



Crna Gora  
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE  
Broj: 02-077/24-565  
Podgorica, 22.04.2024. godine

# **IZVJEŠTAJ O RADU AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE ZA 2023. GODINU**

Podgorica, april 2024. godine

Autor: Sunčica Bakić

Dizajn: Agencija za elektronske medije

Izdavač: Agencija za elektronske medije Crne Gore,

Bulevar Svetog Petra Cetinjskog 9, Podgorica

Tel: 020 201 430 E-mail: [aem@aemcg.org](mailto:aem@aemcg.org)

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

CIP - Каталогизација у публикацији

Национална библиотека Црне Горе, Цетиње

ISBN 978-9911-561-06-0

COBISS.CG-ID 29180676



# SADRŽAJ

<b>1. OBILJEŽAVANJE 20 GODINA OD OSNIVANJA AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE</b>	<b>8</b>
<b>2. NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA</b>	<b>10</b>
2.1. Izdavanje novih odobrenja za pružanje AVM usluga	10
2.2. Promjena zone pokrivanja	10
2.3. Promjena vlasničke strukture pružalaca AVM usluga	10
2.4. Promjena statusa medija	10
2.5. Prestanak i oduzimanje odobrenja za pružanje AVM usluga	11
2.6. Izmjene kataloga programa	12
2.7. Promjena programske strukture	13
2.8. Javni emiteri	14
2.9. Kvote za evropska i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača	14
2.10. Monitoring programskih standarda u elektronskim medijima	17
2.11. Izrečene upravno-nadzorne mjere	44
2.12. Međunarodne restriktivne mjere	46
2.13. Aktivnosti za poboljšanje naplate potraživanja	47
<b>3. USLUGE DISTRIBUCIJE PROGRAMA DO KRAJNJIH KORISNIKA</b>	<b>49</b>
<b>4. PROMOCIJA MEDIJSKE PISMENOSTI</b>	<b>51</b>
4.1. Istraživanje javnog mnjenja „Medijska pismenost u Crnoj Gori“	51
4.2. Promocija medijske pismenosti kao izbornog predmeta u osnovnim školama	53
4.3. Dani „otvorenih vrata“	53
4.4. Predstava „Niko se nije naučen rodio“	54
<b>5. FOND ZA PODSTICANJE PLURALIZMA I RAZNOVRNOSTI MEDIJA</b>	<b>55</b>
5.1. Raspodjela sredstava za 2022. godinu	55
5.2. Istraživanje učinaka Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenog komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu	58
<b>6. MEĐUNARODNA SARADNJA</b>	<b>60</b>
<b>7. JAVNOST I UNAPREĐENJE RADA AGENCIJE</b>	<b>64</b>
<b>8. FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2023. GODINI</b>	<b>68</b>

# AEM - 2023

## ključni rezultati i podaci

### ZAKONSKI OKVIR

#### Učešće u radu radnih grupa i konsultacijama za izmjenu zakonskog okvira

(Zakon o medijima, Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama, Zakon o javnom emiteru Radio televizija Crne Gore, Zakon o elektronskim komunikacijama i Zakon o zaštiti potrošača).



### UPRAVNO NADZORNE MJERE

	Postupci	Upozorenja
Prigovori na rad emitere	81	42
Prigovori na rad operatora	2	1
Postupci po službenoj dužnosti (emiteri)	201	177
Postupci po službenoj dužnosti operatora	4	1

### MJERE OGRANIČAVANJA STRANIH PROGRAMA

Primjena međunarodnih restriktivnih mjera utvrđenih odlukama Savjeta Evropske Unije:

- Ograničenje reemitovanja dva programskih sadržaja u okviru stranog TV programa „Koreni“;
- Tri rješenja o izmjeni odobrenja, kojim se iz ponude kablovskih operatora isključuju programi na koje se primjenjuju restriktivne mjere.

### UPOZORENJA



### ANALIZE I IZVJEŠTAJI O MONITORINGU

Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera

Analiza TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem - jul 2023

Analiza programske strukture specijalizovanih TV emitera

Analiza komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem

Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera

Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Neđelje ponosa“

Analiza programske strukture nacionalnog emitera RTCG

Analiza TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem - dec.2023

Analiza prisustva rodni stereotipa u TV oglašavanju

### MONITORING IZBORNIH KAMPANJA

Preliminarni izvještaj tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore – mart 2023

Izveštaj tokom prvog kruga kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore – mart 2023

Konačni izvještaj tokom kampanje za predsjedničke izbore – april 2023

Izveštaj tokom kampanje na lokalnim izborima u SO Tuzi, april 2023

Preliminarni izvještaj tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, jun 2023

Izveštaj tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, jul 2023

## INKLUZIVNO IZVJEŠTAVANJE

Istraživanje o uključenosti društveno ranjivih grupa u izvještavanje medija u Crnoj Gori

Okrugli sto i obuka o značaju inkluzivnog izvještavanja

Objavljena publikacija o rezultatima istraživanja i preporuke za medije



## POSEBNA ISTRAŽIVANJA I ANALIZE



Ispitivanje navika gledalaca i/ili slušalaca



Istraživanje o jeziku i jezičkim pravilima u televizijskim programima



Istraživanje "Medijska pismenost u Crnoj Gori" (predstavljeno u 2024.)

## BROJ KORISNIKA USLUGA DISTRIBUCIJE

Broj domaćinstava sa priključkom za kablovsku televiziju

# 95%

Objavljeni izvještaji na dan 31. mart, 30. jun i 30. septembar



## MEDIJSKA PISMENOST

Promocija izbornog predmeta "Medijska pismenost" (sa Zavodom za školstvo i Institutom za medije)

# 195

nastavnika

# 156

direktora osnovnih škola

# 3.262

učenika izabralo predmet "Medijska pismenost"

Promocija priručnika "Medijska pismenost" i radionice u osnovnim školama

Radionica na temu medijske pismenosti u Domu za stare Podgorica



Besplatna predstava za djecu "Niko se nije naučen rodio" u 6 gradova

Prikazivanje edukativnog spota u programima lokalnih medija

## FOND ZA MEDIJSKI PLURALIZAM

# 346.853€

# 9 emitera

# 958 emisija

# 42.500 minuta programa

## MEDUNARODNA SARADNJA

Učešće u radu Evropske grupe regulatora za audio-vizuelne usluge (ERGA);

Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela (EPRA).

INFORMACIJE

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

„Sloboda govora jedno je od najznačajnijih dostignuća modernog čovjeka i jedini je način da jasno pokažemo jedni drugima šta mislimo, želimo, osjećamo. Ali kao i svaka sloboda, i ova sa sobom nosi značajnu dozu odgovornosti prema našim sagovornicima ili onima na koje su naše riječi usmjerene. Drugačije rečeno, o svom govoru moramo voditi računa i imati obzira prema drugima. Mediji predstavljaju prozor kroz koji javnost posmatra događaje oko sebe ali i filter koji stoji na tom prozoru. Uloga medija je da kroz odgovoran pristup pruže informaciju i omoguće svima da budu dovoljno obaviješteni da donose odluke samostalno.

Osim informativne, mediji su oduvijek, a danas posebno, kreirali javno mnjenje, na način što će makar neformalno postaviti prioritete, vodeći računa da javni i komercijalni interes ne dođu u sukob na uštrb javnog interesa. Iako ga nije lako definisati i uvijek znati šta je zaista javni interes u određenom trenutku, siguran sam da nema dileme makar oko nekoliko najznačajnijih vrijednosti koje ga formiraju: poštovanje dostojanstva, jednakost, pravda, otvorenost, odgovornost.“

Izvod iz obraćanja **dr Branka Boškovića, predsjednika SAEM**  
povodom dvadesetogodišnjice rada Agencije

„Naivno smo očekivali da će broj medija demonopolizovati državni, smanjiti politički uticaj i dovesti do prijeko potrebnog pluralizma. Dobili smo medije koji ne mogu prihodima sa tržišta finansirati nezavistan i kvalitetan program pa stalno balansiranje između nezavisnosti i održivosti nerijetko ode na štetu prvog. U takvim medijima rade nedovoljno plaćeni novinari od kojih kao društvo očekujemo da rade u našem interesu dok istovremeno ne reagujemo kada su predmet napada, ako ne fizičkih a ono anonimnih profila na društvenim mrežama ili nosioca javnih funkcija koji su zaboravili da su oni ti koji treba da odgovaraju na pitanja.

Nedostatak lokalnog programa koji bi odražavao autohtone potrebe i vrijednosti, građani su kompenzovali lakom zabavom u pravcu zadovoljenja najnižih strasti. Kako je penetracija interneta danas više od 80%, ove strasti se nerijetko razliju u formi uvreda i mržnje na socijalnim mrežama i kroz komentare na portalima. Ovo su problemi sa kojima se suočavamo i budući napredak nije moguć bez njihovog realnog sagledavanja.“

Izvod iz obraćanja **Sunčice Bakić, direktorice AEM**  
povodom dvadesetogodišnjice rada Agencije

**SAVJET AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**

- **dr BRANKO BOŠKOVIĆ,**  
*predsjednik Savjeta*  
*(kandidat univerziteta)*
- **Prof. dr ANDRIJANA NIKOLIĆ**  
*(kandidatkinja udruženja komercijalnih emitera)*
- **EDIN KOLJENović**  
*(kandidat nevladinih organizacija iz oblasti zaštite ljudskih prava i sloboda)*
- **MILAN RADOVIĆ**  
*(kandidat nevladinih organizacija iz oblasti medija)*
- **RAJKO TODORović**  
*(kandidat Crnogorskog P.E.N. centra)*



Izveštaj o radu Agencije za elektronske medije za 2023. 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 2023. godinu, dostavlja Skupštini Crne Gore na usvajanje.

\*Svi pojmovi koji su u tekstu upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu obuhvataju i muški i ženski rod osoba na koja se odnose.

# 1. OBILJEŽAVANJE 20 GODINA OD OSNIVANJA AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Povodom dvadesetogodišnjice rada Agencije za elektronske medije, 28. i 29. novembra 2023. godine u Podgorici, održana je međunarodna konferencija „Medijski horizonti: Budući izazovi“. Konferencija je okupila predstavnike državnih institucija, medijskih, nevladinih, međunarodnih organizacija i regulatornih agencija iz šest država regiona.



Prvog dana konferencije održana je diskusija sa gostima iz Crne Gore, regiona i Evrope o temama koje se tiču budućnosti sektora audiovizuelnih medijskih (AVM) usluga. Drugog dana organizovan je tematski sastanak sa predstavnicima regulatora iz regiona. Program konferencije sastojao se od četiri panel diskusije sa 17 panelista i pružio je korisne i interesantne uvide u budućnost novinarstva, medija i medijskih politika iz perspektive predstavnika medijskih kuća, regulatornih tijela za AVM usluge i civilnog sektora.

Panel pod nazivom „Budućnost novinarstva“, ponudio je doprinos debati o izazovima sa kojima se suočava novinarstvo u vrijeme ubrzanih tehnoloških promjena, ubranog razvoja i primjene vještačke inteligencije, generacijskog jaza koji obilježavaju podijeljena i nekad suprotstavljena očekivanja, kao i vrlo različit odnos prema značaju profesionalnih standarda i slobode izražavanja.

Direktori i glavni i odgovorni urednici nekih od vodećih medija u regionu su na panelu „Budućnost medija“ istakli izazove sa kojima se suočavaju. Cilj je bio da se pruže odgovori na pitanja kako se mediji bore za održivost ili, čak, opstanak na tržištu u vrijeme kada se od njih očekuje da konstantno prilagođavaju svoju ponudu sadržaja preko različitih platformi za različite grupe. Učesnici su razmijenili mišljenja o finansijskim izazovima i pokušali da odgovore na pitanje da li je podrška iz javnih fondova rješenje.



Panel „Budućnost regulacije“ bio je prilika da regulatori i predstavnici institucija razmijene mišljenja o regulatornim okvirima. U fokusu pažnje su bili odgovori na pitanje koji je optimalni ili mogući balans između različitih vidova regulacije (zakonska regulacija, samoregulacija, koregulacija)? Takođe se razgovaralo o tome kako motivisati i mobilisati različite subjekte da daju svoj doprinos uvođenju ili unapređenju odgovarajućih modela.



Posljednji panel – „Budućnost iz ugla korisnika AVM usluga“ činila su izlaganja regulatora i predstavnika civilnog sektora o regulaciji štetnih i zabranjenih sadržaja. Posebna pažnja je posvećena potrebi i načinima podizanja svijesti i razumijevanja značaja regulacije zabranjenih u odnosu na štetne sadržaje, posebno kada su u pitanju maloljetnici, manjine i manje zastupljenje (ranjive) grupe.

Drugi dan konferencije bio je posvećen razmjeni informacija i mišljenja sa kolegama iz regulatornih agencija iz regiona na temu izazova u procesu usaglašavanja domaćeg pravnog okvira sa standardima Evropske unije. Naime, u zemljama EU, od marta 2024. godine počće primjena obaveza subjekata regulacije predviđenih paketom dokumenata koji čine Akt o digitalnim uslugama (DSA - Digital Service Act) i Akt o digitalnom tržištu (DMA - Digital Market Act)<sup>1</sup>. Ovo bi trebalo da doprinese unapređenju zaštite korisnika, kao i ponude i kvaliteta digitalnih usluga. Definisane pozicije, prava i obaveza tzv. koordinatora za digitalne usluge (Digital Services Coordinator), te njegovo osposobljavanje potrebnim ljudskim i tehničkim resursima, predstavljaće indikator uspješnog usaglašavanja sa pomenutim dokumentima.

U toku 2024. godine očekuje se usvajanje Evropskog zakona o slobodi medija (EMFA - European Media Freedom Act)<sup>2</sup>, kojim se predviđa prerastanje ERGA u novo tijelo (European Board for Media Services) sa revidiranom pozicijom i nadležnostima.

Sve zemlje kandidati ili potencijalni kandidati za pridruživanje EU biće u obavezi da harmonizuju svoje pravne i institucionalne okvire sa ovim standardima.

Kako se u tom procesu očekuje da nacionalna regulatorna tijela za oblast AVM usluga uzmu aktivno učešće ili čak ulogu koordinatora/člana odbora, jasno je da se ova tijela na vrijeme moraju pripremiti i osposobiti za obavljanje nadležnosti koje će im biti dodijeljene. Sastanak bio je prilika za predstavljanje i razmjenu mišljenja, iskustava, rezultata i izazova u procesu usklađivanja sa pomenutim okvirom i njegove primjene.

<sup>1</sup> <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>

<sup>2</sup> <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/03/26/european-media-freedom-act-council-adopts-new-rules-to-protect-journalists-and-media-providers/>

## 2. NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA

### 2.1. Izdavanje novih odobrenja za pružanje AVM usluga

Po osnovu zahtjeva privrednog društva „ART Media Group Montenegro“ d.o.o. iz Podgorice, Agencija je izdala Odobrenje za emitovanje specijalizovanog zabavnog televizijskog programa „LH TV“ (Odobrenje br. O-TV-K-31), čime je steklo status komercijalnog TV emitera i pravo da posredstvom elektronskih komunikacionih mreža, bez upotrebe radio-difuznih frekvencija, emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika<sup>3</sup>. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od 10 godina, odnosno do 08.06.2033. godine.

### 2.2. Promjena zone pokrivanja

Po osnovu zahtjeva za izmjenu Odobrenja za emitovanje Javnog preduzeća „Radio Televizija Crne Gore“, emitera opštih radijskih programa „Radio Crne Gore-Prvi program“ i „Radio Crne Gore-Drugi program“, Agencija je izdala rješenja<sup>4</sup> o izmjeni i dopuni odobrenja za emitovanje br. O-R-J-01 i O-R-J-02, kojima su emiteru dodijeljene nove radio-difuzne frekvencije i proširena zona pokrivanja ovih programa na opštine Kotor i Nikšić, produžen period važenja ova dva odobrenja i izmijenjene naknade za emitovanje.

### 2.3. Promjena vlasničke strukture pružalaca AVM usluga

Saglasno Zakonu o elektronskim medijima, Savjet Agencije je 29. maja 2023. godine privrednom društvu „HIT FM“ d.o.o. iz Herceg Novog, komercijalnom emiteru radijskog programa „Radio S3“, dao prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture, kojom je odobren prenos vlasničkog udjela u visini od 51% vlasništva sa dotadašnjeg vlasnika privrednog društva „S Media Team“ d.o.o. Beograd na novog vlasnika privredno društvo „S Controls“ d.o.o. Šabac<sup>5</sup>.

Takođe, u maju 2023. godine, Savjet Agencije je dao prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture privrednog društva „Neboelectronic“ d.o.o. iz Herceg Novog, komercijalnom emiteru radijskog programa „Radio S“, dao prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture, kojom je odobren prenos vlasničkog udjela u visini od 51% vlasništva sa dotadašnjeg vlasnika privrednog društva „S Media Team“ d.o.o. Beograd na novog vlasnika privredno društvo „S Controls“ d.o.o. Šabac<sup>6</sup>.

### 2.4. Promjena statusa medija

Zbog promjene statusa programa, Agencija je:

- privrednom društvu „Radio Televizija Mojkovac“ d.o.o. iz Mojkovca, komercijalnom emiteru radijskog programa „Radio Mojkovac“ izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-R-K-54 i dodijelila status specijalizovanog muzičkog radijskog programa<sup>7</sup>;

<sup>3</sup> Akt Agencije br. 02-1155/6 od 08.06.2023.g.

<sup>4</sup> Rješenja Agencije br. 02-2079/1 i br. 02-2080/1 od 22.11.2023.g.

<sup>5</sup> Rješenje Savjete br. 01-1201/1 od 29.05.2023.g.

<sup>6</sup> Rješenje Savjete br. 01-1202/1 od 29.05.2023.g.

<sup>7</sup> Rješenje Agencije br. 02-400/9 od 05.05.2023.g.

- privrednom društvu „Radio M.D. Company“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnom emiteru radijskog programa „Radio D Plus“ izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-R-K-12 i dodijelila status specijalizovanog muzičkog radijskog programa<sup>8</sup>;
- privrednom društvu „A plus Media Group“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru opšteg televizijskog programa „A plus TV“ izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-TV-K-4 i dodijelila status specijalizovanog zabavnog televizijskog programa<sup>9</sup>.

## 2.5. Prestanak i oduzimanje 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, oduzimanjem odobrenja i u slučaju likvidacije emitera kao pravnog lica (član 109 stav 1 al. 1, 2, 3 i 4). Shodno članu 120 stav 2 Zakona, na postupak izdavanja i oduzimanja odobrenja za pružanje AVM usluge na zahtjev shodno se primjenjuju odredbe ovog zakona koje se odnose na postupak izdavanja i oduzimanja odobrenja za emitovanje.

*Zbog kršenja obaveza propisanih izdatim odobrenjima za emitovanje, Agencija je trajno oduzela odobrenja za emitovanje pet radijskih i dva televizijska programa*

Na osnovu zahtjeva imaoca odobrenja da ne namjerava da nastavi emitovanje programa, Agencija je donijela rješenja o prestanku odobrenja za emitovanje radijskih programa:

- „Radio Skadar Lake“ br. O-R-K-34, koje je bilo izdato NVO „Skadar Lake“ iz Podgorice<sup>10</sup>;
- „Radio Laki“ br. O-R-K-49, koje je bilo izdato privrednom društvu „TDM MIX“ iz Bijelog Polja<sup>11</sup>;
- „Radio Petnjica“ br. O-R-K-47, koje je bilo izdato privrednom društvu „Talas Bihor“ d.o.o. iz Podgorice<sup>12</sup>.

Članom 59 stav 3 Zakona propisano je da je emiter dužan da dnevno emituje najmanje 12 sati programa, dok je članom 110 st. 1 alineja 7 Zakona propisano da će direktor Agencije rješenjem oduzeti odobrenje za emitovanje ako emiter iz neopravdanih razloga, duže od 10 dana neprekidno ili 15 dana sa prekidima u toku kalendarske godine, prekine emitovanje programa. Imajući u vidu navedene odredbe Zakona, nakon sprovođenja postupka u kojem je emiterima omogućeno da se izjasne, Agencija je donijela rješenja o trajnom oduzimanju Odobrenja za emitovanje:

- televizijskog programa „TV Sun“ br. O-TV-K-17, koje je bilo izdato privrednom društvu „Sun Sun“ d.o.o. iz Bijelog Polja<sup>13</sup>;
- radijskog programa „Radio Glas Plava“ br. O-R-K-55, koje je bilo izdato NVO „Glas Plava“ iz Plava<sup>14</sup>;
- radijskog programa „Urban Radio“ br. O-R-K-16, koje je bilo izdato privrednom društvu „Topolica“ d.o.o. iz Bara<sup>15</sup>;
- radijskog programa „Radio Jadran“ br. O-R-K-23, koje je bilo izdato privrednom društvu „Šrauba“ d.o.o. iz Herceg Novog<sup>16</sup>;
- radijskog programa „Radio Kolašin“ br. O-R-J-18, koje je bilo izdato privrednom društvu „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Kolašin“ iz Kolašina<sup>17</sup>;
- radijskog programa „A Plus Radio“ br. O-R-K-09, koje je bilo izdato privrednom društvu „A plus Media Group“ d.o.o. iz Podgorice<sup>18</sup>.

<sup>8</sup> Rješenje Agencije br. 02-1085/5 od 30.05.2023.g.

<sup>9</sup> Rješenje Agencije br. 02-1320/8 od 12.07.2023.g.

<sup>10</sup> Rješenje Agencije br. 02-90/1 od 20.01.2023.g.

<sup>11</sup> Rješenje Agencije br. 02-56/2 od 16.02.2023.g.

<sup>12</sup> Rješenje Agencije br. 02-2168/1 od 15.12.2023.g.

<sup>13</sup> Rješenje Agencije br. 02-121 od 20.01.2023.g.

<sup>14</sup> Rješenje Agencije br. 02-255 od 01.02.2023.g.

<sup>15</sup> Rješenje Agencije br. 02-256 od 01.02.2023.g.

<sup>16</sup> Rješenje Agencije br. 02-79/1 od 01.02.2023.g.

<sup>17</sup> Rješenje Agencije br. 02-88/1 od 13.03.2023.g.

<sup>18</sup> Rješenje Agencije br. 02-1319/2 od 29.06.2023.g.

Članom 142 stav 1 tačka 4) i 6) Zakona propisano je da će Odobrenje za pružanje AVM usluge privremeno, u trajanju do 30 dana, biti oduzeto ukoliko pružalac AVM usluge poslije izricanja mjera upozorenja ne izmiri obavezu plaćanja godišnje naknade za odobrenje ili ne realizuje strukturu programa i druge programske obaveze u skladu sa podnesenom prijavom na javni konkurs ili zahtjevom za izdavanje odobrenja.

Imajući u vidu da i nakon privremeno oduzetog odobrenja nije poštovalo navedene obaveze, kao i da je iz neopravdanih razloga, duže od 10 dana neprekidno, prekinulo emitovanje programa, Agencija je donijela rješenja o trajnom oduzimanju Odobrenja za emitovanje opšteg televizijskog programa „Jadran TV“ br. O-TV-K-07, koje je bilo izdato privrednom društvu „Zen Master Production“ d.o.o. iz Herceg Novog<sup>19</sup>.

Zbog neizmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje, Agencija je donijela rješenja o privremenom oduzimanju odobrenja za emitovanje specijalizovanih sportskih televizijskih programa „TV MNE SPORT 1“ (br. O-TV-K-26), „TV MNE SPORT 2“ (br. O-TV-K-27) i „TV MNE SPORT 3“ br. O-TV-K-28, koja su izdata privrednom društvu „Manix“ d.o.o. iz Podgorice<sup>20</sup>.

## 2.6. Izmjene kataloga programa

Zakonom o elektronskim medijima (član 83 stav 1) propisano je da prije uključivanja pojedinog radijskog ili televizijskog programa u katalog programa i početka njegove distribucije, pružalac AVM usluge na zahtjev je dužan da pribavi prethodnu pisanu saglasnost vlasnika programa, koja se, radi evidentiranja, dostavlja Agenciji.

Po osnovu dostavljenih obavještenja i dokumentacije za izmjene kataloga radijskih i televizijskih programa kao i u postupcima pokrenutim po službenoj dužnosti, Agencija je u toku 2023. godine donijela 37 rješenja o izmijeni odobrenja za pružanje audivizuelnih medijskih usluga na zahtjev kojima su izmijenjeni katalozi radijskih i televizijskih programa.

Ažurirani katalozi radijskih i televizijskih programa su dostupni na veb-sajtu Agencije [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org).

<sup>19</sup> Rješenje Agencije br. 02-1506/3 od 04.08.2023.g.

<sup>20</sup> Rješenja Agencije br. 022273, 02-2274 i 02-2275 od 25.12.2023.g.

## 2.7. Promjena programske strukture

Postupajući po zahtjevima za dobijanje saglasnosti za značajnu izmjenu programske strukture, nakon izdavanja saglasnosti od strane Savjeta Agencije, izmijenjena su odobrenja za emitovanje u dijelu koji se odnosi na strukturu programa (tačka 2.1. Odobrenja za emitovanje i Aneks vezan za programsku strukturu) sljedećim emiterima:

- „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Pljevlja“ d.o.o. iz Pljevalja, za emitovanje televizijskog programa „TV Pljevlja“<sup>21</sup>;
- „Nova M“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje televizijskog programa „TV Nova M“<sup>22</sup>;
- „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje televizijskog programa „TV Vijesti“<sup>23</sup>;
- „AST“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje televizijskog programa „TV Prva“<sup>24</sup>;
- „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Budva“ d.o.o. iz Budve, za emitovanje televizijskog programa „TV Budva“<sup>25</sup>;
- „Javni RD servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog, za emitovanje televizijskog programa „Televizija Herceg Novi“, u aprilu i decembru<sup>26</sup>;
- „Radio Televizija Mojkovac“ d.o.o. iz Mojkovca, za emitovanje radijskog programa „Radio Mojkovac“<sup>27</sup>;
- „Radio i Televizija Crna Gora“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje televizijskog programa „Parlamentarni program“<sup>28</sup>;
- „M.D. Company“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje radijskog programa „Radio D Plus“<sup>29</sup>;
- „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje radijskog programa „Radio DRS“<sup>30</sup>;
- „Radio i Televizija Crna Gora“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje radijskog programa „Radio Crne Gore - Prvi program“<sup>31</sup>;
- „A Plus Media Group“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje televizijskog programa „A Plus TV“<sup>32</sup>;
- „Lokalni javni emiter Radio Berane“ d.o.o. iz Berana, za emitovanje radijskog programa „Radio Berane“<sup>33</sup>;
- NVO „Đakomo Adriatic“ iz Bijelog Polja, za emitovanje radijskog programa „Radio Adriatic“<sup>34</sup>;
- „Adria TV“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje televizijskog programa „Adria TV“<sup>35</sup>;
- „Mešihat Islamske zajednice u Crnoj Gori“ iz Podgorice, za emitovanje radijskog programa „Radio Fatih“<sup>36</sup>;
- „Boin“ d.o.o. iz Tuzi, za emitovanje televizijskog programa „TV Boin“<sup>37</sup>;
- „Radio televizija Podgorica“ d.o.o. iz Podgorice, za emitovanje televizijskog programa „Gradska televizija“<sup>38</sup>;
- NVO „Društvo za ravnopravnost i toleranciju-AI“ iz Podgorice, za emitovanje televizijskog programa „Srpska TV“<sup>39</sup>;
- „Lipa Media“ d.o.o. iz Danilovgrada, za emitovanje televizijskog programa „TV E“<sup>40</sup>.

*U toku 2023. godine, značajno je promijenjena programska struktura 20 programa od čega:*

- sedam radijskih (jedan neprofitni, dva javna i četiri komercijalna) i
- 13 televizijskih programa (pet javnih i osam komercijalnih)

<sup>21</sup> Rješenje Agencije br. 02-7/7 od 13.02.2023.g.

<sup>22</sup> Rješenje Agencije br. 02-51/6 od 13.02.2023.g.

<sup>23</sup> Rješenje Agencije br. 02-49/7 od 17.02.2023.g.

<sup>24</sup> Rješenje Agencije br. 02-50/9 od 01.03.2023.g.

<sup>25</sup> Rješenje Agencije br. 02-233/6 od 13.03.2023.g.

<sup>26</sup> Rješenja Agencije br. 02-416/6 od 18.04.2023.g. i br. 02-1992/5 od 22.12.2023.g.

<sup>27</sup> Rješenje Agencije br. 02-400/9 od 05.05.2023.g.

<sup>28</sup> Rješenje Agencije br. 02-515/7 od 05.05.2023.g.

<sup>29</sup> Rješenje Agencije br. 02-1085/5 od 30.05.2023.g.

<sup>30</sup> Rješenje Agencije br. 02-346/9 od 28.06.2023.g.

<sup>31</sup> Rješenje Agencije br. 02-512/8 od 12.07.2023.g.

<sup>32</sup> Rješenje Agencije br. 02-1320/8 od 12.07.2023.g.

<sup>33</sup> Rješenje Agencije br. 02-1564/7 od 25.08.2023.g.

<sup>34</sup> Rješenje Agencije br. 02-705/7 od 25.08.2023.g.

<sup>35</sup> Rješenje Agencije br. 02-1665/8 od 13.10.2023.g.

<sup>36</sup> Rješenje Agencije br. 02-1955/4 od 20.12.2023.g.

<sup>37</sup> Rješenje Agencije br. UP I 02-351/24-54/3 od 01.02.2024.g.

<sup>38</sup> Rješenje Agencije br. UP I 02-351/24-53/2 od 01.02.2024.g.

<sup>39</sup> Rješenje Agencije br. UP I 02-351/24-45/2 od 01.02.2024.g.

## 2.8. Javni emiteri

Iako su, prije više godina, u četiri jedinice lokalne samouprave donesene odluke o pokretanju TV programa lokalnih javnih emitera, do kraja 2023. godine, njihove skupštine opština ili nijesu imenovale savjete javnih emitera (Bar) ili nijesu podnijele zahtjev za izdavanje odobrenja za emitovanje (Cetinje, Ulcinj, Kolašin).

\*  
\*   \*

U toku 2023. godine nastavljene su 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 2023. 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<sup>41</sup>. 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 Andrijevići. Jedinice lokalne samouprave koje nijesu 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.

Takođe, u skladu sa obavezom propisanom članom 76 Zakona, 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 - 2023. godine pojedini lokalni javni emiteri pristupili pripremi i zaključivanju novih trogodišnjih ugovora. Zaključno sa 31.12.2023. godine, Agenciji je pet lokalnih javnih emitera dostavilo trogodišnje ugovore (za period 2021 - 2023) kojima se regulišu međusobna prava i obaveze jedinice lokalne samouprave i javnog emitera (Kotor<sup>42</sup>, Bijelo Polje<sup>43</sup>, Bar<sup>44</sup>, Tivat<sup>45</sup>, Herceg Novi<sup>46</sup>) dok je toku 2023. godine jedan lokalni emiter dostavio aneks trogodišnjeg ugovora za 2021-2023. godinu (Tivat<sup>47</sup>). Takođe, jedan lokalni javni emiter dostavio je trogodišnji ugovor (za period 2022 - 2024) kojim se regulišu međusobna prava i obaveze jedinice lokalne samouprave i javnog emitera (Podgorica<sup>48</sup>). Samo jedan lokalni javni emiter dostavio je novi trogodišnji ugovor (2024 - 2026) kojim se regulišu međusobna prava i obaveze jedinice lokalne samouprave i javnog emitera (Bijelo Polje<sup>49</sup>).

## 2.9. Kvote za evropska i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača

U skladu sa Zakonom o elektronskim medijima (čl. 61 i 63) i pravilnicima o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela<sup>50</sup> i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača<sup>51</sup>, definisani su uslovi koje nacionalni TV emiteri (pokrivaju najmanje 75% stanovništva u više od 10 jedinica lokalne samouprave)<sup>52</sup> moraju ispuniti kako bi, u roku od pet godina, postigli definisane kvote i to:

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

<sup>40</sup> Rješenje Agencije br. UP I 02-351/24-46/2 od 01.02.2024.g.

