



AGENCIJA ZA  
AUDIOVIZUELNE  
MEDIJSKE USLUGE

# IZVJEŠTAJ O RADU AGENCIJE ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE ZA 2025. GODINU

Podgorica, april 2026





**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE**  
Broj: 05-077/26-422/3  
Podgorica, 22.04.2026. godine

# **IZVJEŠTAJ O RADU AGENCIJE ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE ZA 2025. GODINU**



# SADRŽAJ

<b>1. RAZVOJ I IMPLEMENTACIJA ZAKONSKOG I PODZAKONSKOG OKVIRA OD ZNAČAJA ZA AVM SEKTOR</b>	<b>11</b>
<b>2. NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA</b>	<b>13</b>
2.1. Usaglašavanje rada emitera radijskih i TV progama sa Zakonom o AVM uslugama sa programskog aspekta	13
2.2. Televizija	15
2.3. Radio	20
2.4. Usaglašavanje rada distributera radijskih i TV programa sa Zakonom o AVM uslugama	26
2.5. Usaglašenost statuta emitera sa članom 42. Zakona o medijima	27
2.6. Transparentnost vlasništva	27
2.7. Izdavanje novih odobrenja za emitovanje	28
2.8. Izmjena odobrenja za emitovanje – obračun godišnje naknade za 2026. godinu	29
2.9. Implementacija nove zakonske obaveze propisane odredbom člana 43 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama	29
2.10. Promjena identifikacionog znaka i vlasničke strukture pružalaca AVM usluga	29
2.11. Prestanak i oduzimanje odobrenja za pružanje AVM usluga	31
2.12. Izdavanje rješenja o registraciji AVM usluge na zahtjev	31
2.13. Izdavanje novih odobrenja za distribuciju linearnih AVM usluga	32
2.14. Registracija pružalaca AVM usluga na zahtjev	34
2.15. Kvote za evropska i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača	35
2.16. Monitoring poštovanja programskih pravila i uslova iz izdatih odobrenja za emitovanje	38
2.17. Poštovanje programske strukture	43
2.18. Studija „Mjerenje medijske publike u Crnoj Gori – Analiza sistema i metodologije mjerenja televizijske gledanosti s preporukama“	54
2.19. Izrečene upravno-nadzorne mjere	56
2.20. Aktivnosti za poboljšanje naplate potraživanja	61
2.21. Godišnji izvještaj o dodijeljenoj državnoj pomoći za 2024. godinu	62
2.22. Godišnji izvještaj o aktivnostima na sprovođenju i unapređenju upravljanja i kontrola za 2024. g	62
2.23. Godišnji izvještaj o radu unutrašnje revizije za 2024. godinu	62
2.24. Godišnji izvještaj o sprovođenju Plana integriteta Agencije za elektronske medije za 2024. godinu	63
2.25. Dominantan položaj subjekata nadzora	63
2.26. Evidencija o finansiranju osnivača medija po osnovu sponzorisavanja medijskih sadržaja, oglašavanja i pružanja drugih ugovorenih usluga za 2024. godinu	63
<b>3. FOND ZA PODSTICANJE PLURALIZMA I RAZNOVRNOSTI MEDIJA</b>	<b>64</b>
3.1. Učinci Fonda za medijski pluralizam – kraći dokumentarni film	68
<b>4. ANALIZA EKONOMSKOG POLOŽAJA KOMERCIJALNIH I JAVNIH EMITERA</b>	<b>69</b>
4.1. Analiza ekonomskog položaja komercijalnih emitera	69
4.2. Analiza ekonomskog položaja javnih emitera	70
4.3. Transparentnost finansiranja	72
<b>5. MEDIJSKA PISMENOST</b>	<b>74</b>
5.1. Kampanja javnih ličnosti o medijskoj pismenosti „Na istoj smo strani“	74
5.2. Autorski tekstovi edukatora za sajt <a href="http://www.medijskapismenost.me">www.medijskapismenost.me</a>	76
5.3. Poklon predstava obradovala najmlađe u sedam opština	76
5.4. Ranom edukacijom do odgovornog pristupa tradicionalnim i novim medijima - Radionice o medijskoj pismenosti	78
5.5. Sigurnije digitalno okruženje za djecu - Radionice o digitalnoj bezbjednosti	78
5.6. Razgovori sa studentima - „Šta su nama radio i televizija danas?“	79
5.7. Donacija edukativnih materijala domovima starih, bibliotekama, školama, udruženjima Roma	79
5.8. <a href="http://www.medijskapismenost.me">www.medijskapismenost.me</a> – Digitalna tačka za sve inicijative u oblasti medijske pismenosti	81
5.9. Nastavljen značajan rast na društvenim mrežama sadržajima koji su posvećeni medijskoj pismenosti	81
5.10. Istraživanje javnog mnjenja o povjerenju u programe crnogorskih emitera	82
5.11. Obuka - Profesionalno i etičko izvještavanje ključ povjerenja javnosti u krizama	83
<b>6. MEĐUNARODNA SARADNJA</b>	<b>85</b>
6.1. Učešće u radu Mediteranske mreže regulatornih organa (MNRA)	86
6.2. Učešće u radu Evropskog odbora za medijske usluge (EBMS)	86
6.3. Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela – EPRA	88
6.4. Bilateralna saradnja	90
6.5. Učešće u radu Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD)	91
6.6. Konferencija o medijskoj pismenosti EU – Zapadni Balkan 2025	91
6.7. Učešće u projektu „Zaštita slobode izražavanja i medija na Zapadnom Balkanu“- PRO-FREX (Savjet Evrope i EU)	92
6.8. Konferencija „European Dialogue on Internet Governance – EuroDIG 2025“	92
6.9. Radionica o transponovanju Akta o digitalnim tržištima (DMA) u državama članicama EU (TAIEX 2025)	93
6.10. Učešće u projektu „Podrška izbornim reformama na Zapadnom Balkanu“ (OEBS ODIHR)	93
6.11. Laboratorija za omladinske politike u oblasti dezinformacija i medijske pismenosti	93

6.12. Radionica „Demokratski štit i proširenje: Digitalne i institucionalne perspektive“ .....	94
6.13. Studijska posjeta Helsinkiju – unapređenje medijske pismenosti .....	94
6.14. Učešće na konferenciji Alijanse nezavisnih savjeta za štampu Evrope (AIPCE) .....	95
<b>7. JAVNOST I UNAPREĐENJE RADA AGENCIJE .....</b>	<b>96</b>
7.1. Slobodan pristup informacijama .....	96
7.2. Godišnja konferencija „Medijski horizonti: Efikasnost regulatornih organa“ .....	97
7.3. Nastavljen dobar trend komunikacije sa medijima i građanima .....	98
7.4. Otvorena vrata Agencije studentima .....	99
7.5. Dostupnost podataka na veb-stranicama Agencije .....	99
7.6. Dalji rast prisutnosti Agencije na društvenim mrežama .....	100
<b>8. UNAPREĐENJE KAPACITETA AGENCIJE .....</b>	<b>102</b>
8.1. Izgradnja i opremanje novog data centra .....	102
8.2. Implementacija active directory sistema .....	102
8.3. Implementacija novog Microsoft 365 okruženja .....	103
8.4. Proširenje i unapređenje monitoring kapaciteta .....	103
8.5. Razvoj internog sistema za automatsku transkripciju zasnovanog na vještačkoj inteligenciji .....	103
<b>9. RASPOLAGANJE PROSTOROM I ORGANIZACIONA STRUKTURA AGENCIJE .....</b>	<b>105</b>
9.1. Raspolaganje prostorom za rad Agencije .....	105
9.2. Organizaciona struktura .....	105
<b>10. FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2025. GODINI .....</b>	<b>106</b>

# AMU – 2025

## KLJUČNI REZULTATI I PODACI



### USAGLAŠAVANJE SA NOVIM ZAKONOM O AUDIOVIZUELNIM MEDIJSKIM USLUGAMA

- ✓ Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada za pružanje usluga iz nadležnosti Agencije za audiovizuelne medijske usluge
- ✓ Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o uslovima i obavezama u vezi sa pružanjem audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev
- ✓ Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada za pružanje usluga iz nadležnosti Agencije za audiovizuelne medijske usluge
- ✓ Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama
- ✓ Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za distribuciju linearnih audiovizuelnih medijskih usluga
- ✓ Pravilnik o izmjenama Pravilnika o vođenju postupka i izricanju upravno-nadzornih mjera



### ANALIZE I IZVJEŠTAJI O MONITORINGU



- ✓ Izvještavanje TV emitera u vezi sa tragedijom na Cetinju u centralnim informativnim emisijama;
- ✓ Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa sa nacionalnim pokrivanjem;
- ✓ Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa komercijalnih emitera sa regionalnim pokrivanjem;
- ✓ Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa lokalnih javnih emitera;
- ✓ Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Neđelje ponosa“;
- ✓ Informacija o zastupljenosti programskih sadržaja namijenjenih djeci u programima TV emitera u Crnoj Gori;
- ✓ Analiza zastupljenosti oglasa za hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera u televizijskom oglašavanju.
- ✓ Izvještaj o političkom oglašavanju tokom kampanja za izbore za odbornike u Skupštini opštine Herceg Novi i Skupštini opštine Nikšić.

**Zbog kršenja zakonskih obaveza, u 2025. g.**

**Agencija je izrekla emiterima**

- ✓ **80 upozorenja,**
- ✓ **četiri novčane kazne,**
- ✓ **pet privremenih i**
- ✓ **tri trajna oduzimanja odobrenja za emitovanje**

## DIGITALNA PLATFORMA – TRANSPARENTNOSTMEDIJA.ME

- ✓ Prvi jedinstveni digitalni registar medijskog vlasništva u Crnoj Gori
- ✓ Povećanje transparentnosti vlasništva medija
- ✓ Jačanje povjerenja i podizanje svijesti o uticaju vlasničkih struktura na uredničke politike



## MEĐUNARODNA SARADNJA

- ✓ Učešće u radu Mediteranske mreže regulatornih organa (MNRA)
- ✓ Učešće u radu Evropskog odbora za medijske usluge (EBMS)
- ✓ Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela (EPRA)
- ✓ Bilateralna saradnja sa regulatorima Portugala i Kosova
- ✓ Memorandum o razumijevanju potpisan između AMU i Portugalskog regulatornog medijskog organa (ERC)
- ✓ Učešće na brojnim regionalnim i evropskim konferencijama i radionicama

## PROMOCIJA MEDIJSKE PISMENOSTI

- ✓ Kampanja javnih ličnosti o medijskoj pismenosti „Na istoj smo strani“
- ✓ Autorski tekstovi edukatora za sajt [www.medijskapismenost.me](http://www.medijskapismenost.me)
- ✓ Edukativna predstava „Klikni sigurno, klikni na porodicu“
- ✓ Radionice o medijskoj pismenosti u osam osnovnih škola
- ✓ Radionice o digitalnoj bezbjednosti u četiri osnovne škole
- ✓ Dvije tribine „Šta su nama radio i televizija danas?“ sa studentima Fakulteta političkih nauka Univerziteta Crne Gore
- ✓ Donacija edukativnih materijala domovima starih, bibliotekama, školama, udruženjima Roma
- ✓ [www.medijskapismenost.me](http://www.medijskapismenost.me) – centralna platforma za praćenje svih programa, projekata i inicijativa u oblasti medijske pismenosti
- ✓ Značajan porast broja pratilaca i angažovanosti publike na nalogima „Medijska pismenost Crna Gora“ na društvenim mrežama

## FOND ZA MEDIJSKI PLURALIZAM

Ukupan iznos  
**900.053 EUR**

Broj emitera korisnika  
Fonda - **13**

Prosječan broj emisija po grantu -  
**56**

Prosječno trajanje emisije - **42 minuta**

Ukupno trajanje programa:  
**513 sati**

## POSEBNE ANALIZE

- ✓ Analiza ekonomskog položaja komercijalnih emitera (2020 – 2024)
- ✓ Analiza ekonomskog položaja javnih emitera (2020 – 2024)

**KRATAK DOKUMENTARNI FILM  
UČINCI FONDA ZA PODSTICANJE  
PLURALIZMA I RAZNOVRNOSTI MEDIJA**

Agencija za audiovizuelne medijske usluge (AMU) tokom 2025. godine nastavila je da razvija i unapređuje svoj regulatorni okvir, oslanjajući se na temelje postavljene primjenom novog Zakona o AVM uslugama u prethodnom periodu. Fokus djelovanja Agencije bio je na daljoj operacionalizaciji zakonskih rješenja, unapređenju nadzornih praksi i jačanju efikasnosti regulatornih mehanizama, uz kontinuirano prilagođavanje savremenim izazovima u medijskom okruženju. U složenom regulatornom ambijentu, Agencija je svoju ulogu vršila dosljedno, profesionalno i u skladu sa zakonom – u interesu javnosti. Kao nezavisno regulatorno tijelo, djeluje nepristrasno i principijelno, prateći savremene regulatorne prakse, sa jasnim fokusom na zaštitu osnovnih vrijednosti medijskog prostora: slobodu izražavanja, odgovorno informisanje i medijski pluralizam.

