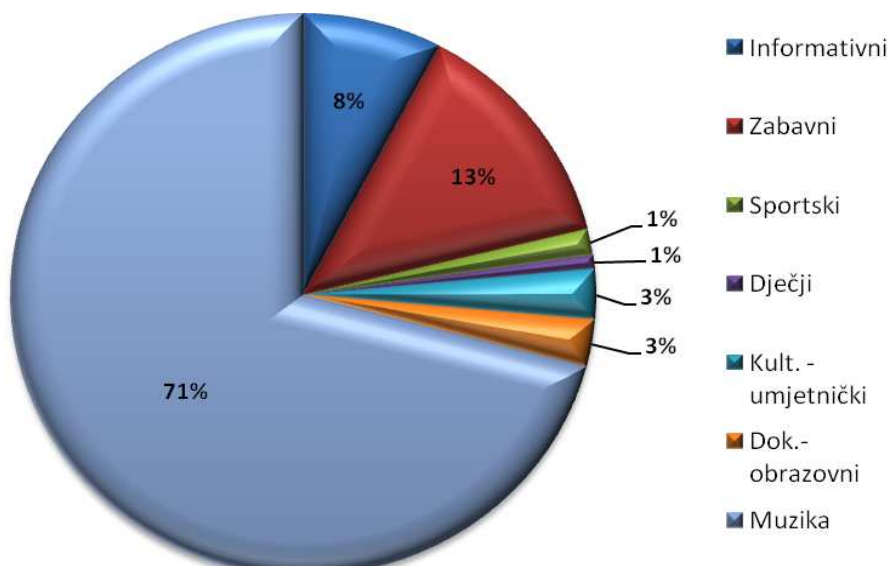
Na osnovu programskih osnova, koje su sastavni dio izdatih odobrenja za emitovanje (Anex 2), prikupljeni su podaci, **za 28 komercijalna radijska emitera**, koji se odnose na vrstu programa, trajanje i kratak opis sadržaja emisija, predviđeni kvantitativni odnos između pojedinih grupa sadržaja, podatke o ukupnom učešću sopstvene produkcije, kupljenog, odnosno reemitovanog programa, **te su na osnovu njihove kvantitativne obrade izvedeni rezultati koji se daju u nastavku teksta.**

Prilikom klasifikacije programskih sadržaja, primjenjuju se odredbe Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom, kako sa aspekta određivanja produkcijskog izvora sadržaja (sopstvena produkcija, sadržaji proizvedeni po licenci i otkupljenom formatu, ili sadržaji proizvedeni kroz bilateralnu ili multilateralnu koprodukciju), tako i sa aspekta određivanja vrste programskog sadržaja (informativni, zabavni, kulturno-umjetnički, itd.).

### Programska struktura

Svih 28 radijskih emitera emituju program 24 časa dnevno, što na sedmičnom nivou predstavlja 10.080 minuta radijskog programa po emiteru.

Prosječna radijska stanica, na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži **71% muzike i 29% sadržaja različite vrste** (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru).



Grafik 2: Struktura programa komercijalne radijske stanice (prosjeak, sedmično)

Navedeno znači da **prosječna radijska stanica oko 17 sati dnevno emituje muziku**, a da 7 sati dnevno čine informativne, kulturno-umjetničke, muzičke, sportske i druge emisije.

U radijskim programima komercijalnih stanica muzički sadržaj dominira nad nemuzičkim. Treba imati u vidu da nemuzički sadržaj ne predstavlja u potpunosti govorni sadržaj, te da većina emisija kategorisanih kao nemuzičke sadrži svega 20 – 25% govornog sadržaja. Jasno je da se radijskim programom zadovoljavaju 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 slušalaca, tokom svakodnevnih aktivnosti. Ova struktura programa pogoduje više mlađim slušaocima. Mali je broj radijskih stanica koje u svom programu imaju duže govorne forme 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 stanica, vrsta (žanr) emitovane muzike se koristi kao osnovni faktor profilisanja (osobnosti) u odnosu na konkurenciju.