<sup>41</sup> Zakon o elektronskim medijima, čl. 76.

<sup>42</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 02-48 od 18.01.2021.g.

<sup>43</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 02-61 od 22.01.2021.g.

<sup>44</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 02-130 od 15.02.2021.g.

<sup>45</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 02-241 od 01.03.20 21.g.

<sup>46</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 02-448 od 06.04.2021.g.

<sup>47</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 02-1656 od 31.07.20 23.g.

<sup>48</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 02-84 od 20.01.2022.g.

<sup>49</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 02-350/24-55 od 18.01.20 24.g.

<sup>50</sup> „Sl. list CG”, br. 47/14.

<sup>51</sup> „Sl. list CG”, br. 47/14.

<sup>52</sup> TVCG1, TVCG2, TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M, TV Gradska, Adria TV, TV Nikšić.

Emiter koji nema ove obime učešća evropskih 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 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.

Na osnovu raspoloživih podataka o učešću ovih djela u emitovanom programu u 2023. godini, Agencija je zaključila da su komercijalni emiteri programa sa nacionalnim pokrivanjem TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M i Adria TV, lokalni javni emiteri programa Gradska TV i TV Nikšić i nacionalni javni emiter RTCG (TVCG1, TVCG2), u toku 2023. godine bili u obavezi da ostvare minimalno sljedeće kvote:

- za evropska audiovizuelna djela – 51%.

Izuzetno, sljedeći emiteri su trebali da ostvare manje kvote i to:

- Gradska TV je trebalo da ostvari minimalno 38% ovih djela, što je postotak uvećan za petinu postotka koji joj je nedostajao na kraju 2022. godine.
- TV Nikšić je trebalo da ostvari minimalno 14,2% ovih djela, jer je 2023. godina bila prva godina nakon sticanja statusa emitera sa nacionalnim pokrivanjem (ovo je postotak uvećan za petinu postotka koji joj je nedostajao na kraju 2022. godine).

- za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača – 10%.

Izuzetno, sljedeći emiteri su trebali da ostvare manje kvote i to:

- Gradska TV je trebalo da ostvari minimalno 2% ovih djela, što je postotak uvećan za petinu postotka koji joj je nedostajao na kraju 2022. godine.
- TV Nikšić je trebalo da ostvari minimalno 2% ovih djela, jer je 2023. godina bila prva godina nakon sticanja statusa emitera sa nacionalnim pokrivanjem (ovo je postotak uvećan za petinu postotka koji joj je nedostajao na kraju 2022. godine).

Analizom dostavljenih podataka za evropska audiovizuelna djela zaključuje se:

- emiteri komercijalnih televizijskih programa TV Vijesti, TV Prva i TV Nova M su ispunili kvotu, dok emiter Adria TV nije ispunio propisanu kvotu.
- nacionalni javni emiter RTCG nije dostavio ispravne i potpune podatke za televizijske programe TVCG1 i TVCG2 ni nakon upućenih zahtjeva/urgencija i izrečenih upozorenja. Obzirom na navedeno, Agencija je izrekla emiteru više upozorenja zbog kršenja člana 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela i člana 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača<sup>53</sup>.
- lokalni javni emiter televizijskog programa Gradska TV je ispunio kvotu. Ovaj emiter je dostavio podatke samo za I i II kvartal, jer je u drugoj polovini 2023. godine, nakon smanjivanja zone servisa izgubio status emitera sa nacionalnim pokrivanjem, čime je prestala njegova obaveza da obezbjeđuje učešće evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača i o tome periodično izvještava Agenciju.
- lokalni javni emiter televizijskog programa TV Nikšić nije ispunio kvotu, a dostavio je podatke samo za IV kvartal. Za I, II i III kvartal 2023. godine nije dostavio podatke ni nakon upućenih zahtjeva/urgencija i izrečenih upozorenja<sup>54</sup>.

Analizom dostavljenih podataka za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača zaključuje se:

- emiteri komercijalnih televizijskih programa TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M i Adria TV su ispunili kvotu.
- nacionalni javni emiter RTCG za televizijske programe TVCG1 i TVCG2 nije dostavio podatke ni nakon upućenih zahtjeva/urgencija i izrečenih upozorenja.
- lokalni javni emiter televizijskog programa Gradska TV nije dostavio ove podatke za I i II kvartal ni nakon upućenih zahtjeva/urgencija i izrečenih upozorenja<sup>55</sup>.
- lokalni javni emiter televizijskog programa TV Nikšić nije ispunio kvotu, a dostavio je podatke samo za IV kvartal. Za I, II i III kvartal 2023. godine nije dostavio podatke ni nakon upućenih zahtjeva/urgencija i izrečenih upozorenja.

<sup>53</sup> Rješenja Agencije 02- 1045/1 od 04.05.2023.g., 02-1616/1 od 05.09.2023.g., 02-1848/3 od 04.12.2023.g., UP I 02-043/24-60 od 24.01.2024.g.

<sup>54</sup> Rješenja Agencije 02-1042/1 od 04.05.2023.g., 02-1619/1 od 05.09.2023.g.; 02-1945/1 od 31.10.2023.g.;

<sup>55</sup> Rješenja Agencije 02-1043/1 od 04.05.2023.g. i 02-1618/1 od 05.09.2023.g.

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 2023. godini.

EVROPSKA AUDIOVIZUELNA DJELA 2023						
Televizijski program	PERIOD Kvota	januar - mart	april - jun	jul - septembar	oktobar - decembar	UKUPNO
TVCG1	Prijavljena evropska AV djela (min)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	% emitovanog programa	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
TVCG2	Prijavljena evropska AV djela (min)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	% emitovanog programa	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
TV ADRIA	Prijavljena evropska AV djela (min)	44.391	47.543	39.617	39.561	171.112
	% emitovanog programa	34,25	36,28	29,90	29,86	32,57
TV NOVA M	Prijavljena evropska AV djela (min)	87.510	88.626	89.185	90.878	356.199
	% emitovanog programa	67,52	67,63	67,32	68,60	67,77
TV PRVA	Prijavljena evropska AV djela (min)	95.225	100.445	105.710	104.020	405.400
	% emitovanog programa	73,48	76,65	79,79	78,52	77,11
TV VIJESTI	Prijavljena evropska AV djela (min)	85.903	84.819	89.217	90.146	350.085
	% emitovanog programa	66,28	64,73	67,34	68,04	66,60
TV GRADSKA	Prijavljena evropska AV djela (min)	62.031	60.732	/	/	122.763
	% emitovanog programa	47,86	46,35	/	/	23,55
TV NIKŠIĆ	Prijavljena evropska AV djela (min)	n/a	n/a	n/a	62.849	62.849
	% emitovanog programa	n/a	n/a	n/a	47,44	11,86

*Učešće evropskih audiovizuelnih djela u 2023.g.*

AUDIOVIZUELNA DJELA NEZAVISNIH PROIZVIĐAČA 2023						
Televizijski program	PERIOD Kvota	januar - mart	april - jun	jul - septembar	oktobar - decembar	UKUPNO
TVCG1	Prijavljena AVD NP (min)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	% emitovanog programa	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a



TVCG2	Prijavljena AVD NP (min)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	% emitovanog programa	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
TV NOVA M	Prijavljena AVD NP (min)	41.422	41.267	45.345	31.557	159.591
	% emitovanog programa	31,96	31,49	34,23	23,82	30,38
TV GRADSKA	Prijavljena AVD NP (min)	0	0	/	/	0
	% emitovanog programa	0	0	/	/	0
TV PRVA	Prijavljena AVD NP (min)	63.110	65.025	75.585	60.885	264.605
	% emitovanog programa	48,70	49,62	57,05	45,96	50,33
TV VIJESTI	Prijavljena AVD NP (min)	10.712	10.006	7.926	9.485	38.129
	% emitovanog programa	8,27	7,64	5,98	7,16	7,26
TV ADRIA	Prijavljena AVD NP (min)	6.266	7.317	6.861	4.622	25.066
	% emitovanog programa	4,83	5,58	5,18	3,49	4,77
TV NIKŠIĆ	Prijavljena AVD NP (min)	n/a	n/a	n/a	1.575	1.575
	% emitovanog programa	n/a	n/a	n/a	1,19	0,30

*Učešće audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u u 2023.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:

- ulaganjem u proizvodnju ili kupovinom prava na evropska djela;
- uključivanjem i/ili isticanjem evropskih djela u katalogima 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, zaključuje se da ovi operatori mogu značajno unaprijediti promociju proizvodnje i pristupa evropskim djelima.

## 2.10. Monitoring programskih standarda u elektronskim medijima

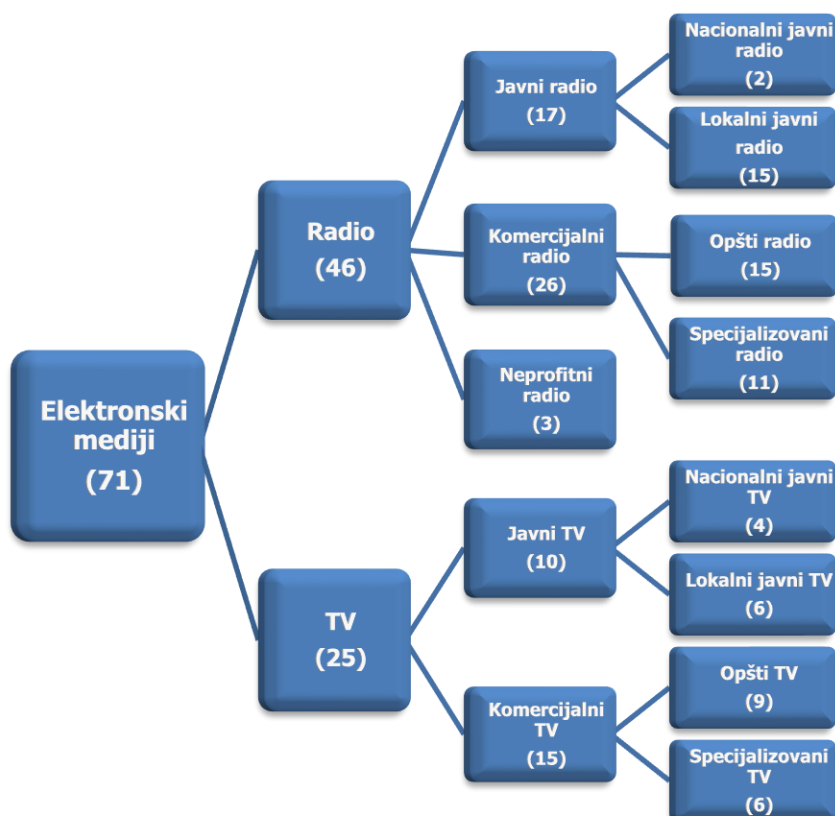
Monitoring emitovanih, odnosno distribuiranih sadržaja pružalaca AVM usluga (posredstvom različitih platformi) predstavlja značajan mehanizam Agencije u ostvarivanju njene regulatorne funkcije i funkcije nadzora, u skladu sa zakonom.

Monitoring sadržaja je u funkciji uspješne realizacije nadležnosti Agencije, ovlaštenja 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 2023. godine objavila sljedeće izvještaje o monitoringu, koji su dostupni na veb-sajtu [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org):

- Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera – februar 2023. godine;
- Preliminarni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore – mart 2023. godine;
- Izvještaj o medijskom predstavljanju tokom prvog kruga kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore – mart 2023. godine;
- Konačni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore – april 2023. godine;
- Izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje na lokalnim izborima u SO Tuzi – april 2023. godine;
- Preliminarni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore – jun 2023. godine;
- Izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore – jul 2023. godine;
- Analiza programske strukture TV emitera opšteg programa sa nacionalnim pokrivanjem - jul 2023. godine;
- Analiza programske strukture specijalizovanih TV emitera – oktobar 2023. godine;
- Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem – oktobar 2023. godine;
- Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera – oktobar 2023. godine;
- Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Nedelje ponosa” – decembar 2023. godine;
- Analiza programske strukture nacionalnog emitera Radio televizija Crne Gore – decembar 2023. godine;
- Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem – decembar 2023. godine;
- Analiza prisustva rodnih stereotipa u televizijskom oglašavanju – decembar 2023. godine.

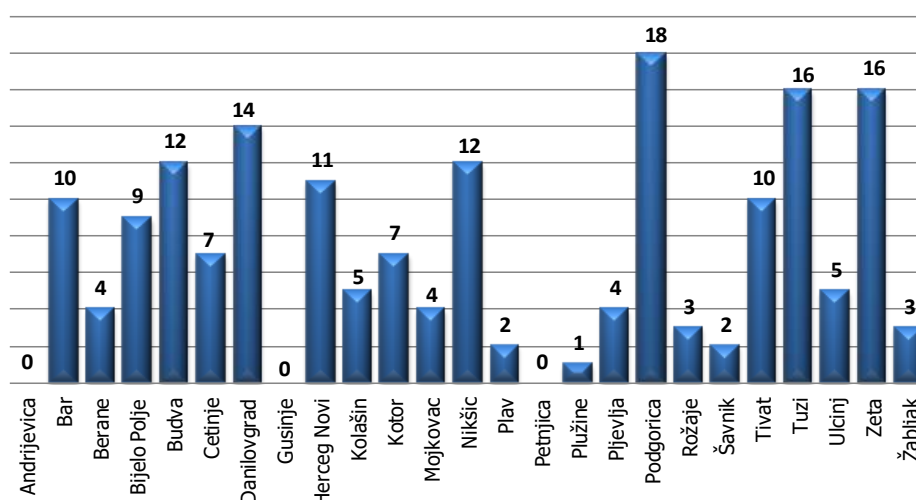
Odobrenje za emitovanje su izdata za 71 elektronski medij (četiri manje nego prethodne godine). Od toga 46 emituje radijski, a 25 televizijski program. Ukupno je 27 programa javnih radijskih i televizijskih emitera (nacionalnih i lokalnih), 41 program komercijalnih radio i TV emitera (opštih i specijalizovanih), kao i tri programa neprofitnih radio emitera.



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 programa (TVCG1, TVCG2 i Parlamentarni program, tj. TVCG3), kao i komercijalni emiteri TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M i TV Adria. 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.

Komercijalni radijski emiteri su većinom zainteresovani za područja većih opština u centralnoj i primorskoj regiji. Od ukupnog broja 15 su sa lokalnim pokrivanjem (od čega sedam pokriva područje samo jedne opštine), sedam regionalnih i četiri emitera sa nacionalnim pokrivanjem. 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 11 opština (sve u sjevernom regionu) pokriveno signalom manje od pet komercijalnih radijskih emitera, pri čemu opštine Andrijevica, Petnjica i Gusinje nijesu pokrivena ni sa jednim komercijalnim radijskim programom.



Broj radijskih emitera koji pokrivaju područje određene opštine

Prosječni radijski program sadrži oko 66% muzike i 34% različitih nemuzičkih sadržaja. Nemuzički sadržaj u ovim programima uglavnom proizvode sami emiteri i učešće reemitovanog i kupljenog programa zauzima veoma mali procenat. Reemitovani sadržaj se najvećim dijelom odnosi na centralnu informativnu emisiju.

Radijskim programom zadovoljavaju se prije svega potrebe slušalaca za muzičkim sadržajem. Imajući u vidu učešće muzike, većina radijskih programa su formatirani kao pasivni mediji koji se mogu pratiti bez pune pažnje i fokusa slušalaca, tokom svakodnevnih aktivnosti. Ova struktura programa pogoduje više mlađim slušaocima. Mali je broj radijskih programa koji 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 slično). Sa izuzetkom nekoliko radijskih emitera, vrsta (žanr) emitovane muzike se koristi kao osnovni faktor profilisanja u odnosu na konkurenciju.

Kada je riječ o vrsti sadržaja, u ukupno emitovanom nemuzičkom programu dominira informativni sadržaj - oko 39%. Prilikom analize količine informativnog programa, neophodno je imati u vidu da je ona definisana zakonskom obavezom<sup>56</sup>. Informativni program uglavnom čine kratke emisije (do deset 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. Važno je istaći da reemitovanje informativnog programa, pri čemu je to nerijetko iz istog izvora, ne doprinosi

<sup>56</sup> Članom 59 Zakona propisano je da je emiter 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.

pluralizmu i raznovrsnosti ove vrste sadržaja. Slijede kulturno-umjetnički program sa učešćem od 20% i dokumentarno-obrazovni program sa učešćem od 17% u ukupno emitovanom nemuzičkom programu. Emisije zabavnog sadržaja čine oko 17% ukupnog nemuzičkog sadržaja. Emisije dječjeg programa imaju učešće od gotovo 4%, dok najmanji procenat nemuzičkog sadržaja na radiju, oko 3%, čine emisije posvećene sportu.

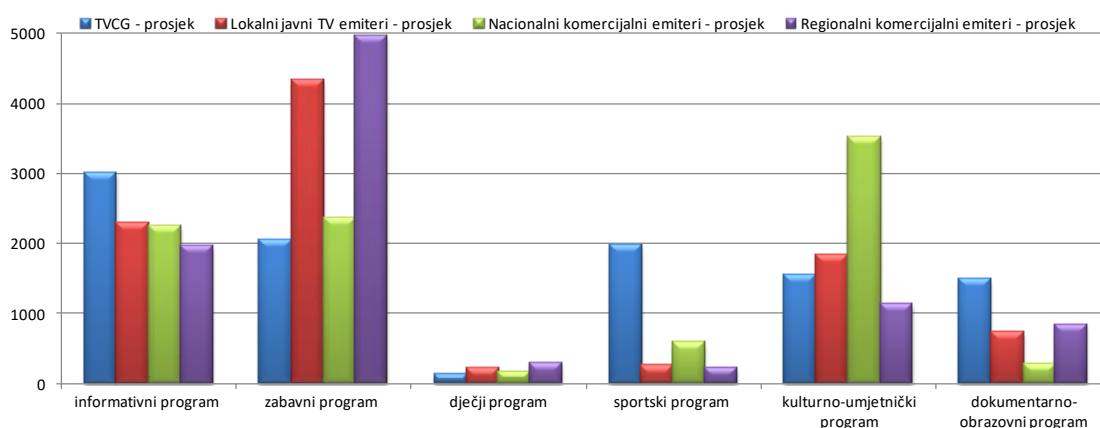
Generalno posmatrano, radijske programe komercijalnih emitera karakteriše uniformnost. Programi su orijentisani na zadovoljenje potreba slušalaca za zabavom i informativnim sadržajem, što je preovlađujuća forma radijske ponude. Svega nekoliko komercijalnih emitera se obraća specifičnim grupama slušalaca i odstupa od dominantne 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 u odnosu na konkurenciju.

Ne postavljajući pitanje 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. Za tematske sadržaje iz sfere sporta, kulture ili obrazovanja koji se, na radiju imanentan, ali inovativan i zanimljiv način obraćaju slušaocima, može se reći da su veoma rijetki.

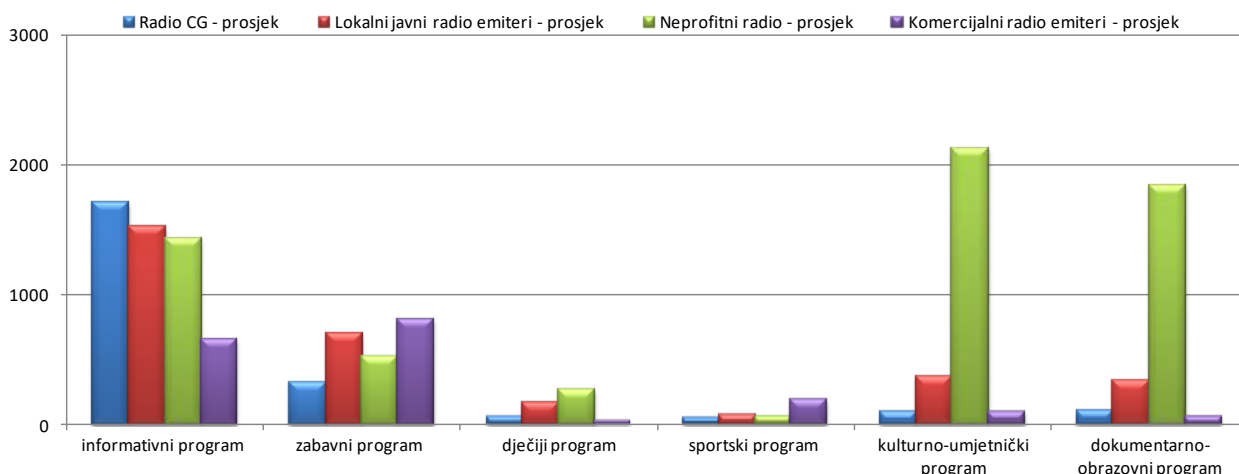
Crnogorske televizije u prosjeku proizvode 28% sopstvenog programa, reemituju manje od 1% programa, a najveće učešće u strukturi ukupno emitovanog programa ima kupljeni program, oko 46%. Dominacija kupljenog programa se prije svega odnosi na filmski i serijski program, ali i na neke programe čiji je format licenciran. Program manjih, regionalnih televizija odlikuje značajno prisustvo sadržaja koji proizvode različite nezavisne produkcije, većinom iz regiona, i koji besplatno ustupaju ili objavljuju na YouTube platformi. Cilj emitovanja ovakvih sadržaja nerijetko je prikiveno oglašavanje. Kod ne tako malog broja televizijskih emitera, čak i nekih javnih, učešće muzičkih spotova u cjelodnevnom programu ima značajan procenat. Po vrsti sadržaja dominira zabavni program, oko 34%, slijedi informativni program sa oko 24%. Kulturno-umjetnički program u prosjeku čini 20% programa. Dokumentarno-obrazovni, sportski i dječji program zajedno čine oko 18% ukupnog programa i predstavljaju najmanje zastupljene kategorije u televizijskom emitovanju. Najmanje, kao i kod radijskog emitovanja, ima dječjeg programa, oko 2%.

Kod televizijskog emitovanja gotovo da nema programa na znakovnom jeziku ili programa koji je drugim tehnikama prilagođen osobama sa invaliditetom. Jedina informativna emisija na gestovnom govoru emituje se u okviru programa TVCG1, tri puta sedmično i približnog je trajanja 20 minuta.

U okviru programa TVCG1, šest dana sedmično emituje se informativna emisija na albanskom jeziku „Lajmet“, približnog trajanja 11 minuta. Takođe, sedmično se emituje magazin na albanskom jeziku „Mozaiku“, u trajanju od 60 minuta. Sa izuzetkom televizija Boin i Teuta, koje svoj program emituju i na albanskom jeziku, kao i lokalnog javnog emitera TV Rožaje koji ima sadržaje i na albanskom jeziku, u okviru drugih televizijskih programa nema sadržaja na jezicima nacionalnih manjina.



Učešće pojedinih kategorija sadržaja u programima crnogorskih televizija (prosjek, minuti)



Učešće nemuzičkih kategorija sadržaja u programima crnogorskih radijskih emitera (prosjeak, minuti)<sup>57</sup>

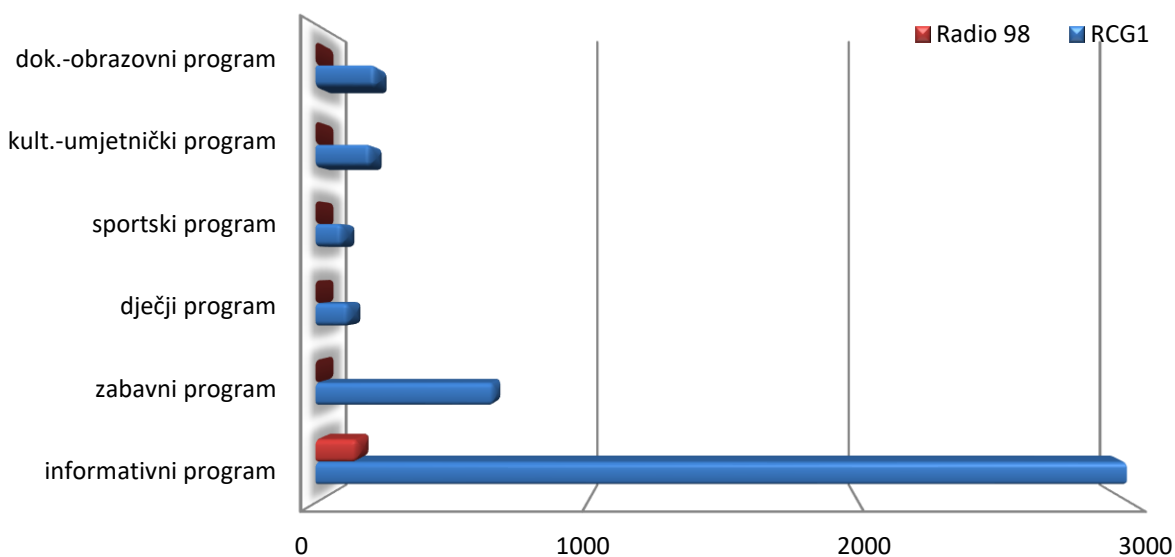
## 2.10.1. Programska struktura radio emitera

### 2.10.1.1. Radio Crne Gore<sup>58</sup>

Na Prvom programu Radija Crne Gore ukupno emitovani program, na sedmičnom nivou, sadrži 54% muzike i 46% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru).

Ukupno emitovani nemuzički sadržaj, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni program, 33%. U strukturi programa po vrsti slijedi zabavni program sa učešćem od 7%. Kulturno-umjetnički i dokumentarno-obrazovni program bilježe učešće po otprilike 2%, dok sportski i dječiji program imaju učešće od po 1% ukupnog nemuzičkog sadržaja. Drugi program Radija Crne Gore - Radio 98 u prosjeku na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 99% muzike i 1% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru).

Ukupno emitovani nemuzički sadržaj, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži isključivo informativni program, 1,47%. To znači da zabavnog, kulturno-umjetničkog, sportskog, dokumentarno-obrazovnog i dječjeg programa uopšte nema u ukupnoj strukturi programa ovog radija. Upoređujući strukturu Prvog i Drugog programa Radija Crne Gore, po vrsti sadržaja, informativni program predstavlja dominantnu karakteristiku oba radija.



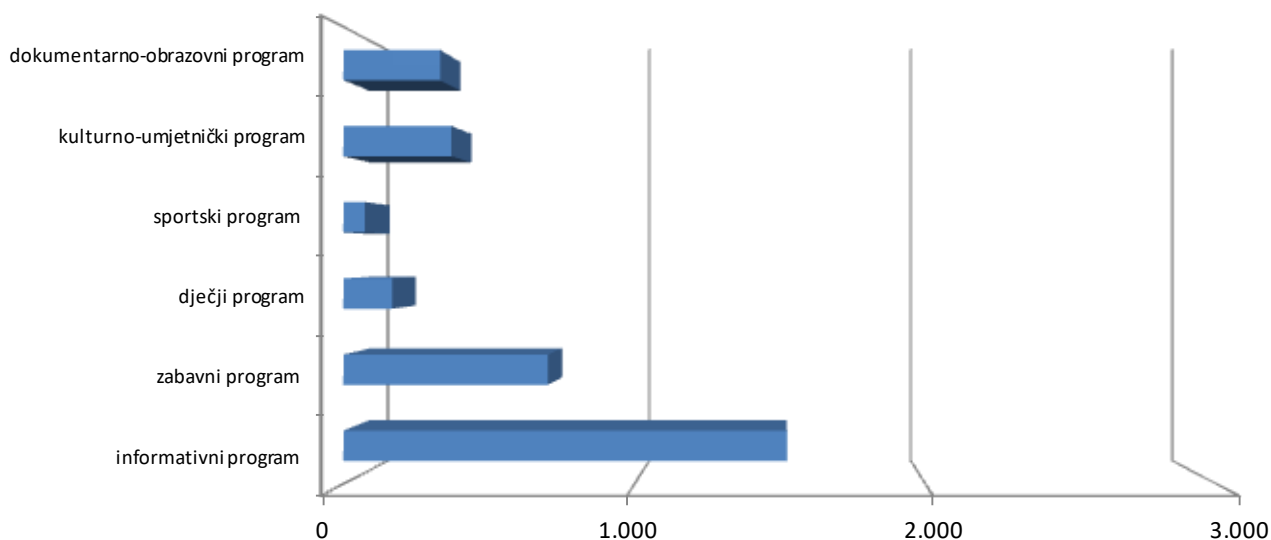
Struktura programa po vrsti sadržaja (RCG1 vs Radio 98)

<sup>57</sup> Podaci koji se odnose na lokalne javne radio emitere su izvedeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja.

<sup>58</sup> Analiza programske strukture nacionalnog javnog emitera RTCG (Akt br. 02-2263 od 21.12.2023. <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/12/Analiza-programске-strukture-nacionalnog-emitera-RTCG-02-2263-21.12.2023.pdf>)

### 2.10.1.2. Lokalni javni radio emiteri

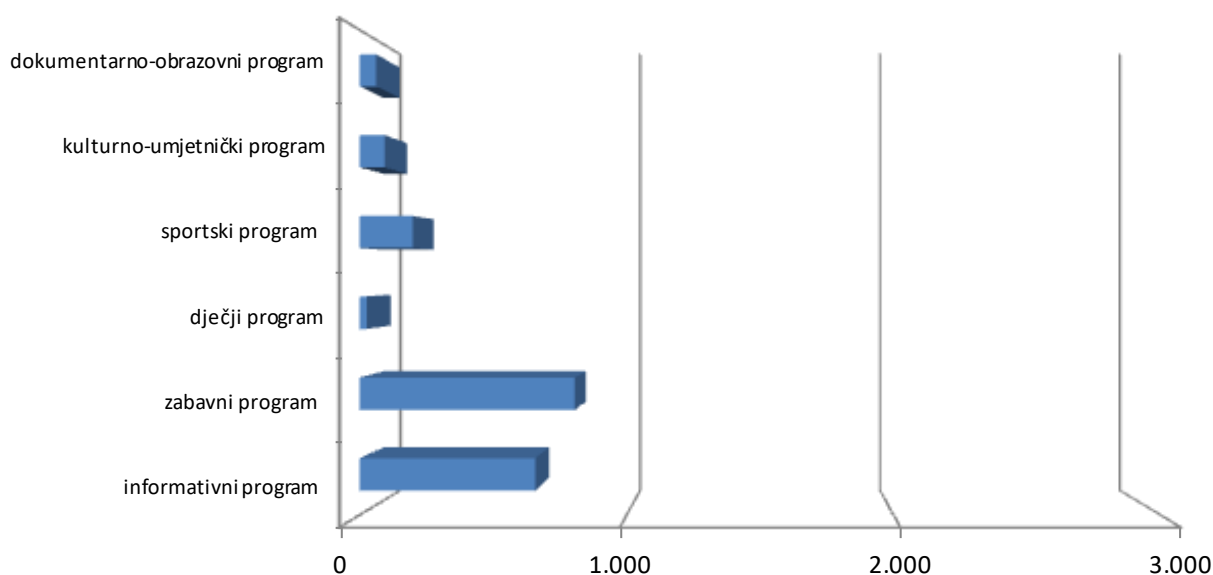
Lokalni javni emiteri u prosjeku na sedmičnom nivou emituju program koji sadrži 69% muzike i 31% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja, zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju informativni (15%) i zabavni sadržaji (7%), dok je najmanje sadržaja namijenjenih djeci (ispod 2%) i sportskih sadržaja (ispod 1%).



Struktura programa po vrsti sadržaja - lokalni javni radio emiteri (prosječno)

### 2.10.1.3. Komercijalni radio emiteri<sup>59</sup>

Prosječni komercijalni radijski emiter saglasno programskim strukturama iz izdatih odobrenja, na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 77% muzike i 23% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). Od različitih nemuzičkih sadržaja, 91% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od oko 6%, a kupljeni sadržaj oko 2%. Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju zabavne emisije (11%) i informativni sadržaji (7%), dok je najmanje programskih sadržaja namijenjenih djeci (ispod 1%).