U oblasti monitoringa i nadzora, Agencija je tokom 2025. godine nastavila sa intenzivnim aktivnostima, sprovodeći brojne tematske i redovne nadzore. Pripremljeni su i objavljeni brojni analitički izvještaji koji se odnose na različite aspekte audiovizuelnog sadržaja – uključujući predizborni medijski monitoring, izvještavanje TV emitera u vezi sa tragedijom na Cetinju u centralnim informativnim emisijama, izvještavanje tokom “Neđelje ponosa”, zastupljenost programskih sadržaja namijenjenih djeci u programima TV emitera, te zastupljenost oglasa za hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera u televizijskom oglašavanju. Na taj način, Agencija je dodatno učvrstila svoju ulogu proaktivnog i odgovornog regulatora, usmjerenog na zaštitu građana i unapređenje medijskog prostora.

Pred Vama je izvještaj koji sadrži detaljan prikaz aktivnosti sprovedenih tokom 2025. godine, od regulatornih intervencija i nadzora, preko međunarodne saradnje i projekata, medijske pismenosti, do unapređenja komunikacije sa javnošću.

Poseban akcenat u izvještajnom periodu stavljen je na dalje jačanje institucionalnih kapaciteta i profesionalizaciju rada Agencije. Kontinuirane obuke i stručno usavršavanje zaposlenih, kao i unapređenje organizacionih i tehničkih resursa, doprinijeli su većoj efikasnosti i kvalitetu regulatornih aktivnosti. Agencija time potvrđuje svoju posvećenost da ostane stabilan, kredibilan i moderan regulator, koji aktivno doprinosi razvoju demokratskog i pluralističkog medijskog ambijenta u Crnoj Gori, dosljedno štiteći javni interes.

**Sunčica Bakić**

Direktorica Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU)

## **SAVJET AGENCIJE ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE**

- **Prof. dr ANDRIJANA NIKOLIĆ**  
**Predsjednica Savjeta**  
(predstavnik udruženja komercijalnih emitera)
- **dr BRANKO BOŠKOVIĆ**  
(predstavnik univerziteta)
- **EDIN KOLJENović**  
(predstavnik nevladinih organizacija iz oblasti zaštite ljudskih prava i sloboda)
- **DRAGOLJUB DUŠKO VUKOVIĆ**  
(predstavnik nevladinih organizacija iz oblasti medija)
- **NIKO MARTINOVIĆ**  
(predstavnik Crnogorske akademije nauka i umjetnosti)

Postupak izbora članova Savjeta Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) tokom 2025. godine obilježilo je višestruko raspisivanje javnih konkursa, njihovo poništavanje i ponavljanje. Zbog ponavljanja procedura i izostanka potrebne većine za izbor kandidata, imenovanje članova odvijalo se duže od planiranog kroz više uzastopnih pokušaja.

Krajem 2024. godine Skupština Crne Gore, odnosno Administrativni odbor raspisao je prvi javni konkurs za popunjavanje upražnjenih mjesta u Savjetu AMU, u skladu sa zakonskim rješenjima kojima je propisan izbor po jednog člana iz reda nevladinih organizacija iz oblasti medija, kao i iz reda Crnogorske akademije nauka i umjetnosti (CANU) i Crnogorskog PEN centra. Konkurs je, međutim, u januaru 2025. poništen zbog tehničke greške u tekstu poziva koja je mogla uticati na jasnoću i pravilnost procedure. Drugi konkurs, raspisan krajem januara 2025, takođe je poništen u aprilu iste godine, nakon što je utvrđeno da kandidature nijesu bile u skladu sa Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama u dijelu koji se odnosi na to da kandidata treba da predloži organ upravljanja nevladine organizacije, odnosno organ upravljanja CANU ili PEN centra.

Treći pokušaj izbora okončan je bez uspjeha na sjednici Skupštine 30. jula 2025. godine, kada prijedlog Administrativnog odbora da se u Savjet Agencije imenuju Dragoljub Duško Vuković, koga je predložilo više nevladinih organizacija, i Niko Martinović, kandidat predložen ispred Crnogorske akademije nauka i umjetnosti (CANU) nije dobio potrebnu podršku poslanika.

S obzirom na to da ni nakon trećeg pokušaja nije došlo do izbora članova Savjeta, pokrenuta je inicijativa za raspisivanje novog, četvrtog javnog konkursa kako bi se postupak ponovo sproveo i omogućilo popunjavanje upražnjenih mjesta. Krajem decembra 2025. godine, postupak je uspješno okončan – Administrativni odbor je 26. decembra predložio kandidate Dragoljuba Duška Vukovića i Nika Martinovića, a Skupština ih je izabrala na sjednici 31. decembra 2025. godine.

*Paralelno s tim, u novembru 2025. raspisan je javni poziv univerzitetima za imenovanje člana Savjeta čiji mandat ističe u aprilu 2026. godine. Prijedlog da kandidat bude dr Branko Bošković potvrđen je na sjednici Skupštine 31. decembra 2025. godine. Takođe krajem decembra raspisan je i javni konkurs nevladinim organizacijama koje se bave zaštitom ljudskih prava i sloboda za imenovanje člana Savjeta.*

*\**

*\* \**

*Izveštaj o radu Agencije za audiovizuelne medijske usluge za 2025. 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 2025. godinu, dostavlja Skupštini Crne Gore na usvajanje.*

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

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

Saglasno članu 174 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama i usvojenim Planom rada za 2025. godinu, Savjet Agencije za audiovizuelne medijske usluge (SAMU) je usvojio sljedeća podzakonska akta kojima se bliže uređuju prava i obaveze pružalaca AVM usluga, distributera linearnih AVM usluga i pružalaca usluga platformi za razmjenu video sadržaja.

**Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada za pružanje usluga iz nadležnosti Agencije za audiovizuelne medijske usluge** („Službeni list CG”, br. 052/25). Ovim Pravilnikom propisan (revidiran) je način utvrđivanja naknade za emitovanje u zavisnosti od toga da li se radi o opštem ili specijalizovanom radijskom i/ili televizijskom programu (koeficijent G, član 10 stav 6 alineja a). Navedenim Pravilnikom predviđeno je i da se naknada za emitovanje specijalizovanih muzičkih programa utvrđuje tako da koeficijent G iz Formule 1 iznosi 1,6.

Takođe, u cilju jasnijeg definisanja načina i rokova za obračun i plaćanje pojedinih naknada, članovima 15 i 16 Pravilnika predviđeno je da se prva rata naknade za pružanje usluga distribucije linearnih AVM usluga, AVM usluga na zahtjev i platformi za razmjenu video sadržaja, za tekuću godinu (drugu i sve ostale godine) utvrđuje akontativno, kao i da se, na osnovu dostavljene propisane dokumentacije, vrši sravnjivanje prilikom obračuna druge, treće i četvrte kvartalne rate za tekuću godinu.

**Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o uslovima i obavezama u vezi sa pružanjem audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev** („Službeni list Crne Gore”, br. 052/25). Ovim Pravilnikom obuhvaćene su sve usluge definisane članom 3 stav 1 Pravilnika o uslovima i obavezama u vezi sa pružanjem audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev („Sl. list CG”, br. 125/24), te na jasan i nedvosmislen način propisana sveobuhvatnija obaveza podnošenja prijave za pružanje tih usluga i registraciju pružalaca AVM usluga na zahtjev.

Pored toga, navedenim Pravilnikom se na precizniji način određuje koje uslove treba da ispunjava usluga koja predstavlja odvojivi dio platforme za razmjenu video sadržaja, koja se koristi kao platforma za objavljivanje kataloga sadržaja koji je odabrao i organizovao pružalac usluge, da bi se smatrala AVM uslugom na zahtjev (npr. YouTube ili Instagram profil).

**Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada za pružanje usluga iz nadležnosti Agencije za audiovizuelne medijske usluge** („Službeni list CG”, br. 104/25). Ovim Pravilnikom izmjenjen je i dopunjen Pravilnik o visini, načinu utvrđivanja i plaćanja naknada za pružanje usluga iz nadležnosti Agencije za audiovizuelne medijske usluge („Sl. list CG”, br. 107/24 i 52/25) u dijelu koji se odnosi na:

- koeficijent F, koji predstavlja vrstu platforme za emitovanje programa posredstvom kablovskog sistema, javne fiksne ili mobilne telekomunikacione mreže, satelitskog distribucionog sistema ili drugih mreža elektronskih komunikacija;
- koeficijent G, koji predstavlja vrstu linearne AVM usluge (emitera opšteg ili specijalizovanog radijskog i/ili televizijskog programa).

**Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama** („Službeni list CG”, br. 104/25) u cilju usaglašavanja sa odredbama Zakona o igrama na sreću („Sl. list CG”, br. 91/25), koji je stupio na snagu 14. avgusta 2025. godine, uvodi definicije i razvrstava tri vrste oglašavanja igara na sreću (oglašavanje priređivača, oglašavanje usluga i oglašavanje pogodnosti u vezi sa uslugama igara na sreću).

Saglasno Zakonu o igrama na sreću, bliže je propisan način realizacije obaveza za emitere radijskih i TV programa i pružaoce audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev.

**Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za distribuciju linearnih audiovizuelnih medijskih usluga** („Službeni list CG”, br. 124/25) u cilju jednostavnijeg i efikasnijeg pristupa u prikupljanju podataka, na precizniji način definiše:

- postupak za izmjenu odobrenja za distribuciju u slučaju izmjene liste radijskih i TV programa, pa jasno propisuje da se u ovom slučaju podnosi samo Zahtjev za izmjenu odobrenja, podaci od značaja za određeni program i saglasnost vlasnika programa.
- način dostavljanja i obim podataka o svakom pojedinom programu koje distributer namjerava da uključi u svoju ponudu, kao i pisanu saglasnost vlasnika programa, a sve u cilju blagovremenog i cjelishodnog pribavljanja podataka od značaja za utvrđivanje zemlje porijekla određenog programa i načina i rokova na koji su regulisana prava distribucije, odnosno autorska i srodna prava.

**Pravilnik o izmjenama Pravilnika o vođenju postupka i izricanju upravno-nadzornih mjera** („Službeni list CG”, br. 124/25). Navedenim Pravilnikom izvršena je tehnička izmjena u članu 17 Pravilnika o vođenju postupka i izricanju upravno-nadzornih mjera („Službeni list CG”, br. 125/24).

## 2.

# NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA

Sprovođenje nadzora nad radom emitera radijskih i televizijskih programa i pružalaca usluga njihove distribucije u 2025. godini obilježio je nastavak procesa usaglašavanja sa Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama i Zakonom o medijima (usvojenim sredinom 2024. godine), kao i održavanje izbora za odbornike u Skupštini opštine Herceg Novi i Skupštini opštine Nikšić.

U skladu sa Planom rada za 2025. godinu, Agencija je realizovala svoje redovne aktivnosti usmjerene na prikupljanje podataka i utvrđivanje relevantnih činjenica (u postupcima po prigovorima ili po službenoj dužnosti) od značaja za utvrđivanje odgovornosti za kršenje obaveza propisanih zakonom, podzakonskim aktima ili izdatim odobrenjem. Takođe, posebna pažnja je posvećena i tematskom monitoringu koji je imao za cilj da se prikupe i analiziraju podaci o emitovanom programu pojedinih grupa emitera sa različitih aspekata, kao npr. izvještavanje tokom „Neđelje ponosa“, zastupljenost programskih sadržaja namijenjenih djeci u programima TV emitera u Crnoj Gori, zastupljenosti oglasa za hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera u televizijskom oglašavanju.

Novim Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama promijenjene su neke od nadležnosti Agencije, struktura subjekata nadzora, kao i struktura (posebno programskih) obaveza emitera radijskih i televizijskih programa. Takođe je propisana obaveza za emitere da usklade organizaciju i način rada sa tim Zakonom u roku od devet mjeseci od dana njegovog stupanja na snagu, odnosno do 19. marta 2025. godine.

Imajući to u vidu, sprovedeni su postupci usaglašavanja rada emitera sa novim Zakonom.

### 2.1. Usaglašavanje rada emitera radijskih i TV progama sa Zakonom o AVM uslugama sa programskog aspekta

Stupanjem na snagu Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama u junu 2024. godine, kao i donošenjem Pravilnika o programskim standardima u radijskim i televizijskim programima<sup>1</sup> krajem 2024. godine, uspostavljen je novi normativni okvir. Njime je revidiran ili dopunjen set obaveza i uslova koji se odnose na programsku strukturu, posebno u dijelu obezbjeđivanja minimalnog učešća sopstvene produkcije i informativnog programa u opštim programima.

Emiteri su bili dužni da usklade organizaciju i način rada sa novim zakonskim rješenjima u roku od devet mjeseci od dana stupanja na snagu Zakona, odnosno do 19. marta 2025. godine. Izuzetno, u dijelu koji se odnosio na minimalno učešće sopstvene produkcije<sup>2</sup>, rok za usaglašavanje je bio nešto duži, odnosno 12 mjeseci od dana stupanja na snagu Pravilnika o programskim standardima u radijskim i televizijskim programima, tako da je taj rok istekao u decembru 2025. godine.