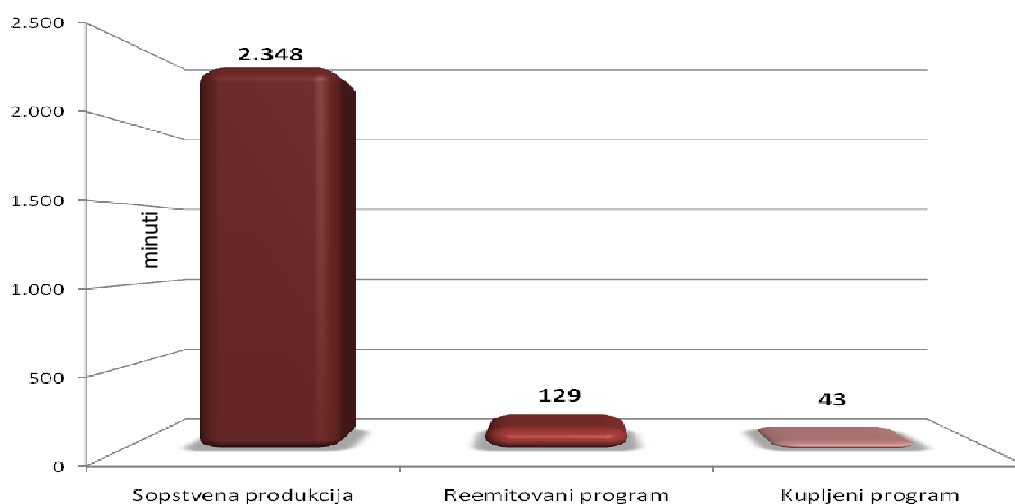
Povremeno se bilježe slučajevi integracije radijskog i televizijskog programa. Iako se mora imati u vidu da je integracija programa različitih medija, odnosno medija i društvenih mreža savremeni trend, stiče se utisak da je integracija radijskog i televizijskog programa u korist televizije i u cilju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

Sopstvenom produkcijom smatraju se informativne, kulturno-umjetničke, muzičke, sportske i druge emisije, kao i drugi izvorno proizvedeni programski sadržaji čiji je proizvođač emiter ili su proizvedeni po njegovoj narudžbi i za njegov račun.

Sopstvena produkcija radijskih emitera podrazumijeva programske sadržaje u kojima izvorni audio materijal, ili autorski dio, čini više od 20 odsto.

Od emitovanih 2.935 minuta različitih nemuzičkih sadržaja (sedmični prosjek), 95% predstavlja sopstvena produkcija.

Reemitovani program ima učešće od 4% a kupljeni sadržaj 1%.

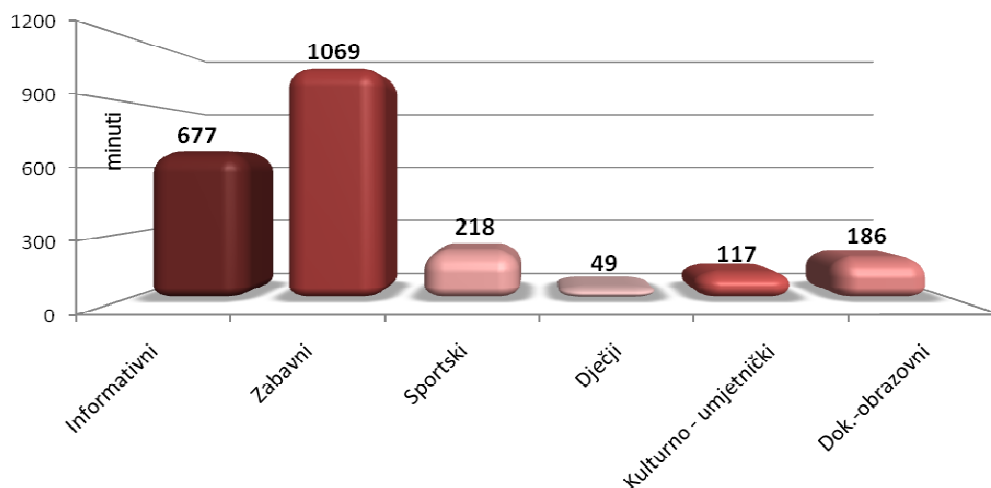


Grafik 3: Struktura nemuzičkog sadržaja (prosjek, sedmično)

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

Analizirajući količinu informativnog programa mora se imati u vidu da je ona determinisana zakonskom obavezom. 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.