Struktura programa po vrsti sadržaja - komercijalni radio emiteri (prosječno)

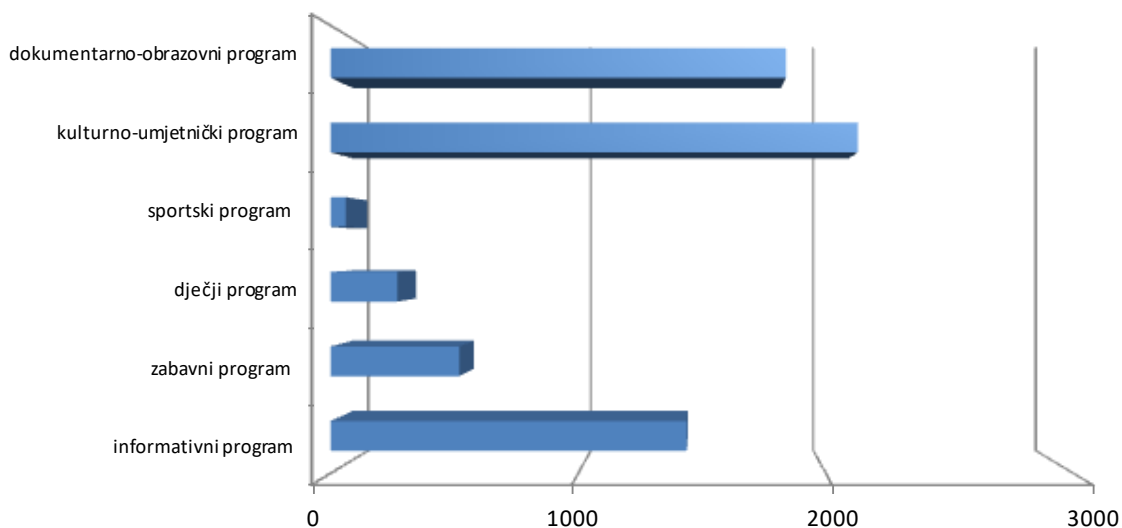
<sup>59</sup> Podaci koji se odnose na komercijalne emitere su izvedeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja.

#### 2.10.1.4. Neprofitni emiteri<sup>60</sup>

Status neprofitnog emitera imaju NVO „Kulturni centar Homer“ za emitovanje programa Radio Homer, „Mešihat Islamske zajednice u Crnoj Gori“ za emitovanje programa Radio Fatih i NVO "Udruženje za informativnu i izdavačku djelatnost Radio Svetigora" za emitovanje programa Radio Svetigora.

Saglasno izdatim odobrenjima, tri neprofitna emitera imaju program specijalizovan za ispunjenje informativnih, obrazovnih, naučnih, stručnih, umjetničkih, kulturnih i drugih potreba određenih društvenih grupa ili zajednica. Njihov ukupno emitovani program na sedmičnom nivou sadrži 38% muzike i 62% sadržaja različite vrste. U okviru različitih nemuzičkih sadržaja, nešto više od 77% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od 9%, a kupljeni sadržaj nešto više od 13%.

Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju kulturno-umjetnički sadržaji (34%) i dokumentarno-obrazovne emisije (29%), potom slijedi informativni program (23%). Zabavni program ima učešće od oko 8%, dječji od oko 4%, dok se sportski program rijetko može čuti na programima neprofitnih medija (učešće je u prosjeku 1%).



Struktura programa po vrsti sadržaja – radijski program neprofitnih emitera (prosječno)

### 2.10.2. Programska struktura televizijskih emitera

#### 2.10.2.1. Televizija Crne Gore<sup>61</sup>

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG1 dominira sopstvena produkcija (62%). Kupljeni program ima učešće od 25% ukupno emitovanog programa, dok reemitovanog programa nema.

Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativne sadržaje, 47%. Šest dana sedmično se emituje informativna emisija na albanskom jeziku, a jednom sedmično emitovan je i magazin na albanskom jeziku „Mozaiku“, u trajanju od 60 minuta. Informativna emisija na gestovnom govoru se emituje tri puta sedmično, u trajanju od oko 20 minuta.

Kulturno-umjetnički program predstavlja 19%, dok zabavni program ima učešće od 15% ukupno emitovanog sadržaja. Slijedi dokumentarno-obrazovni program koji čini oko 14% ukupnog programa. Najmanje učešće u strukturi programa po vrsti na sedmičnom nivou čine sportski (3%) i dječji (2%) program.

<sup>60</sup> Podaci koji se odnose na neprofitne emitere su izvedeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja.

<sup>61</sup> Analiza programske strukture nacionalnog javnog emitera RTCG (Akt br. 02-2263 od 21.12.2023. <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/12/Analiza-programске-strukture-nacionalnog-emitera-RTCG-02-2263-21.12.2023.pdf>)

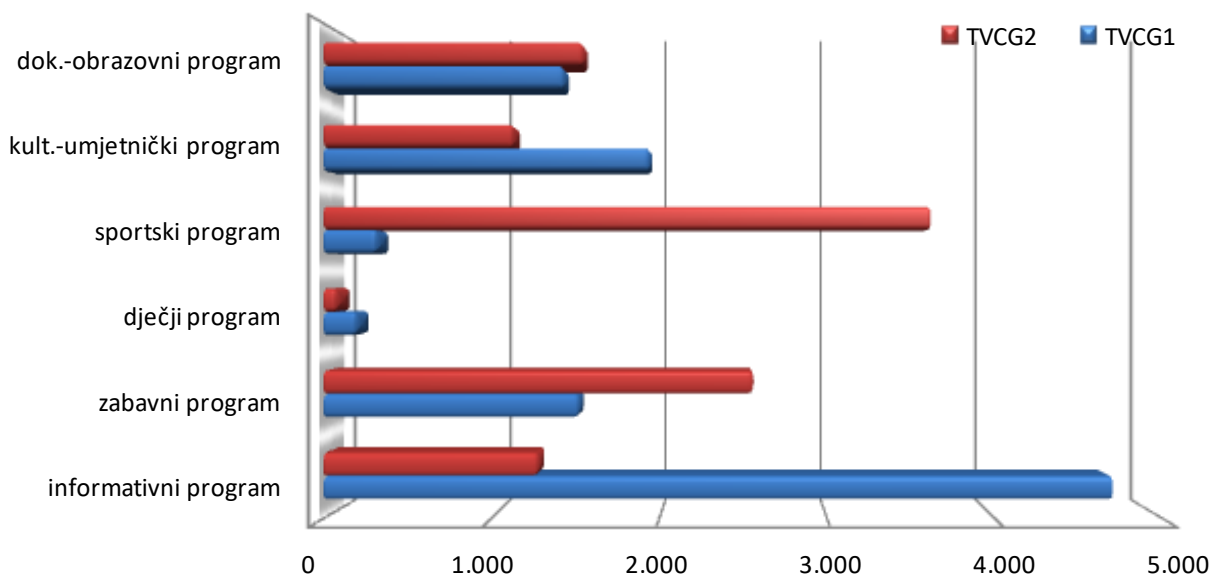
Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG2 dominantan je kupljeni program (36%). Sopstvena produkcija čini oko 23% ukupnog programa, a reemitovanog sadržaja nema. Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, u posmatranoj sedmici je sadržao dominantno sportski program, 36%. Zabavni program je imao učešće od 25%, a dokumentarno-obrazovni program 15% ukupno emitovanog sadržaja.

Informativni program u ukupnoj strukturi ima učešće od približno 13%. Ovaj procenat uslovljen je činjenicom da se na TVCG2 prikazuju reprizna emitovanja informativnog programa koji predstavlja dio redovne programske šeme TVCG1 („Naglas“, „Štav“, „Fokus“, „Agrosaznanje“, „Biznis zona“ i slično). Tokom analiziranog perioda emitovan je i polučasovni sadržaj na albanskom jeziku „Ne fokus“ (pregled aktuelnih dešavanja u Opštini Ulcinj). Kulturno-umjetnički program čini 11% ukupne strukture programa, dok dječji program zauzima manje od 1%.

Parlamentarni program (TVCG3) emituje u prosjeku približno 15 časova programa dnevno, odnosno na sedmičnom nivou 6.192 minuta televizijskog programa. To nije u skladu sa važećim Odobrenjem za emitovanje, izmijenjenom tokom 2023. godine, kojim je predviđeno emitovanje ovog programa u trajanju od 12 časova, odnosno 5.040 minuta.

U okviru Parlamentarnog programa reemitovani program čini 35%, sopstvena produkcija ima učešće od 25%, dok kupljeni program čini oko 4% ukupno emitovanog programa.

Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni program, 57%. Slijedi dokumentarno-obrazovni program sa učešćem od 23% ukupnog emitovanog sadržaja. Kulturno-umjetnički program je u posmatranom periodu imao učešće od 14%, a sportski približno 3%. Zabavni program čini nešto više od 1% ukupnog sadržaja, dok dječjeg programa u posmatranom periodu nije bilo.



Struktura programa po vrsti sadržaja (TVCG1 vs TVCG2)

### 2.10.2.2. Lokalni javni televizijski emiteri<sup>62</sup>

Lokalne javne televizije u prosjeku proizvode 22% sopstvenog programa i emituju 49% kupljenih sadržaja. Reemitovani program gotovo da ne postoji u programima lokalnih javnih televizijskih emitera.

Tokom 2023. godine Agencija je izdala četiri saglasnosti za značajnu promjenu strukture programa lokalnih javnih televizija (TV Pljevlja, TV Budva, TV Herceg Novi), od čega je dvije dobila ista televizija (TV Herceg Novi).

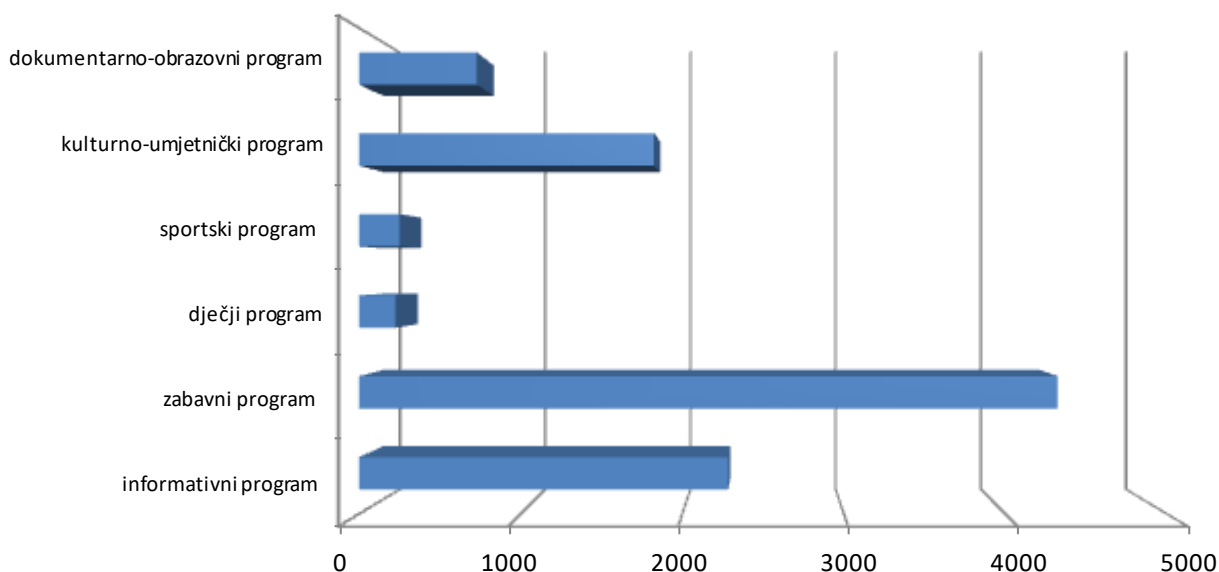
<sup>62</sup> Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera (Akt br. 02-1961 od 11.10.2023. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/10/02-1961-Analiza-programske-strukture-lokalnih-javnih-TV-emitera-11.10.2023.pdf>)



Po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 43% ukupno emitovanog sadržaja. Analiza je pokazala da tri lokalne televizije po strukturi predstavljaju specijalizovane programe, kod kojih učešće jedne vrste sadržaja iznosi više od 50%. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu (23%) i odlikuje se klasičnim informativnim sadržajima, sa značajnim učešćem lokalnih informacija. Kulturno-umjetnički program (od čega većinu predstavlja filmski i serijski program) u prosjeku čini nešto više od 18% programa.

Dokumentarno-obrazovne emisije prosječno zauzimaju oko 7% ukupno emitovanih sadržaja. Programa za djecu i sportskih sadržaja na programu lokalnih javnih televizija u prosjeku ima po 2% u ukupno emitovanom programu.

Na programu lokalnih javnih televizijskih emitera nema sadržaja posebno prilagođenih osobama sa invaliditetom. Sa izuzetkom televizije Rožaje koja emituje kratke informativne sadržaje na albanskom jeziku, ostali lokalni javni emiteri nemaju sadržaje na jezicima nacionalnih manjina.



Struktura programa po vrsti sadržaja –lokalni javni televizijski emiteri (prosjeak)

### 2.10.2.3. Komercijalni televizijski emiteri nacionalne pokrivenosti<sup>63</sup>

Komercijalne televizije nacionalnog pokrivanja, u prosjeku, skoro četvrtinu emitovanog programa same proizvode. Posmatrani televizijski emiteri u prosjeku kupuju oko 60% emitovanog programa i to se prvenstveno odnosi na filmski i serijski, kao i na zabavni program. Prosječno učešće reemitovanog programa je oko 1%.

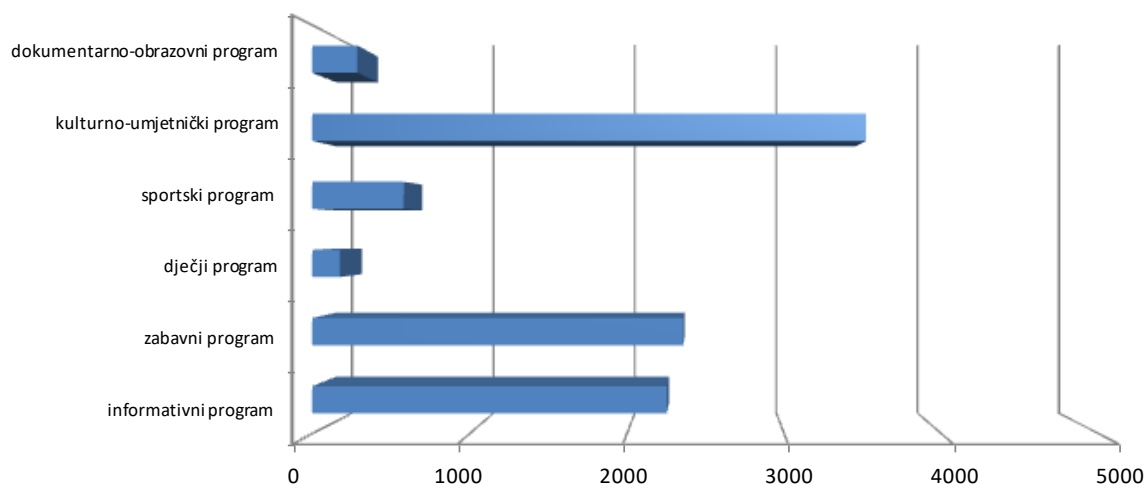
Tokom 2023. godine Agencija je dala saglasno za značajnu izmjenu strukture programa četiri komercijalne televizije (TV Vijesti, TV Nova M, TV Prva, TV Adria).

Po vrsti sadržaja dominiraju filmski i serijski sadržaji (kulturno-umjetnički program), u prosjeku 35% ukupno emitovanog sadržaja. Na drugom mjestu je zabavni program sa učešćem od 23%. S prosjekom od oko 22%, informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu posmatranih emitera. Osim klasičnih informativnih emisija i servisnih informacija, u ovoj grupi sadržaja su i jutarnji programi, magazini, kao i talk-show emisije.

Sportski program čini oko 6% ukupnog programa, dok dokumentarno-obrazovni programi u prosjeku čine nešto više od po 3% ukupno emitovanog programa. Programa za djecu na programu posmatranih televizija u prosjeku ima manje od 2%.

Na programu posmatranih televizijskih emitera nema sadržaja posebno prilagođenih osobama sa invaliditetom, niti emisija na jezicima nacionalnih manjina.

<sup>63</sup> Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem (Akt br. 02-2279 od 25.12.2023. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/12/Analiza-programске-strukture-komercijalnih-TV-emitera-sa-nacionalnim-pokrivanjem-02-2279-25.12.2023.pdf>)



Struktura programa po vrsti sadržaja – nacionalni televizijski emiteri (prosjeak)

#### 2.10.2.4. Komercijalni televizijski emiteri regionalne pokrivenosti<sup>64</sup>

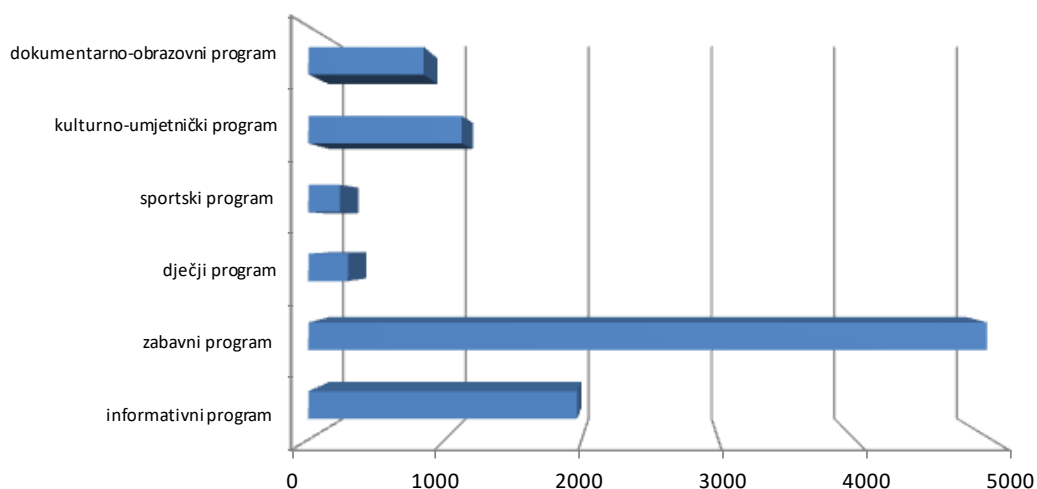
Crnogorske komercijalne televizije regionalnog pokrivanja u prosjeku proizvode oko 23% sopstvenog programa. U posmatranom periodu, dvije televizije su imale sopstvenu produkciju ispod propisanog minimuma od 10%<sup>65</sup>.

Reemitovani program ima prosječno učešće od oko 1%. Posmatrani televizijski emiteri u prosjeku kupuju oko 44% programa koji emituju, a to se prvenstveno odnosi na muzičke sadržaje, filmove i serije.

Oko polovine ukupno emitovanih sadržaja na programima ovih TV emitera čini zabavni program, a dominantnu vrstu zabavnog sadržaja čine muzički spotovi, kao i tzv. Intermezzo sadržaji (panoramski snimci prirode).

Čak tri posmatrane televizije po strukturi emitovanog sadržaja predstavljaju specijalizovane zabavne programe. Slijede informativni program, sa prosječnim učešćem od 20% i kulturno-umjetnički program sa učešćem od 11% u ukupno emitovanom programu. Dokumentarno-obrazovne emisije u prosjeku čine oko 8% ukupno emitovanog programa. Dječjih sadržaja na programu posmatranih televizija ima malo, oko 3%. Najmanje je prosječno učešće sportskog programa, oko 2%.

U programu posmatranih televizijskih emitera nema sadržaja posebno prilagođenih osobama sa invaliditetom, dok dva emitera emituju sadržaj na jezicima manjina.



Struktura programa po vrsti sadržaja- regionalni televizijski emiteri (prosjeak)

<sup>64</sup> Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem (Akt br. 02-1962 od 10.10.2023. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/10/02-1962-Analiza-programске-strukture-komercijalnih-TV-emitera-sa-regionalnim-pokrivanjem.pdf>)

<sup>65</sup> Član 11 Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom ("Sl. list CG", br.11/12).

### 2.10.2.5. Specijalizovani televizijski emiteri<sup>66</sup>

Pet specijalizovanih televizijskih programa, u prosjeku, proizvodi oko 21% sopstvenog programa. Kupljene i reemitovane sadržaje emituje samo jedna televizija (A Plus TV). Specijalizovanoj televiziji LHTV izdato je odobrenje za emitovanje tokom 2023. godine, dok je TV A Plus dobila saglasnost za značajnu izmjenu programske strukture. Značajnu količinu programa svih posmatranih televizija čini repriziranje sadržaja (najčešće proizvedenih u sopstvenoj produkciji).

Specijalizovani programi MNE SPORT 1, 2 i 3 emituju sportski sadržaj, dominantno prenose lokalne događaje i nacionalne sportske lige. Dominantan sadržaj A Plus TV predstavlja emitovanje muzičkog sadržaja. Ostatak predstavlja reemitovana centralna informativna emisija i emitovanje četiri sadržaja o tekućim događajima (politički talk show), koji se repriziraju i do 12 puta sedmično. Televizija WOW Montenegro predstavlja format tzv. relax programa, koji čini emitovanje panoramskih snimaka uz muzičku podlogu, bez govornih elemenata.

### 2.10.3. Medijsko predstavljanje u toku izbornih kampanja

#### 2.10.3.1. Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore mart-april 2023. godine.

Predsjednica Skupštine Crne Gore donijela je 16. januara 2023. godine, Odluku o raspisivanju izbora za izbor Predsjednika Crne Gore<sup>67</sup>. Izbori su raspisani za 19. mart 2023. godine. Državna izborna komisija, na sjednici održanoj 4. marta 2023. godine, utvrdila je listu kandidata<sup>68</sup>.

Na izborima je učestvovalo sedam kandidata za Predsjednika Crne Gore: Milo Đukanović, mr Jakov Milatović, Andrija Mandić, Jovan Radulović, Goran Danilović, mr Aleksa Bečić i docent dr Draginja Vuksanović Stanković.

Saglasno Zakonu Savjet Agencije je usvojio Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore, br. 01-146 od 23.01.2023. godine<sup>69</sup>. Obzirom da na izborima 19. marta nijedan od kandidata nije dobio više od polovine važećih glasova birača koji su glasali, održan je drugi krug izbora na kojem su učestvovala dva kandidata koja su dobila najveći broj glasova u prvom krugu (Milo Đukanović i mr Jakov Milatović). Drugi krug izbora održan je 2. aprila 2023. godine.

Imajući u vidu da Zakon o izboru odbornika i poslanika ne propisuje pravila predstavljanja koja se odnose na drugi krug izbora i cijeneći da Zakon o elektronskim medijima propisuje da Savjet Agencije, najkasnije sedam dana od dana raspisivanja izbora, usvaja propis kojim se bliže uređuju uslovi za realizaciju prava i obaveza emitera kada su u pitanju izborne kampanje i političko oglašavanje, nije postojao osnov za donošenje novog podzakonskog akta već je do završetka izbornog procesa primjenjivan Pravilnik koji je usvojio Savjet Agencije prije održavanja prvog kruga izbora<sup>70</sup>.

Agencija je na svojoj internet stranici pored usvojenog Pravilnika objavila i pojedinačna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli emiteri, koji su tokom kampanje za izbore od 19. marta, odnosno 2. aprila, omogućavali medijsko predstavljanje. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora. Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojilo je 45 emitera za 27 radijskih i 18 televizijskih programa.

Tokom kampanje za predsjedničke izbore Agencija je izradila i objavila: Preliminarni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore<sup>71</sup>, Izvještaj o medijskom predstavljanju tokom prvog kruga kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore i Konačni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore.

<sup>66</sup> Analiza programske strukture specijalizovanih TV emitera (Akt br. 02-1960 od 10.10.2023. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/10/02-1960-Analiza-programske-strukture-specijalizovanih-TV-emitera.pdf>)

<sup>67</sup> „Sl. list CG“, br.006/23

<sup>68</sup> Br. 252 od 04.03.2023.g.

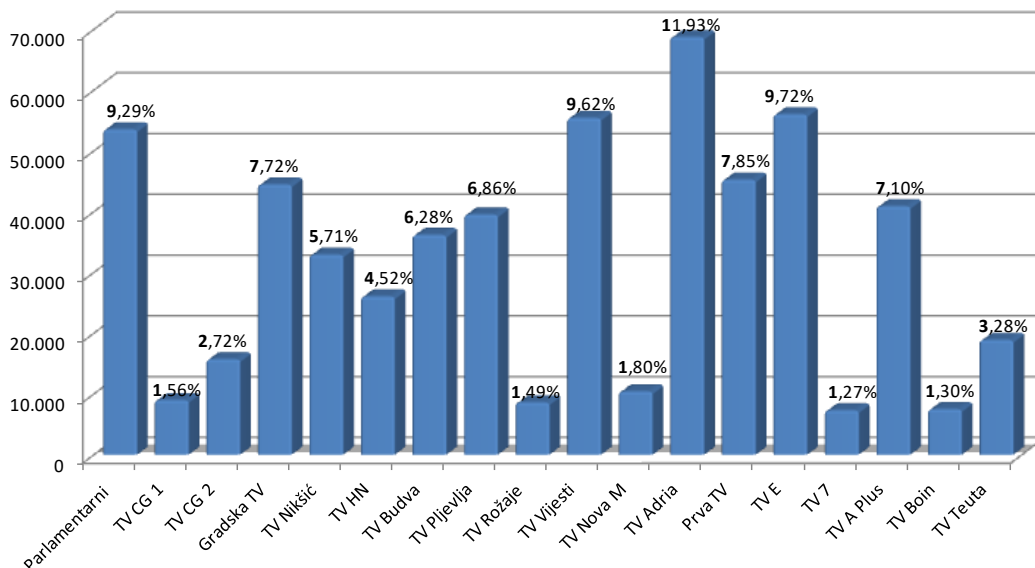
<sup>69</sup> „Sl. list CG“, br. 008/23

<sup>70</sup> br. 01-146 od 23.01.2023.g.

<sup>71</sup> Preliminarni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore (Akt br. 02-630 od 13.03.2023.godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/03/Preliminarni-izvjestaj-o-medijskom-predstavljanju-tokom-kampanje-za-izbore-za-Predsjednika-Crne-Gore.pdf>)

### 2.10.3.2. Medijsko predstavljanje tokom prvog kruga predsjedničkih izbora<sup>72</sup>

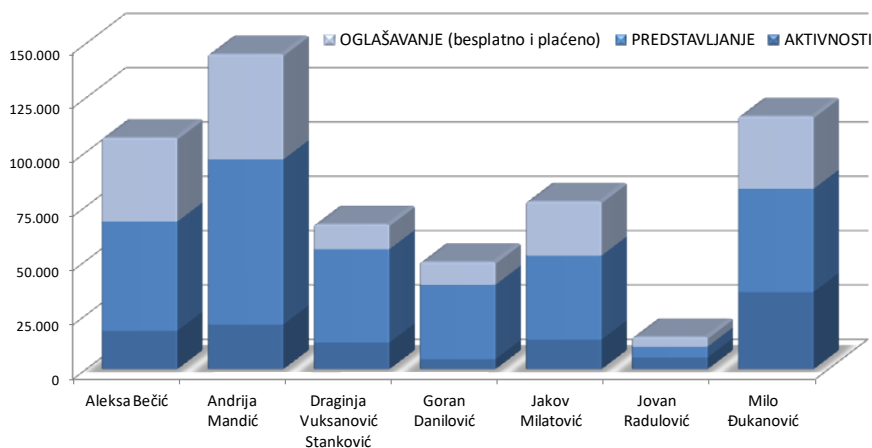
Ukupno trajanje medijskog predstavljanja na programu 18 posmatranih televizijskih emitera, za period od 24. februara do 17. marta 2023. godine, iznosilo je približno 160 sati. Približno dvije trećine ukupnog medijskog predstavljanja zabilježeno je u programu sedam televizija. Najviše ukupnog medijskog predstavljanja (besplatnog i plaćenog) zabilježeno je u programu Televizije Adria (11,93%), Televizije E (9,72%), Televizije Vijesti (9,62%), Parlamentarnog programa (9,29%), Prve TV (7,85%), Gradske TV (7,72%) i TV A Plus (7,10%).



Količina medijskog predstavljanja po emiteru

Članom 51 Zakona o izboru odbornika i poslanika je propisano da javnim emiterima nije dozvoljeno da, pod bilo kojim uslovima, omoguće iznošenje i obrazlaganje izbornog programa podnosilaca izbornih lista ili njihovo reklamiranje van naprijed navednih termina. Uprkos tome, lokalni javni emiteri programa Televizija Pljevlja, Televizija Herceg Novi, Televizija Rožaje i Televizija Budva su, u okviru ovih programa, omogućili plaćeno političko oglašavanje.

U posmatranom periodu, od ukupnog medijskog predstavljanja (besplatnog i plaćenog), 25% se odnosilo na gospodina Andriju Mandića, 20% na predstavljanje gospodina Mila Đukanovića, 18% na gospodina Aleksu Bečića, 13% na gospodina Jakova Milatovića. Na predstavljanje gospođe Draginje Vuksanović Stanković odnosilo se 12% ukupnog predstavljanja, na gospodina Gorana Danilovića 9%, dok je gospodin Jovan Radulović ostvario 3%. Posmatrano po vrsti medijskog predstavljanja, po vremenskom trajanju dominantna kategorija za sve kandidate je bilo predstavljanje kroz posebne emisije.



Količina medijskog predstavljanja tokom prvog kruga po kandidatu/kandidatkinji (sekunde)

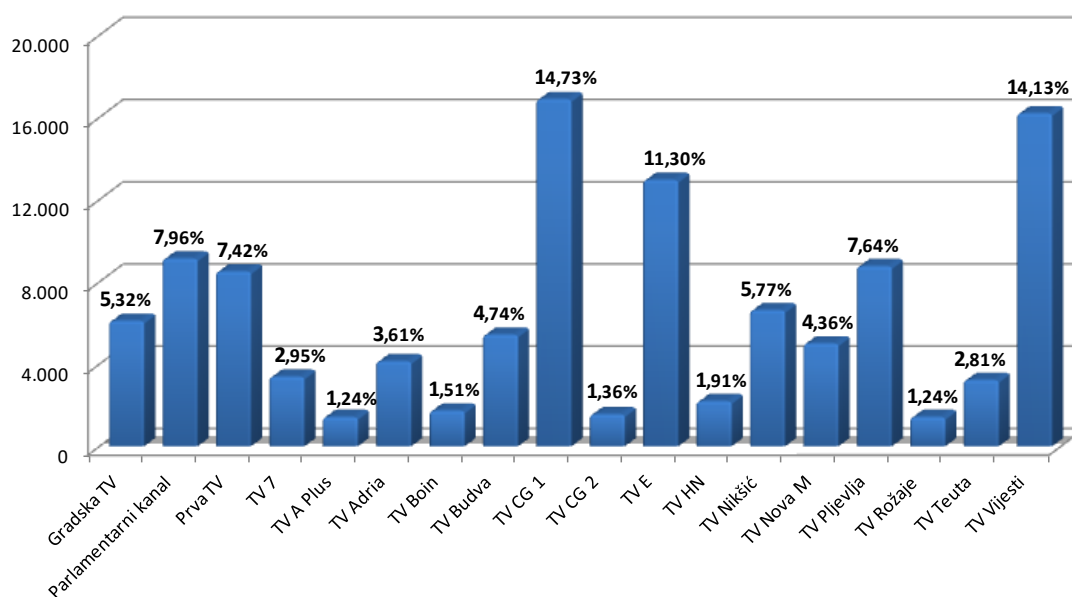
<sup>72</sup> Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore (Akt br. 02-800 od 24.03.2023. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/03/Izveštaj-o-medijskom-predstavljanju-tokom-prvog-kruga-kampanje-za-izbore-za-predsjednika-Crne-Gore-02-800-24.03.2023.pdf>)

Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. Po službenoj dužnosti, Agencija je pokrenula ukupno 31 postupak protiv 17 emitera, u vezi sa medijskim predstavljanjem. U navedenom periodu primljeno je 11 prigovora na rad emitera. U vezi sa radom emitera, Agencija nije primila ni jedan prigovor podnijet od strane kandidata ili nadležnih državnih organa za sprovođenje izbornog postupka.