Uslovi za utvrđivanje programske osnove određenog programa promijenjeni su u zavisnosti da li se radi o opštem ili specijalizovanom radijskom ili televizijskom programu javnog, komercijalnog ili neprofitnog emitera. Pravilnikom je povećan broj kategorija programskih sadržaja po vrsti (sa šest<sup>3</sup> na 10), a sa produkcionog aspekta, pored sopstvenih, kupljenih ili

<sup>1</sup> „Sl. list CG“, br. 121/24.

<sup>2</sup> Čl. 191 stav 2 Zakona o AVM uslugama, čl. 45 Pravilnika o programskim standardima u radijskim i televizijskim programima.

<sup>3</sup> Ranijim Pravilnikom o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom („Sl. list CG“, br. 11/12) bilo je predviđeno šest vrsta sadržaja.

reemitovanih sadržaja, prepoznaje se i posebna kategorija „ostali programi“ (sadržaji koji se po učestalosti i vremenu emitovanja ne mogu svrstati u jednu od naprijed navedenih kategorija sadržaja prema izvoru).

Pored toga, neka od ključnih rješenja novog okvira su i sljedeća:

- **učešće sopstvene produkcije**<sup>4</sup> u ukupnom sedmičnom vremenu emitovanja opšteg radijskog ili televizijskog programa, uvažavajući podjelu na programe komercijalnih i javnih emitera, ne može biti manje od:
  - a) 30% u televizijskim programima javnih emitera,
  - b) 25% u televizijskim programima komercijalnih emitera,
  - c) 10% u radijskim programima komercijalnih emitera,
  - a) 20% u radijskim programima javnih emitera,
  - b) 20% u televizijskim programima komercijalnih emitera na albanskom i romskom jeziku.

Zakonom predviđena dozvoljena sezonska odstupanja, detaljnije su propisna članom 45 Pravilnika. Saglasno tome, u periodu od 15. juna do 15. septembra i od 20. decembra do 20. januara učešće sopstvene produkcije može iznositi nešto manje od tih procenata<sup>5</sup>. Ipak, u slučaju programa javnih emitera, najmanje 50% sopstvene produkcije mora biti emitovano između 16 i 22 sata.

- **povećan je broj vrsta programskih sadržaja**<sup>6</sup> tako da su sada posebno prepoznati: informativni program, kulturno-umjetnički program, naučno-obrazovni program, dokumentarni program, program za maloljetnike, sportski program, filmski i serijski program, vjerski program, zabavni program i muzički program.

Pri tome, propisano je da programska osnova opšteg programa mora da sadrži najmanje pet od tih 10 vrsta programskih sadržaja. Pored toga, propisano je i da programska osnova specijalizovanog programa sadrži programsku šemu u kojoj je više od 60% ukupnog sedmičnog vremena emitovanja program iste vrste.

- emiter opšteg radijskog ili televizijskog programa dužan je da emituje program u kojem **učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji**, na sedmičnom nivou, iznosi najmanje 10% za televizijske programe, odnosno 6% za radijske programe<sup>7</sup>. Ta količina informativnog programa mora biti emitovana u periodu od 6 do 23 časa.
- emiter opšteg televizijskog programa, dužan je da obezbijedi **minimalno učešće vijesti** u trajanju od najmanje 30 minuta dnevno, od čega najmanje jednu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta. Sa druge strane, emiter opšteg radijskog programa dužan je da sedmično emituje vijesti u trajanju od najmanje 120 minuta. Navedene obaveze moraju biti ostvarene u periodu od 6 do 23 časa<sup>8</sup>. Novina se odnosi samo na radijske programe, koji više namaju svakodnevnu obavezu proizvodnje vijesti, kako je to bilo i ostalo propisano za televizijske programe

Sve navedeno ukazuje da proces usaglašavanja sa novim zakonskim rješenjima ne podrazumijeva samo formalno prilagođavanje programske osnove, već i suštinsku reorganizaciju poslovnih, produkcionih i pravnih aspekata rada emitera. Upravo imajući u vidu te izazove, Agencija je u toku 2025. godine, fokusirala pažnju na pružanje maksimalne podrške emiterima da sprovedu potrebna prilagođavanja i svoj rad usaglase sa Zakonom. Kao rezultat toga, **skoro svi emiteri radijskih<sup>9</sup> i televizijskih programa do kraja 2025.**

<sup>4</sup> Čl. 34 stav 1 Zakona o AVM uslugama i čl. 45 stav 1 Pravilnika o programskim standardima u radijskim i televizijskim programima.

<sup>5</sup> 15% - u TV programu komercijalnog emitera; 5% - u radijskom programu komercijalnog emitera; 20% - u TV programu javnog emitera, 15% - u radijskom programu javnog emitera.

<sup>6</sup> Član 41 Pravilnika o programskim standardima u radijskim i televizijskim programima.

<sup>7</sup> Član 27 st. 4 i 7 Zakona o AVM uslugama.

<sup>8</sup> Član 27 st. 5, 6 i 7 Zakona o AVM uslugama.

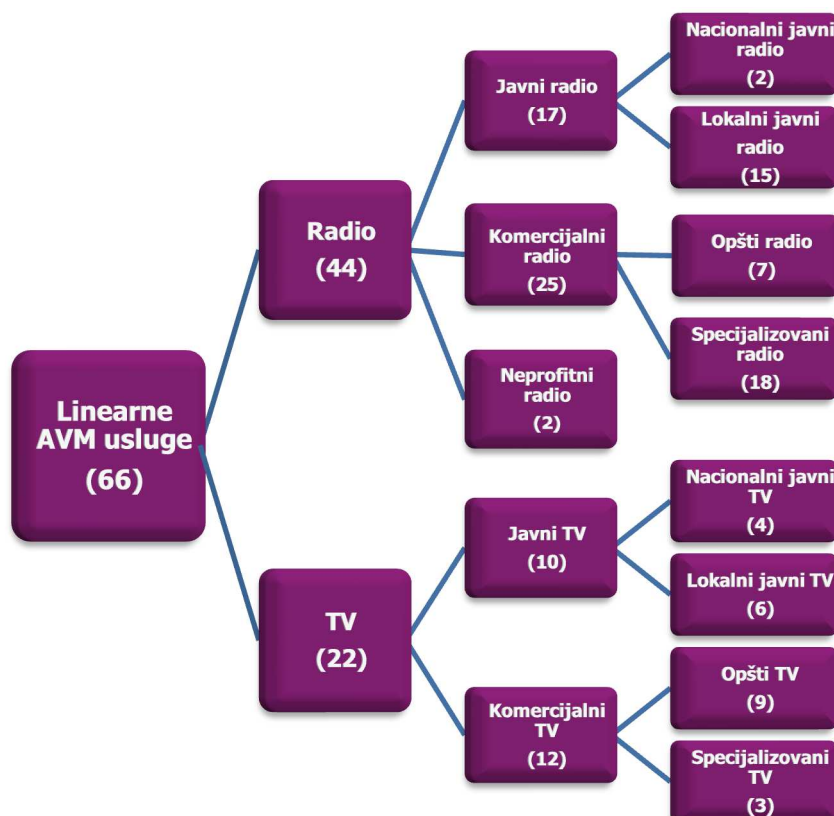
<sup>9</sup> Sa izuzetkom emitera Radio Ulcinj, Radio Cetinje i Radio Star FM, koji do kraja 2025. godine nijesu pokrenuli čak ni postupak za usaglašavanje rada sa novim Zakonom.

**godine izvršili su usaglašavanje svojih programskih osnova i pokrenuli/sproveli postupak izmjene odobrenja za emitovanje.**

Agencija će u narednom periodu nastaviti sa praćenjem primjene propisa i uslova iz izdatih odobrenja, uz pružanje stručnih pojašnjenja i, po potrebi, preduzimanje zakonom propisanih mjera u cilju obezbjeđivanja dosljedne primjene normativnog okvira.

**Na kraju 2025. u Crnoj Gori ima 66 linearnih AVM usluga - radijskih i televizijskih programa. Od toga su 44 radijska (jedan manje nego prethodne godine), a 22 televizijska programa.**

Ukupno je 27 programa javnih radijskih i televizijskih emitera (nacionalnih i lokalnih), 37 programa komercijalnih radio i TV emitera (opštih i specijalizovanih), kao i dva programa neprofitnih radio emitera.



Grafik: Linearne AVM usluge (radijski i televizijski programi) u Crnoj Gori (struktura po grupama i broj)

Proces usaglašavanja rada sa novim Zakonom doveo je do promjena u prosječnoj programskoj ponudi programa, kod svih vrsta emitera, javnih, komercijalnih i neprofitnih. U nastavku je kratak prikaz nastalih promjena kod radijskih i televizijskih programa.

## 2.2. Televizija

### 2.2.1. Promjena statusa medija (opšti/specijalizovani)

Kada je u pitanju status (opšti, specijalizovani), prema izmijenjenim odobrenjima za emitovanje, na kraju 2025.g., od ukupno deset javnih TV emitera, dva programa Javnog medijskog servisa Crne Gore (RTCG)<sup>10</sup> imaju status specijalizovanog programa, dok je preostalih osam zadržalo status opšteg programa.

<sup>10</sup> Odobrenje za emitovanje specijalizovanog informativnog televizijskog programa „Parlamentarni program“ br. O – TV – J – 09 (Rješenje br. UP I 03-043/25-210/5 od 31.10.2025.g.).

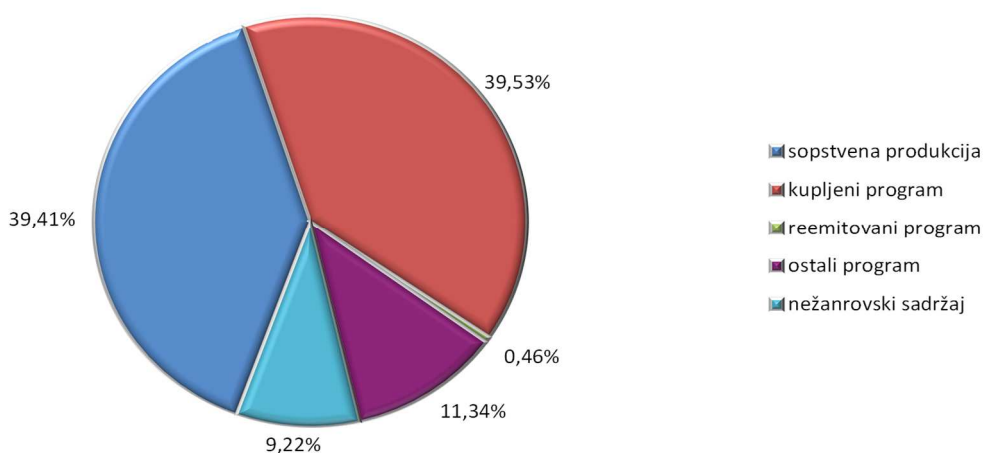
Odobrenje za emitovanje specijalizovanog dokumentarnog televizijskog programa „Satelitska Televizija Crne Gore“ br. O – TV – J – 03 (Rješenje br. UP I 04-043/26-44/1 od 10.02.2026.g.).

Broj opštih programa komercijalnih emitera je ostao nepromijenjen (9) u odnosu na 2024.g. Zbog izmjene Pravilnika o programskim standardima u radijskim i televizijskim programima i povećanja broja kategorija, vrsta programskih sadržaja (10), tri programa su promijenila status iz specijalizovanog zabavnog u specijalizovani muzički program.

## 2.2.2. Televizija – prosječna programska struktura po izvoru programskih sadržaja

Uzimajući u obzir programske osnove koje su sastavni dio izmijenjenih odobrenja za emitovanje, na kraju 2025.g.<sup>11</sup> **opšte televizije u Crnoj Gori**, prema produkcijskom izvoru, prosječno imaju oko 40% sopstvenog, odnosno kupljenog, programa, dok procenat reemitovanog programa iznosi nešto ispod 1% ukupno emitovanog programa.<sup>12</sup>

Nešto više od 11%, u prosjeku, čini kategorija „ostali program“ u koju su svrstani sadržaji koji se po učestalosti i vremenu emitovanja, u okviru radijskih ili televizijskih programa istog emitera ne mogu svrstati u jednu od kategorija sadržaja prema izvoru produkcije (sopstvena, kupljeni i reemitovani program)<sup>13</sup>. Osim toga, u prosječnoj programskoj strukturi po izvoru, tzv. „nežanrovski sadržaji“ zauzimaju oko 9%, a čine ih oglasi, telešoping, najave sopstvenog programa i „intermezzo“ sadržaj (panoramski kadrovi).