Zabavni program većinom karakterišu kratke nezahjevne forme, nepretenciozni sadržaji, kontakt programi, kolažne emisije sa vijestima iz svijeta zabave i top liste.



Grafik 4: Nemuzički sadržaj po vrsti (prosjek, sedmično)

Od ukupnog broja, 11 radijskih emitera nema emisije kulturno-umjetničkog karaktera.

Približno polovina radijskih emitera nema emisije sportskog sadržaja niti emisije namijenjene djeci.

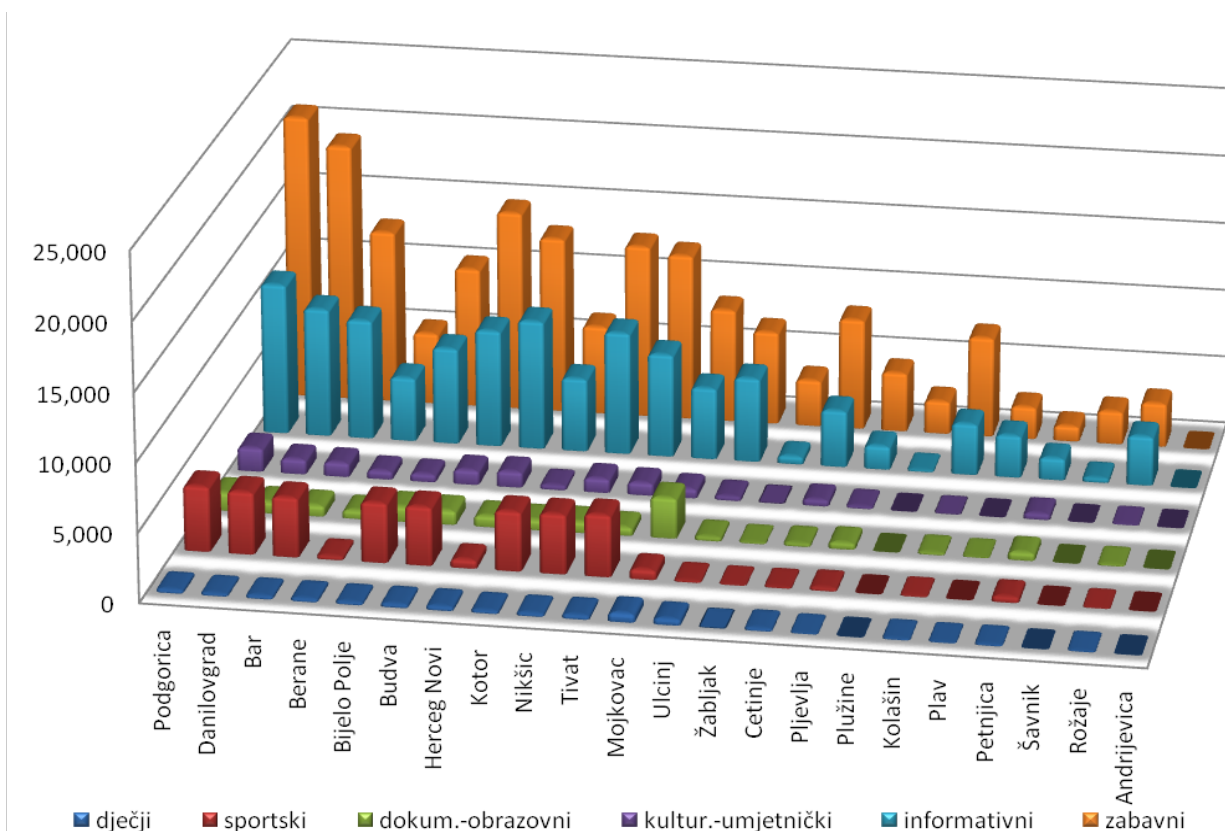
Generalno posmatrano, radijske programe komercijalnih emitera karakteriše uniformnost. Programi su orijentisani na zadovoljenje potreba slušalaca za zabavom i informativnim sadržajem, što je preovladajuća forma radijske ponude. Svega nekoliko komercijalnih emitera se obraća specifičnim grupama slušalaca i odstupa od prevladavajuće forme radijskih programa. Uvažavajući ove izuzetke, u programima dominira zabava koju prati kratak i sažet informativni program, uglavnom oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija. Oslonjenost na agencijske vijesti utiče na smanjenje količine lokalnih informacija. Nekoliko radijskih emitera uz radijski program ima i elektronsku publikaciju (portal) na kojoj se objavljuju dnevne informacije.