### 2.10.3.3. Medijsko predstavljanje tokom drugog kruga predsjedničkih izbora<sup>73</sup>

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja na programima 18 televizijskih emitera je, za period 21. mart – 31. mart 2023. godine, iznosilo približno 31 sat.

Približno dvije trećine ukupnog medijskog predstavljanja zabilježeno je u programu šest televizija. Najviše ukupnog medijskog predstavljanja (besplatnog i plaćenog) zabilježeno je u programu TVCG1 (14,73%), Televizije Vijesti (14,13%), Televizije E (11,30%), Parlamentarnog programa (7,96%), TV Pljevlja (7,64%), i Prva TV (7,42%).



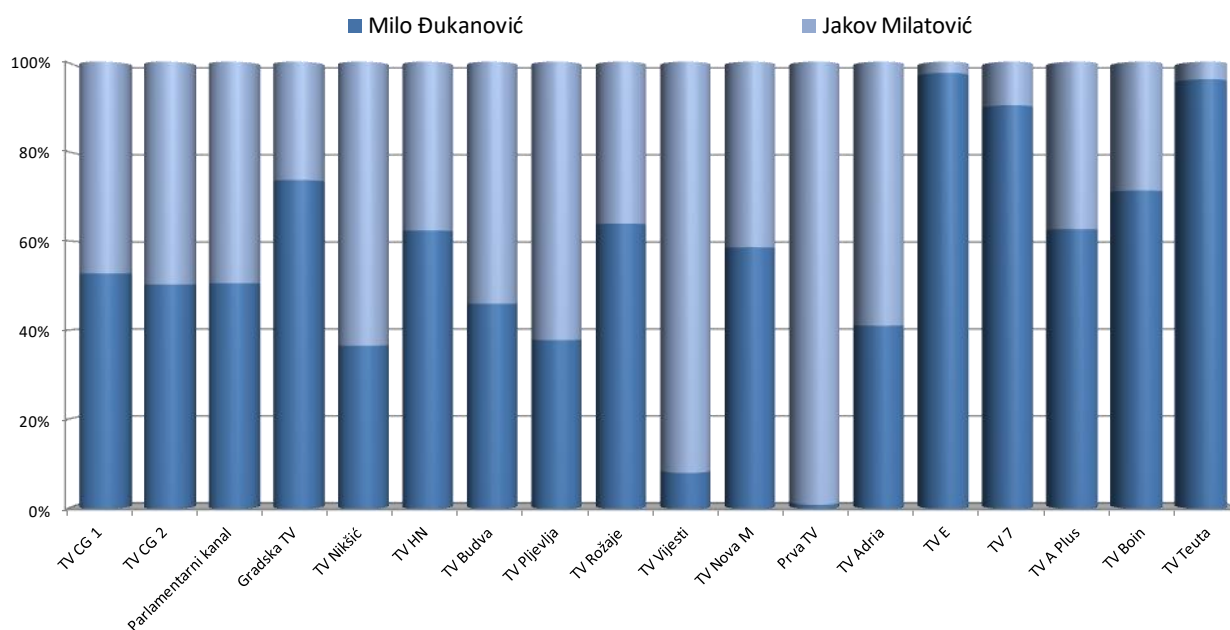
Količina medijskog predstavljanja tokom drugog kruga po emiteru

Za razliku od prvog kruga, u drugom krugu nije zabilježeno plaćeno političko oglašavanje u programima javnih emitera. Posmatrano po predsjedničkim kandidatima, ukupno predstavljanje je bilo gotovo izjednačeno, jer se od ukupnog medijskog predstavljanja (besplatnog i plaćenog), 51% odnosilo na gospodina Jakova Milatovića, dok se na predstavljanje gospodina Mila Đukanovića odnosilo 49%.

Značajna količina predstavljanja za predsjedničke kandidate obezbijedena je besplatno, kroz informisanje o predizbornim aktivnostima, posebne sadržaje i oglašavanje u programima javnih emitera. Nešto više besplatnog predstavljanja (53%) se odnosilo na gospodina Jakova Milatovića u odnosu na gospodina Mila Đukanovića (47%). Kada govorimo o plaćenom medijskom predstavljanju, 70% ukupnog plaćenog predstavljanja se odnosilo na gospodina Mila Đukanovića i 30% na gospodina Jakova Milatovića.

Agencija je po službenoj dužnosti pokrenula ukupno 34 postupka, protiv 17 emitera, u vezi sa medijskim predstavljanjem, i to 31 tokom prvog kruga predsjedničkih izbora i tri tokom drugog kruga. Primljeno je 12 prigovora na rad emitera, i to 11 tokom prvog kruga predsjedničkih izbora i jedan tokom drugog kruga. U vezi sa radom emitera, Agencija nije primila ni jedan prigovor podnijet od strane kandidata.

<sup>73</sup> Konačni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore – april 2023. (Akt broj 02-1065 od 21.04.2023.g <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/04/Konacni-izvjestaj-o-medijskom-predstavljanju-tokom-kampanje-za-predsjednicke-izbore.pdf>)



Struktura medijskog predstavljanja tokom drugog kruga po emiteru, po kandidatu

#### 2.10.3.4. Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u SO Tuzi, april 2023. godine<sup>74</sup>

Predsjednik Crne Gore je 28. decembra 2022. godine, donio Odluku<sup>75</sup> o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Tuzi, koji su održani 5. marta 2023. godine. Saglasno Zakonu Savjet Agencije je usvojio Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Tuzi, br. 01-02 od 05.01.2023.g<sup>76</sup>.

Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojilo je 12 emitera za šest radijskih i 10 televizijskih programa. Agencija je na svojoj internet stranici, pored usvojenog Pravilnika i pratećih obrazaca, objavila i pojedinačna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli emiteri, koji su tokom kampanje za izbore od 5. marta omogućavali medijsko predstavljanje. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora.

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja u okviru pet posmatranih televizijskih programa, za period od 24. februara do 3. marta iznosilo je 19.420 sekundi ili približno 5 sati i 23 minuta za period od osam dana.

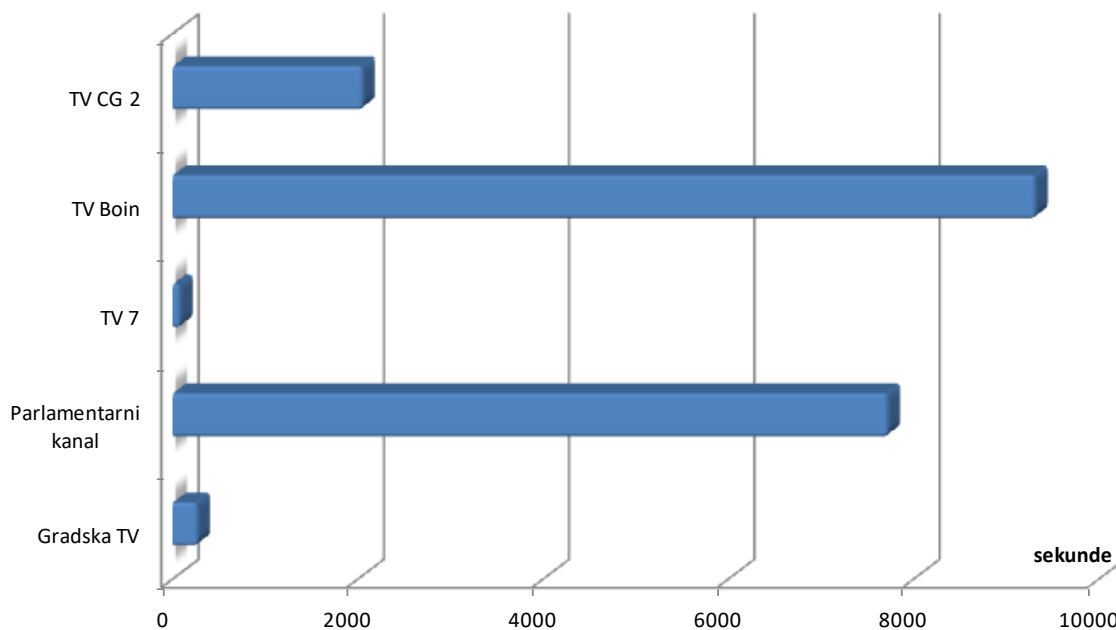
Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je u programu TV Boin (47,9%) i na Parlamentarnom programu (39,7% ukupnog medijskog predstavljanja). Na TVCG2 emitovano je 10,5%, u programu Gradske televizije 1,4%, dok je na TV 7 emitovano 0,4% ukupnog medijskog predstavljanja.

Najveća količina medijskog predstavljanja odnosila se na listu „Albanska koalicija – Zajedno (DP – Forca)” (36%). Preostale liste su imale učešće u ukupnom predstavljanju kako slijedi: „Albanski forum – Jedinstvo i Razvoj” – 13%, „Koalicija DPS, DUA, BS, SD – „Pravim putem” – 12%, „Aleksa Bečić – Štjefan Camaj – Demokrate „Jači smo zajedno” – 11%, „SPP – Za buduće generacije” – 11%, „SDP – Pokret za Tuzi – Svim srcem za Tuzi” – 11% i „SNP – Časno za Tuzi – Željko Milić” – 6%.

<sup>74</sup> Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u Tuzima - mart 2023.g. (Akt broj 02-1069 od 21.04.2023.g <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/04/Izvjestaj-o-medijskom-predstavljanju-tokom-lokalnih-izbora-u-SO-Tuzi.pdf>)

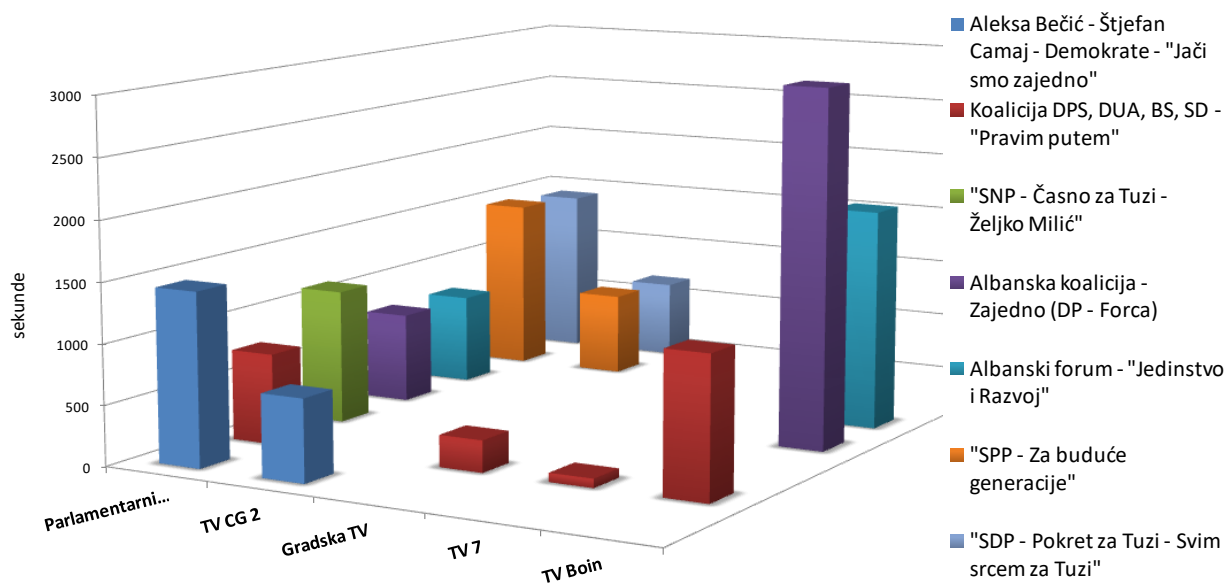
<sup>75</sup> "Sl. list CG", br. 150/22

<sup>76</sup> "Sl. list CG", br. 003/23



Količina medijskog predstavljanja po emiteru

U nastavku je dat grafički prikaz ukupno ostvarenog medijskog predstavljanja koje su izborne liste pojedinačno realizovale kroz program posmatranih televizijskih emitera.



Količina medijskog predstavljanja po izornoj listi, po emiteru

Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. Emiteri su, u načelu, poštovali obavezu dostavljanja evidencija emitovanog medijskog predstavljanja.

Za vrijeme trajanja kampanje, Agencija je po službenoj dužnosti pokrenula jedan postupak za utvrđivanje odgovornosti jednog emitera za kršenje odredbi Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Tuzi kojima se propisuje da se političko oglašavanje ne smije emitovati 15 minuta prije/nakon ili u toku dječije emisije, i da se političko oglašavanje emituje u blokovima sa naznakom da li je besplatno ili plaćeno.

Tokom izborne kampanje Savjetu Agencije nije podnijeta nijedna žalba na rad emitera.

### 2.10.3.5. Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, jul 2023. godine<sup>77</sup>

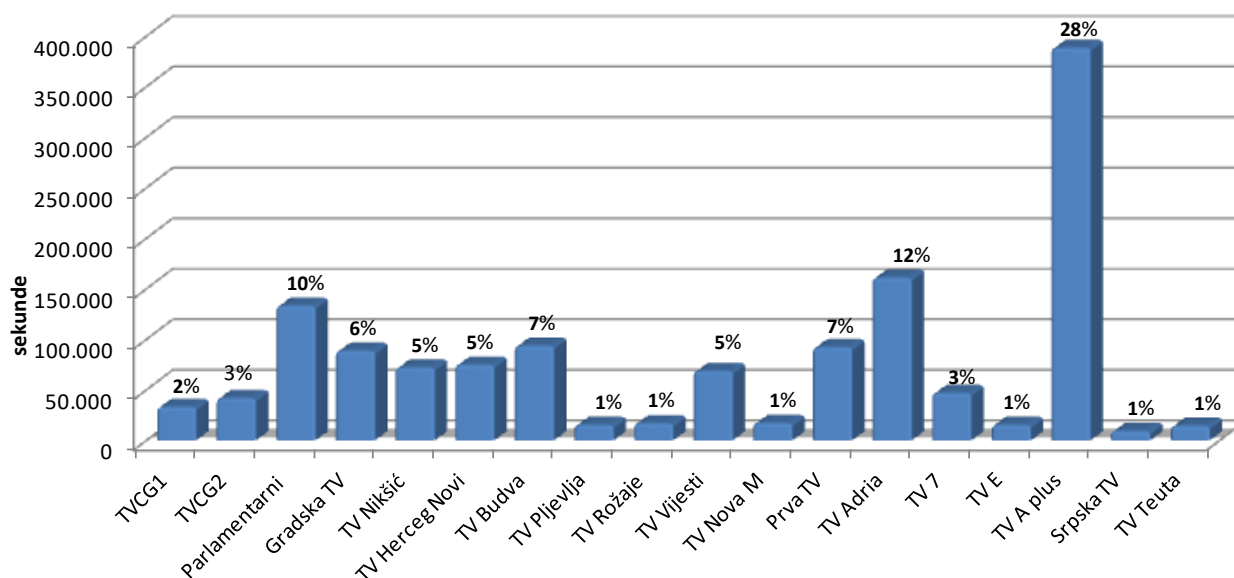
Predsjednik Crne Gore donio je 17.03.2023. godine Odluku o raspisivanju prijevremenih izbora za poslanike u Skupštini Crne Gore<sup>78</sup>. Izbori su raspisani za 11. jun 2023. godine. Državna izborna komisija na sjednici održanoj 26.05.2023. godine, utvrdila je Zbirnu izbornu listu.<sup>79</sup> Na izborima je učestvovalo 15 izbornih lista.

Saglasno Zakonu Savjet Agencije je usvojio Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za prijevremene izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, br. 01-798 od 23.03.2023.godine.<sup>80</sup> Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojilo je 46 emitera za 27 radijskih i 19 televizijskih programa. Agencija je na svojoj internet stranici, pored usvojenog Pravilnika i pratećih obrazaca, objavila i pojedinačna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli emiteri. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora.

Tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore, Agencija je izradila dva izvještaja: Preliminarni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore<sup>81</sup> i Konačni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore.

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja u programima 18 televizijskih emitera, za period od 19. maja do 9. juna 2023. godine, iznosio je približno 384 sata.

Skoro četvrtina ukupnog medijskog predstavljanja zabilježena je u programu TV A plus. Navedeno je uzrokovano činjenicom da je TV A plus u okviru svog programa emitovala uredničke sadržaje (*politički talk show*) u kojima je vršeno medijsko predstavljanje, a koji su reprizirani i do devet puta. Sa izuzetkom ove televizije, najviše ukupnog medijskog predstavljanja (besplatnog i plaćenog) zabilježeno je u programu Televizije Adria (12%), Parlamentarnog programa (10%), Televizije Budva (7 %) i Prva TV (7%).



Količina medijskog predstavljanja po emiteru (u sekundama)

U posmatranom periodu, od ukupnog medijskog predstavljanja (besplatnog i plaćenog), 19% se odnosilo na listu „Za budućnost Crne Gore“, 16% na listu „Hrabro se broji“, 12% na koadiciju „Zajedno“. Na predstavljanje lista „Evropa sad“ i „Pokret za promjene“ odnosilo se po 9% ukupnog predstavljanja, a 8% na listu SDP. Lista „Preokret“ imala je 5% ukupnog predstavljanja, dok su liste „Pravda za sve“ i „Da, mi možemo“ ostvarile po 4% medijskog

<sup>77</sup> Konačni izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore za poslanike u Skupštini Crne Gore (Akt br. 02-1572 od 06.07.2023.godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/07/Konacni-izvjestaj-o-medijskom-predstavljanju-tokom-kampanje-za-izbore-za-poslanike-u-Skupstine-Crne-Gore-2023.g.pdf>)

<sup>78</sup> Br. 01-235 od 17.03.2023.g.

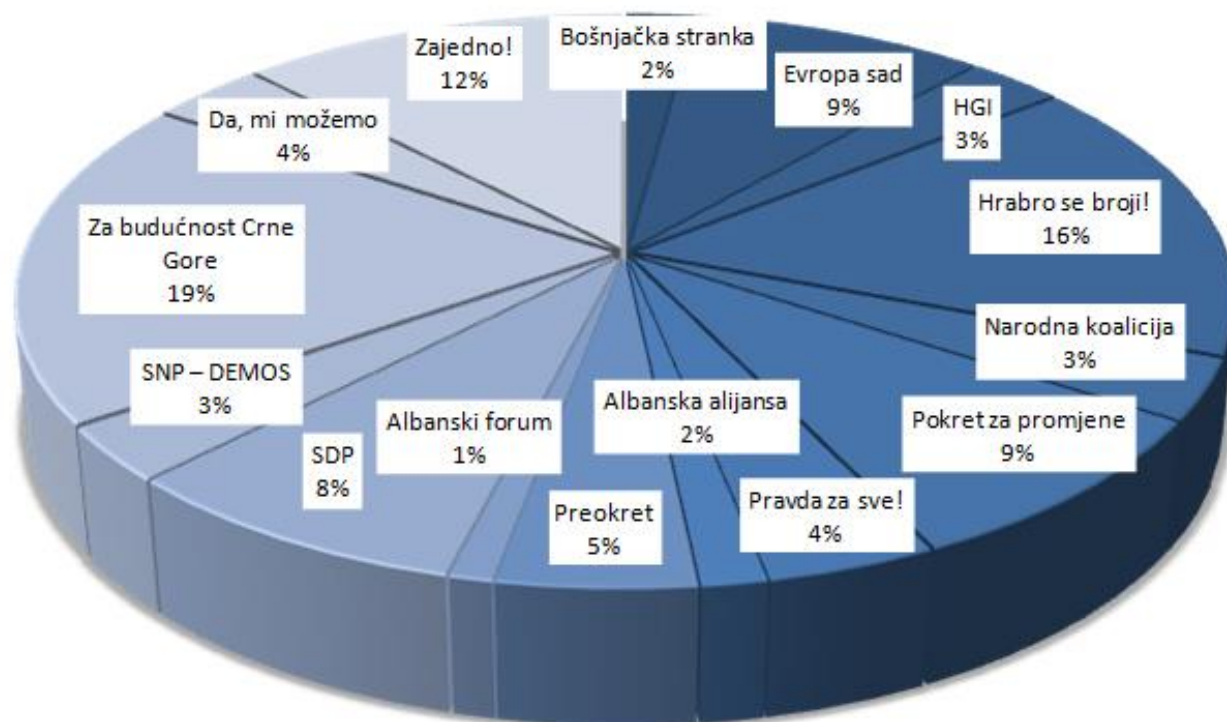
<sup>79</sup> Br. 698 od 26.05.2023.g.

<sup>80</sup> „Sl. list CG“, br. 34/23

<sup>81</sup> <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/06/Preliminarni-izvjestaj-o-medijskom-predstavljanju-parlmetarni-izbori-2023.pdf>



predstavljaju. Po 3% ostvarile su liste „SNP-Demos”, „Narodna koalicija” i HGI. „Bošnjačka stranka” i „Albanska alijansa” imale su po 2% medijskog predstavljanja, dok je najmanje (1%) imala lista „Albanski forum”.



Struktura medijskog predstavljanje po izornoj listi (procenat)

U programu komercijalnog emitera TV A plus zabilježeno je i besplatno političko oglašavanje lista „Hrabro se broji”, „Pokret za promjene”, SDP, „Evropa sad” i „Za budućnost Crne Gore”. Saglasno članu 50 stav 2 Zakona o izboru odbornika i poslanika propisano je da su komercijalni emiteri dužni da podnosiocima izbornih lista, pod jednakim uslovima, omoguće plaćeno političko oglašavanje.

Iako je članom 51 Zakona o izboru odbornika i poslanika propisano da javnim emiterima nije dozvoljeno da pod bilo kojim uslovima omogućavaju reklamiranje van blokova besplatnog političkog marketinga, koji su ravnopravno obezbijedeni za sve kandidate, javni emiteri Televizija Pljevlja i Televizija Rožaje su u okviru svojih programa omogućili plaćeno političko oglašavanje. Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova.

Po službenoj dužnosti pokrenuto je ukupno 20 postupaka, protiv 11 emitera, u vezi sa medijskim predstavljanjem. Nije primljen nijedan prigovor na rad emitera.

\*

\* \*

Generalna je ocjena da su medijske kampanje za izbore sprovedene tokom 2023. 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.

Sprovedene kampanje 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;
- početak 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 i
- prava i obaveze lokalnih javnih emitera tokom izbornih procesa u opštini osnivaču i drugim opštinama.

#### 2.10.4. Programski standardi

Zakonom o elektronskim medijima, u čl. 55 st. 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.

Ova zakonska norma razrađena je Pravilnikom o programskim standardima u elektronskim medijima. Naime, članom 7 stav 1 propisano je 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, kao i da su (čl. 8) u proizvodnji informativnih programa, elektronski mediji dužni da poštuju načela objektivnosti, nepristrasnosti, blagovremenosti, tačnosti, zabrane diskriminacije, slobode objavljivanja komentara i primjene pravila druge strane, da se događaji moraju vjerno prikazati, a različiti pristupi i mišljenja biti profesionalno i korektno zastupljeni, kao i da mišljenja i komentari moraju biti odvojeni od činjeničnog izvještavanja, a njihov izvor ili autor prepoznatljivi.

Agencija je i tokom prethodnih godina isticala 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 mehanizama, bilo proširenjem nadležnosti regulatora u pravcu obezbjeđenja proporcionalnih i efikasnih sankcija.

Tokom 2023. godine nijesu zabilježeni značajni 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.

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. Prenošenje 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 komentari integrišu u same vijesti, emiteri su dužni označiti da komentar koji plasiraju nije dio same vijesti, jer, u protivnom, prenijeta informacija dobija sasvim drugi ton, čime se dovodi u pitanje objektivnost samog izvještavanja.

Ne dovodeći u pitanje pravo da se izvještava o bilo kojim temama mora se imati u vidu da se kroz informativni program javnost upozna o važnim temama od opšteg interesa. Uloga medija može biti dvojaka - mogu postati aktivni učesnici političkih sukoba i snositi

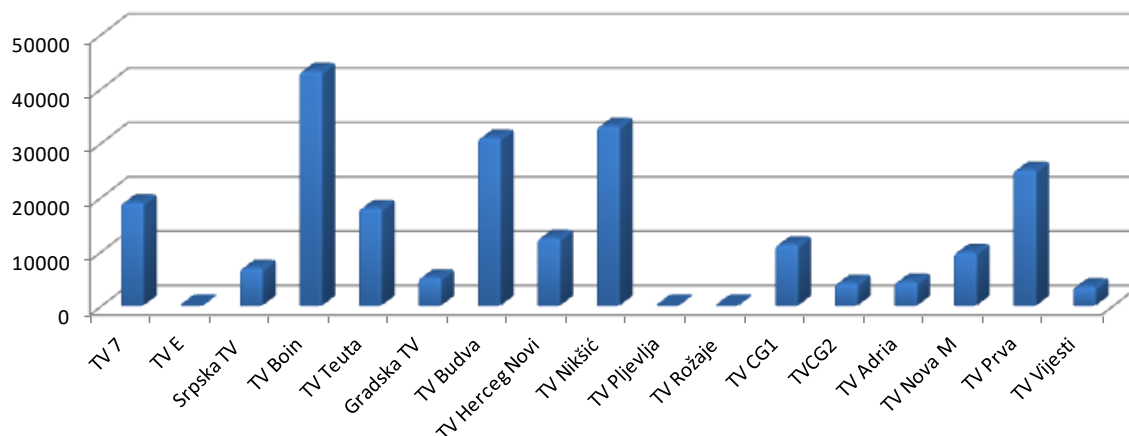
odgovornost za jezik nasilja i netrpeljivosti koji narušava društvenu koheziju, ili ostati nezavisni i doprinijeti rješavanju društvenih kriza.

Dešavanja u 2023. godini su pokazala da je neophodan posvećen rad na izgradnji sistemskih mehanizama koji će spriječiti vezu između medija i različitih subjekata koji predstavljaju inicijatore tenzija i koji će spriječiti da mediji postanu aktivni učesnici političkih sukoba.

#### 2.10.4.1. TV programski sadržaji za djecu

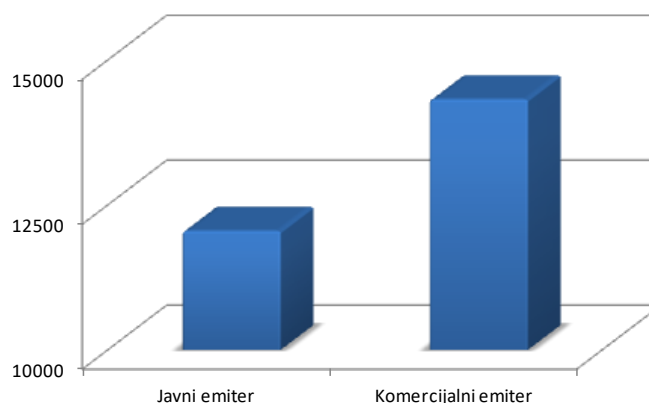
Značajna uloga institucija savremenog društva je da svakodnevnim naporima obezbijede djeci i mladima siguran razvojni ambijent. Polazeći od aktuelnog trenutka, u kojem razvojni ambijent u velikoj mjeri oblikuju i elektronski mediji, neophodno je kontinuirano praćenje sadržaja kojima su djeca i mladi svakodnevno izloženi. Stoga su, u eri digitalnih medija, različitih platformi i višekanalne ponude programski sadržaji namijenjeni najmlađim konzumentima predmet posebne regulatorne pažnje.

Tokom jedne sedmice<sup>82</sup>, na programu 17 opštih televizijskih programa u Crnoj Gori u prosjeku se emituje oko 2% dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovani sadržaj. Ovi podaci pokazuju nastavak trenda iz 2020. i 2021. godine. U poređenju sa 2023. godinom, učešće dječjeg programa u 2019. godini bilo je veće za 40%. Od posmatranih 17 televizijskih emitera, tri nijesu imala sadržaj namijenjen djeci (od kojih su dva lokalna javna emitera), a sedam emitera imaju manje od 2% (koliko iznosi prosjek).



Sadržaji za djecu u televizijskim programima (sekunde, sedmično)

Posmatrajući televizijske emitere pojedinačno, najviše dječjeg programa ima u programu TV Boin i u pitanju su dominantno dugometražni crtani filmovi. Slijede TV Nikšić, TV Budva, TV Prva, TV 7, TV Teuta, TV Herceg Novi, TVCG 1 i TV Nova M. Upoređujući sedmični prosjek emitovanih sadržaja za djecu za osam javnih emitera i sedmični prosjek za devet komercijalnih emitera, zaključuje se da je sadržaja za djecu više u programu komercijalnih televizija.



Sedmični prosjek emitovanih sadržaja za djecu

<sup>82</sup> Podaci su prikupljeni u periodu od septembra do decembra 2023. godine.

Raznovrsnost programa u sopstvenoj produkciji je ograničena, kako po sadržaju tako i po prilagođenosti različitim uzrastima. Nedostatak lokalne produkcije koja bi podržala lokalne, kulturne i druge vrijednosti ima za posljedicu da djeca dominantno prate i medijske poruke primaju iz sadržaja koji ne odražavaju društveni kontekst u kojem rastu. Od ukupno emitovanog programa za djecu, najveći dio čine crtani filmovi.

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 onlajn sadržajima.

Godinama unazad, posebno zabrinjavajući je nedostatak inkluzivnosti TV sadržaja namijenjenog djeci. Učešće djece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom u programu pogodnom za najmlađe ne postoji. Djeca iz marginalizovanih grupa nijesu vidljiva u dječjem programu. U kolažnim programima koji podrazumijevaju učešće djece u programu ne prikazuju se djeca sa smetnjama u razvoju i invaliditetom, djeca koja pripadaju različitim etničkim i nacionalnim manjinama, djeca iz socijalno ugroženih porodica, djeca sa sela. Ova slika se značajno razlikuje od napora da se u širem dječjem okruženju, školi i drugim obrazovnim institucijama, radi na stvaranju inkluzivnog okruženja u kojem pripadnici socijalno marginalizovanih grupa ne bi bili diskriminirani. Nerijetko se u sadržajima kolažnog tipa podilazi trendovima masovne kulture koji doprinose formiranju specifičnih (upitno) estetskih vrijednosti.

*Agencija podsjeća na Preporuke za proizvodnju sadržaja za djecu dostupne na veb stranici [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org)*

#### 2.10.4.2. 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 moraju raspoređivati u djelove dana kada postoji najmanja vjerovatnoća da mogu biti dostupni dijelu populacije kojoj nijesu namijenjeni.

Emiteri su dužni da takve sadržaje označavaju određenim 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. Emitovani 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.

U toku 2023. godine, Agencija je pokrenula 25 postupaka po službenoj dužnosti i dobila 23 prigovora zbog kršenja stanarda vezanih za zaštitu maloljetnika u uredničkim, oglasnim ili sponzorisanim sadržajima. Po osnovu tih postupaka izrečeno je 44 upozorenja (25 po službenoj dužnosti i 19 po prigovorima), a četiri prigovora su odbijena jer je po istom osnovu već izrečeno upozorenje. Upozorenja su uzrečena zbog kršenja stanarda koji se odnose na dobnu kategorizaciju, označavanje i raspoređivanje u toku dana sadržaja koji mogu ugroziti razvoj maloljetnika određene dobi, pravila vezana za raspoređivanje oglasa u odnosu na dječije sadržaje, kao i pravila vezana za sponzorisanje dječijih programa.

Dio pomenutih postupaka po službenoj dužnosti, u kojima je izrečeno 13 upozorenja, odnosilo se na kršenja zabrane korišćenja maloljetnika u političke svrhe. Ova kršenja su uočena u toku predizbornih kampanja koje su sprovedene u 2023. godini (za predsjedničke, kao i izbore na državnom i lokalnom nivou).

#### 2.10.4.3. Prevencija govora mržnje u medijima, zaštita ljudskih prava i promocija tolerancije

Agencija je 4. aprila 2023. godine predstavila javnosti rezultate Istraživanja „Inicijativa za inkluzivno izvještavanje“ koju je za potrebe AEM sprovedla istraživačka agencija „StatPro“ d.o.o. iz Podgorice<sup>83</sup>.