Grafik: Opšti TV programi – struktura programa po izvoru produkcije, prosjek (2025)

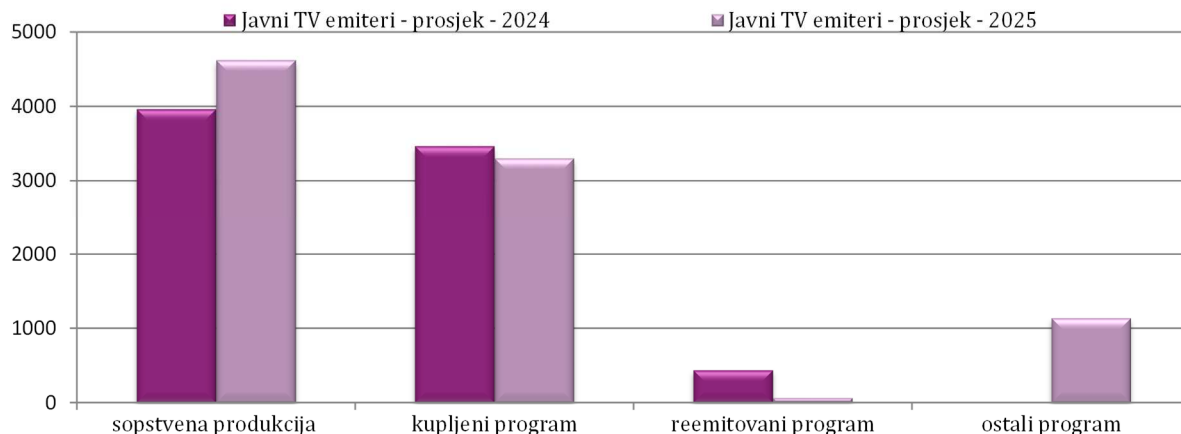
Posmatrano po vrstama emitera, nakon sprovedene procedure usaglašavanja sa Zakonom, na kraju 2025. godine, programska osnova **TV programa javnih emitera, u prosjeku**, sadrži 45% sopstvenog programa, oko 32% kupljenog, te zanemarljivo učešće reemitovanog programa<sup>14</sup>.

<sup>11</sup> U podatke nijesu uključeni programi koji imaju status specijalizovanog programa.

<sup>12</sup> Na kraju 2024. godine, prosječno učešće sopstvene produkcije u opštim TV programima je iznosilo 35%, dok je učešće kupljenog bilo oko 40%. Učešće reemitovanog programa je iznosilo 3%.

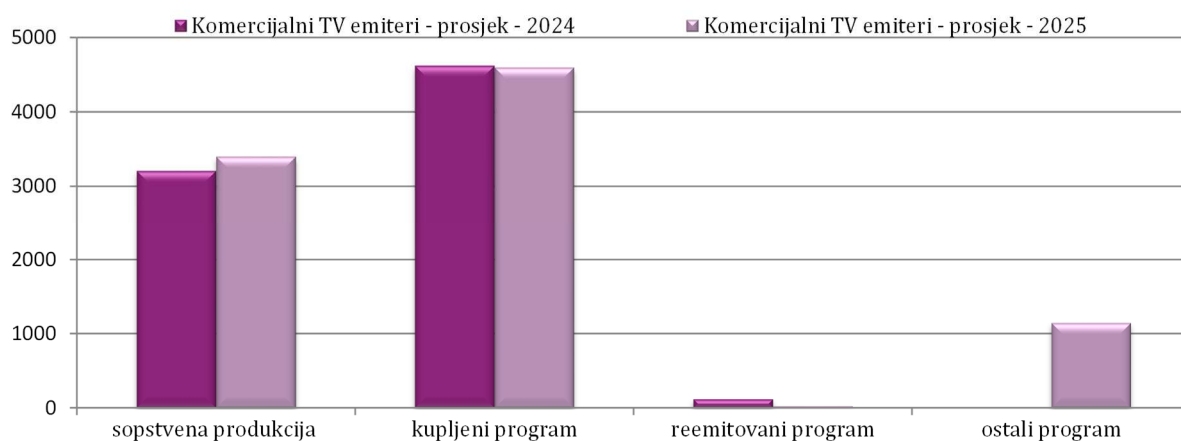
<sup>13</sup> Na primjer, treća i svaka naredna repriza sadržaja iz sopstvene produkcije.

<sup>14</sup> Na kraju 2024.g., prosječno učešće sopstvene produkcije u TV programima javnih emitera je iznosilo oko 39%, dok je učešće kupljenog bilo oko 34%. Učešće reemitovanog programa je iznosilo 4%.



Grafik: Opšti TV programi javnih emitera  
– struktura programa po izvoru produkcije, minuti, prosjek (2024 vs. 2025)

Kod **opštih TV programa komercijalnih emitera**, na kraju 2025. godine, prosječno učešće sopstvene produkcije iznosi 34%, kupljenog programa oko 46%, dok je učešće reemitovanog programa 1% (prisutan samo u programskoj osnovi jednog komercijalnog TV programa)<sup>15</sup>.

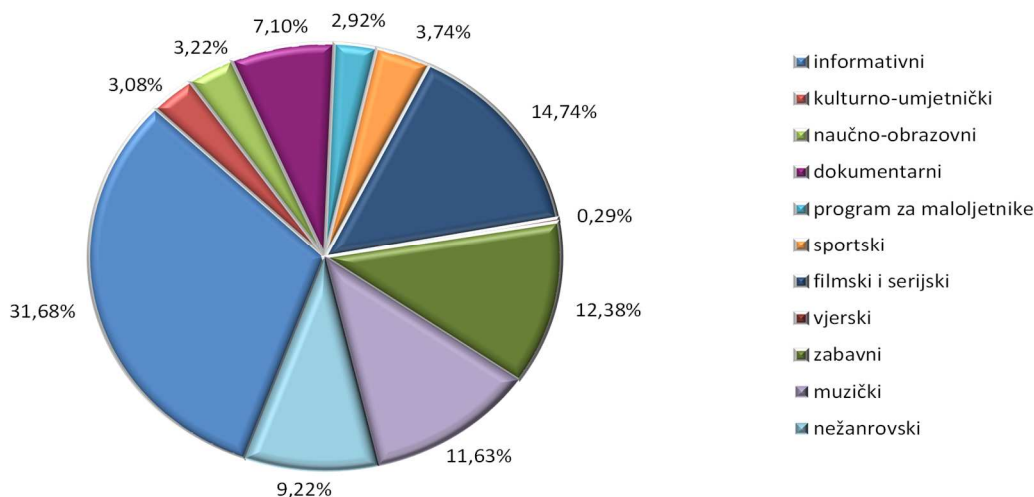


Grafik: Opšti TV programi komercijalnih emitera  
– struktura programa po izvoru, minuti, prosjek (2024 vs. 2025)

<sup>15</sup> Na kraju 2024.g., opšti TV programi komercijalnih emitera su imali približno 32% sopstvene produkcije, oko 46% kupljenog programa, dok je učešće reemitovanog programa iznosilo nešto iznad 1%.

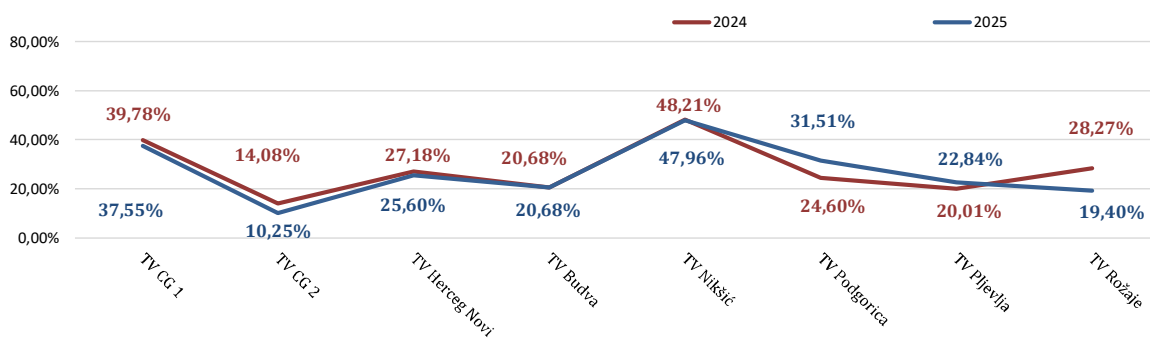
### 2.2.3. Televizija – prosječna programska struktura po vrstama programskih sadržaja

Imajući u vidu programske osnove iz izmijenjenih odobrenja za emitovanje svih opštih programa, može se zaključiti da je (na kraju 2025. godine), najzastupljeniji informativni program, sa prosječnim učešćem od oko 32%. U odnosu na 2024. godinu, kada je ovo učešće iznosilo 29,46%, došlo je do povećanja za nešto više od 2%.



Grafik: Opšti TV programi javnih emitera – struktura programa po vrsti sadržaja, prosjek (2025)

Kod **opštih TV programa javnih emitera**<sup>16</sup>, na kraju 2025. godine, prosječno učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji iznosilo je 26,97%. U odnosu na 2024. godinu (kada je taj parametar iznosio 27,85%), došlo je do malog pada prosjeka za 0,88%. Pri tome, treba imati u vidu da se, posmatrano po pojedinim programima, mogu uočiti različite vrste promjena, od povećanja za oko 6% kod TV Podgorice, do smanjenja za skoro 10% kod TV Rožaje.



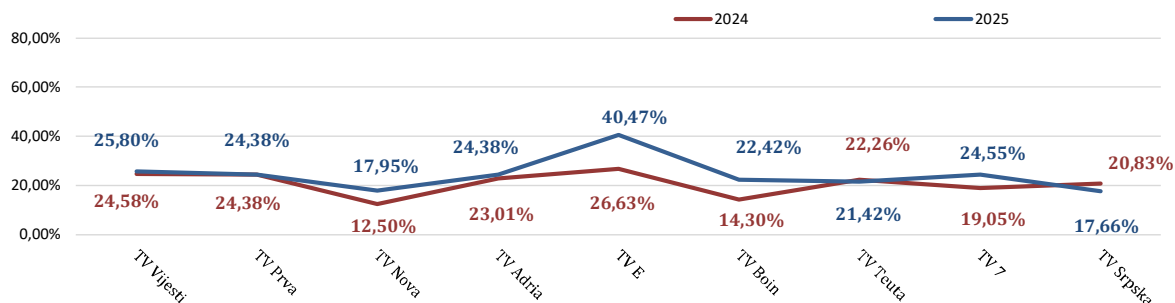
Grafik: Opšti TV programi javnih emitera – učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji (2024 vs. 2025)<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Lokalni javni emiter "Radio Televizija Rožaje" d.o.o., emiter televizijskog programa „TV Rožaje“ je usaglašavanje sa Zakonom izvršio u prvom kvartalu 2026.g.

<sup>17</sup> Podaci koji se odnose na opšte TV programe javnih emitera izvedeni su na osnovu podataka iz programskih osnova koje su sastavni dio izmijenjenih odobrenja za emitovanje.

Iako nije obuhvaćen navedenim podacima, treba imati u vidu doprinos ponudi informativnog programa u Crnoj Gori koji ima Parlamentarni program Javnog medijskog servisa Crne Gore (specijalizovani informativni program), sa učešćem te vrste programa od približno 50%.

Prosječno učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji kod opštih TV programa komercijalnih emitera na kraju 2025. godine iznosi 24,34% (u odnosu na 20,84% u 2024. godini).



Grafik: Opšti TV programi komercijalnih emitera –  
učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji (24 vs 25)<sup>18</sup>

Kada su u pitanju tri specijalizovana programa komercijalnih emitera, jedan od njih (specijalizovani muzički) ima procenat od 70,59% muzičkog programa, dok dva (specijalizovana zabavna) imaju prosječno učešće zabavnog programa u iznosu od 89,92%. U specijalizovanom muzičkom programu predviđeno je učešće informativnog programa u iznosu od 26,98% (od čega je 6,35% informativni program u sopstvenoj produkciji).

Kod televizijskog emitovanja, **gotovo da nema programa na znakovnom jeziku** ili sadržaja koji su drugim tehnikama prilagođeni osobama sa invaliditetom. Jedina informativna emisija na gestovnom govoru emituje se u okviru Prvog programa Televizije Crne Gore, tri puta sedmično i približno je trajanja 20 minuta.

Evidentan je nedostatak i **sadržaja na manjinskim jezicima (albanskom i romskom)**. Izuzetak čini (re)emitovanje sljedećih sadržaja:

- u okviru Prvog programa Televizije Crne Gore informativna emisija „Lajmet“, predviđena kao petominutna emisija, na albanskom jeziku, koja se emituje šest dana sedmično,
- u okviru Drugog programa Televizije Crne Gore:
  - o svakodnevni dnevnik na albanskom jeziku „Ditari“ u trajanju od 20 minuta,
  - o sedmični magazin na albanskom jeziku „Mozaiku“, u trajanju od 50 minuta,
  - o sedmična emisija na albanskom jeziku „Në Fokus“, u trajanju od 25 minuta,
  - o sedmična emisija na romskom jeziku „Savore“ u trajanju od 15 minuta.
- u okviru parlamentarnog i satelitskog programa Radio Televizije Crne Gore, reemitovanje sadržaja na albanskom jeziku „Lajmet“ i „Ditari“.
- u okviru programa lokalnog javnog emitera TV Nikšić, sedmična emisija na romskom jeziku „Romengo avazi“, prosječnog trajanja 50 minuta.

Sa izuzetkom televizija Boin i Teuta, koje značajan dio svog programa emituju na albanskom jeziku, kao i programa lokalnog javnog TV Rožaje koji ima sadržaje i na albanskom jeziku, u okviru drugih televizijskih programa nema sadržaja na manjinskim jezicima.