Kolažni programi predstavljaju najveći dio programa komercijalnih radio stanica. Ovi programi vrlo često i nemaju temu kojom se bave i prilagođavaju se trenutnim događajima. Emituju se u blokovima od po više sati tokom kojih se smjenjuju muzika, voditeljske najave i uključena gostiju.

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

Imajući u vidu da postoji značajna razlika u broju radijskih stanica koje se mogu čuti na teritoriji neke opštine i stavljajući u korelaciju te podatke sa podacima o strukturi i količini programa koji trenutno emituje 28 radijskih stanica, dolazimo do podataka o dostupnosti pojedinih sadržaja slušaocima u opštinama pojedinačno.

Podaci pokazuju značajne razlike među opštinama i ukazuju na trend koncentracije radijskih emitera u većim opštinama, i sa druge strane nedostatak ponude radijskih sadržaja u manjim opštinama.



Grifik 5: Minutaža (sedmično) programa po vrsti dostupna na području opštine

### Ocjene i zaključci

- Radijsko tržište Crne Gore se odlikuje velikim brojem emitera sa programom dominantno muzičkog sadržaja.
- Radijski emiteri pokazuju različit interes za pokrivanje područja pojedinih opština, te su emiteri koncentrisani na pokrivanje područja opština u centralnom i primorskom dijelu Crne Gore. Devet opština (sve u sjevernom regionu) pokriveno je signalom manje od 5 komercijalnih radijskih emitera, pri čemu opštine Andrijevica i Gusinje nijesu pokriveno signalom ni jedne komercijalne radijske stanice.
- Od ukupno 28 komercijalnih radijskih emitera, oko 60% (17 emitera) su radijske stanice lokalnog pokrivanja (do 4 opštine). Čak 9 emitera pokriva područje samo jedne opštine.
- Prosječna radijska stanica, na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 71% muzike (17 sati dnevno) i 29% nemuzičkog sadržaja (7 sati dnevno).
- Radijskim programom zadovoljavaju se prije svega potrebe slušalaca za muzičkim sadržajem. Većina radijskih programa formatirana je kao pasivni medij koji se može pratiti bez pune pažnje i fokusa slušalaca, tokom svakodnevnih aktivnosti.
- Nemuzički sadržaj stanice uglavnom proizvode same, dok je učešće reemitovanog i kupljenog programa veoma malo.
- 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.

- Informativni program je veoma slično koncipiran, uglavnom oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija. Oslonjenost na agencijske vijesti utiče na smanjenje količine lokalnih informacija.
- Uz rezervu da li takva očekivanja postoje kod slušalaca, generalno posmatrano radijski programi ne mogu zadovoljiti potrebe slušalaca za raznovrsnim sadržajima. 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.
- Analizirajući podatke o dostupnosti pojedinih sadržaja po opštinama zaključuje se da postoji nedostatak ponude radijskih sadržaja u manjim opštinama.

**Sektor za monitoring**  
Sunčica Bakić