Analize emitovanog programskog sadržaja godinama unazad pokazuju da je neinkluzivnost jedna od osobina radijskih i televizijskih programa iz Crne Gore. Navedeno podrazumijeva da

<sup>83</sup> Rezultati ispitivanja ciljne grupe (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/04/Kampanja-Inicijativa-za-inkluzivno-izvjestavanje-januar-2023.pdf>)

su određene društveno ranjive grupe (osobe s invaliditetom, LGBTIQ, Romi, žene, ekonomski ugrožene porodice, stanovnici ruralnih područja i sl.) isključene iz javnog diskursa u odnosu na značajne teme, te da se spominju isključivo u okviru posebnih sadržaja, čime se dodatno doprinosi njihovoj marginalizaciji i segregaciji društva.



*Slavica Marković, direktorica istraživačke agencije „StatPro“,  
Sunčica Bakić, direktorica Agencije i Siniša Bjeković, ombudsman*

Cilj ovog istraživanja je bio da se provjere stavovi društveno ranjivih grupa o temi inkluzivnog izvještavanja u Crnoj Gori. U okviru ovog istraživanja sprovedeni su dubinski intervjui sa predstavnicima NVO koje se bave zaštitom, ostvarivanjem ili promocijom prava pet različitih društveno ranjivih grupa: osobe sa invaliditetom, žene, manjinski narodi, LGBTIQ populacija i socijalno ugrožene porodice.

U istraživanju su učestvovali: NVO Prvo udruženje roditelja djece i omladine sa smetnjama u razvoju, NVO Udruženje Multiple skleroze Crne Gore, NVO Centar za ženska prava, NVO Prva multikulturalna ženska organizacija u Crnoj Gori „Dijalogom do sloge“, NVO Romska organizacija mladih „Koračajte sa nama - Phiren amenca“, NVO Institut Punta, NVO CAZAS, NVO Asocijacija „Spektra“ i NVO CAREP.

Istraživanje je pokazalo da ispitanici iz različitih grupa imaju prilično usaglašene stavove na temu inkluzivnog izvještavanja. Opšti utisak je da su mediji napravili pozitivne pomake kada je inkluzivno izvještavanje u pitanju, ali da ovi pomaci nijesu dovoljni i da dodatno postoji veliki prostor za poboljšanje i unaprjeđenje izvještavanja. Posebno je potrebno obratiti pažnju na one pojedince koji istovremeno mogu da se svrstaju u više ranjivih kategorija i tim pripadnicima društva treba ponuditi posebnu zaštitu. Istraživanje je pokazalo da je medijsko izvještavanje o ranjivim grupama često patetično, doprinosi viktimizaciji i, mada povećava vidljivost različitih društvenih populacija, produbljuje društveni jaz. Jedan od zaključaka istraživanja jeste da se konstantnim isticanjem „mi“ i „oni“ ne doprinosi ravnopravnosti svih članova društva.

Edukacija medijskih predstavnika izuzetno je važan segment po mišljenju ispitanika, koji bi mogao da unaprijedi inkluzivno izvještavanje. Ispitanici smatraju da novinari često nijesu dovoljno edukovani i prave greške iz neznanja. Generalni zaključak se tiče i potrebe da se teme koje se tiču ranjivih grupa dublje i sistematičnije obrađuju, a ne samo tokom obilježavanja važnih datuma. Ispitanici su ocijenili da bi obezbjeđivanje edukacije za pripadnike ranjivih grupa, kroz koju bi stekli vještine javnog nastupa, moglo biti izuzetno korisno za poboljšanje položaja ranjivih grupa generalno.

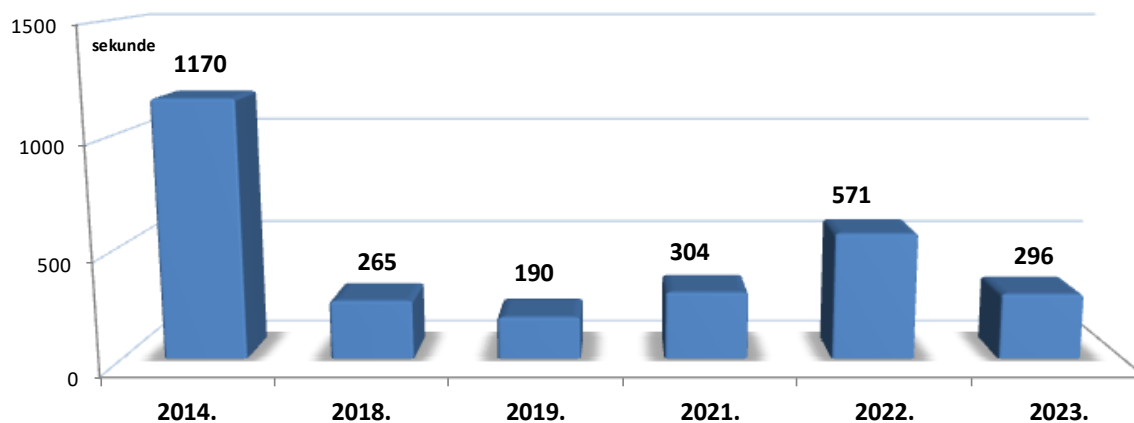
Nakon predstavljanja rezultata Agencija je organizovala obuku za predstavnike medija u cilju unapređenja inkluzivnog izvještavanja. Obuku na temu “Inkluzivno medijsko izvještavanje – davanje glasa marginalizovanoj zajednici” je realizovala prof. dr Marina Tuneva, medijska

ekspertkinja, s ciljem podizanja svijesti i jačanja kapaciteta medija kada je u pitanju inkluzivno izvještavanje.

#### 2.10.4.4. Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Nedelje ponosa“

Tokom „Nedelje ponosa“, u periodu od 16. do 22. oktobra 2023. godine, analizirane su informativne emisije sedam crnogorskih televizijskih programa sa nacionalnim pokrivanjem, na osnovu čega je objavljena Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Nedelje ponosa“ - oktobar 2023. godine.<sup>84</sup>

Tokom sedam dana posmatrano je 49 informativnih emisija, prosječnog trajanja 34 minuta. U 10, od posmatranih 49 emisija, emitovano je 13 priloga vezanih za održavanje Parade ponosa ili na temu prava LGBTIQ zajednice. Ukupno trajanje svih 13 priloga iznosilo je 35 minuta (2072 sekunde). Upoređujući sa podacima prikupljenim u vrijeme održavanja Parade ponosa 2021.g. („Ljubav, ljudi“, 16.10.2021), prosječna količina informacija objavljenih 2023.g. u centralnim informativnim emisijama je manja za 3%, dok je u vrijeme održavanja Parade ponosa 2022.g. („Nema više ali“, 8.10.2022) taj procenat iznosio znatno više, čak 48%.



Informacije u centralnim informativnim emisijama po godinama (prosjeak, sekunde)

Statistički posmatrano 87% informacija je objavljeno na sam dan održavanja Parade ponosa (21.oktobar). Tokom četiri dana obilježavanja „Nedelje ponosa“, u posmatranim centralnim informativnim emisijama nije bilo informacija o ovom događaju ili pravima LGBTIQ osoba, generalno.

Posmatrajući po emiterima, najviše objavljenih informacija je imala Televizija E, u čijem programu je objavljeno oko 51% svih informacija. U posmatranom periodu, u centralnim informativnim emisijama Prva TV nije bilo informacija posvećenih ovoj temi.

Prilozi su većinom bili informativnog karaktera. Određeni broj priloga imao je zastupajući karakter i to u pozitivnom tonu. Tema je uobičajeno predstavljana uz učešće sagovornika, uglavnom predstavnika LGBTIQ zajednice ili nevladinih organizacija, ali i političkih predstavnika.

Posmatrajući opšti ton izvještavanja, deset priloga karakterisalo je neutralno izvještavanje. Pozitivan ton u odnosu na održavanje Parade ponosa imalo je tri priloga, dok negativan ton izvještavanja nije zabilježen tokom analiziranog perioda. Obzirom na cjelokupni društveni i politički kontekst, kao i veliko interesovanje javnosti za druge aktuelne teme u ovom periodu, analiza je pokazala da mediji nijesu stavili fokus na pitanja koja se tiču LGBTIQ zajednice.

#### 2.10.4.5. Analiza prisustva rodni stereotipa u televizijskom oglašavanju

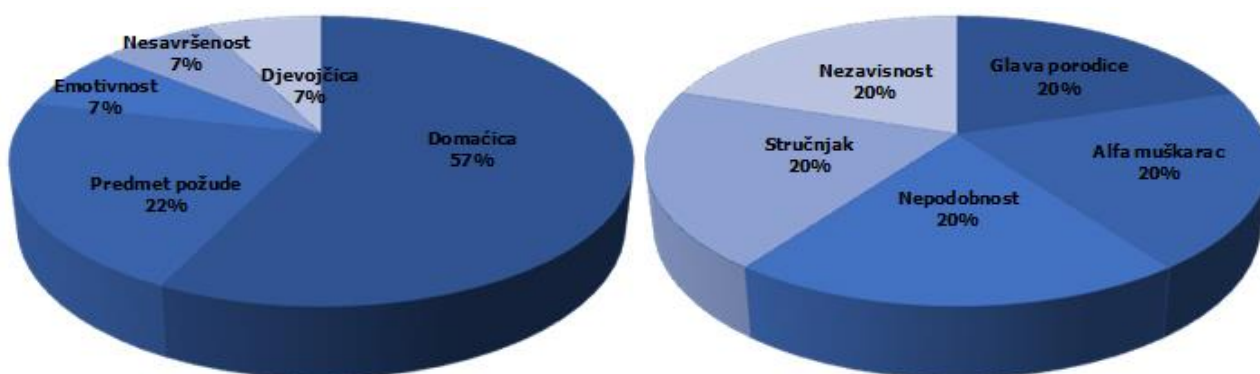
Rodni stereotipi predstavljaju unaprijed formirane ideje i stavove, koji muškarcima i ženama dodjeljuju atribute i uloge određene i ograničene njihovim polom. Oni, saglasno opštim

<sup>84</sup> Analiza televizijskog izvještavanja tokom Nedelje ponosa (Akt br. 02-2231 od 15.12.2023.godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/12/Analiza-televizijskog-izvjestavanja-tokom-Nedelje-ponosa-2023.pdf>)

zaključcima, mogu podsticati rodnu diskriminaciju i predstavljati ozbiljnu prepreku u postizanju stvarne ravnopravnosti polova.

Upravo zato Agencija je sprovedla Analizu prisustva rodni stereotipa u televizijskom oglašavanju<sup>85</sup>. Analiza je sprovedena na osnovu Metodologije za analizu oglasnog sadržaja koju je uradilo Audiovizuelno vijeće Andaluzije (Consejo Audiovisual de Andalucía - CAA). Prisustvo rodni stereotipa u televizijskom oglašavanju praćeno je, po istoj metodologiji, i 2018. godine<sup>86</sup>.

Analiza je pokazala da svaki treći televizijski oglas ima poruku sa rodni stereotipom, te da je u odnosu na 2018. godinu povećano njihovo ućeće u oglasima. Takođe, utvrđeno je da se žene, kao pojedinačni likovi ili grupe žena, značajno češće javljaju kao glavni likovi u posmatranim oglasima u odnosu na muškarce. Nadalje, oglašivači se uglavnom nijesu obraćali ciljnoj grupi ni muškarcima, ni ženama. To je promjena u odnosu na 2018. godinu, kada je evidentirano da se muškarcima obraćaju oglasni sadržaji vezani za automobilsku industriju, energiju i zabavu, dok su se ženama obraćali oglasni sadržaji vezani za proizvode za domaćinstvo, ljepotu i ličnu higijenu.



Učestalost ženskih i muških stereotipa (broj stereotipa; procenat)

Zabilježen je značajno veći broj stereotipa vezanih za žene u odnosu na stereotipe vezane za muškarce (14:5). Takođe, u odnosu na 2018. godinu evidentno je više tipova kako muških, tako i ženskih stereotipa.



Učestalost ženskih i muških stereotipa (broj stereotipa; procenat)

Stereotipi koji se odnose na žene su prvenstveno vezani za njihovu društvenu ulogu („Domaćica" i „Djevojčica") i fizički izgled („Predmet požude" i „Nesavršenost"). Registrovan je i jedan oglasni sadržaj kojim se prikazuju osobine koje se tradicionalno vezuju za žene, u vidu stereotipa „Emotivnost".

<sup>85</sup> Analiza prisustva rodni stereotipa u televizijskom oglašavanju (Akt br. 02-2295 od 28.12.2023. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/12/Analiza-prisustva-rodni-stereotipa-u-televizijskom-oglasavanju-28.12.2023-02-2295.pdf>)

<sup>86</sup> Analiza prisustva rodni stereotipa u televizijskom oglašavanju (Akt br. 02-1904 od 21.09.2018. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2018/09/Analiza-prisustva-rodni-stereotipa-u-televizijskim-ogla%C5%A1avanju-21.09.2018.pdf>)

Stereotipi koji se odnose na muškarce su vezani za njihovu društvenu ulogu („Glava porodice”, „Stručnjak”, „Alfa muškarac” i „Nezavisnost”), kao i jedan koji se odnosi na ulogu u domaćinstvu „Nepodobnost”.

Analizom je uočen i trend da se u oglasnim sadržajima koji sadrže stereotipe žene kao domaćice, muškarci istovremeno prikazuju u stereotipnim ulogama stručnjaka, nezavisnog ili čak nespretnog muškarca.

#### 2.10.4.6. Komercijalne AVM komunikacije

Komercijalna audiovizuelna komunikacija može biti u obliku oglašavanja (uključujući telešoping), sponzorstva i plasmana proizvoda. Zabrana aktivnosti u vezi sa pružanjem komercijalnih audiovizuelnih komunikacija podrazumijeva da su zabranjene prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije. Komercijalne komunikacije moraju da budu u saglasnosti sa zakonom i ne smiju da utiču na uređivačku politiku pružalaca medijskih usluga. One posebno ne smiju da budu prikrivene, prevarne ili obmanjujuće, a kršenje ovog standarda se smatra posebno ozbiljnim ako je urađeno u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu.

Nezavisno od toga da li je pokrenut na osnovu prigovora ili po službenoj dužnosti, približno 25% ukupnog broja pokrenutih postupaka tokom godine se vodi zbog kršenja standarda oglašavanja vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije. Ovi postupci se odnose na maksimalno dozvoljenu kvotu oglasa u programu, prikriveno i prevarno oglašavanje, nedozvoljeno sponzorstvo, oglašavanje u informativnim emisijama i sl. Tokom 2023. godine 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 prikrivenog ili prevarnog oglašavanja. I dalje je prisutan trend rasta komercijalnih audiovizuelnih komunikacija koje podrazumijevaju da promotivni element bude integrisan u urednički sadržaj, odnosno postavljen u kontekst uredničkog sadržaja.

Bilježi se značajan trend porasta sponzoriranih sadržaja. Sponzorisane bi moralo biti ograničeno na upućivanje (prikazivanje, pominjanje) na sponzora (naziv ili oznaku) 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 komunikaciju.

Saglasno Zakonu o elektronskim medijima Na emitere u Crnoj Gori se primjenjuje kvota od 20% oglasa na sat emitovanog programa za komercijalne emitere, odnosno 15% oglasa na sat emitovanog programa za javne i neprofitne emitere.

Izuzetno, saglasno Zakonu o nacionalnom javnom emiteru Radio i televizija Crne Gore iz jula 2020. godine (koji je u tom dijelu usaglašen sa Direktivom o AVM uslugama), 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. Dosadašnja primjena pravila koje propisuje Direktiva o AVM uslugama, pokazuje da nije došlo do koncentracije oglasnog sadržaja u pojedinim periodima. Televizija Crne Gore je, generalno, zadržala raspored oglasnog sadržaja po satu emitovanog programa.

#### 2.10.4.7. Ispitivanje navika i stavova slušalaca i/ili gledalaca televizijskog i radijskog sadržaja u Crnoj Gori

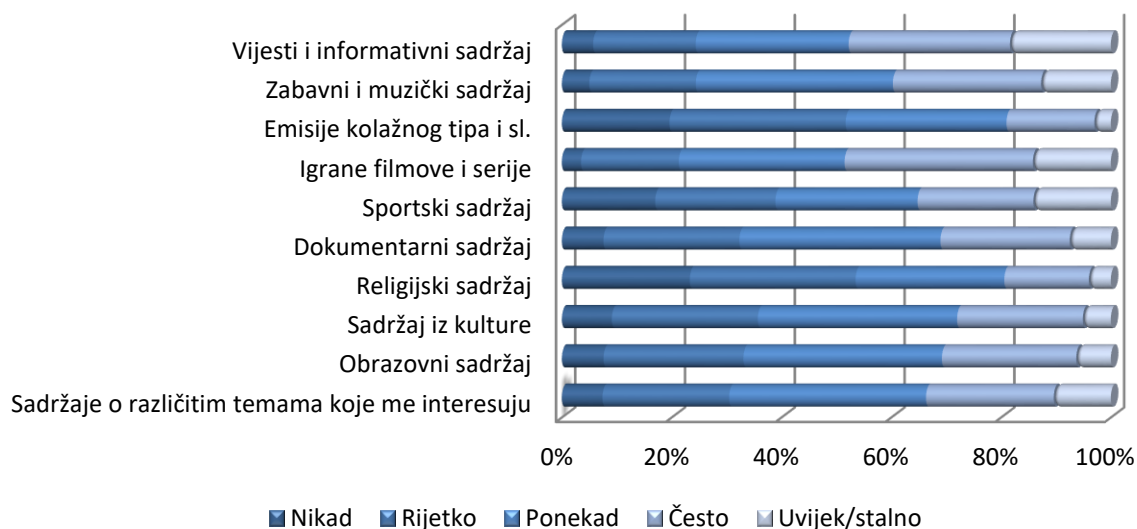
Istraživanje televizijskog i radijskog tržišta u Crnoj Gori, odnosno ispitivanje navika i stavova slušalaca i/ili gledalaca, sprovedeno za potrebe Agencije, imalo je za cilj ostvarivanje uvida u trenutnu ulogu i poziciju medija, kao i modele konzumacije medija.

Cilj ovog istraživanja bio je dobijanje relevantnih podataka o pristupu i korišćenju medija i informaciono - komunikacionih tehnologija od strane odraslih, kao i podataka o njihovom znanju o medijima, te preferencijama pratilaca televizijskog i radijskog programa u pogledu medijskog sadržaja. Istraživanje pruža odgovore na pitanja kakav je odnos publike prema određenoj grupi medija, koje karakteristike medija publika prepoznaje kao odraz kvaliteta, na osnovu čega publika bira programe, kako publika ocjenjuje sadržaje medija, za koje sadržaje



se smatra da su dovoljno zastupljeni/nezastupljeni u programima medija, preferencije publike u odnosu na pokrivanje medija (nacionalni/regionalni/lokalni) i generalno - da li programi medija zadovoljavaju potrebe publike.

Najveći broj ispitanika konzumira medijske sadržaje 1-3 sata svakog dana. Medijske sadržaje najmanje konzumiraju zaposleni, a najviše penzioneri. Ispitanici sa srednjom školom konzumiraju više medijskih sadržaja od ispitanika sa visokim obrazovanjem. Ispitanici sa najvećim prihodima troše najmanje vremena na konzumiranje medijskih sadržaja.

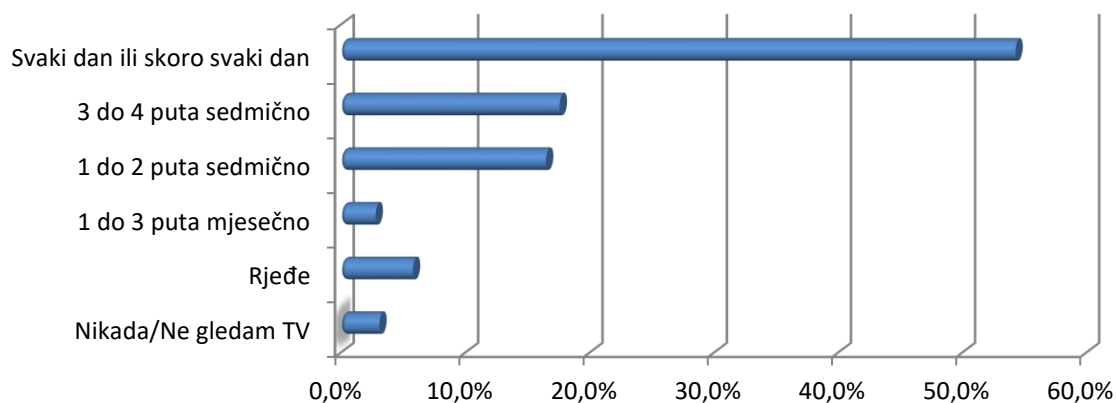


#### Učestalost praćenja medijskih sadržaja

Često ili uvijek se prate: igrani filmovi i serije, vijesti i informativni i zabavni i muzički sadržaji. Najmanje praćeni (rijetko ili nikad) izdvajaju se religijski sadržaji i emisije kolažnog tipa. Sport, vijesti i informativne sadržaje više prati muška populacija. Igrani filmovi i serije, kao i zabavni i muzički sadržaji su najviše praćeni kod učenika/studenata; vijesti i informativni sadržaj kod penzionera, a sport kod zaposlenih.

Najznačajniji medijski sadržaj obuhvataju teme iz Crne Gore i lokalne teme. Teme iz Crne Gore i regiona imaju najveći značaj kod penzionera, dok najmanji značaj imaju kod učenika/studenata. Ispitanici iz sjevernog regiona daju veći značaj lokalnim temama od ispitanika druga dva regiona.

Ispitanici najčešće pristupaju medijskom sadržaju preko TV uređaja i smartphone-a. Starije stanovništvo češće koristi TV uređaj za pristup medijskom sadržaju, dok smartphone i računare/lap top/tablet najviše koristi mlađa populacija. TV češće koriste ispitanici sa nižim nivoima obrazovanja i iz ruralnih područja, dok smartphone i računar/lap top/tablet češće koriste ispitanici sa višim nivoima obrazovanja i iz urbanih sredina. U sjevernom regionu češće koriste pristup preko TV-a, južnog regiona preko smartphone-a, dok ispitanici u centralnom regionu češće od drugih koriste računar/lap top/tablet.

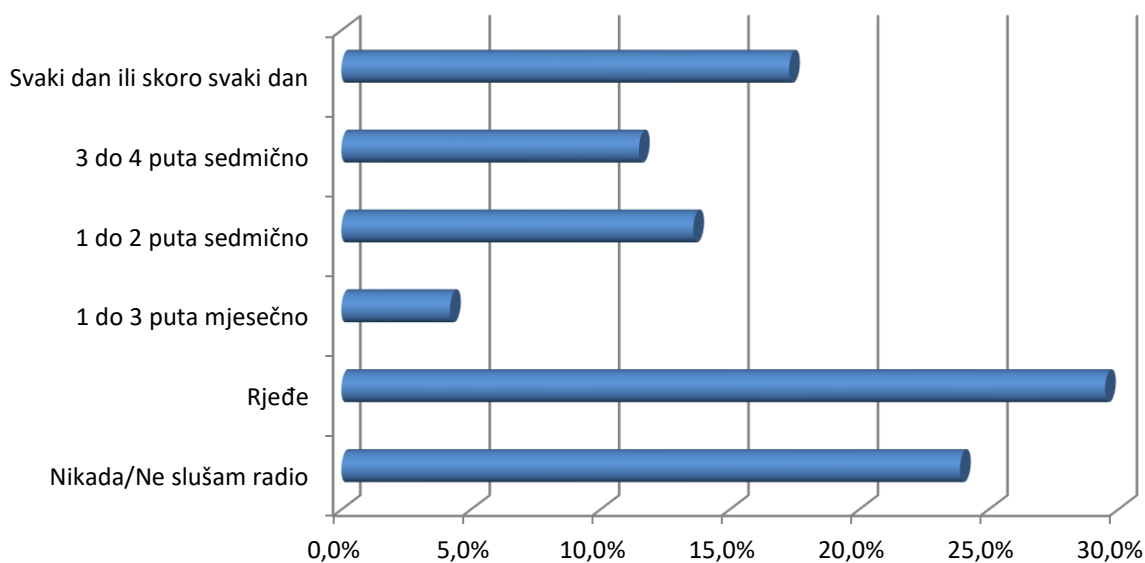


#### Učestalost gledanja

Televiziju gleda 96,9% ispitanika, dok više od pola ispitanika (54,3%) gleda TV program svaki ili skoro svaki dan. Što su ispitanici stariji raste učestalost praćenja TV, dok učenici/studenti rjeđe gledaju TV. Ispitanici sa SSS, najmanjim mjesečnim prihodima najčešće prate TV, dok ispitanici sa najvišom završenom školom (magistraturom ili doktoratom) najmanje gledaju TV. Naveći broj ispitanika (82,4%) TV program najčešće (često ili uvijek) prati preko kablovske televizije, dok free to air – besplatnu televiziju najčešće koristi svega 10,7% ispitanika.

Najgledaniji su TV programi iz Crne Gore koje najčešće (često ili uvijek) prati 58,1% ispitanika. Starije stanovništvo češće prati domaće TV programe i iz regiona, dok strane TV programe češće gledaju ispitanici srednje starosne dobi (35-44 godine), zaposleni i učenici/studenti. Domaći TV programi su gledaniji u sjevernom regionu, dok su TV iz regiona i strani TV programi gledaniji u centralnom regionu i urbanim naseljima.

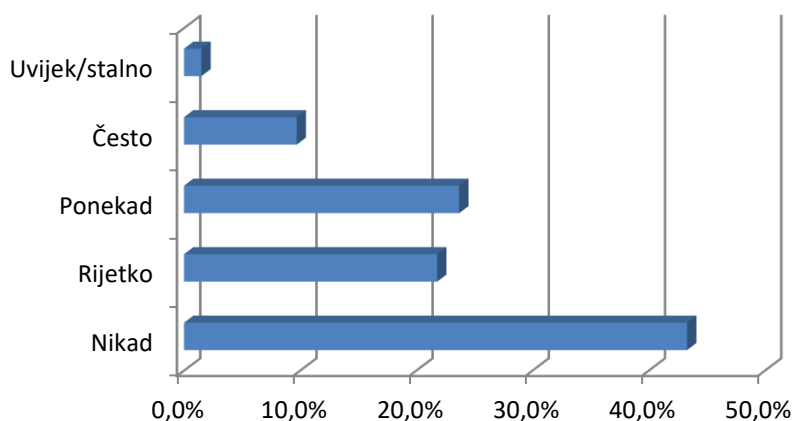
Kada su u pitanju radijski emiteri, izvještaj je pokazao sljedeće rezultate:



Učestalost slušanja

Radio sluša 76,1% ispitanika, od čega samo 17,3% sluša radijski program svaki ili skoro svaki dan. Radio najčešće slušaju ispitanici srednje starosne dobi i jedan dio mladog stanovništva tj. populacija između 25-45 godina, kao i domaćice i zaposleni. Ispitanici sa višom školom, ispitanici sa srednjim nivoom mjesečnih prihoda, kao i ispitanici centralnog regiona češće slušaju radio od drugih. Najveći broj ispitanika najčešće (često ili uvijek) prati radio preko FM prijemnika (64,0%), dok se „online stream” znatno manje koristi (20,0%).

Na radijskim programima javnih emitera ispitanici češće (uvijek ili često) prate zabavne emisije i informativne programe. Tematske emisije na razne teme češće prate stariji slušaoci. Penzioneri nešto više od drugih prate sportske prenose u sklopu radijskih programa javnih emitera. Ispitanici sa srednjim nivoom prihoda, češće od ostalih, prate sve vrste sadržaja.



Izloženost neprimjerenom sadržaju

Neprimjerenom sadržaju u okviru programa, u toku tri mjeseca prije sprovođenja istraživanja, bilo je izloženo 56,7% pratilaca radio i TV programa. Četvrtina ispitanika (25,6%) je navela da zna kako da prijavi neprimjereni sadržaj na radiju ili TV. Svega 7% ispitanika koji su u protekla tri mjeseca bili izloženi neprimjerenom sadržaju je izjavilo da je prijavilo pojavu neprimjerenih sadržaja. Kao institucije/organizacije kojima su se obratili ispitanici su navodili: Agenciju za elektronske medije, televizije, novine, inspekciju i policiju.

#### 2.10.4.8. Istraživanje o jeziku i jezičkim pravilima u televizijskim programima

Saglasno Pravilniku o programskim standardima, emiter je obavezan da se stara o jeziku koji se koristi u javnoj sferi, o njegovoj etičkoj i političkoj korektnosti, ali i o gramatičkoj ispravnosti. Gramatička ispravnost jezika u emitovanim programima je obavezan standard, izuzev ako je riječ o igranom programu u kojem takvo izražavanje ima dramaturško opravdanje. Psovke, pogrdni izrazi i druge vrste vulgarnosti i žargonski govor u informativnom, obrazovnom i sličnim programima su zabranjeni i mogu se koristiti samo u odgovarajućem edukativnom ili umjetničkom kontekstu. Naročito su javni emiteri dužni da obezbijede opšti kvalitet izražavanja spikera i novinara. Nacionalni javni emiteri su dužni da obezbijede da programski sadržaji prije emitovanja prođu kontrolu profesionalnog lektora.

Imajući u vidu navedeno, Agencija je angažovala agenciju „Lektura“ kako bi sprovela višemjesečno analiziranje sadržaja emitovanog na nacionalnim televizijskim programima u Crnoj Gori, nakon čega je objavljen izvještaj o upotrebi jezika i jezičkim pravilima u televizijskim programima. Time je skrenuta pažnja na značaj gramatičke ispravnosti jezika u programima televizijskih emitera.

Analiza je pokazala da se uglavnom ne vodi dovoljno računa o jezičkoj normi što se ogleda kroz gramatičke greške, upotrebu neadekvatnih izraza i, uopšteno, neadekvatnog jezičkog stila. Ova odstupanja ukazuju na potrebu za većom pažnjom prema jezičkoj normi u televizijskim emisijama kako bi se očuvala jezička preciznost, jasnoća i kulturna autentičnost.

“**Poštalice** se javljaju iz potrebe da govor bude tečan, da se preduprijedi nepoželjno ćutanje ili ostavi utisak na slušaoc/sagovornike.

“**Poštalice** su glasovi, riječi i izrazi koje govornik ponavlja, uglavnom nesvjesno, kada popunjava pauzu u govoru koja nastaje kao posljedica oklijevanja, traženja riječi, zbunjenosti, treme i dr.

To je najčešće otegnuti samoglasnik koji čujemo kao glas između A i E, zatim otegnuto M, ali čuju se i: „znači“, „znate“, „zapravo“, „ovaj“, „onaj“, „dakle“, „mislim“, „na izvjestan način“, „na neki način“, „negdje“ i dr.



Nalog Agencije na Instagram-u:

[https://www.instagram.com/p/Cwz8BySo\\_A7/?igsh=ZThuM2k3MzQ2Y2ls&img\\_index=4](https://www.instagram.com/p/Cwz8BySo_A7/?igsh=ZThuM2k3MzQ2Y2ls&img_index=4)

Istraživanje ukazuje na to da nemar prema jeziku, koji je ne samo sredstvo komunikacije, već i nosilac kulture i identiteta, može dovesti do postepenog gubljenja kulturne autentičnosti i jezičke raznolikosti. Stoga je izgradnja jezičke kulture zajednička odgovornost svih.

S tim u vezi, poštovanje jezičke norme u medijima nije isključivo odgovornost novinara, već zahtijeva saradnju i podršku cijelog medijskog sistema, uključujući urednike, vlasnike medija, obrazovne institucije i društvo u cjelini. Postavlja se pitanje o načinima unapređenja govorne kulture u medijima. Prvi korak treba da bude uspostavljanje lektorske službe. Ova inicijativa bi doprinijela unapređenju kvaliteta medijskog sadržaja i nesmetanoj primjeni jezičke norme.

Uspostavljanje lektorske službe može poslati značajnu poruku o važnosti jezičke norme i kulturnog identiteta u Crnoj Gori.