<sup>18</sup> Podaci koji se odnose na opšte TV programe komercijalnih emitera izvedeni su na osnovu podataka iz programskih osnova koje su sastavni dio izmijenjenih odobrenja za emitovanje.

## 2.3. Radio

### 2.3.1. Promjena statusa medija (opšti/specijalizovani)

Promjena pravnog okvira usloвила je potrebu usklađivanja radijskih programa sa revidiranim uslovima/obavezama (posebno za opšte programe), uz sagledavanje mogućnosti i interesa emitera da svojim programima zadrže ili promijene status opšteg ili specijalizovanog programa.

Jedan od ključnih razloga za donošenje odluke o promjeni statusa, odnosno nemogućnost zadržavanja statusa opšteg programa, bila su ograničenja vezana za potrebne finansijske resurse i tehničke i kadrovske kapacitete za proizvodnju ili nabavku nemuzičkog programa (čije učešće je za opšti program moralo biti najmanje 40%).

Uz to, imajući u vidu želju da, prije svega, nastave da zadovoljavaju preferencije publike / slušalaca za muzičkim sadržajima, koji se mogu pratiti bez pune pažnje i fokusa tokom svakodnevnih aktivnosti, već na početku tog procesa bilo je jasno da će određeni broj emitera opštih radijskih programa zatražiti saglasnost Savjeta Agencije ne samo za značajnu izmjenu programske strukture već i promjenu njihovog statusa u specijalizovane muzičke programe.

Kako je to moglo dovesti do izmjene broja opštih i specijalizovanih programa, Savjet Agencije je u aprilu 2025. godine usvojio **Analizu dostupnosti programskih sadržaja radijskih programa**<sup>19</sup>, sa ciljem sagledavanja uticaja na zastupljenosti nedostajućih programskih sadržaja izvorno proizvedenih i/ili emitovanih u Crnoj Gori.

Pri tome, Savjet je posebno uzeo u obzir tadašnji broj i strukturu komercijalnih radijskih programa prema vrsti (opšti/specijalizovani) i zoni pokrivanja (lokalni, regionalni, nacionalni). Takođe, Savjet je imao u vidu i da, pored radijskih programa nacionalnog javnog emitera Radio Televizija Crne Gore (koji su dostupni u svim opštinama i za najmanje 98% stanovništva), dostupnosti programskih sadržaja radijskih programa, u pojedinim opštinama, doprinose programi lokalnih javnih emitera, kojih ima 15 (Podgorica, Andrijevca, Bar, Berane, Bijelo Polje, Budva, Cetinje, Danilovgrad, Herceg Novi, Kotor, Nikšić, Pljevlja, Tivat, Rožaje, Ulcinj).

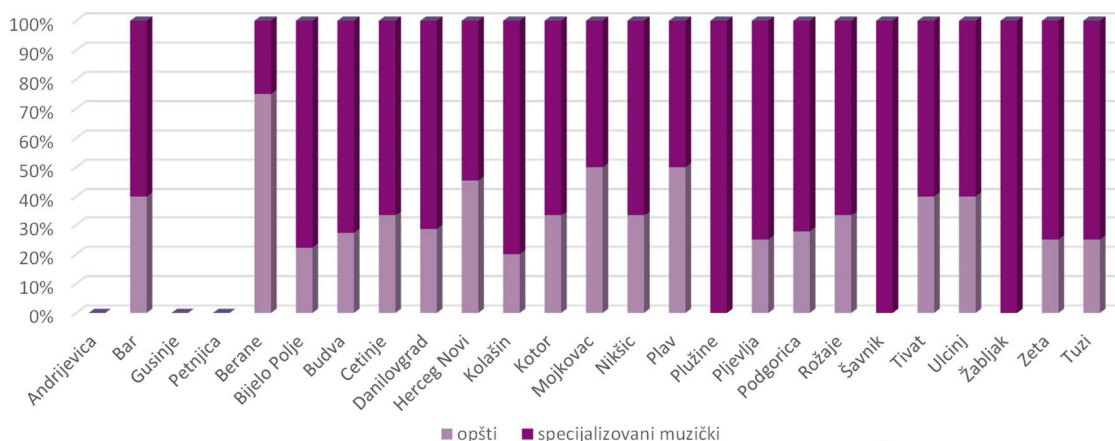
Imajući to u vidu, nakon detaljnog analiziranja uticaja svakog pojedinog zahtjeva za promjenu statusa i značajne izmjene programske strukture, Savjet je podržao tražene izmjene. To je rezultiralo značajnim smanjenjem broja opštih programa (sa 14 na sedam) i povećanjem broja specijalizovanih muzičkih programa (sa devet na 18). Dok su ranije bili zastupljeni specijalizovani zabavni (2) i sportski (1), nakon sprovednih izmjena, tih vrsta programa nema u radijskoj ponudi.



Grafik: Broj radijskih programa komercijalnih emitera po vrsti prije i nakon usaglašavanja (2024 vs. 2025)

<sup>19</sup> Akt broj 01-63325-363/1 od 03.04.2025. godine.

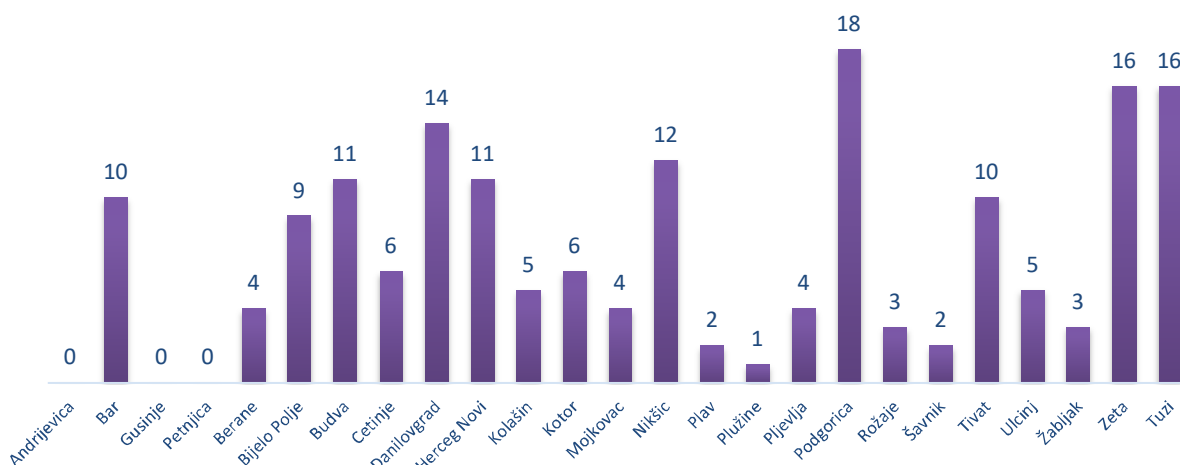
U nastavku je dat grafički prikaz koji pokazuje i kakav su odnos ponude muzike i uredničkih programskih sadržaja, kod komercijalnih radijskih programa, izazvale izmjene odobrenja za emitovanje u programskom dijelu, po opštinama.



Grafik: Struktura radijskih programa komercijalnih emitera – po statusu / po opštinama (2025)

U tri opštine nije dostupan ni jedan radijski program komercijalnih emitera (Andrijevica, Gusinje i Petnjica), u tri opštine su dostupni samo specijalizovani muzički (Plužine, Šavnik i Žabljak), a u ostalima, sa izuzetkom Berana dominiraju ili su značajnije zastupljeni specijalizovani muzički programi.

Uopšteno gledano, bez obzira na vrstu programa, broj dostupnih radijskih programa komercijalnih emitera po opštinama i dalje značajno varira. Tako je u Podgorici dostupno najviše (18), a opštine Andrijevica, Gusinje i Petnjica nijesu pokrivena nijednim od tih programa.



Grafik: Broj dostupnih radijskih programa komercijalnih emitera po opštinama (2025)

### 2.3.2. Radio – prosječna programska struktura po izvoru programskih sadržaja

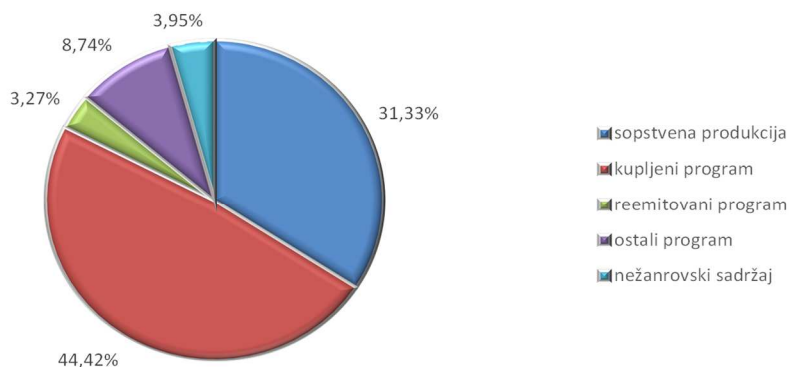
Uzimajući u obzir programske osnove koje su sastavni dio izmijenjenih odobrenja za emitovanje, na kraju 2025.g.<sup>20</sup> **prosječni radijski program u Crnoj Gori**, prema produkcijskom izvoru, prosječno ima oko 22% sopstvenog i 2% reemitovanog programa, uz dominantno učešće kupljenog programa od 61%<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> U podatke nijesu uključeni programi koji imaju status specijalizovanog programa.

<sup>21</sup> Na kraju 2024. godine, prosječno učešće sopstvene produkcije u radijskim programima je iznosilo 23%, reemitovanog programa 2%, dok je učešće kupljenog bilo manje od 1%.

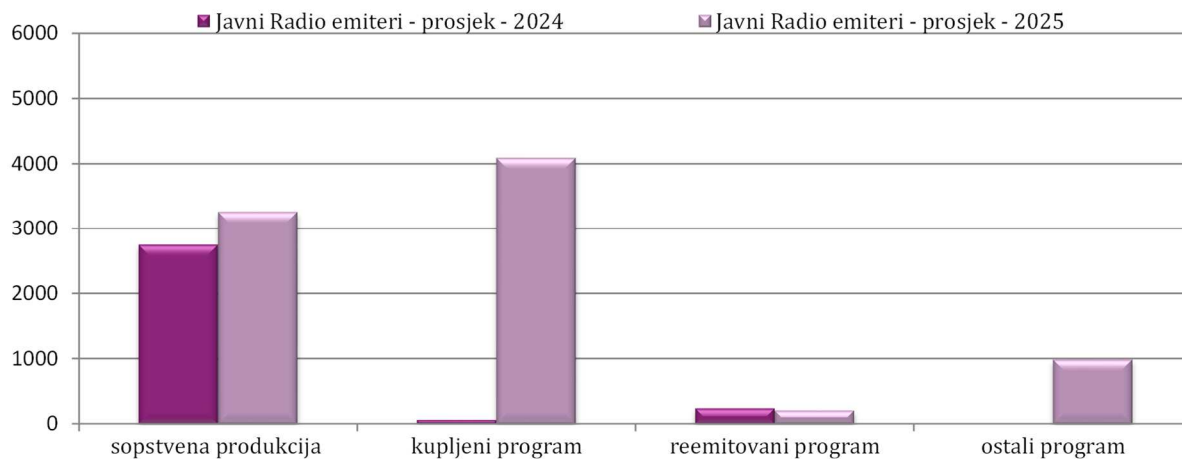
Zabilježeno povećanje učešća kupljenog programa u odnosu na 2024. godinu (kada je iznosilo svega 1%) rezultat je izmjene klasifikacije sadržaja po vrsti, odnosno izdvajanja muzike u posebnu kategoriju, koja se u potpunosti evidentira kao kupljeni program.

Zbog značaja koji imaju na ponudu nemuzičkih sadržaja, posebno su važni podaci koji se odnose na strukturu opštih radijskih programa. Nakon sprovedene procedure usaglašavanja sa Zakonom, na kraju 2025. godine, **prosječna programska osnova opšteg radijskog programa**, u prosjeku, sadrži 31,33% sopstvenih, oko 44,42% kupljenih, te 3,27% reemitovanih sadržaja. U kategoriju „ostali program“<sup>22</sup> svrstano je 8,74% sadržaja, a segmenti poput oglasa, najava sopstvenog programa i sl. čine 4% ukupno emitovanog programa.



Grafik: Opšti radijski programi – struktura programa po izvoru produkcije, prosjek (2025)

Posmatrano po vrstama emitera, nakon sprovedene procedure usaglašavanja sa Zakonom, na kraju 2025. godine, programska osnova **radijskih programa javnih emitera, u prosjeku**, sadrži 32% sopstvenog programa, nešto više od 40% kupljenog, te oko 2% reemitovanog programa<sup>23</sup>. Učešće kategorije „ostali program“ je 10%.