## 2.11. Izrečene upravno-nadzorne mjere

U 2023. 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 izbornih kampanja za izbor predsjednika Crne Gore, poslanika Skupštine Crne Gore i odbornika u Skupštini opštine Tuzi, kao i zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje programa.

U toku 2023. godine, Agencija je izrekla 220 upozorenja, od čega 177 po službenoj dužnosti i 43 po osnovu prigovora.

Na prvostepena rješenja o izricanju tih upozorenja ili druga akta kojima su utvrđena prava i obaveze pružalaca AVM usluga, podneseno je 14 žalbi i to:

- jedna žalba u postupku po prigovoru na rad emitera,
- 13 žalbi u postupcima pokrenutim po službenoj dužnosti prema emiterima.

Savjet Agencije je, kao neosnovane, odbio 11 žalbi<sup>87</sup>, a tri je usvojio<sup>88</sup>.

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

### 2.11.1. Prigovori na rad emitera

U periodu od 1. januara do 31. decembra 2023. godine, Agenciji za elektronske medije je dostavljen 81 prigovor na rad emitera sljedećih televizijskih i radijskih programa:

- „Prvi program RTCG“ (TVCG1) - 13 prigovora,
- „Drugi program RTCG“ (TVCG2) - jedan prigovor,
- „Gradska TV“ - 13 prigovora,
- „TV Nikšić“ - devet prigovora,
- „TV Vijesti“ - dva prigovora,
- „TV Nova M“ - jedan prigovor,
- „TV Prva“ - 28 prigovora,
- „TV Adria“ - dva prigovora,
- „Radio Antena M“ - jedan prigovor,
- „Radio Elmag“ - jedan prigovor,
- „EL radio“ - jedan prigovor,
- „TV Budva“ - četiri prigovora,
- „TV E“ - dva prigovora i
- „TV Pljevlja“ - tri prigovora.

U prvostepenom postupku, odbijeno je 39 prigovora, prihvaćena su 42 prigovora i izrečeno isto toliko upozorenja.

Upozorenja emiterima, izdata po podnesenim prigovorima, odnose se na kršenje:

- odredbi o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama<sup>89</sup> (označavanje, raspoređivanje i/ili trajanje oglašavanja, zabrana prikrivenog oglašavanja, pravila vezana za sponzorisanu sadržaje ...) - 26 upozorenja.
- programskih standarda u elektronskim medijima<sup>90</sup> (zaštita maloljetnika, poštovanje dostojanstva i privatnosti, uvredljivi jezik i govor mržnje, standardi vezani za proizvodnju informativnog programa, upotreba jezika, označavanje repriziranih sadržaja i arhivskih materijala) - 14 upozorenja.

<sup>87</sup> Rješenja Savjeta Agencije br. 01-132/2 od 10.02.2023.g.; 01-142/2 od 10.02.2023.g.; 01-121/5 od 23.02.2023.g.; 01-537/5 od 19.04.2023.g.; 01-599/5 od 19.04.2023.g.; 01-1165/5 od 17.07.2023.g.; 01-1502/2 od 10.07.2023.g.; 01-1503/2 od 10.08.2023.g.; 01-1669/2 od 21.08.2023.g.; 01-1681/2 od 21.08.2023.g.; 01-1596/6 od 12.09.2023.g.

<sup>88</sup> Rješenja Savjeta Agencije br. UP II 01-043/24-1/1. UP II 01-043/24-1/2 I UP II 01-043/24-1/3 od 26.01.2024.g.

<sup>89</sup> Čl. 85, 88, 89, 95 i 96 Zakona o elektronskim medijima i čl. 13, 37, 43, 48, 58, 61, 64 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama i/ili član 21 stav 3 Zakona o nacionalnom javnom emiteru Radio Televizija Crne Gore.

<sup>90</sup> Član 55 Zakona o elektronskim medijima, čl. 7, 8, 11 st.1, 12 st.3, 17 st. 3, 22 st.2, 24 st. 3, 38 i čl. 45 st. 1 i st. 2 Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima.

- Zakona o autorskom i srodnim pravima - dva upozorenja .

Što se tiče odbijenih prigovora najveći broj je odbijen kao neosnovan (33 prigovora), dok su dva odbijena zbog nenadležnosti, a četiri prigovora su 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 je podnijeta jedna žalba na prvostepeno rješenje, koja je odbijena kao neosnovana<sup>91</sup>.

### 2.11.2. Prigovori na rad pružalaca AVM usluga na zahtjev

Agenciji za elektronske medije su u toku 2023. godine dostavljena su dva prigovora na rad kablovskih operatora. Jedan prigovor je odbijen kao nepotpun, a jedan je usvojen i izrečeno upozorenje zbog omogućavanja emitovanja sadržaja pravnog lica „Sputnik“ odnosno sa njim povezanih licima (kršenje člana 7d Odluke Vlade Crne Gore o uvođenju međunarodnih restriktivnih mjera utvrđenih odlukama Savjeta Evropske Unije, s obzirom na djelovanja Ruske Federacije kojima se destabilizuje situacija u Ukrajini).

### 2.11.3. Postupci po službenoj dužnosti - emiteri

U 2023. godini Agencija je pokrenula 201 postupaka protiv emitera po službenoj dužnosti i izrekla 177 upozorenja. U četiri slučaja postupak je obustavljen jer su emiteri otklonili uočene nepravilnosti u ostavljenom roku, 10 postupaka je okončano izmjenama odobrenja za emitovanje<sup>92</sup>, na osnovu dostavljenih zahtjeva za značajnu promjenu programske strukture. Pored toga, četiri postupka su okončana privremenim oduzimanjem odobrenja za emitovanje<sup>93</sup>, dok je pet okončano rješenjem o trajnom oduzimanju odobrenja<sup>94</sup>, a jedan postupak je okončan u 2024. godini. Zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje, Agencija je izrekla 45 upozorenja.

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

- 37 upozorenja zbog nepoštovanja programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje<sup>95</sup>.
- 11 upozorenja zbog kršenja standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije. Najveći broj upozorenja (sedam) 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. Četiri upozorenja je izrečeno zbog prekoračenja maksimalne dozvoljene dužine trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa.
- 13 upozorenja zbog kršenja programskih standarda u elektronskim medijima i Zakona o medijima<sup>96</sup> (zaštita maloljetnika, poštovanje dostojanstva i privatnosti, uvredljivi jezik i govor mržnje, standardi vezani za proizvodnju informativnog programa, upotreba jezika, označavanje repriziranih sadržaja i arhivskih materijala, čuvanje snimaka emitovanog programa).
- 54 upozorenja zbog kršenja standarda u vezi sa predizbornim kampanjama za lokalne izbore u Opštini Tuzi, te parlamentarne i predsjedničke izbore<sup>97</sup> i to:
  - jedno upozorenje u vezi sa kampanjom za izbore za odbornike za Skupštinu opštine Tuzi, koji su održani 3. marta 2023. godine, a odnosilo se na kršenja pravila za raspoređivanje oglasa u odnosu na dječje sadržaje,
  - 34 upozorenja u vezi sa kampanjom za predsjedničke izbore, koji su održani 17. marta (prvi krug) i 2. aprila 2023. godine (drugi krug). Od toga, 14 se odnosilo na zaštitu maloljetnika, odnosno zloupotrebu maloljetnika u političke svrhe i kršenje pravila vezana za raspoređivanje oglasa u odnosu na dječje sadržaje

<sup>91</sup> Rješenja Savjeta Agencije br. 01-1596/6 od 12.09.2023.g.

<sup>92</sup> Vidi dio izvještaja o izmjenama odobrenja za emitovanje zbog značajne izmjene programske strukture.

<sup>93</sup> Rješenja AEM br. 02-1165/2 od 13.06.2023.g. (Jadran TV), 02-2273, 02-2274 i 02-2275 od 25.12.2023.g. (TV MNE1, TV MNE2 i TV MNE3)

<sup>94</sup> Rješenja AEM br. 02-121 od 20.01.2023.g. (TV Sun), 02-79/1 od 01.02.2023.g. (Radio Jadran), 02-88/1 od 13.03.2023.g. (Radio Kolašin), 02-1319/2 od 29.06.2023.g. (A Plus radio) i 02-1506/3 od 04.08.2023.g. (TV Jadran).

<sup>95</sup> čl. 56, 57, 58 i 59 Zakona o elektronskim medijima, čl. 23 stav 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje, Član 11 Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom.

<sup>96</sup> čl. 55 st. 1 i 7 Zakona o elektronskim medijima, član 56 Zakona o medijima i čl. 23 stav 3, 23a do 25 i 39 stav 1 Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima.

<sup>97</sup> Pravilnik o programskim standardima u elektronskim medijima, Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom izbora za predsjednika Crne Gore, Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za prevrijemene izbore za poslanike Skupštine Crne Gore i Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbor odbornika u Skupštini Opštine Tuzi.

- 19 upozorenja u vezi sa kampanjom za izbor poslanika Skupštine Crne Gore, koji su održani 11. juna 2023. godine. Od toga, tri su se odnosila na zaštitu maloljetnika, odnosno zloupotrebu maloljetnika u političke svrhe i kršenja pravila vezana za raspoređivanje oglasa u odnosu na dječje sadržaje.
- 14 upozorenja zbog kršenja obaveza ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača<sup>98</sup>.
- dva upozorenja zbog kršenja obaveze dostavljanja podataka o vlasničkoj strukturi.
- jedno upozorenje zbog kršenja Odluke Vlade o uvođenju međunarodnih restriktivnih mjera<sup>99</sup>.

U drugostepenom postupku, Savjetu je podneseno osam žalbi na prvostepena rješenja kojima je Agencija izrekla upozorenja emiterima po službenoj dužnosti. Svih osam žalbi su odbijene kao neosnovane. Tri žalbe izjavljene na rješenja kojim su izrečene upravno nadzorne mjere privremeno oduzimanje odborenja su usvojene, rješenja su poništena i predmeti vraćeni prvostepenom organu na ponovno odlučivanje,<sup>100</sup> dok su dvije žalbe izjavljene na rješenja o oduzimanju odobrenja odbijene kao neosnovane.

#### 2.11.4. Postupci po službenoj dužnosti - pružaoci AVM usluga na zahtjev

U 2023. godini Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula četiri postupka protiv pružaoca AVM usluga na zahtjev i izrekla jedno upozorenje, 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 26a st. 1 i st.2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev.

Preostala tri postupka, koja su pokrenuta po službenoj dužnosti su obustavljena jer su pružaoci AVM usluga na zahtjev otklonili uočene nepravilnosti, od čega je jedan postupak okončan donošenjem Odluke o izmjeni i dopuni Odobrenja za pružanje AVM usluge na zahtjev<sup>101</sup>.

#### 2.11.5. Mjere ograničavanja reemitovanja stranih programa

Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 26. jula 2023. godine, donio odluku<sup>102</sup> da do prestanka važenja/ukidanja mjera uvedenih Odlukom Vlade Crne Gore o uvođenju međunarodnih restriktivnih mjera ograniči reemitovanje programskih sadržaja „Dok anđeli spavaju“ i „Miljanov kornier-Sputnjik sport“ koji se emituju u okviru programa „Koreni“, koji je dostupan kroz AVM uslugu na zahtjev „M-tel“, čiji je pružalac privredno društvo „Mtel“ d.o.o. iz Podgorice.

Razlog za ovu odluku je to što je emiter emitovanjem spornih programskih sadržaja omogućio reemitovanje sadržaja lica protiv kojeg su uvedene međunarodne restriktivne mjere i što je pružalac AVM usluge omogućio distribuciju takvih sadržaja na teritoriji Crne Gore, čime je prekršen član 16 Zakona o međunarodnim restriktivnim mjerama i član 7d Odluke Vlade Crne Gore o uvođenju međunarodnih restriktivnih mjera utvrđenih odlukama Savjeta Evropske Unije, s obzirom na djelovanja Ruske Federacije kojima se destabilizuje situacija u Ukrajini.

## 2.12. Međunarodne restriktivne mjere

Imajući u vidu odredbe člana 16 Zakona o međunarodnim međunarodnim restriktivnim mjerama<sup>103</sup> i člana 29 Odluke Vlade Crne Gore o uvođenju međunarodnih restriktivnih mjera utvrđenih odlukama Savjeta Evropske Unije, s obzirom na djelovanja Ruske Federacije kojima se destabilizuje situacija u Ukrajini<sup>104</sup>, Savjet Agencije za elektronske medije je uputio dopise svim emiterima i operatorima u Crnoj Gori kojim ih je pozvao da bez odlaganja iz ponude

<sup>98</sup> Član 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela i član 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača.

<sup>99</sup> Rješenje Agencije 02-1783/2 Od 29.09.2023.g.

<sup>100</sup> U januaru 2024. godine, u ponovljenim postupcima, izrečena su upozorenja emiterima i dat nalog da otklone kršenja uslova iz odobrenja (plaćanje naknade).

<sup>101</sup> Akt Agencija broj 02-1895/5 od 10.10.2023.g.

<sup>102</sup> Rješenje Savjeta Agencije br. 01-1485/4 od 26.07.2023.g.

<sup>103</sup> „Sl. list CG“, br. 56/18 i 72/19.

<sup>104</sup> „Sl. list CG“, br. 79/23.

isključivo programe ili sadržaje pravnih lica, subjekata ili tijela koja su predmet odluke, odnosno suspenduju bilo kakav aranžman za prenos i distribuciju njihovih sadržaja<sup>105</sup>.

S tim u vezi, Agencija je u 2023. godini pokrenula postupak za utvrđivanje odgovornosti za kršenje uvedenih međunarodnih restriktivnih mjera protiv jednog pružaoca AVM usluge na zahtjev i izrekla mjeru privremenog ograničenja reemitovanja programskog sadržaja do prestanka važenja/ukidanja mjera uvedenih Odlukom Vlade (vidi *Mjere ograničavanja reemitovanja stranih programa* u prethodnom tekstu).

Jednom emiteru je izrečeno upozorenje emitovanja sadržaja pravnog lica „Sputnik“<sup>106</sup>. Takođe, Agencija je donijela tri rješenja o izmjeni odobrenja, kojim se iz ponude kablovskih operatera isključuju programi koji su predmet odluke, kao i programi povezanih lica<sup>107</sup> obuhvaćenih Odlukom Vlade.

## 2.13. Aktivnosti za poboljšanje naplate potraživanja

### 2.13.1. Upozorenja i privremeno oduzimanje odobrenja

Zbog kašnjenja u izmirivanju obaveza po osnovu plaćanja godišnje naknade za emitovanje Agencija je u tri navrata (23. januara, 20. juna i 1. avgusta 2023. godine) izrekla 45 upozorenja. S obzirom da ni nakon izrečenih upozorenja nije izmirio obaveze po osnovu naknada za emitovanje programa, Agencija je jednom emiteru izrekla mjere privremenog oduzimanja tri odobrenja. U postupku po žalbama na izrečene mjere, Savjet Agencije je donesena rješenja poništio i predmete vratio prvostepenom organu na ponovno odlučivanje.

### 2.13.2. Prinudna naplata

U toku 2023. godine, Agencija je posredstvom javnih izvršitelja pokrenula osam postupaka prinudne naplate<sup>108</sup> zaostalih dugovanja emitera (uključujući i ranije emitere) po osnovu izdatih odobrenja za emitovanje i to:

Dužnik	Identifikacioni znak	Dug (€)	Predlog za izvršenje	Rješenje o izvršenju
„Šrauba“ d.o.o.	Radio Jadran	2.301,68	02-1062/3 od 21.04.2023.	Iv. br. 233/2023 od 25.04.2023.
„Zen Mater production“ d.o.o.	TV Jadran	13.177,94	02 - 1522 od 26.06.2023.	Iv. br. 442/2023 od 03.07.2022.
„Radio Televizija Mojkovac“ d.o.o.	Radio Mojkovac	481,72	02-1810/1 od 12.09.2023.	Iv. br. 1120/23 od 13.09.2023.
„TDI Radio“ d.o.o.	TDI Radio	3.175,82	02-1816 od 07.09.2023.	Emiter platio dug nakon podnošenja predloga za izvršenje
„Eurogum“ d.o.o.	Radio Star FM	1.415,74	02-1818/1 od 08.09.2023.	Iv. br. 799/2023 od 25.10.2023.
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 1	4.934,00	02-1819/1 od 12.09.2023.	Iv. br. 1952/23 od 20.09.2023.
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 2	4.934,00	02-1820/1 od 12.09.2023.	Iv. br. 1446/23 od 19.09.2023.
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 3	4.933,99	02-1821 od 12.09.2023.	Iv. br. 1889/23 od 14.09.2023.

#### Postupci prinudne naplate vođeni tokom 2023. godine

Pored toga, nastavljena su četiri postupka prinudne naplate potraživanja, pokrenuta u toku 2021. i 2022. godine, protiv:

- „Sun Sun“ d.o.o. (bivši emiter TV „Sun“), osnovni dug u iznosu od 5.573,03 EUR<sup>109</sup>.

<sup>105</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-1968 od 12.10.2023. g.

<sup>106</sup> Rješenje br. 02-1783/2 od 29.09.2023. g.

<sup>107</sup> Rješenja br. 02-1968/2, 02-2001/1 i 02-2014/1 od 09.11.2023. g.

<sup>108</sup> Postupci prinudne naplate pokrenuti saglasno Zakonu o izvršenju i obezbjeđenju ("Sl.list CG", br. 36/11, 28/14, 20/15, 22/17, 76/17, 25/19).

<sup>109</sup> Rješenje o izvršenju Iv. 963/2021 od 17.06.2021.g.

- NVO „Glas Plava“ (bivši emiter „Radio Glas Plava“), osnovni dug u iznosu od 1.536,30 EUR<sup>110</sup>.
- „Agroprodukt“ d.o.o. (bivši emiter „TV APR“), osnovni dug u iznosu od 4.037,30 EUR<sup>111</sup>.
- „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Rožaje“ d.o.o. (emiter „TV Rožaje“), osnovni dug u iznosu od 13.627,69 EUR<sup>112</sup>.

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu postupaka prinudne naplate dugova, vođenih u toku 2023. godine zaključuje se sljedeće:

- dva postupka su obustavljena, zbog otvaranja stečajnog postupka: „Agroprodukt“ d.o.o. (bivši emiter „TV APR“) i „Sun Sun“ d.o.o. (bivši emiter „TV Sun“),
- pet postupaka je obustavljeno jer je plaćen dug u cjelini: „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Rožaje“ d.o.o. („TV Rožaje“), „Šraubica“ d.o.o. („Radio Jadran“), Eurogum“ d.o.o. („Radio Star FM“), „Radio Televizija Mojkovac“ d.o.o. („Radio Mojkovac“) i „TDI Radio“ d.o.o. („TDI Radio“).
- pet postupaka je u toku: „Zen Mater production“ d.o.o. (bivši emiter „TV Jadran“), NVO „Glas Plava“ (bivši emiter Radio „Glas Plava“), „Manix“ d.o.o. („TV MNE Sport 1“), „Manix“ d.o.o. („TV MNE Sport 2“) i „Manix“ d.o.o. („TV MNE Sport 3“).

### 2.13.3. Stečajni postupci

Kako nije bilo moguće izvršiti prinudnu naplatu (zbog nedostatka sredstava na računima izvršnih dužnika – emitera/bivših emitera), u toku 2023. godine su, otvorena dva stečajna postupka po osnovu kojih je Agencija prijavila potraživanja.

Dužnik	Identifikacioni znak	Glavni dug (€)	Stečajni iznos (€)	Status
„Agroprodukt“ d.o.o.	TV APR	6.690,61	8.074,00	Postupak u toku
„Sun Sun“ d.o.o.	TV Sun	34.946,12	35.411,36	Postupak u toku

#### Stečajni postupci otvoreni tokom 2023. godine

Vođena su i tri stečajna postupka, pokrenuta u ranijim godinama protiv: „Topolica“ d.o.o. („Urban Radio“), NVO „Skadar Lake“ („Radio Skadar Lake“) i „Radio Televizija Atlas“ d.o.o. („Atlas Radio“).

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu stečajnih postupaka vođenih u toku 2023. godine, zaključuje se sljedeće:

- dva postupka su obustavljena: „Topolica“ d.o.o.<sup>113</sup>, NVO „Skadar Lake“<sup>114</sup>.
- tri postupka su u toku: „Agroprodukt“ d.o.o. („TV APR“), „Sun Sun“ d.o.o. („TV Sun“) i „Radio Televizija Atlas“ d.o.o. („Atlas Radio“).

<sup>110</sup> Rješenje o izvršenju lv. 1984/2021 od 20.08.2021.g.

<sup>111</sup> Rješenje o izvršenju lv. 740/22 od 24.03.2022.g.

<sup>112</sup> Rješenje o izvršenju lv. 753/22 od 01.04.2022.g.

<sup>113</sup> Rješenje o zaključenju stečajnog postupka St.br. 297/22 od 07.02.2023.g. („Sl.list CG“, br. 19/23, Oglasni dio br. 07/23 od 20.02.2023.g.)

<sup>114</sup> Rješenje o zaključenju stečajnog postupka St.br. 296/22 od 10.04.2023.g. („Sl.list CG“, br. 47/23, Oglasni dio br. 18/23 od 05.05.2023.g.)



### 3.

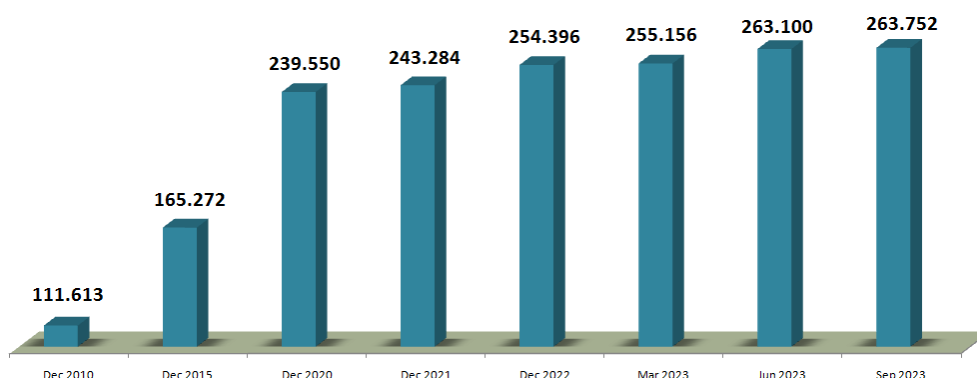
## USLUGE DISTRIBUCIJE PROGRAMA DO KRAJNJIH KORISNIKA

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).

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 radiodifuzije (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 programa (TVCG1, TVCG2 i Parlamentarni program), kao i emiteri TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M i TV Adria. 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. 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 osam izdatih odobrenja: po dva odobrenja za kablovsku, IPTV, DTH i za zemaljsku platformu sa uslovnim pristupom (DVB-T2).

Broj priključaka za distribuciju radio i televizijskog programa putem različitih platformi sa uslovnim pristupom na dan 30. septembar 2023. godine iznosi 263.752. U poređenju sa brojem priključaka na kraju 2022. godine, broj korisnika Pay-TV usluga je veći za 9.356 ili 3,67%.

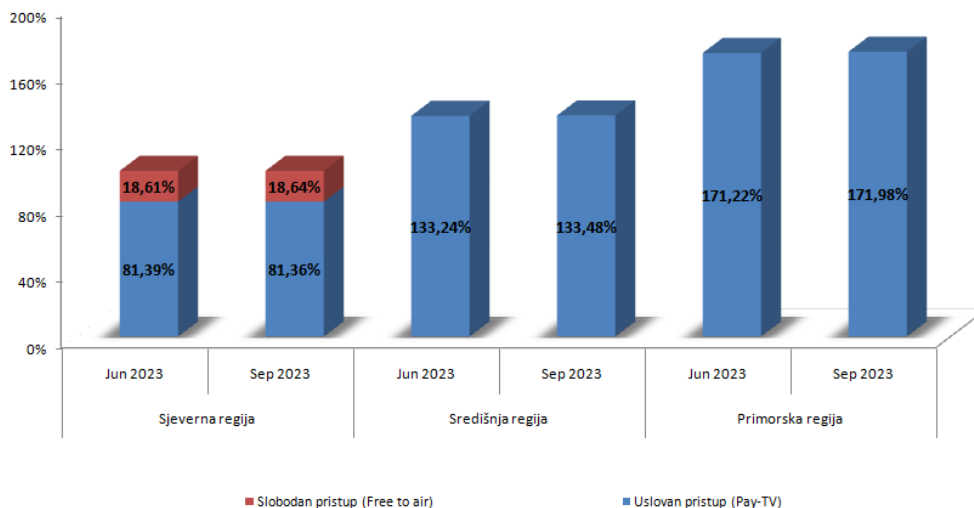


Broj priključaka putem uslovnih platformi (Pay-TV)

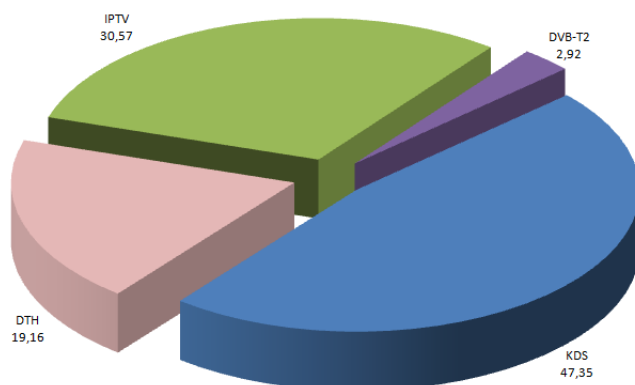
Na kraju trećeg kvartala 2023.godine, ukupan broj priključaka je za 35,40% veći od broja domaćinstava u Crnoj Gori, odnosno broj priključaka koji se odnose na fizička lica je za 29,08% veći od broja domaćinstava. Međutim, podaci o broju priključaka pokazuju da je u Podgorici i nekim primorskim opštinama (Bar, Budva, Herceg Novi, Kotor i Tivat) broj priključaka značajno veći od broja domaćinstava, dok je u većem broju opština u sjevernoj

regiji<sup>115</sup> broj priključaka oko 80,42% u odnosu na broj domaćinstava. Na osnovu navedenog se procjenjuje da približno 10.546 domaćinstava (oko 5,41%) još uvijek gleda samo besplatnu (Free to air) televiziju.

Posmatrajući broj priključaka u odnosu na broj domaćinstava, tražnja je najveća u primorskoj regiji, 171,98%. Navedeno znači da je broj priključaka platformi sa uslovnim pristupom veći od broja domaćinstava u ovoj regiji za 36.455. Slijedi središnja regija sa 133,48%, te sjeverna regija sa 81,36%.



Posmatrajući samo učešće platformi sa uslovnim pristupom, KDS distribucija sa učešćem od 47,35% drži vodeću poziciju na tržištu usluga distribucije radio i TV programa do krajnjih korisnika. Slijede IPTV (30,57%) i DTH (19,16%). DVB-T2 ima učešće od 2,92%.



Tržišno učešće platformi sa uslovnim pristupom

Na kraju trećeg kvartala 2023. godine periodu prosječna cijena osnovnog paketa je iznosila 10,89€ (najviša 15,99€, najniža 5,95€). U osnovnom paketu korisnicima je dostupno, u prosjeku, 100 televizijskih programa (najviše 265, najmanje 18). Operatori koji u ponudi imaju dopunske pakete, u prosjeku nude 8 dodatnih paketa (najviše 14, najmanje 1). Prosječna cijena dopunskog paketa je 6,45€ (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 za njih izdvaja u prosjeku 12,43€.

<sup>115</sup> Sjeverna regija: Andrijevića, Berane, B.Polje, Kolašin, Mojkovac, Plav, Pljevlja, Plužine, Rožaje, Šavnik, Žabljak.  
Središnja regija: Cetinje, Danilovgrad, Nikšić, Podgorica.  
Primorska regija: Bar, Budva, H.Novi, Kotor, Tivat, Ulcinj.

Prikazani rezultati su izvedeni na osnovu zvaničnog popisa Crne Gore iz 2011. godine. Na osnovu tog popisa opštine Golubovci, Tuzi, Petnjica i Gusinje još uvijek nisu bile formirane pa su rezultati iz tih opština uvršteni u opštine iz kojih su se kasnije izdvojile.

## 4. PROMOCIJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Agencija je, u saradnji sa domaćim i stranim partnerima, nastavila sprovođenje aktivnosti u cilju jačanja uslova za kontinuiranu promociju znanja i vještina u oblasti medijske pismenosti. Posebna pažnja posvećena je promovisanju medijske pismenosti u različitim segmentima društva radi izgradnje kapaciteta za aktivno, kritičko i kreativno korišćenje medija i jačanje svijesti gledalaca i slušalaca u pogledu njihovih prava i sigurnog korišćenja medijskih usluga.

Za kreiranje, sprovođenje i procjenu efekata održivih javnih politika od ključnog značaja su podaci dobijeni na osnovu metodološki dobro urađenih istraživanja javnog mnjenja i ciljnih grupa. Imajući to u vidu, u toku 2023. godine, Agencija je posebnu pažnju i napore usmjerila na sprovođenje istraživanja koja će biti dobra polazna osnova za kreiranje programa, inicijativa i mobilisanje različitih zainteresovanih strana na polju promocije i unapređenja medijske pismenosti.

Pristupačnost i prilagođenost promotivnih poruka i kanala komunikacije različitim ciljnim grupama (djeca, penzioneri, roditelji) bili su i u 2023. godini jedan od ključnih aspekata naših aktivnosti. Od pozorišnih predstava za djecu do razgovora sa penzionerima u domu starih, pokušali smo da na primjeren i ciljnoj grupi prilagođen način predstavimo neke od izazova i mogućih rješenja u kretanju kroz svijet digitalnih sadržaja i komunikacije.

### 4.1. Istraživanje javnog mnjenja „Medijska pismenost u Crnoj Gori“

Za potrebe Agencije za elektronske medije, Ministarstva kulture i medija i Misije OEBS-a u Crnoj Gori, Agencija „IPSOS Strategic Marketing“, sprovela je u periodu od 30. juna do 11. jula 2023.godine kvantitativno istraživanje javnog mnjenja o medijskoj pismenosti u Crnoj Gori. Istraživanje, čiji rezultati su predstavljani u prvom kvartalu 2024. godine<sup>116</sup>, pružilo je dublji uvid u aktuelno stanje medijske pismenosti u zemlji, medijskih navika i preferenci građana.

#### INDEKS MEDIJSKE PISMENOSTI GRAĐANA CRNE GORE IZNOSI

## 12.2

(NJEGOVA VRIJEDNOST SE KREĆE  
U RASPONU OD 0 DO 25)

Izvor: Istraživanje javnog mnjenja „MEDIJSKA  
PISMENOST U CRNOJ GORI“, Ipsos, 2024

Podaci jasno ukazuju na široku rasprostranjenost korišćenja društvenih mreža među stanovnicima od 16 do 75 godina, te na njihovu značajnu ulogu kao kanala za komunikaciju i konzumaciju sadržaja u digitalnom okruženju.

Važno je napomenuti da većina korisnika društvenih mreža, čak četvoro od petoro, redovno (barem nekoliko puta nedjeljno) koristi ove platforme kako bi pronašli informacije koje su im važne. Međutim, rezultati fokus grupa pokazuju

da građani često smatraju društvene mreže primarnim izvorom informacija, iako rijetko doživljavaju te informacije kao „opsežne“ i „potpuno pouzdane“.

Televizija je najčešće korišćeni tradicionalni medij i generalno izvor informacija o dešavanjima u zemlji i svijetu.

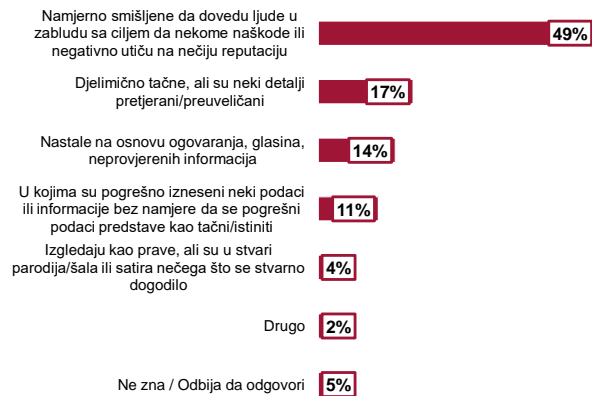
<sup>116</sup> <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2024/03/Istrazivanje-Medijska-pismenost-u-Crnoj-Gori.pdf>

Internetske publikacije, kao što su veb-portali sa vijestima, internet izdanja novina, aplikacije medijskih kuća i novinski blogovi, odmah su iza televizije kao drugi najčešći izvor vijesti.

## SVAKI DRUGI GRAĐANIN POIMA LAŽNE VIJESTI KAO NAMJERNO OSMIŠLJENE SA CILJEM DEZINFORMACIJE I NANOŠENJA ŠTETE.

Ostali imaju drugačija shvatanja „lažnih vijesti” ili ne mogu precizno da definišu ovaj pojam. Ipak, preko dvije trećine građana prepoznaje lažne vijesti kao ozbiljan problem, koji predstavlja prijetnju po demokratiju u zemlji.

### Šta su lažne vijesti?



Pitanje: Šta su to, po Vašem mišljenju, lažne vijesti?  
Baza: Ukupna ciljna populacija

### Koliko je ozbiljan problem lažnih vijesti u Crnoj Gori?



Pitanje: Koliko lažne vijesti, po Vašem mišljenju, trenutno predstavljaju problem u Crnoj Gori? Odaberite tvrdnju koja je najbliža Vašem mišljenju.  
Baza: Ukupna ciljna populacija



## VEĆINA GRAĐANA SMATRA DA MEDIJI IMAJU ZNAČAJAN UTICAJ NA OBLIKOVANJE JAVNOG MNJENJA, PRI ČEMU POLOVINA MISLI DA TELEVIZIJA PREDNJAČI U TOM POGLEDU.

Poslije televizije, kao najuticajniji prepoznat je internet – društvene mreže i internetske publikacije, čiji dominantni uticaj značajno češće prepoznaju mlađi, od 16 do 29 godina.

**Mediji nemaju veliki i značajan uticaj na oblikovanje javnog mnjenja**

28%

**Mediji imaju značajan uticaj na javno mnjenje u Crnoj Gori i oblikuju mišljenje građana o raznim pitanjima**

70%

### Mediji koji imaju najveći uticaj na mišljenje građana



Pitanje: Koji stav je bliži Vašem kada je u pitanju uticaj medija na javno mnjenje u Crnoj Gori?  
Baza: Ukupna ciljna populacija

Pitanje: Koji medij po Vašem mišljenju ima najveći uticaj na građane Crne Gore?  
Baza: Ukupna ciljna populacija



### Iz istraživanja javnog mnjenja

Nalazi istraživanja ukazuju na značajne razlike u preferencijama izvora informacija u zavisnosti od starosne dobi, a korišćenje televizije kao izvora informisanja, s jedne, i interneta, s druge strane, sve više diferencira mlađe i najstarije građane.

Rezultati fokus grupa potkrepljuju nalaze kvantitativnog istraživanja s građanima, ukazujući na percepciju televizije kao zastarjelog i nepraktičnog načina informisanja među mlađom generacijom, koja naginje ka modernim izvorima poput internetskih publikacija i društvenih mreža.

Zbog utiska ozbiljnije kontrole sadržaja, prisutno je veće povjerenje u tradicionalne medije, televizija je ključni kanal za provjeru istinitosti, a internet za ažurno informisanje.

Nešto više od dvije trećine stanovništva, starosti od 16 do 75 godina, smatra da lažne vijesti trenutno predstavljaju ozbiljan problem, koji može ugroziti demokratiju u zemlji (68%).

Na osnovu podataka iz istraživanja sa građanima, formiran je indeks medijske pismenosti, koji je uključivao razumijevanje lažnih vijesti, medijske pismenosti, interneta i društvenih mreža (kao donekle objektivnih pokazatelja znanja građana), samoprocjenu sopstvenih vještina kritičke procjene medijskih sadržaja, kao i izvještavanje građana o navikama kada je u pitanju provjeravanje i dijeljenje medijskih sadržaja.

## 4.2. Promocija medijske pismenosti kao izbornog predmeta u osnovnim školama

Nacionalni savjet za obrazovanje je u julu 2022. godine odobrio da predmet Medijska pismenost za učenike VII ili VIII ili IX razreda postane dio nastavnog plana i programa za osnovnu školu kao jednogodišnji izborni predmet sa jednim časom nedjeljne norme. U cilju promocije uvođenja izbornog predmeta Medijska pismenost u nastavni plan i program osnovnih škola 2023/2024 Agencija za elektronske medije je u martu 2023. godine sa Zavodom za školstvo i Institutom za medije Crne Gore potpisala Memorandum o saradnji.

Na okruglom stolu "Implementacija izbornog predmeta Medijska pismenost u osnovnim školama" predstavljene su aktivnosti za nastavnike/ce kao i elektronsko izdanje Priručnika za medijsku pismenost za nastavnike/ce osnovne škole koje je pripremio Institut za medije. Slogan kampanje je bio „Ti se pitaš za svoj klik“.

Za direktore osnovnih škola, pomoćnika direktora i saradnika u školama organizovane su prezentacije izbornog predmeta Medijska pismenost. Održane su radionice sa učenicima VI, VII i VIII razreda na kojima su učenici imali priliku da, kroz interakciju sa trenerima Svetlanom Koprivicom Jovetić i Miroslavom Minićem, kritički promišljaju o medijskim sadržajima, izražavaju emocije, saopštavaju stavove o različitim medijskim porukama i uticaje koji mediji vrše na njihove odluke i oblike ponašanja.

Prema podacima Ministarstva prosvjete, koji su prikupljeni putem aplikacije MEIS, utvrđeno je da se za izborni predmet Medijsku pismenost u školskoj 2023/24. godini opredijelilo 3262 učenika/ca.

## 4.3. Dani „otvorenih vrata“

Predstavnici Misije OEBS-a i Agencije su realizovali niz edukativnih radionica namenjenih najmlađima. Fokus ovih radionica bio je posvećen pravilnoj upotrebi društvenih mreža i kulturi ponašanja u onlajn svijetu i temama od suštinskog značaja u savremenom digitalnom dobu.

Radionice je vodio komunikolog koji je kroz razgovor i edukativne igre približio djeci značaj ovih tema. Cilj je bio da se podstaknu učenici da aktivno učestvuju u diskusiji, kroz kreiranje interaktivnog okruženja koje im omogućava bolje razumijevanje izazova i pravila onlajn svijeta.

Tokom radionica predstavljen je i priručnik Agencije pod nazivom „Medijska i digitalna pismenost“. Priručnik, koji je ovom prilikom poklonjen učenicima, profesorima i školskoj biblioteci, je specijalno dizajniran kako bi pomogao deci i adolescentima da efikasno savladaju osnove medijske pismenosti i osmišljen je da pruži neophodne vještine kako deci, tako i njihovim roditeljima. Inicijativa je imala za cilj da podrži školsku zajednicu u razvoju medijske pismenosti. Ovakvi događaji i priručnici postavljaju temelje za stvaranje informisanih i odgovornijih građana u digitalnom društvu.

\*  
\*   \*   \*

U okviru dana „otvorenih vrata“ Misija OEBS-a u Crnoj Gori i Agencija posjetili su JU Dom starih „Podgorica“ kako bi održali predavanje o važnosti medijske pismenosti. Korisnicima doma pružene su informacije o pravilnoj upotrebi društvenih mreža, prepoznavanju dezinformacija i kulturi ponašanja u onlajn svijetu. Naglasak je stavljen na razvoj kritičkog razmišljanja i sposobnosti analize medijskih sadržaja kako bi se osnažili i zaštitili od potencijalne manipulacije ili prevare. Važno je da stariji građani shvate značaj medijske pismenosti, jer su i oni svakodnevno izloženi procesu donošenja odluka – od kupovine proizvoda, do učešća u političkim procesima, poput glasanja.

Ova posjeta predstavlja jedan korak ka inkluzivnom pristupu medijskoj pismenosti, prepoznajući da su svi članovi društva važni akteri u digitalnom dobu.

#### 4.4. Predstava „Niko se nije naučen rodio“

Prepozajući da su igra i pozorište vrlo privlačan način da se djeci predstave izazovi i daju savjeti kako da se, kroz jačanje medijske pismenosti, snađu u okruženju koje nudi obilje atraktivnih, privlačnih ali i obmanjujućih, prevarnih i moguće štetnih ili opasnih sadržaja, Agencija je u saradnji sa Misijom OEBS-a angažovala, finansirala izvođenje predstave „Niko se nije naučen rodio“, u produkciji umjetničkog ateljea "Arlekin".

Ova produkcija predstavlja angažovan i maštovit način da se djeci približe ključni koncepti medijske pismenosti kroz umjetnički izraz i interaktivni pristup. Predstava nije samo posvećena zabavi, već ima duboku edukativnu svrhu, posebno fokusiranu na životne izazove s kojima se djeca suočavaju u današnjem svijetu. Razmatranje tema poput prekomjernog korišćenja mobilnih telefona, uticaja video igara na agresivno ponašanje, jezičkih trendova i bontona, predstavljaju pažljivo odabrane aspekte savremenog života koje djeca trebaju sagledati.

Predstava je odigrana u Murinu, Plavu, Adrijevici, Mojkovacu, Plužinama, Danilovgradu i Bijeloj. Na taj način, inspirativne poruke su stigle i do djece koja žive u krajevima u kojima nemaju često prilike da gledaju kulturno- umjetničke sadržaje za njihov uzrast.



## 5. FOND ZA PODSTICANJE PLURALIZMA I RAZNOVRSNOSTI MEDIJA

### 5.1. Raspodjela sredstava za 2022. godinu

Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 16.02.2023. godine, usvojio Odluku o raspisivanju javnog konkursa za raspodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2022. godinu<sup>117</sup> i Odluku o kriterijumima i metodologiji bodovanja prijave i zahtjeva na javni konkurs<sup>118</sup>.

Javni konkurs je raspisan za raspodjelu:

- 767.967,50 EUR putem grantova za povećanje obima, strukture i raznovrsnosti ponude programskih sadržaja iz sopstvene produkcije posvećenih tematskim oblastima od javnog interesa i
- 54.813,91 EUR putem grantova za pokriće operativnih troškova samoregulatornih tijela.

Na javni konkurs je podneseno 17 prijave za grantove za emitere i jedan zahtjev za grant za samoregulatorno tijelo. Privredno društvo „Jumedia mont“ d.o.o. iz Podgorice, emiter radijskog programa „Radio D“, je dostavio obavještenje da odustaje od podnesene prijave<sup>119</sup>, zbog čega je postupak po ovoj prijavi obustavljen.

Na sjednici održanoj 1.06.2022. godine Savjet Agencije je:

- donio pojedinačne zaključke kojima je odbacio sedam prijave za grantove za emitere sljedećih lica: Mir & Teuta“ d.o.o. iz Ulcinja<sup>120</sup>, NVO „Đakomo Adriatic“ iz Bijelog Polja<sup>121</sup>, „Talas Bihora“ d.o.o. iz Petnjice<sup>122</sup>, NVO „Stereotip“ iz Podgorice<sup>123</sup>, „Zen Master Production“ d.o.o. iz Herceg Novog<sup>124</sup> i „Medialab“ d.o.o. iz Budve<sup>125</sup> zbog neispunjavanja uslova za učešće na konkursu.
- donio zaključak kojim je odbacio zahtjev za grant za samoregulatorno tijelo koji je podnijela nevladina organizacija „Medijski savjet za samoregulaciju“ iz Podgorice<sup>126</sup>, jer pojedini osnivači medija, nad kojima je uspostavljeno samoregulatorno tijelo, ne ispunjavaju uslove iz člana 21 Zakona o medijima, odnosno člana 9 Pravilnika i tačke 7 Odluke o javnom konkursu (nису izmirili finansijske obaveze po osnovu poreza i doprinosa za socijalno osiguranje).

Na sjednicama održanim 1.06.2023. i 2.06.2023. godine, Savjet Agencije je razmotrio blagovremene i potpune prijave na javni konkurs i izvršio bodovanje prijave. Saglasno navedenom, Savjet Agencije, na 359. sjednici od 2.06.2023. i 360. sjednici od 7.06.2023. godine, donio je Rješenje o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2022. godinu sa ispravkom Rješenja i odlučio da se sredstva u iznosu od 346.853,00 EUR, predviđena za grantove za povećanje obima, strukture i raznovrsnosti ponude sadržaja posvećenih tematskim oblastima od javnog interesa, dodijele na sljedeći način:

<sup>117</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-392 od 16.02.2023.g.

<sup>118</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-393 od 16.02.2023.g.

<sup>119</sup> Akt zaveden kod Agencije br. 01-954/2 od 25.04.2023.g.

<sup>120</sup> Akti Savjeta Agencije br. 01-967/1 i 01-968/2 od 01.06.2023.g.

<sup>121</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-964/3 od 01.06.2023.g.

<sup>122</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-951/1 od 01.06.2023.g.

<sup>123</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-962/1 od 01.06.2023.g.

<sup>124</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-948/1 od 01.06.2023.g.

<sup>125</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-958/1 od 01.06.2023.g.

<sup>126</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-956/1 od 01.06.2023.g.

Komerijalni radijski programi sa lokalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
Gresa Trade d.o.o.	Radio Elita	Ravnopravne manjine -snaga pravne države	47	6.537,00 €
		Mladi i kreativne industrije	47	
		Ekološki grad-grad budućnosti	47	
Radio Zeta d.o.o.	Radio Zeta	Poljoprivreda i turizam	54	19.229,00 €
		Pravo na jednakost	65	
My name d.o.o.	Radio Titograd	Čitati ili ne čitati pitanje je sad	62	19.315,00 €
		Snaga riječi	62	
<b>Ukupno</b>				<b>45.081,00 €</b>
Neprofitni radijski programi sa regionalnom i nacionalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
NVO Kulturni centar „Homer“	Radio Homer	Homerov radio budilnik	74	16.800,00 €
		Homerov paraolimpijski klub	69	
<b>Ukupno</b>				<b>16.800,00 €</b>
Komerijalni radijski programi sa regionalnom i nacionalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
Antena M d.o.o.	Radio Antena M	Svjesno roditeljstvo	74	38.295,00 €
		Javna rasprava	74	
		Slušam te	54	
		Drugačija radio veza	74	
		Čiste ruke	74	
Oki Air Broadcasting d.o.o.	Elmag Radio	Elmagov magazin	64	43.402,00 €
		Elmagova eko revolucija	64	
		Elmagova putovanja	64	
		Elmagova riznica	64	
		Medijska pismenost uz elmag radio	70	
Media International Corporation d.o.o.	Radio DRS	Snaga, volja, nada - paraolimpijada	71	42.000,00 €
		Tako mali, a tako veliki	66	
		Muzeji Crne Gore	60	
		Nacionalni parkovi	60	
		Zdrav k'o Čolić	60	
<b>Ukupno</b>				<b>123.697,00 €</b>
Komerijalni televizijski programi sa nacionalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
Nova M d.o.o.	TV Nova M	Iznova	75	81.309,00 €
		Sport plus	69	
		Moneta	64	
Televizija Vijesti d.o.o.	Televizija Vijesti	Direktno sa Milenom Perović	70	79.966,00 €
		Reflektor	70	
		Sport	59	
		Premotaj	54	
<b>Ukupno</b>				<b>161.274,00 €</b>
<b>UKUPNO DODIJELJENA SREDSTVA</b>				<b>346.853,00 €</b>

Ostala su nedodijeljena sredstva u iznosu od 421.114,50 € (za grantove za emitere) i 54.813,91 € (za grantove za samoregulatorna tijela), koja će se, saglasno članu 33 stav 4 Pravilnika, raspodijeliti na sljedećem javnom konkursu.



Sa podnosiocima prijava koji su stekli pravo na sredstva iz Fonda, zaključeni su ugovori o dodjeli sredstava. Dodijeljeni grantovi se odnose na 31 programski sadržaj za ukupno devet emitera (tri lokalna, tri regionalna i tri nacionalna emitera), od kojih je jedan neprofitni i osam komercijalnih. Grantovima je podržana proizvodnja u sedam radijskih programa i dva televizijska.

	Dodijeljena sredstva
Prosječan iznos	38.539,22€
Najviši iznos	81.309,00€
Najmanji iznos	6.537,00€

Odobrena sredstva

Prosječan iznos sredstava dodijeljenih po emiteru iznosi 38.539,22€, najviše je dodijeljeno 81.309,00€, najniže 6.537,00€. Prosječno dodijeljen grant ima 31 emisiju sa prosječnom dužinom trajanja emisije od 50 minuta. Ukupna minutaža podržanih grantova iznosi 42.500 minuta ili 708 sata programa. Jednom emiteru je dodijeljeno najviše pet grantova.



Broj dodijeljenih grantova po tematskim oblastima

Tematska oblast nauka, kultura i obrazovanje je obrađena kroz sedam programskih sadržaja, dok su oblasti: djeca i mladi, aktuelne društvene, političke i ekonomske teme i promocija zdravlja, sporta i zdravih stilova života obrađeni kroz pet programskih sadržaja. Društvena integracija ranjivih kategorija društva je zastupljena u četiri programska sadržaja dok je zaštita životne sredine i promocija poljoprivrede i turizma zastupljena u tri odnosno dva programska sadržaja.

Od 31 dodijeljenog, 21 grant se odnosi na nove programske sadržaje koji nijesu ranije emitovani, dok je pet programskih sadržaja podržano sredstvima iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu. Sedam dodijeljenih grantova je namijenjeno poboljšanju ponude programskih sadržaja posvećenih ranjivim društvenim grupama ili su na albanskom ili romskom jeziku.

Sva dokumentacija vezana za raspisivanje i donošenje odluka po raspisanom javnom konkursu je dostupna na veb-sajtu Agencije za elektronske medije [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org).  
(Raspodjela sredstava)

## 5.2. Istraživanje učinaka Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenog komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu

Za potrebe Agencije za elektronske medije firma "Statpro" d.o.o. sproveda je u decembru 2023. godine istraživanje o učincima Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenog komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu. Rezultati istraživanja su predstavljeni u prvom kvartalu 2024. godine<sup>127</sup>

Istraživanje učinaka Fonda, izvršeno je analizom efekata Fonda na sljedeće ciljne grupe:

- Konzumenti programskih sadržaja podržanih iz Fonda (gledaoci i slušaoci);
- Emiteri koji su korisnici sredstava Fonda;
- Emiteri koji nisu korisnici Fonda;
- Zaposleni kod emitera korisnika Fonda.

Imajući u vidu raznovrsnost ciljnih grupa, kako po karakteristikama, strukturi, tako i po veličini, u analizi učinaka korišćene su kvantitativne i kvalitativne metode istraživanja. Kombinacijom navedenih istraživačkih tehnika dobijen je uvid u ukupno zadovoljstvo Fondom, kao i specifičnim temama vezanim za svrhu istraživanja.

Prema rezultatima istraživanja, nivo opšte upoznatosti sa postojanjem Fonda je veoma nizak, s obzirom na to da čak tri četvrtine (74,1%) ispitanika nije upoznato sa njegovim postojanjem. Od ukupnog broja anketiranih, 16% nijesu sigurni kada je u pitanju postojanje Fonda, dok je svega 9,9% upoznato sa tim, što znači da je tek skoro svaki deseti ispitanik upoznat sa njegovim postojanjem. Ovo predstavlja značajan izazov u promovisanju i ostvarivanju ciljeva Fonda u podršci pluralizmu i raznovrsnosti medijskog prostora Crne Gore.

Konzumenti programskih sadržaja, između ostalog, su odgovarali na pitanje da li slušaju/gledaju emisije pojedinih emitera (rezultati su predstavljeni u tabeli niže), dok su u drugoj fazi odgovarali na pitanje da li su upoznati da su ti sadržaji finansirani iz Fonda.

Naziv medija	Naziv emisije	Da (%)	Ne (%)
<b>Lokalna pokrivenost</b>			
<b>Radio Elita</b>	I mi smo dio društva	43,8	56,3
	Integriši me	45,2	54,8
	Kulture most spajanja	41,9	58,1
	Ulcinj - drevni grad legendi	22,6	77,4
<b>Radio Petnjica</b>	Radio kancelarija za dijasporu	51,6	48,4
	Eko patrola	41,9	58,1
<b>Radio Titograd</b>	Miris uspomena iz mog doma	52,6	47,4
	Turistički radio katalog	37,9	62,1
<b>Radio Adriatic</b>	Ekološka riznica	51,2	48,8
	Klub Kulture	48,8	51,2
<b>Radio Zeta</b>	Pratimo potrebe poljoprivrednika	51,2	48,8
	Naše potrebe se ne razlikuju	54,8	45,2
<b>Regionalna pokrivenost</b>			
<b>Radio Homer</b>	Dječiji program radija Homer - Homerov radio budilnik	36,4	63,6
	Zvukom do svjetlosti	42,2	57,8
<b>Radio DRS</b>	Crnogorski šestoboj	26,2	73,8
	Dječija emisija "Filopići"	13,5	86,5
	Preduzetnički upitnik	20,6	79,4
	Crna Gora i Boka kotorska kroz vjekove	25,4	74,6

<sup>127</sup><https://aemcg.org/wp-content/uploads/2024/01/Izveštaj-Rezultati-istrazivanja-o-ucincima-Fonda-za-podsticanje-pluralizma-i-raznovrsnosti-medija.pdf>

Nacionalna pokrivenost			
<b>Elmag Radio</b>	Turistički atlas	20,7	79,3
	Elmagov zdravstveni kutak	27,8	72,2
	Elmagova vrteška	30,8	69,2
	Pokreni se	35,0	65,0
<b>TV Nova M</b>	Mali - veliki ljudi	38,9	61,1
	ECO i (malo) PREKO	49,0	51,0
<b>Televizija Vijesti</b>	Evropske integracije	52,0	48,0
	Reflektor	83,4	16,6
	Pčelica	45,1	54,9
	Sport	67,5	32,5

Od ukupnog broja ispitanika koji su gledali/slušali neku od gore navedenih emisija, 86,1% nije upoznato sa činjenicom da su emisije finansijski podržane iz Fonda. Svega 13,9% ispitanika izjavilo je da je svjesno ove podrške, što sugerira opštu nisku stopu informisanosti o finansijskoj podršci koja je obezbijedena za određene sadržaje.

Među preporukama, najviše se izdvajaju one koji se tiču povećanja broja emisija zabavnog karaktera, zatim emisija sa kulturnim, naučno-obrazovnim i sportskim sadržajima, sa akcentom da je neophodno više ovakvih emisija za djecu i mlade. Dodatno, ispitanici sugeriraju da bi trebalo da bude više sadržaja o razvoju preduzetništva, razvoju poljoprivrede, sela i samozapošljavanju, kao i da se uvrste emisije o zdravlju i zdravim stilovima života, kao i ostali sadržaji koji su od značaja za zajednicu, kao na primjer emisije o crnogorskoj kulturi i tradiciji. Ispitanici predlažu manje političkih sadržaja.

Osim konzumenata programskih sadržaja istraživanje je obuhvatilo i emitere koji su/nijesu korisnici sredstava Fonda i zaposlene kod emitera korisnika Fonda. Kako je u pitanju mali uzorak za tri navedene ciljne grupe prikupljeni podaci ne dozvoljavaju donošenje zaključaka za cijelu populaciju. Ipak, mišljenja, stavovi, preporuke ispitanika, koji su navedeni u istraživanju, daju usmjerenja ka unapređenju budućih modela finansiranja medija iz Fonda. Može se izvesti generalan zaključak da su ispitanici iz ovih ciljnih grupa zadovoljni nivoom transparentnosti procesa dodjele sredstava dok sistem monitoringa ocjenjuju kao nepristrasan i nezavistan.

## 6. MEĐUNARODNA SARADNJA

U oblasti AVM usluga i medija, proteklu godinu na međunarodnom planu su obilježili početak implementacije Akta o digitalnim uslugama (DSA), postizanje političkog sporazuma na nivou EU o usvajanju Evropskog akta o medijskim slobodama (EMFA) i nastavak implementacije Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD).

Agencija je kroz različita savjetodavna tijela Evropske komisije, učešćem u evropskim asocijacijama i kroz implementaciju regionalnih projekata ostala uključena u ove procese. Anticipirajući promjene koje će implementacija ovih akata donijeti regulatornim organima širom Evrope, Agencija je u komunikaciji sa državnim organima i međunarodnim organizacijama učestvovala u pripremi „terena“ za lakšu transpoziciju i implementaciju evropskih normi i standarda u ovoj oblasti.

Kada je u pitanju proces implementacije Akta o digitalnim uslugama, predstavnici Agencije su pažljivo pratili razvoj situacije u državama članicama EU, kroz učešće u Evropskoj grupi regulatora (ERGA) i Kontakt mreži ERGA-e. U svojstvu posmatrača imali su uvid u sve izazove sa kojima su se države članice susretale prilikom imenovanja koordinatora za digitalne usluge i uklapanja ove nove regulatorne funkcije u svoje pravne sisteme. Očekuje se da će ova iskustva biti dragocjena Crnoj Gori, koja će imati koristi od najboljih praksi na nivou EU i neće biti u situaciji da ponavlja greške i da se nosi sa svim izazovima koje ovako sveobuhvatan proces neminovno donosi. Ovo je naročito bitno jer ova uredba podrazumijeva direktnu primjenu na nivou EU, bez rokova za transpoziciju i impementaciju koji su važili za direktive EU, a koji su davali više prostora za interpretaciju prilikom transpozicije u nacionalno zakonodavstvo. Kao rezultat primjene ovog akta, za sada je određeno 17 velikih onlajn platformi i velikih pretraživača čiji broj korisnika prelazi 45 miliona mjesečno na nivou EU. Imenovanje i početak rada koordinatora za digitalne usluge, koji zvanično počinje 24. februara 2024. godine, predstavljaće prvi ozbiljniji test primjene pravila DSA na nivou EU i pružiti mnoge pokazatelje o vrsti i funkcionisanju regulatornog organa koji bi u Crnoj Gori najbolje odgovarao ovoj ulozi.

Postizanje političkog sporazuma o Evropskom aktu o medijskim slobodama predstavlja značajan korak u regulisanju jedne veoma značajne oblasti na nov način, obezbjeđujući veću zaštitu slobode izražavanja i čitavog niza drugih prava i sloboda. Na nacionalnim nivou, ovaj akt će donijeti dosta promjena u nadležnostima regulatornih organa, i zahtijevati jačanje kapaciteta za koordinaciju i saradnju, na nacionalnom (horizontalno) i evropskom nivou (vertikalno). Predstavnici AEM-a su i ovaj proces pratili od samog početka, kroz rad ERGA-e i Kontakt mreže ERGA-e i, između ostalog, imali uvid u rezerve koje su predstavnici regulatora imali i izazove koje su predviđali u njegovoj primjeni. Ovo se naročito odnosi na nove obaveze regulatora, uspostavljanje drugačijih odnosa sa Evropskom komisijom u procesu regulacije AV mediskih usluga, kao i na osjetljiva pitanja u vezi sa principom zemlje porijekla prilikom regulacije audiovizuelnog medijskog sektora, ulogom i administriranjem Evropskog odbora za medije, itd.

U procesu transpozicije AVMD, kroz koji Crna Gora upravo prolazi, predstavnici Agencije koji direktno ili indirektno učestvuju u ovom procesu u kontinuitetu stavljaju na raspolaganje svoja znanja i iskustva stečena kroz učešće u radu Kontakt komiteta za implementaciju AVMSD i učešće na međunarodnim skupovima evropskih i međunarodnih organizacija i asocijacija čiji je Agencija dugogodišnji član. Iako se čini da je ovaj proces pri samom kraju, predstavnici Agencije ostaju spremni da svoju ekspertizu stečenu u komunikaciji sa predstavnicima drugih zemalja i regulatora, koji su u poodmakloj fazi implementacije ove Direktive, podijele sa predstavnicima državnih organa, medija i NVO sektora koji učestvuju u izradi novog Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama i ostalih medijskih zakona. Na ovaj način obezbijediće se ne samo usklađenost sa evropskim standardima u ovoj oblasti, već i kontinuitet saradnje koji

je neophodan za proces pregovora sa Evropkom unijom u okviru pregovaračkog poglavlja 10 – Informaciono društvo i mediji.

Od drugih međunarodnih aktivnosti u kojima su učestvovali predstavnici Agencije, treba izdvojiti skupove koji su se bavili redovnim regulatornim temama, medijskom pismenošću, uticajem vještačke inteligencije na medijski sektor i novinarstvo uopšte.

## 6.1. Učešće u radu Mediteranske mreže regulatornih organa (MNRA)<sup>128</sup>

Na 22. plenarnom sastanku, koji je održan 28. i 29. septembra u Tirani (Albanija) bilo je prisutno dvadeset regulatornih tijela iz osamnaest zemalja i teritorija oko Mediteranskog mora. Predstavnici UNESCO-a, TikToka i Mete takođe su učestvovali na sastanku.

Rad plenarne skupštine bio je strukturiran oko tri aktuelne teme u regulaciji medija: platforme za dijeljenje video sadržaja, Evropski zakon o slobodi medija, posebno njegove odredbe koje se tiču kvalitetnog novinarstva i provjeravanja činjenica, i "smjernice za regulisanje digitalnih platformi" koje je predložio UNESCO kao nastavak globalne konferencije "Internet za povjerenje" održane u sjedištu institucije u Parizu od 21. do 23. februara. Studija koju je sprovedla Radna grupa za rod i medije 2022. o predstavljanju žena u novinskim magazinima i audiovizuelnim sportskim programima na području Mediterana predstavljena je od strane CAC iz Katalonije. Budući rad će se fokusirati na prisustvo i predstavljanje žena u dnevnim vijestima. Radna grupa za medijsku pismenost predložila je nastavak svog rada organizovanjem redovnih onlajn sastanaka, kao i jednog sastanka uživo tokom godine kako bi se podstakla diskusija između članova.

## 6.2. Učešće u radu Evropske grupe regulatora za audio-vizuelne usluge (ERGA)<sup>129</sup>

### 6.2.1. 19. plenarni sastanak, 29. jun, Napulj

Predstavnik Agencije za elektronske medije, prisustvovao je u svojstvu posmatrača, 19. plenarnom sastanku ERGA-e, 29. juna 2023. godine, Naplju (Italija). Članovi su se okupili da procene rad ERGA-e, u važnoj godini za evropski zakonodavni okvir u vezi sa sektorom medija. Razmijenjena su mišljenja sa Evropskom komisijom o trenutnim političkim inicijativama i usvojili izjave o Evropskom zakonu o slobodi medija (EMFA) i o regulaciji transparentnosti i ciljanog političkog oglašavanja.

U svojoj izjavi o EMFA, ERGA je ponovila svoju punu podršku osnovnim ciljevima koje zagovara predlog za Evropski zakon o slobodi medija i pozdravila značajan napredak postignut od strane evropskih ko-zakonodavaca, posebno nedavni dogovor o mandatu za pregovore u Savjetu Evropske unije. U ovom kontekstu, ERGA je ponovo potvrdila svoje prioritete i predloge za dalja poboljšanja u vezi sa odredbama o medijskim uslugama koje potiču izvan EU, tretmanom medijskog sadržaja u online okruženju. Konačno, ERGA je pozdravila inicijative ko-zakonodavaca za jačanje nezavisnosti buduće Evropskog borda za medijske usluge i insistirala na potrebi da se osigura efektivna nezavisnost Sekretarijata Borda.

Kako bi istakli centralnu ulogu Direktive o AVMS-u, Plenarnom sastanku prethodila je ERGA Akademija i radionice o efikasnoj regulaciji vlogera i o provjeri starosne dobi koje se održane 28. juna.

Tokom ERGA Akademije, razgovaralo se o relevantnim odredbama i temama koje proizilaze iz praktičnog iskustva regulatora prije i posle sprovođenja revidirane Direktive o AVMS-u u državama članicama, uzimajući u obzir i dva prethodna izveštaja o regulaciji vlogera ("Analiza i preporuke o regulaciji vlogera", 2021; "Kako identifikovati i locirati vlogere i regulisati njihove komercijalne komunikacije", 2022). Regulatori su zajedno sa predstavnicima industrije i akademije razgovarali o dva glavna tematska područja: 1) regulacija i sprovođenje pravila o uticajnim osobama i vlogerima i 2) alati za provjeru starosne dobi radi efikasne zaštite maloletnika prema Direktivi.