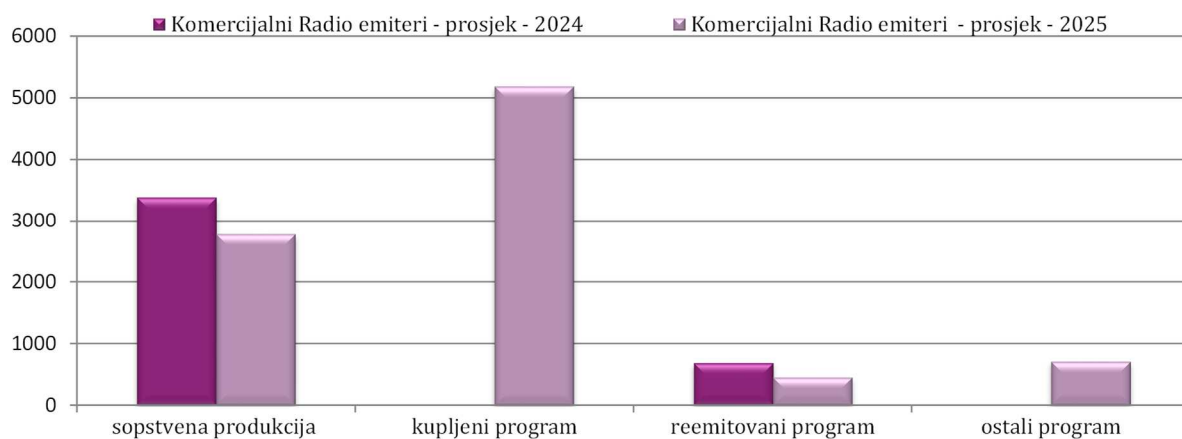
Grafik: Opšti radijski programi javnih emitera – struktura programa po izvoru produkcije, minuti, prosjek (2024. vs. 2025.)

Kod **opštih radijskih programa komercijalnih emitera**, na kraju 2025. godine, prosječno učešće sopstvene produkcije iznosi oko 28%, reemitovanog programa oko 5%, dok najveći rast bilježi učešće kupljenog programa koje iznosi 54%<sup>24</sup>. Učešće kategorije „ostali program“ je 7,33%.

<sup>22</sup> Sadržaji koji se po učestalosti i vremenu emitovanja, u okviru radijskih programa istog emitera ne mogu svrstati u jednu od kategorija sadržaja prema izvoru produkcije (sopstvena, kupljeni i reemitovani program).

<sup>23</sup> Na kraju 2024.g., prosječno učešće sopstvene produkcije u radijskim programima javnih emitera je iznosilo oko 26%, dok je učešće kupljenog bilo 1%. Učešće reemitovanog programa je iznosilo 2%.

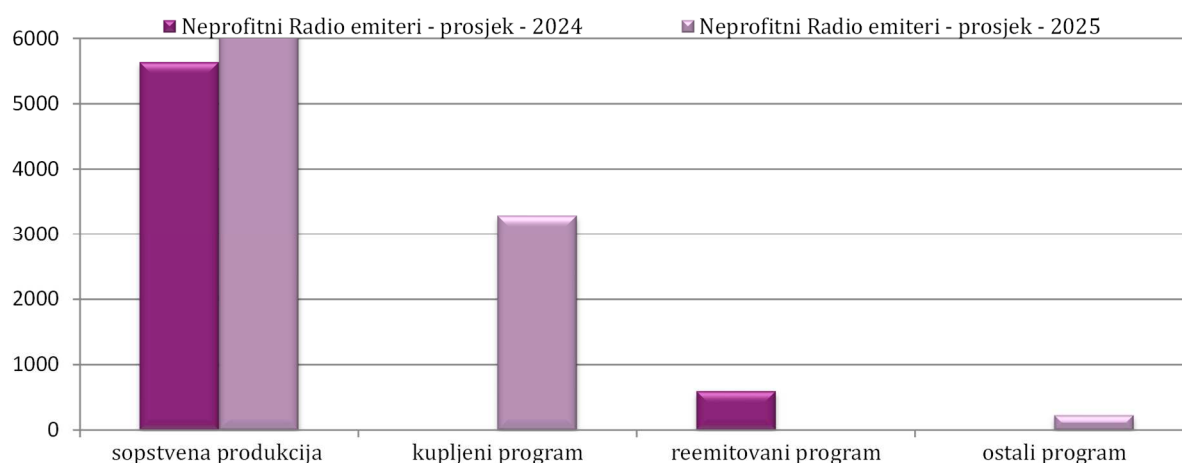
<sup>24</sup> Na kraju 2024.g., opšti radijski programi komercijalnih emitera su imali približno 34% sopstvene produkcije i 7% reemitovanog programa, dok kupljeni program nije bio evidentiran u programskim osnovama.



Grafik: Opšti radijski programi komercijalnih emitera – struktura programa po izvoru, minuti, prosjek (2024 vs 2025)

**Programi dva neprofitna emitera (Radio Fatih i Radio Svetigora)** su u 2025.g. stekli status specijalizovanih vjerskih programa. Pri tome, i dalje ispunjavaju obavezu neprofitnog emitera, propisanu članom 42 Zakona, da u programu najmanje 50% dnevnog vremena emitovanja posvećuje sadržajima vezanim za specifične interese i potrebe ciljane zajednice, pri čemu najmanje 50% tih sadržaja mora predstavljati sopstvenu produkciju emitera.

Nakon usaglašavanja rada, u programskim osnovama ta dva programa učešće sopstvene produkcije je oko 63%, kupljenog programa 30%, dok reemitovani program nije zastupljen<sup>25</sup>. Kao i kod ostalih vrsta programa, do značajne promjene programske strukture je došlo zbog promjene u kategorizaciji programa<sup>26</sup>. Procenat sadržaja iz kategorije „ostali program“, na kraju 2025.g., u tim programima iznosi oko 2%.



Grafik: Radijski programi neprofitnih emitera – struktura programa po izvoru, minuti, prosjek (2024 vs. 2025)

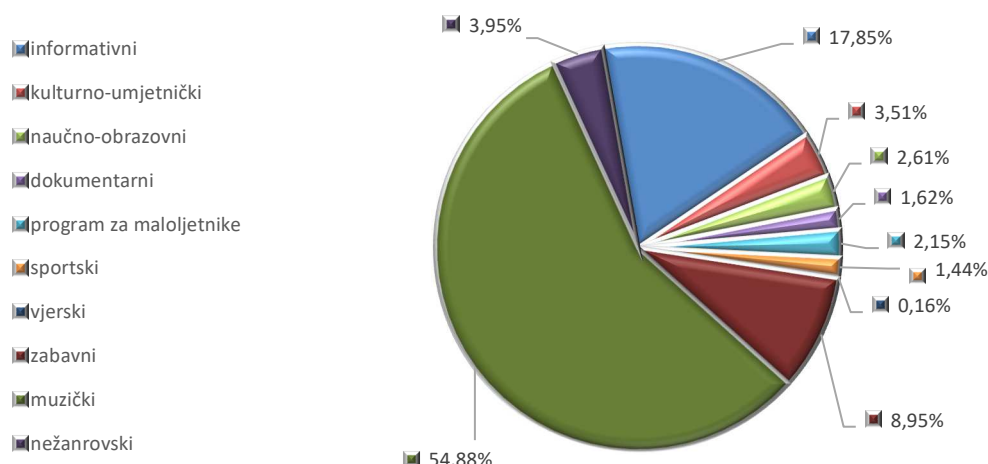
### 2.3.3. Radio - prosječna programska struktura po vrstama programskih sadržaja

Posmatrajući žanrovsku strukturu, opšti radijski programi sadrže minimum pet od deset vrsta programskih sadržaja, što je obaveza propisana Zakonom i Pravilnikom. Po žanrovskoj strukturi, u načelu, imaju zastupljene sve vrste sadržaja tipične za ovu vrstu medija. **Muzika,**

<sup>25</sup> Na kraju 2024.g., opšti radijski programi neprofitnih emitera su imali 56% sopstvene produkcije i 6% reemitovanog programa, dok kupljeni program nije bio evidentiran u programskim osnovama.

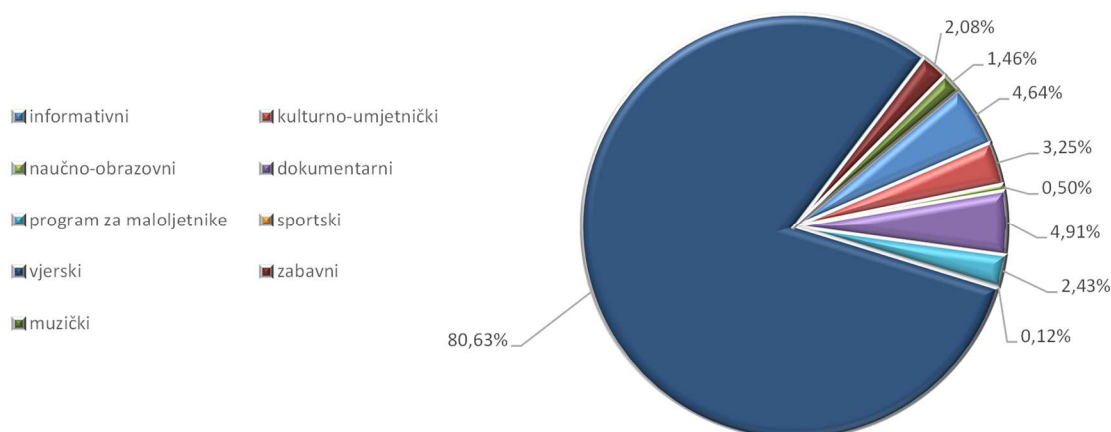
<sup>26</sup> Prepoznavanje muzičkog programa kao posebnog žanra i njegovo svrstavanje u kupljeni program. Razvrstavanje u reemitovani program samo sadržaja koji se emituje istovremeno kao i na programu sa kojeg se preuzimaju.

**kao kategorija, ukupno, kod opštih radijskih programa čini više od polovine emitovanog programa.**



Grafik: Opšti radijski programi – struktura programa po vrsti programa, prosjek (2025)

Radijski programi neprofitnih emitera imaju status specijalizovanih vjerskih programa sa učešćem od oko 80% te vrste programa, dok su ostale vrste zastupljene u značajno manjoj mjeri.

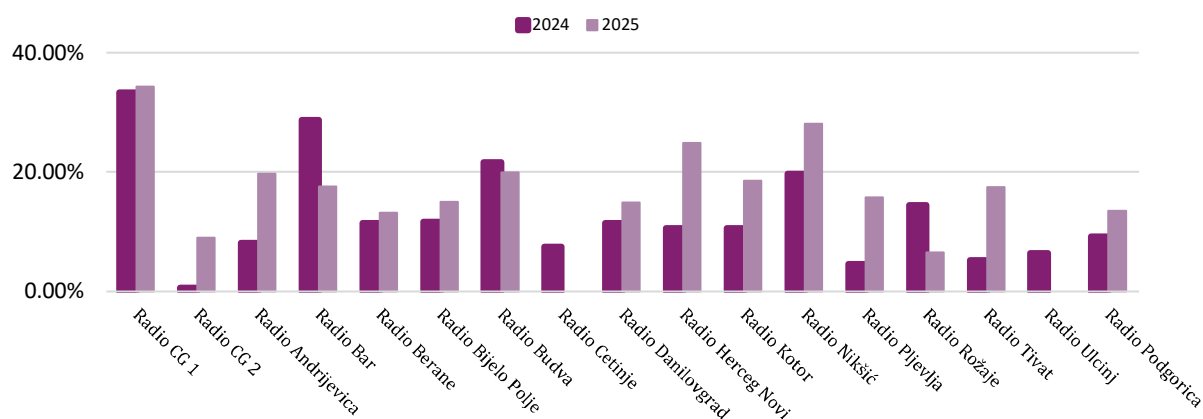


Grafik: Radijski programi neprofitnih emitera – struktura programa po izvoru, minuti, prosjek (2025)

Nakon sprovedenog usaglašavanja sa Zakonom, u opštim radijskim programima prosječno učešće informativnog programa iznosi oko 18% (što znači da je došlo do uvećanja za 4% u odnosu na 2024. godinu). Poslije informativnog, najveće prosječno učešće ima muzički program sa 54,88%.

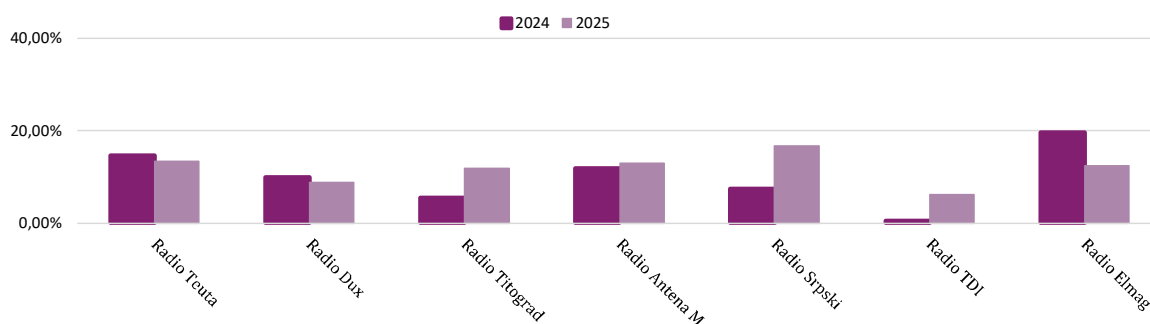
Kod **opštih radijskih programa javnih emitera**<sup>27</sup>, na kraju 2025. godine, prosječno učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji iznosilo je 15,74%. U odnosu na 2024. godinu (kada je taj parametar iznosio 11,79%), došlo je do porasta prosjeka za 3,97%. Posmatrano po pojedinim programima, promjene variraju od povećanja za 14% (Radio Herceg Novi) do smanjenja za 11% (Radio Bar).