<sup>128</sup><https://www.rirm.org/en/the-mnra/>

<sup>129</sup> Evropska grupa regulatora za audiovizuelne medijske usluge (<http://erga-online.eu>) okuplja predstavnike nacionalnih nezavisnih regulatornih tijela u oblasti audiovizualnih usluga, sa ciljem pružanja savjetodavne podrške Evropskoj komisiji i razmjeni najbolje prakse među evropskim regulatorima audiovizuelnog tržišta.

Na kraju, u svojoj izjavi o regulaciji transparentnosti i ciljanog političkog oglašavanja, ERGA je ponovila svoju punu podršku osnovnim ciljevima koje zagovara ova zakonodavna inicijativa, posebno odredbama o obilježavanju i stvaranju repozitorijuma političkog oglašavanja. ERGA je predložila da se nastave zajednički standardi za tri tehnička aspekta takvih repozitorijuma: struktura podataka, programski interfejs za aplikacije (API) i autentifikacija.

### 6.2.2. Sastanak Kontakt mreže ERGA-e, 23. novembar, Brisel

Na poziv predsjedavajućeg ERGA-e Đakoma Lasorele, predstavnik Agencije za elektronske medije, prisustvovao je u svojstvu posmatrača, sastanku Kontakt mreže ERGA-e.

Na sastanku su analizirani rezultati rada radnih tijela ERGA-e u formi izvještaja, analiza i drugih aktivnosti čija su prezentacija i usvajanje planirani na plenarnoj sjednici. Predstavnicima Evropske komisije predstavili su glavne aktivnosti i zakonodavne inicijative u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga, fokusirajući se na transpoziciju i implementaciju revidirane Direktive o audiovizuelnim uslugama, Akt o digitalnim uslugama, kao i očekivane uticaje budućeg Evropskog akta o slobodi medija na regulatorni okvir u ovoj oblasti u Evropskoj uniji i šire. Bilo je riječi o budućim ulogama regulatora, Evropske komisije, koordinatora za digitalne usluge, transformaciji ERGA-e, kao i o ulozi korisnika usluga u novom sistemu regulacije i koregulacije koji se predviđa ovim dokumentima.

Predstavljen je Izvještaj o implementaciji Memoranduma o saradnji u 2023. godini. U izvještaju je data ocjena efikasnosti saradnje nacionalnih regulatornih organa na prekograničnim slučajevima kroz dobrovoljne instrumente definisane Memorandumom o saradnji, koji je ERGA usvojila u decembru 2020. godine. Takođe, predstavljen je Izvještaj o nadležnostima i kapacitetima nacionalnih regulatornih organa za borbu protiv dezinformacija. Ovaj interni izvještaj analizira različite pristupe borbi protiv dezinformacija i jačanju demokratije u digitalnom okruženju u državama EU.

O nadležnostima nacionalnih regulatornih organa bilo je riječi i prilikom predstavljanja još jednog nacrtu izvještaja, koji se bavi trendovima vezanim za nadležnosti, resurse i zaštitu nezavisnosti regulatora.

### 6.2.3. 20. plenarni sastanak, 14. decembar, Brisel

Predstavnik Agencije za elektronske medije, prisustvovao je u svojstvu posmatrača, 20. plenarnom sastanku ERGA-e. Sagledane su aktivnosti u 2023. godini i osvrnuto se na značajna dostignuća ERGA-e u različitim oblastima i razmotrili su se prioriteti za predstojeću godinu.

Tokom 2023. godine, transponovanje i sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD) dalje je napredovalo, Zakon o digitalnim uslugama (DSA) je stupio na snagu, a Ojačani kodeks prakse o dezinformacijama pokazao je svoj uticaj. Istovremeno, evropski ko-zakonodavci bili su uključeni u pregovore o Evropskom zakonu o slobodi medija (EMFA) i o regulaciji transparentnosti i ciljanog političkog oglašavanja, uz dostizanje političkog dogovora o oba dokumenta prije kraja godine.

Ovi novi pravni akti stupili su na snagu tokom 2024. godine. ERGA će svoje podgrupe usmjeriti na implementaciju AVMSD-a, EMFA-i i ojačanom kodeksu prakse. Dodatna podgrupa će biti posvećena implementaciji DSA-a i DMA-a i prekograničnoj regulatornoj saradnji, čija će važnost biti od suštinskog značaja u okviru novog pravnog okvira. Pored toga, akciona grupa će se baviti medijskom pismenošću, a grupa za komunikacije spoljnom komunikacijom i - prvi put - izradi godišnjeg izveštaja grupe.

## 6.3. Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela – EPRA<sup>130</sup>

### 6.3.1. Izvještaj sa 57. sastanka, 31.05. - 02.06.2023, Oslo

Obezbeđivanje sadržaja od javnog interesa u digitalnom dobu bila je glavna tema sastanka. Osiguranje sadržaja od javnog interesa u digitalnom dobu je bio ključni fokus diskusije sa dvije tematske sesije: „Budućnost distribucije sadržaja“ i „Javni medijski servisi za javno dobro“.

<sup>130</sup> European Platform of Regulatory Authorities (<http://www.epra.org>). Članovi EPRE su 52 regulatorna tijela iz 46 evropskih zemalja među kojima je i Crna Gora. Evropska komisija, Savjet Evrope, Evropska audiovizuelna opservatorija i Kancelarija predstavnika OSCE-a za slobodu medija, posmatrači su rada EPRE. Sastanci se organizuju dva puta godišnje.

Sesija „Budućnost distribucije sadržaja“ bila je posvećena ključnim trendovima u distribuciji sadržaja i izazovima sa kojima će se suočavati regulatori AVM sadržaja kao posljedica novog načina distribucije sadržaja. Tematska sesija „Javni medijski servisi za javno dobro omogućila je diskusiju o tome kako medijski regulatori mogu da podrže javne medije u izazovima sa kojima se suočavaju da očuvaju svoju održivost i nezavisnost. Tokom ovog 57. sastanka, članovi EPRA-e izabrani su članovi Izvršnog odbora.

### 6.3.2. Izveštaj sa 58. sastanka, 18- 20. oktobar, Bukurešt

Sastanak koji je održan, čiji je domaćin bio Nacionalni audiovizuelni savjet Rumunije, okupio je oko 130 delegata koji predstavljaju 50 organa članica, stalnih posmatrača i pozvanih medijskih stručnjaka koji su razgovarali o aktuelnim pitanjima vezanim za regulaciju audiovizuelnih medija u Evropi. Sastanku je prisustvovala i gostujuća delegacija Mediteranske mreže regulatornih tijela (MNRA).

Jačanje medijskog okruženja i prilagođavanje budućnosti bio je ključni fokus diskusije sa dvije tematske sesije: „Medijsko tržište za javno dobro“ i „Budućnost distribucije sadržaja“. Sastanak se bavio izazovima sa kojima se suočavaju mediji u digitalnom dobu i kako pomoći medijima od javnog interesa na tržištu. Diskusija se odnosila i na održivost i transparentnost vlasništva, kao i ulogu regulatora. Takođe, značajna tema su bili izazovi sa kojima se suočavaju medijski regulatori mogu imajući u vidu nove formate distribucije sadržaja koji se pojavljuju s digitalnim kapacitetima i distribucijom putem interneta.

### 6.4. Učešće na neformalnom sastanku uoči izvještaja šefice Misije OEBS-a u Crnoj Gori Stalnom savjetu OEBS-a

Na poziv ambasadorke Dominique Waag, šefice Misije OEBS-a u Crnoj Gori, direktorica Agencije je učestvovala na neformalnom sastanku u Beču, koji je organizovala Sjeverna Makedonija, kao predsjedavajuća OEBS-om. Sastanak je održan u maju 2023. godine, a prethodio je podnošenju izvještaja ambasadorke Waag članovima Stalnog savjeta OEBS-a.

Cilj ovog neformalnog sastanka je da se predstavi saradnja Agencije za elektronske medije i Misije OEBS-a u Crnoj Gori, kao i rezultati koji su postignuti na polju podizanja svijesti o značaju medijske pismenosti, kao oblasti od strateškog značaja za medijsku scenu. Direktorica Agencije je na sastanku predstavila strategiju razvoja medijske pismenosti, aktivnosti koje se sprovode, postignute rezultate kao i očekivanja za naredni period.

### 6.5. Digitalni samit i Samit za otvoreno upravljanje

Ovogodišnji Digitalni samit i Samit za otvoreno upravljanje održani su u Talinu od 5. do 7. septembra na kojima su se okupili predstavnici vlada, javnih institucija, kompanija i civilnog društva iz preko 70 zemalja.

Samit za otvoreno upravljanje okupio je šefove država i vlada, predstavnike javnog sektora, civilnog društva i donosiocima odluka širom sveta. Samit je bio fokusiran na otvorenu vladu u digitalnom dobu, potencijal tehnologije da učini upravljanje i donošenje politika transparentnijim i odgovornijim, kao i na očuvanje demokratije. Transparentno (e)-upravljanje Estonije i bliska saradnja sa civilnim društvom ističu se u svijetu, pa su prezentacije pružile dragocjeno iskustvo koje treba prenijeti dalje.

Premijerka Estonije Kaja Kallas je u svom uvodnom izlaganju opisala ulogu Estonije kao predvodnika digitalnih društava na sledeći način: "Nismo imali resurse da izmislimo tehnologije, ali smo bili dovoljno hrabri da usvojimo nove tehnologije." Evropski komesar za unutrašnje tržište, Thierry Breton, govorio je o vještačkoj inteligenciji i bezbjednosti. Ključne teme događaja ove godine bile su: vlada kao platforma za digitalno društvo, preispitivanje i transformacija održivosti, digitalne solucije kao alati za ubrzanje postizanja klimatskih ciljeva, stvaranje sajber bezbednog društva i tehnologija sigurnog dizajna.

# 7. JAVNOST I UNAPREĐENJE RADA AGENCIJE

## 7.1. Slobodan pristup informacijama

Saglasno Zakonu o slobodnom pristupu informacijama, tokom 2023. godine, Agenciji je podneseno 15 zahtjeva za slobodan pristup informacijama, od kojih je 14 usvojeno a samo jedan odbijen.

Podnosilac / Predmet zahtjeva	Odluka Agencije po zahtjevu
1. NVO „MANS“, 03.03.2023. <sup>131</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za izbor predsjednika Crne Gore, a koje se za odnose za period od 20. do 26.02.2023. godine.	Usvojen
2. NVO „MANS“, 08.03.2023. <sup>132</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za izbor predsjednika Crne Gore, a koje se za odnose za period od 27.02. do 05.03.2023. godine.	Usvojen
3. NVO „MANS“, 15.03.2023. <sup>133</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za izbor predsjednika Crne Gore, a koje se za odnose za period od 06. do 12.03.2023. godine.	Usvojen
4. NVO „MANS“, 20.03.2023. <sup>134</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za izbor predsjednika Crne Gore, a koje se za odnose za period od 13. do 17.03.2023. godine.	Usvojen
5. NVO „MANS“, 27.03.2023. <sup>135</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za izbor predsjednika Crne Gore, a koje se za odnose za period od 20. do 26.03.2023. godine.	Usvojen
6. NVO „MANS“, 19.04.2023. <sup>136</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za izbor predsjednika Crne Gore, a koje se za odnose za period od 27.03. do 01.04.2023. godine.	Usvojen
7. NVO „MANS“, 25.05.2023. <sup>137</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za parlamentarne izbore, a koje se za odnose za period od 15. do 21.05.2023. godine.	Usvojen

<sup>131</sup> Rješenje Agencije br. 02-526/1 od 16.03.2023.g.

<sup>132</sup> Rješenje Agencije br. 02-612/1 od 20.03.2023.g.

<sup>133</sup> Rješenje Agencije br. 02-685/1 od 30.03.2023.g.

<sup>134</sup> Rješenje Agencije br. 02-733/1 od 30.03.2023.g.

<sup>135</sup> Rješenje Agencije br. 02-821/1 od 11.04.2023.g.

<sup>136</sup> Rješenje Agencije br. 02-1051/1 od 20.04.2023.g.

<sup>137</sup> Rješenje Agencije br. 02-1233/1 od 05.06.2023.g.



Podnosilac / Predmet zahtjeva	Odluka Agencije po zahtjevu
8. NVO „MANS“, 29.05.2023. <sup>138</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za parlamentarne izbore, a koje se za odnose za period od 22. do 28.05.2023. godine.	Usvojen
9. NVO „MANS“, 05.06.2023. <sup>139</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za parlamentarne izbore, a koje se za odnose za period od 29.05. do 04.06.2023. godine.	Usvojen
10. NVO „MANS“, 12.06.2023. <sup>140</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za parlamentarne izbore, a koje se za odnose za period od 05. do 09.06.2023. godine.	Usvojen
11. NVO „MANS“, 14.06.2023. <sup>141</sup> / informacije-dokumenti u posjedu Agencije dostavljeni od strane emitera „TV Pljevlja“ (troškova/izveštaja/plaćenog marketinga), koji se odnose na oglašavanje predsjedničkog kandidata Alekse Bečića u tom periodu.	Odbijen zbog neposjedovanja informacija
12. NVO „MANS“, 16.06.2023. <sup>142</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopije dokaza o plaćenom medijskom predstavljanju predsjedničkog kandidata Alekse Bečića na televizijskom programu „TV Pljevlja“ tokom kampanje za izbore za predsjednika Crne Gore, koji su održani 19. marta 2023. godine.	Usvojen
13. NVO „CEDEM“, 12.07.2023. <sup>143</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na: - broj i vrstu mjera izrečenih medijima zbog govora mržnje, u posljednje tri godine (2020, 2021. i 2022. godine) i na koje medije su se odnosile, i - broj i vrstu mjera izrečenih medijima zbog diskriminacije, u posljednje tri godine (2020, 2021. i 2022. godine) i na koje medije su se odnosile.	Usvojen
14. NVO „Centar za demokratsku tranziciju“, 05.09.2023. <sup>144</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na izvod iz posebne evidencije pokretnih stvari u posjedu Agencije, u kojoj su sadržane informacije o predmetima umjetničke i kulturne vrijednosti (umjetnička djela - slika, grafika, skulptura), njihovim autorima/kama, godina nastanka, godina od kada su posjedu institucije/organizacije i način na koji su postali vlasništvo institucije/organizacije (poklon, kupovina).	Usvojen
15. NVO „Centar za građansko obrazovanje“, 17.11.2023. <sup>145</sup> / informacije-dokumenti koji se odnose na kopiju video snimaka informativnih emisija „Vijesti u pola 5“ i „Vijesti u pola 7“ emitovanih na „Televiziji Vijesti“ dana 19. i 20. oktobra 2023. godine.	Usvojen

*Pregled razmatranih zahtjeva za slobodan pristup informacijama*

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

<sup>138</sup> Rješenje Agencije br. 02-1278/1 od 06.06.2023.g.

<sup>139</sup> Rješenje Agencije br. 02-1342/1 od 15.06.2023.g.

<sup>140</sup> Rješenje Agencije br. 02-1431/1 od 16.06.2023.g.

<sup>141</sup> Rješenje Agencije br. 02-1447/1 od 15.06.2023.g.

<sup>142</sup> Rješenje Agencije br. 02-1478/1 od 16.06.2023.g.

<sup>143</sup> Rješenje Agencije br. 02-1601/1 od 19.07.2023.g.

<sup>144</sup> Rješenje Agencije br. 02-1800/1 od 05.09.2023.g.

<sup>145</sup> Rješenje Agencije br. 02-2111/1 od 20.11.2023.g.

Na sajtu Agencije omogućeno je da se sljedećim kategorijama dokumenata može pristupiti „u tri klika“: izvodi iz registara i evidencija, 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 – 40 od 12.01.2023)  
dostupan je na veb adresi Agencije  
**[www.aemcg.org](http://www.aemcg.org)**

## 7.2. Dostupnost podataka na veb-stranicama Agencije i njenim profilima na društvenim mrežama

Svi dokumenti na sajtu Agencije za elektronske medije su mašinski čitljivi i pretraživi i mogu se preuzeti po želji. Sajt je prilagođen slabovidim i slijepim osobama. Poseban modul iščitava sadržaj objavljenih vijesti 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 dodirnom.

Tokom 2023. godine postavljeno je 632 objave, koje su sadržale 819 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 nešto manje od 900, što je na nivou 2022. 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](http://www.aemcg.org) iznosio je 38.778 ili prosječno 3.232 mjesečno (u odnosu na 2022. godinu kada je zabilježeno 41.141 posjeta ili prosječno 3.428 mjesečno). Najveći broj posjeta je zabilježen u martu (4.617), a najmanji u avgustu 2023. godine (2.374).

Posjetioci su do veb prezentacije Agencije dolazili najviše preko internet pretraživača (79,1%), direktnim unosom adrese sajta (16,5%), posredstvom društvenih mreža (3,3%) dok je preostalih 1,1% došli upućivanjem sa drugih sajtova.

Broj jedinstvenih posjetilaca je bio 21.236, od čega 15.492 ili 75,1% iz Crne Gore. Android platforma je bila zastupljena sa 48,12%, Windows sa 26,38% a Apple iOS sa 18,81%. Ostatak čine Mac, Linux i druge platforme sa ukupno 6,69%.

Poređenjem broja pregledanih stranica (94.772) i broja posjetilaca, može se zaključiti da je prosječan posjetilac u 2023. godini pregledao približno 4,6 stranica u jednoj posjeti, i pri svakoj posjeti našem sajtu u prosjeku ostao 2 minuta i 22 sekunde.

## 7.3. Raspolaganje prostorom za rad Agencije

Obezbjedenje adekvatnog prostora za rad Agencije obaveza je Vlade Crne Gore, propisana Zakonom o elektronskim medijima (član 149 stav 3). U skladu sa tim, odlukama Vlade Crne Gore, Uprave za imovinu iz 2018. godine<sup>146</sup>, Agenciji je ustupljen na korišćenje bez naknade poslovni prostor u zgradi u Bulevaru Svetog Petra Cetinjskog broj 9 (prvi sprat) u Podgorici, uz obavezu Agencije da uloži neophodna sredstva za adaptaciju istog shodno svojim potrebama.

<sup>146</sup> Akti br. 0201-8128 od 14.09.2018. godine i 0201-9399 od 19.10.2018. godine

Konačnim izvještajem o izvršenoj reviziji finansijskih iskaza za 2022. godinu, nezavisni revizor je skrenuo pažnju da Agencija nije zaključila ugovor, shodno članu 32 Zakona o državnoj imovini, kojim je propisano da „O raspolaganju i razmjeni stvari i drugih dobara iz imovine Crne Gore, imovine opštine i javne službe zaključuje se ugovor u pisanoj formi“, već na osnovu naprijed navedenih odluka raspolaže sa državnom imovinom, kao i da predmetni prostor nije evidentiran ni u bilansima Agencije niti vanbilansno i da amortizacija na predmetnom prostoru nije obračunata.

Cijeneći mišljenje nezavisnog revizora, iskazano u Izveštaju o izvršenoj reviziji finansijskih iskaza za 2022. godinu i sugestija koje su bile predmet skretanja pažnje, Agencija se aktom br. 02-1328 od 01.06.2023.g. obratila Upravi za katastar i državnu imovinu sa namjerom za zaključenje predmetnog ugovora, u skladu sa odredbama Zakona o državnoj imovini.

Postupajući po našem zahtjevu, predstavnici Uprave izvršili su potrebno mjerenje prostora koji koristi Agencija i prikupili podatke i informacije, koje bi, pored ostalog, trebala da budu osnov za zaključenje predmetnog ugovora.

U vrijeme sačinjavanja ovog izvještaja, nije izvjesno kada će ugovor biti zaključen ali je od vitalnog značaja da se njime na jasan i nedvosmislen način reguliše pravo Agencije da upravlja predmetnim prostorom.

Izostanak spremnosti da se ovo pitanje riješi na način koji će obezbijediti predvidivost, stabilnost i kvalitetne uslove za unapređenje rada i kapaciteta Agencije za sprovođenje svojih nadležnosti, prava i obaveza, ozbiljno bi doveo u pitanje opredjeljenje Vlade Crne Gore da prepozna značaj i ispoštuje poziciju Agencije kao nezavisnog regulatornog tijela za oblast AVM usluga i jednog od ključnih elemenata institucionalnog okvira za oblast AV politike, koji je važan parametar za ocjenu ispunjenosti uslova za zatvaranje poglavlja 10 u okviru pregovora za pridruživanje Crne Gore Evropskoj uniji.

Imajući u vidu zastoj u regulisanju prava na korišćenje prostora za rad Agencije, što je obaveza Vlade Crne Gore prema važećem Zakonu o elektronskim medijima, Agencija je predložila da se u nacrt Zakona o AVM uslugama unese sljedeća odredba: „Vlada Crne Gore će, u roku od 60 dana od dana stupanja na snagu ovog zakona, obezbijediti prostorne uslove za rad Agencije dodjelom prava na upravljanje i korišćenje adekvatnih poslovnih prostorija za ostvarivanje njene funkcije i nadležnosti u skladu sa ovim zakonom.“

Uključivanjem predložene odredbe se šalje jasan signal da je ovo pitanje potrebno riješiti na navedeni način te da se ta obaveza ne dovodi u pitanje.

## 7.4. Organizaciona struktura

Pravilnikom o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta u Agenciji utvrđena je organizacija rada, poslovi koje obavljaju sektori i službe, sistematizacija radnih mjesta, uslovi za vršenje poslova tih radnih mjesta i opis poslova kao i odgovornosti i ovlašćenja za pojedina radna mjesta. U Agenciji postoje dva sektora i dvije službe kao samostalne organizacione jedinice: Sektor za pravne i ekonomske poslove, Sektor za nadzor nad radom pružalaca AVM usluga, Služba za zajedničke poslove i Služba za informaciono-komunikacione tehnologije.

U izvještajnom periodu, zaključno sa 31.12.2023. godine broj zaposlenih iznosi 28, ne uključujući članove Savjeta Agencije.

Kvalifikaciona struktura zaposlenih čine dva magistra nauka, 21 zaposleni sa visokom školskom spremom, pet zaposlenih sa srednjom stručnom spremom. Imajući u vidu nadležnosti Agencije, postojeća kadrovska struktura zadovoljava sa izuzetkom inženjerskog kadra (inženjer računarstva ili telekomunikacija). Zbog nedovoljne konkurentnosti na tržištu rada, prvenstveno u pogledu ponuđenih zarada u odnosu na zarade u regulisanom sektoru, izazov je angažovati kvalifikovane kandidate i osigurati uspješno realizovanje aktivnosti Agencije. Rodna struktura zaposlenih: 21 žena i sedam muškaraca.

Zakonom o elektronskim medijima predviđeno je da Savjet Agencije ima pet članova, od kojih je jedan član predsjednik Savjeta. Kvalifikaciona struktura članova Savjeta Agencije: dva doktora nauka i troje sa visokom školskom spremom. Rodna struktura članova Savjeta Agencije: jedna žena i četiri muškarca.

## 8. FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2023. GODINI

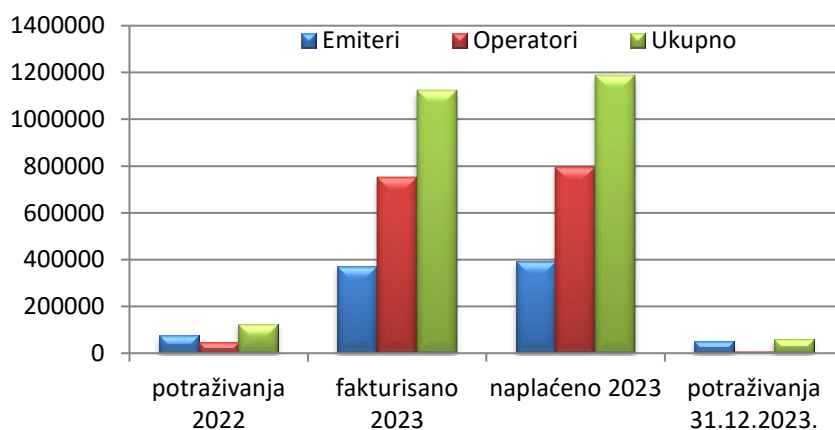
Zakon o elektronskim medijima propisuje izvore finansiranja Agencije, kao i s tim povezana prava i obaveze pružalaca audiovizuelnih medijskih (AVM) usluga. Saglasno članu 40 Zakona o elektronskim medijima, na sjednici održanoj 29.09.2022. godine, Savjet Agencije je donio Odluku o usvajanju Finansijskog plana Agencije za elektronske medije za 2023. godinu.<sup>147</sup>

Saglasno članu 32 Zakona o budžetu i fiskalnoj odgovornosti<sup>148</sup>, Agencija je u propisanom roku (do 30. septembra 2022. godine), Ministarstvu finansija dostavila utvrđeni Finansijski plan sa planom rada za 2023. 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 2022. godini, Skupština Crne Gore je 27. decembra 2022. godine donijela Odluku o usvajanju Finansijskog plana sa Planom rada Agencije za elektronske medije za 2023. godinu<sup>149</sup>.

U toku 2023. godine Agencija je ostvarila ukupan prihod u iznosu od 1.218.431,99 €, rashodi su iznosili 1.118.743,24 €, što znači da je ostvarena pozitivna razlika u iznosu od 99.688,75 €.

Procenat naplativosti prihoda po osnovu naknada za emitovanje ostvaren je na nivou od 88,0 %, dok je procenat naplativosti prihoda po osnovu naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev iznosio 99,1 %, što ukazuje da su ovi prihodi bili stabilni izvori finansiranja Agencije u toku 2023. godine.



Struktura i naplativost prihoda po osnovu izdatih odobrenja

Vrijednost ukupne aktive, na bazi bilansa stanja na dan 31.12.2023. godine je 3.161.055,87 €. Stalna imovina od 221.076,05 € iznosi 7,0% ukupne aktive, a sastoji se od nematerijalne imovine (32,0%) i materijalne imovine (68,0%). Obrtna imovina u vrijednosti od 2.939.979,82 € čini 93% ukupne aktive i odnosi se na kratkoročna potraživanja (1,6%) i gotovinu i gotovinske ekvivalente (98,4%).

Ukupna potraživanja prenijeta iz 2022. godine iznosila su 108.806,96 €, dok ukupna potraživanja na dan 31.12.2023. godine iznose 47.167,66 € i čine ih potraživanja od emitera i

<sup>147</sup> Odluka br. 01-1496/1 od 29.09.2022. godine

<sup>148</sup> „Sl. list CG“, br. 20/14, 56/14, 70/17, 4/18, 55/18, 66/19, 70/21, 145/21, 27/23 i 125/23

<sup>149</sup> „Sl. list CG“, br. 150/22

pružalaca AVM usluga na zahtjev sa ispravkom vrijednosti. Ukupna sredstva na transakcionim računima iznose 2.890.745,38 €, blagajne 654,70 €, deviznog računa 713,77 € i Visa kartice 687,51 €.

Ukupna pasiva je u vrijednosti od 3.161.055,87 €. Kapital Agencije iznosi 2.511.785,19 € i obuhvata:

- osnovni kapital 1,00 €,
- revalorizacione rezerve 30.457,88 €,
- neraspoređeni dobitak ranijih godina u iznosu od 2.381.637,56 € i
- neraspoređeni dobitak tekuće godine u iznosu od 99.688,75 €.

Osnovni kapital Agencije iskazan u iznosu od 1,00 € evidentiran je u Statutu Agencije za elektronske medije (akt br. 01-691 od 20.04.2021.g.) i isti je upisan u Centralnom registru privrednih subjekata u Podgorici.

Revalorizacione rezerve u iznosu od 30.457,88 € se sastoje od revalorizacionih rezervi po osnovu procjene nematerijalnih ulaganja u iznosu od 6.609,14 € i revalorizacionih rezervi po osnovu procjene opreme u iznosu od 23.848,74 € u skladu sa Izveštajem o procjeni vrijednosti stalne imovine u vlasništvu Agencije za elektronske medije Crne Gore (Izveštaj br. 02-459/2 od 20.09.2021. godine).

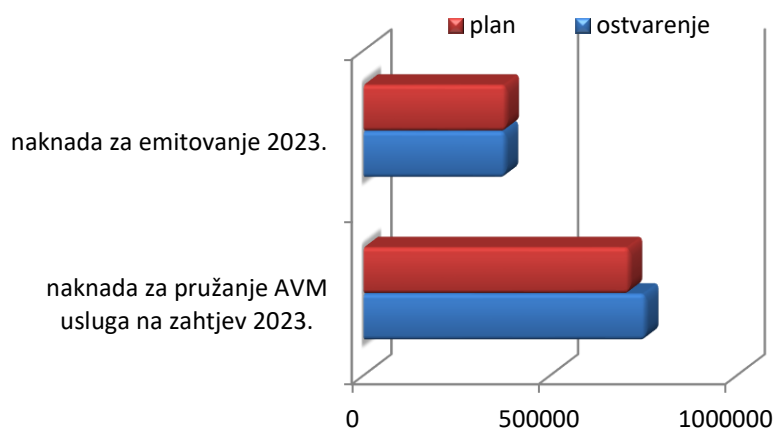
Dugoročna rezervisanja na dan 31.12.2023. godine iznose 167.826,34 € i ista se odnose na rezervisanja po MRS 19 - Naknade zaposlenima u iznosu od 134.644,14 € i rezervisanja za troškove sudskih sporova u iznosu od 33.182,20 €.

Ukupne kratkoročne obaveze Agencije iznose 481.444,34 €, od čega se 667,51 € odnosi na primljene avanse od kupaca, sredstva Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija u dijelu koji se odnosi na potfond za komercijalne i neprofitne elektronske medije u iznosu od 479.186,04 € i obaveze prema dobavljačima u iznosu od 1.590,79 €.

Dovodeći navedene obaveze u vezu sa vrijednošću obrtne imovine od 2.939.979,82€ može se zaključiti da je Agencija solventna, odnosno njena likvidnost nijednog momenta nije dovedena u pitanje.

VRSTA PRIHODA	Planirano	Ostvareno	Index
naknada za emitovanje	380.341,00	378.245,62	99,45
naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev	710.325,00	753.703,36	106,11
naknada za registraciju	-	557,32	-
ostali poslovni dobitci	4.704,00	84.976,18	-
finansijski prihodi	-	949,51	-

Ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom



Prikaz ostvarenih prihoda i njihovo poređenje sa planom u 2023. godini

Upoređujući elemente ostvarenja prihoda u odnosu na planirane, može se konstatovati da je prihod od naknada za emitovanje ostvaren za 0,5% manje od planiranog, dok je prihod od naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev za 6,1% viši od planiranog. Pri tome se misli na prihode koji se odnose na fakturisane naknade za pružanje AVM usluga u 2023. godini.

VRSTE RASHODA	Planirano (€)	Ostvareno (€)	Index
bruto zarade zaposlenih	548.004,00	547.679,99	99,94
bruto naknade članova Savjeta	97.528,00	98.416,40	100,91
ostala lična primanja i naknade	59.600,00	49.182,09	82,52
službena putovanja i članarine međ. org.	32.000,00	25.663,13	80,20
rashodi za materijal i usluge	109.000,00	87.245,79	80,04
troškovi održavanja osnovnih sredstava	12.500,00	11.187,74	89,50
ostala poslovna terećenja	153.500,00	161.374,36	105,13
troškovi ispravke vrijednosti potraživanja	-	29.547,28	-
troškovi rezervisanja	-	53.978,87	-
stambena pitanja zaposlenih	10.000,00	-	-
amortizacija	40.000,00	38.107,67	95,27
rezerva	31.864,00	3.226,67	10,13

*Ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom*

Detaljnije informacije o rezultatima finansijskog poslovanja Agencije za elektronske medije u 2023. godini mogu se naći u IZVJEŠTAJU O FINANSIJSKOM POSLOVANJU AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE ZA 2023. GODINU, dostupnom na veb-sajtu [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org).