<sup>27</sup> U podatke za 2025. godinu nijesu uključeni podaci za Radio Ulcinj i Radio Cetinje, čiji emiteri nijesu sproveli usaglašavanje programskih osnova sa novim pravnim okvirom. Zbog kašnjenja u realizaciji ove obaveze ovim emiterima su izrečena upozorenja.



Grafik: Opšti radijski programi javnih emitera – učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji (2024 vs. 2025)

Prosječno učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji kod opštih radijskih programa komercijalnih emitera na kraju 2025. godine iznosi 11,77% (u odnosu na 9,93% u 2024. godini).



Grafik: Opšti radijski programi komercijalnih emitera – učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji (2024 vs. 2025)

Dominantna forma radijskih programa, čiji je cilj da zadovolji potrebe slušalaca za muzikom, sada je zaokružena kao format specijalizovanih muzičkih stanica.

Kod emitera koji su zadržali status opštih programa, informativa ostaje jedna od dominantnijih kategorija. Neophodno je imati u vidu i da je to jedina vrsta sadržaja čije je minimalno učešće propisano kao zakonska obaveza. Značajno mjesto u toj kategoriji programa čine emisije kolažnog tipa, koje predstavljaju kombinaciju informativnog sadržaja (dominantno servisnih i drugih informacija), muzike, naučno-obrazovnog programa i sl. Međutim, ključna karakteristika ostaje informisanje javnosti o aktuelnim događajima, izvještaji, društveno-politički intervjui i sl., te se samim tim i svrstavaju u informativu.

**Nedostatak sadržaja na manjinskim jezicima (albanskom i romskom)**, može se uočiti i nakon usaglašavanja rada radijskih emitera sa novim pravnim okvirom. Izuzetak čini (re)emitovanje sljedećih sadržaja:

- u okviru Prvog programa Radija Crne Gore:
  - o informativna emisija „Lajmet“, predviđena kao petominutna emisija, na albanskom jeziku, koja se emituje radnim danima,
  - o emisija „Ditari“, na albanskom jeziku, koja se emituje radnim danima, u trajanju od 30 minuta,
  - o sedmična emisija „Ne fund te javes“, na albanskom jeziku, predviđenog trajanja od 55 minuta,
  - o sedmična emisija na romskom jeziku, „Romano khrlo“, u trajanju od 25 minuta.
- u okviru programa lokalnih javnih emitera:

- o Radio Bar - jedna emisija na albanskom jeziku, pet dana sedmično, u trajanju od 45 minuta,
- o Radio Rožaje - svakodnevno emitovanje kratkih vijesti na albanskom jeziku.
- U okviru Radija Fatih predviđeno je ukupno 6% sadržaja na albanskom jeziku („Lajme“, „Te medhejt e Islamit“, „Nga shtypi jone“, „Ne shoqerine e te derguarve“, „Tregime“, „Te derguarit e Zotit“), koji se emituju svakog dana.

Izuzev Radija Teuta i Radija Elita, koji svoje programe emituju i na albanskom jeziku, u programima ostalih komercijalnih emitera nijesu predviđeni sadržaji na manjinskim jezicima.

## 2.4. Usaglašavanje rada distributera radijskih i TV programa sa Zakonom o AVM uslugama

Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama posebno definiše (razdvaja) i reguliše usluge distribucije radijskih i televizijskih programa od audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev. Naime, Zakon sada predviđa da pružanje usluga distribucije podliježe (kao i ranije) obavezi pribavljanja odobrenja, dok je za pružanje AVM usluga na zahtjev uvedena posebna obaveza prijavljivanja u roku od 30 dana od početka pružanja usluge.

Usvajanjem Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za distribuciju linearnih audiovizuelnih medijskih usluga<sup>28</sup> stekli su se uslovi za sprovođenje postupaka usaglašavanja rada subjekata koji su prema ranijem Zakonu o elektronskim medijima stekli status distributera i pravo da pružaju uslugu distribucije radijskih i TV programa do krajnjih korisnika.

Saglasno tome, u toku 2025. godine, tim subjektima nadzora izdata su nova odobrenja za 24 različite usluge distribucije putem različitih tehnoloških platformi (DVB-T2, IPTV, satelit, OTT). Prije definisanja lista programa (ranije kataloga), distributeri su bili dužni da ažuriraju podatke o regulisanim pravima distribucije za teritoriju Crne Gore.

Broj programa u osnovnom paketu varira od 15 do 269, kao i broj dopunskih paketa (od 0 do 8) koji nude od 16 do 121 dodatnih programa. Dopunski paketi pretežno obuhvataju filmske, sportske i programe za odrasle, pružajući korisnicima dodatnu raznovrsnost i mogućnost izbora sadržaja prema interesovanjima i preferencijama.

NAZIV DISTRIBUTERA	NAZIV USLUGE	Ukupan broj programa u osnovnom paketu	Broj dopunskih paketa	Ukupan broj programa u dopunskom paketu
„Crnogorski Telekom“ d.o.o.	„Magenta“	130	8	92
„Telemach Crna Gora“ d.o.o.	„EON“	146	3	121
„Telemach Crna Gora“ d.o.o.	„EON SAT“	137	4	41
„MTEL“ d.o.o.	„MTEL“	269	6	45
„MTEL“ d.o.o.	„MSAT“	186	4	14
„Orion Telekom“ d.o.o.	„Orion Telekom IPTV“	97	2	43
„Javni medijski servis Crne Gore“ (RTCG)	„MNE Play“	15	-	-
„Radio-difuzni centar“ d.o.o.	„TvZaSve“	18	1	16
„Radio-difuzni centar“ d.o.o.	„MUX BD L1“	1	-	-
„Radio-difuzni centar“ d.o.o.	„MUX HN-TV L1“	1	-	-

<sup>28</sup> „Sl. list CG“, br. 124/25 i 124/25).

„Radio-difuzni centar“ d.o.o.	„MUX NK-PZ L1“	1	-	-
„Radio-difuzni centar“ d.o.o.	„MUX PG-DG L1“	2	-	-
„Radio-difuzni centar“ d.o.o.	„MUX PV L1“	1	-	-
„Radio-difuzni centar“ d.o.o.	„MUX RO L1“	1	-	-
„Mir&Teuta“ d.o.o.	„Media N“	1	-	-

Tabela: Broj TV programa po uslugama distribucije (2025)

U skladu sa stečenim pravima, pored navedenih, privrednom društvu „Radio-difuzni centar“ d.o.o., kao operatoru više multipleksa sa lokalnim pokrivanjem, je izdato još devet odobrenja za pružanje usluge distribucije radijskih i TV programa posredstvom DVB-T2 mreža na teritorijama više opština (Kotor, Kolašin & Mojkovac, Cetinje, Bar, Bijelo Polje, Berane & Andrijevica, Plav & Gusinje, Šavnik, Žabljak).

Broj crnogorskih TV programa u ponudi distributera varira od 8 do 22.

M:sat	Mtel	Magenta	EON	EON Sat	Orion	TVZaSve
9	22	18	16	7	8	8

Tabela: Broj crnogorskih TV programa u ponudi distributera (2025)

Detaljni podaci o izdatim odobrenjima, kao i strukturi i sadržaju lista programa (sa osnovnim i dopunskim paketima programa), dostupni su na internet stranici Agencije <https://amu.me/obavjestenje/lista-programa>.

## 2.5. Usaglašenost statuta emitera sa članom 42. Zakona o medijima

Novim Zakonom o medijima usvojen je set novih i dopunjenih rješenja koja se odnose na rad emitera. Imajući u vidu rokove za usaglašavanje rada emitera sa zakonom, Agencija je dio svojih aktivnosti usmjerila na sagledavanje stepena (ne)usaglašenosti Statuta emitera sa članom 42 Zakona o medijima (u pogledu imenovanja i razrješenja glavnog urednika, ispunjavanja uslova za funkciju glavnog urednika, učešća novinara u postupcima imenovanja i razrješenja kao i položaja glavnog urednika u slučaju promjene u vlasničkoj ili upravljačkoj strukturi medija koja dovodi do bitne promjene u programskoj osnovi ili programskom sadržaju tog medija, te sprovođenje konsultacija sa novinarima prilikom izmjena statuta) i pružanja pomoći, po tom osnovu. Sve navedeno ima za cilj pravnu odgovornost za objavljeni sadržaj, stabilnost uredničke politike i sprječavanje političkog ili komercijalnog pritiska, te zaštitu profesionalnih i etičkih standarda. Efikasnost tih rješenja u praksi zavisi prvenstveno od sadržaja internih akata medija i njihove dosljedne primjene u skladu sa profesionalnim standardima novinarstva. Pokrenuti postupci u vezi kršenja člana 42 Zakona o medijima dati su u poglavlju (2.19. Izrečene upravno-nadzorne mjere).

## 2.6. Transparentnost vlasništva

Saglasno članu 132 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, emiteri, pružaoci AVM usluga na zahtjev, distributeri linearnih AVM usluga i pružaoci usluga platformi za razmjenu video sadržaja dužni su da, do 31. decembra tekuće godine, Agenciji dostave podatke o vlasničkoj strukturi kao i da iste objave na internet stranici pružaoca usluge. Takođe, u skladu sa obavezom iz čl. 13 i 14 Zakona o medijima, emiteri su dužni da objave impresum i podatke o vlasničkoj strukturi na svojoj internet stranici (objavljivanje impresuma i podataka o vlasničkoj strukturi je uslov za učešće emitera u Fondu za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija, propisan članom 29 Zakona o medijima).

Agencija je u drugoj polovini godine dio svojih aktivnosti usmjerila na prikupljanje i kontrolu podataka koje se odnose na transparentnost vlasništva. Svi subjekti nadzora su Agenciji dostavili propisan Obrazac - podaci o transparentnosti vlasništva.

U cilju provjere ispunjenosti uslova iz čl. 132 i 133 Zakona, na osnovu dostavljenih podataka izvršene su sljedeće aktivnosti:

- provjera da li je konkretni subjekt dostavio podatke u propisanom roku (do 31. decembra),
  - provjera potpunosti dostavljenih podataka u skladu sa članom 132 stav 1 tač. 1 do 5,
  - provjera da li su podaci dostavljeni u formatu i na način koji je propisao Savjet Agencije,
  - provjera da li postoje izmjene tokom godine koje podliježu naknadnom dostavljanju.
- Takođe, izvršen je uvid na internet stranice subjekata nadzora i provjereno da li je pružalac usluge objavio podatke o vlasničkoj strukturi.

U skladu sa čl. 132 i 133 Zakona, svi lični podaci su dostavljeni i objavljeni u okviru zakonskog ovlaštenja, s tim da određeni broj emitera nije dostavio lične i identifikacione podatke jer nije imao saglasnost fizičkih lica za dostavljanje njihovih ličnih podataka.

## 2.6.1. Digitalna platforma – *transparentnostmedija.me*

Agencija za audiovizuelne medijske usluge je tokom 2025. godine predstavila digitalnu platformu **[www.transparentnostmedija.me](http://www.transparentnostmedija.me)**, prvi jedinstveni digitalni registar medijskog vlasništva u Crnoj Gori, koja omogućava javni uvid u vlasničke strukture svih subjekata nadzora. Cilj platforme je povećanje transparentnosti vlasništva medija, jačanje povjerenja i podizanje svijesti o uticaju vlasničkih struktura na uredničke politike i javno mnjenje.



Platforma objedinjuje ključne podatke i čini ih dostupnim javnosti na jasan, pregledan i lako razumljiv način. To je od posebnog značaja imajući u vidu kompleksnost medijskog vlasništva i postojanje potencijalnih rizika od spoljnog uticaja, što dodatno naglašava potrebu za potpunom transparentnošću u medijskom sektoru.

Mapa je predstavljena javnosti na konferenciji za medije koja je održana 27. novembra 2025. godine.<sup>29</sup>

Objavljivanje podataka na platformi transparentnostmedija.me doprinosi boljoj informisanosti javnosti, ali ne utiče na činjenicu da zakonska obaveza transparentnog objavljivanja podataka ostaje isključivo na subjektima nadzora, u skladu sa Zakonom o medijima (član 14), Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama (član 132) i Pravilnikom o uslovima i načinu realizacije obaveza identifikacije i objavljivanja podataka o transparentnosti vlasništva (čl. 7–13)

Shodno članu 132 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, Agencija je i dalje dužna da provjerava da li su subjekti nadzora ispunili tu obavezu, dok se neispunjavanje sankcioniše u skladu sa Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama (čl. 182–184 i 187) i Zakonom o medijima (član 70 i 72).

Objavljivanje podataka na toj platformi ima isključivo informativni karakter i ne zamjenjuje niti umanjuje zakonske obaveze subjekata nadzora u pogledu transparentnog objavljivanja podataka o vlasničkoj strukturi.

## 2.7. Izdavanje novih odobrenja za emitovanje

U toku 2025. godine nije izdato nijedno novo odobrenje za emitovanje radio i/ili televizijskog programa.

<sup>29</sup> Saopštenje: Podaci o medijskom vlasništvu objedinjeni na digitalnoj platformi: <https://amu.me/obavjestenja/saopstenje-amu-podaci-o-medijskom-vlasnistvu-objedinjeni-na-digitalnoj-platformi/>

## 2.8. Izmjena odobrenja za emitovanje – obračun godišnje naknade za 2026. godinu

Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama propisan je sadržaj odobrenja za emitovanje (član 95) kao i način obračuna godišnje naknade za emitovanje (član 173), dok su Finansijskim planom Agencije za audiovizuelne medijske usluge za 2026. godinu i Odlukom o visini parametara za utvrđivanje naknada za pružanje usluga iz nadležnosti Agencije za audiovizuelne medijske usluge propisani uslovi za obračun visine godišnje naknade za emitovanje za 2026. godinu.

U decembru 2025. godine, Agencija je donijela 46 rješenja o izmjeni izdatih odobrenja za emitovanje zbog promjene obračuna godišnje naknade za emitovanje za 2026. godinu.

## 2.9. Implementacija nove zakonske obaveze propisane odredbom člana 43 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama

Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama propisana je nova obaveza za javne emitere, i to kako za nacionalnog javnog emitera, tako i za lokalne javne emitere.

U skladu sa članom 43 navedenog zakona, javni emiteri su dužni da linearne audiovizuelne medijske usluge emituju putem frekvencija koje su planovima raspodjele radio-frekvencija predviđene za analognu ili digitalnu zemaljsku radio-difuziju, bez uslovnog pristupa.

Navedena odredba između ostalog podrazumijeva obavezu javnih emitera koji emituju televizijski program da isti emituju putem dodijeljenih frekvencija za zemaljsko (terestrijalno) emitovanje, uključujući digitalnu zemaljsku televiziju (DVB-T/T2 sistem), na način koji omogućava slobodan i neposredan prijem signala neodređenom broju korisnika.

U vezi sa navedenim, članom 9 stav 2 Zakona o digitalnoj radio-difuziji propisano je da se za potrebe digitalnog emitovanja signala lokalnih javnih radio-difuznih servisa na teritoriji jedinice lokalne samouprave, bez sprovođenja postupka javnog konkursa, dodjeljuje pristup multipleksu mreže sa lokalnim pokrivanjem.

Saglasno iznijetom i potrebi da se izvrši usklađivanje prava i obaveza imaoca Odobrenja bilo je neophodno izvršiti izmjenju odobrenja za emitovanje emitera Lokalni javni emiter „Radio televizija Podgorica“ d.o.o.<sup>30</sup> i „Javni radio difuzni servis Radio televizija Herceg Novi“ d.o.o.<sup>31</sup>

## 2.10. Promjena identifikacionog znaka i vlasničke strukture pružalaca AVM usluga

NVO „Stereotip“ iz Podgorice, komercijalni emiter specijalizovanog muzičkog radijskog programa "Radio Lola" (u daljem tekstu: „emiter“), imalac Odobrenja za emitovanje br. O - R - K - 45, dostavila je Agenciji zahtjev da se izvrši promjena naziva i identifikacionog znaka iz „City radio“ u „Radio Lola“. Na osnovu navedenog zahtjeva, direktorica Agencije donijela je Rješenje<sup>32</sup> kojim se mijenjaju tačke 1. i 4.1. navedenog Odobrenja.

NVO „Stereotip“ iz Podgorice, komercijalni emiter specijalizovanog muzičkog radijskog programa "Radio Lola" (u daljem tekstu: „emiter“), imalac Odobrenja za emitovanje br. O - R - K - 45, dostavila je Agenciji obavještenje o izvršenoj promjeni sjedišta emitera. Cijeneći navedeni zahtjev, kao i potrebu da se izvrši usklađivanje obaveza imaoca Odobrenja, direktorica Agencije donijela je Rješenje<sup>33</sup> kojim se izmijenila tačka 1. navedenog Odobrenja.

<sup>30</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-351/25-56/7 od 17.09.2025. g.

<sup>31</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-351/25-203/4 od 25.11.2025. g.

<sup>32</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-351/25-52/4 od 06.03.2025. g.

<sup>33</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-351/25-70/2 od 07.04.2025. g.

Privredno društvo Lokalni javni emiter „Radio televizija Podgorica“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: emiter), imalac Odobrenja za emitovanje televizijskog programa „Gradska televizija“ br. O - TV - J - 10 od 26.07.2021. godine, dostavio je Agenciji Zahtjev za promjenu naziva televizijskog programa (akt zaveden kod Agencije pod brojem UP I 03-351/25-222/1 od 09.09.2025. godine, sa dopunom istog, akt br. UP I 03-351/25-222/2 od 15.09.2025. godine) iz dosadašnjeg „Gradska Televizija“ u „Televizija Podgorica“. Na osnovu navedenog zahtjeva izvršena je izmjena tač. 1 Odobrenja za emitovanje br. O - TV - J – 10<sup>34</sup>.

Privredno društvo Lokalni javni emiter „Radio televizija Podgorica“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: emiter), imalac Odobrenja za emitovanje radijskog programa „Gradski radio“ br. O - R - J – 19 od 27.11.2020. godine, podnio je Agenciji zahtjev za promjenu naziva radijskog programa (akt zaveden kod Agencije pod brojem UP I 03-351/25-222/1 od 09.09.2025. godine, sa dopunom istog, akt br. UP I 03-351/25-222/2 od 15.09.2025. godine) iz dosadašnjeg „Gradski radio“ u „Radio Podgorica“. Saglasno navedenom zahtjevu izvršena je izmjena tač. 1 Odobrenja za emitovanje br. O - R - J – 19<sup>35</sup>.

Privredno društvo „Adria TV“ d.o.o. iz Podgorice, imalac Odobrenja za emitovanje opšteg televizijskog programa „Adria TV“ br. O-TV-K-02 (akt br. 02-891 od 21.07.2011. godine), obratilo se Savjetu Agencije sa zahtjevom (akt zaveden kod Agencije pod brojem br. UPI 01-041/25-219/1 od 04.09.2025. godine) za dobijanje prethodne saglasnosti Savjeta Agencije za promjenu vlasničke strukture emitera veće od 10%. Saglasno Zakonu o audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: „Zakon“). Savjet Agencije je razmotrio navedeni zahtjev i utvrdio da je planirana promjena vlasničke strukture u skladu sa Zakonom, kao i da planiranom promjenom vlasničke strukture neće doći do kršenja odredbi koje se odnose na nedozvoljenu medijsku koncentraciju.

Saglasno tome, Savjet Agencije izdao je prethodnu saglasnost<sup>36</sup> za značajnu promjenu vlasničke strukture komercijalnog emitera opšteg televizijskog programa „Adria TV“ kojom se vrši prenos vlasničkog udjela sa privrednog društva „A Media Invest“ d.o.o. iz Podgorice u iznosu od 30% učešća u kapitalu emitera na privredno društvo „Adria Menagment Services“ d.o.o. iz Podgorice.

Privredno društvo „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice, imalac Odobrenja za emitovanje opšteg televizijskog programa „Televizija Vijesti“ br. O-TV-K-19 (akt br. 02-909 od 21.07.2011. godine) obratilo se Savjetu Agencije sa zahtjevom (akt zaveden kod Agencije pod brojem br. UPI 01-041/25-20/1 od 31.01.2025. godine, dopunjen aktima br. UPI 01-041/25-20/2 od 13.02.2025. godine i br. UPI 01-041/25-20/3 od 14.02.2025. godine) za dobijanje prethodne saglasnosti Savjeta Agencije za promjenu vlasničke strukture emitera veće od 10%.

Saglasno Zakonu o audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: „Zakon“). Savjet Agencije je razmotrio navedeni zahtjev i utvrdio da je planirana promjena vlasničke strukture u skladu sa Zakonom, kao i da planiranom promjenom vlasničke strukture neće doći do kršenja odredbi koje se odnose na nedozvoljenu medijsku koncentraciju.

Saglasno navedenom, Savjet Agencije je odlučio da izdata prethodna saglasnost<sup>37</sup> za značajnu promjenu vlasničke strukture komercijalnog emitera opšteg televizijskog programa „Televizija Vijesti“, kojom se vrši prenos vlasničkog udjela privrednog društva „MNE Media Two“ d.o.o. iz Podgorice u iznosu od 32,2126% u emiteru na njegove osnivače (struktura navedena u tački 1 Rješenja).

<sup>34</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-351/25-56/7 od 17.09.2025. g

<sup>35</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-351/25-184/4 od 17.09.2025. g

<sup>36</sup> Rješenje Savjeta Agencije br. UP I 01-041/25-219/2 od 15.09.2025. godine

<sup>37</sup> Rješenje Savjeta Agencije br. UP I 01-041/25-20/4 od 20.02.2025. godine

## 2.11. Prestanak i oduzimanje odobrenja za pružanje AVM usluga

Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama propisano je da Odobrenje za emitovanje prestaje da važi istekom roka na koji je odobrenje izdato, na pisani zahtjev imaoća odobrenja, oduzimanjem odobrenja i u slučaju likvidacije emitera kao pravnog lica ili brisanja iz registra nadležnog organa za obavljanje djelatnosti proizvodnje i emitovanja radijskog i/ili televizijskog programa (Zakon član 100 stav 1 tač. 1, 2, 3 i 4).

Članom 179 stav 1 i 2 Zakona propisano je da postupak u kojem se odlučuje da li postoji povreda tog Zakona i izriču mjere u skladu sa pomenutim zakonom pokreće Agencija po službenoj dužnosti, na osnovu sopstvenih saznanja ili prigovora fizičkog ili pravnog lica, dok je stavom 2 istog člana predviđeno da postupak vodi direktor Agencije ili lice koje on ovlasti.

Nadalje, članom 181 stav 1 tačka 1 Zakona propisano je da kada u postupku nadzora utvrdi nepravilnosti u radu, Agencija može na način propisan Zakonom emiteru izreći mjeru upozorenja, novčanu kaznu, ili privremeno ili trajno oduzeti odobrenje.

Ukoliko je emiteru prethodno dva puta izrečena mjera privremenog oduzimanja odobrenja, članom 184 stav 2 tač. 6 Zakona, propisano je da će Odobrenje za emitovanje linearne AVM usluge biti trajno oduzeto.

Imajući u vidu navedene odredbe Zakona, nakon sprovedenih postupaka i izricanja dvije mjere privremenog oduzimanja odobrenja, emiter je nastavio sa kršenjem obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje po osnovu izdatog odobrenja, zbog čega je Agencija donijela Rješenja o trajnom oduzimanju Odobrenja za emitovanje televizijskog programa „TV MNE SPORT 1“ br. O-TV-K-26 i Odobrenja za emitovanje televizijskog programa „TV MNE SPORT 3“ br. O-TV-K-28, koja su bila izdata privrednom društvu „Manix“ d.o.o. iz Podgorice<sup>38</sup> kao i Odobrenja za emitovanje radijskog programa „Radio Star FM“ br. O-R-K-06, koje je bilo izdato privrednom društvu „Eurogum“ d.o.o. iz Cetinja<sup>39</sup>.

*Zbog kršenja obaveza propisanih izdatim odobrenjima za emitovanje, Agencija je trajno oduzela odobrenja za emitovanje jednog radijskog i dva televizijska programa.*

## 2.12. Izdavanje rješenja o registraciji AVM usluge na zahtjev

Tokom 2025. godine, izdata su četiri rješenja o registraciji AVM usluge na zahtjev (jedno za opštu AVM uslugu na zahtjev i tri za specijalizovanu AVM uslugu na zahtjev).

Po osnovu podnijete prijave:

- „Telemach Crna Gora“ d.o.o. iz Podgorice, Agencija je izdala Rješenje o registraciji AVM usluge na zahtjev „EON Video klub“ (Rješenje br. R-AVMZ-01<sup>40</sup>), čime je steklo status pružaoca specijalizovane AVM usluge na zahtjev.
- „Crnogorski Telekom“ A.D. iz Podgorice, Agencija je izdala Rješenje o registraciji AVM usluge na zahtjev „Magenta TV“ (Rješenje br. R-AVMZ-02<sup>41</sup>), čime je steklo status pružaoca opšte AVM usluge na zahtjev.
- „MTEL“ d.o.o. iz Podgorice, Agencija je izdala Rješenje o registraciji AVM usluge na zahtjev „MOVE“ (Rješenje br. R-AVMZ-03<sup>42</sup>), čime je steklo status pružaoca opšte AVM usluge na zahtjev.

<sup>38</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-043/25-18/2 od 10.02.2025. g. i Rješenje Agencije br. UP I 03-043/25-19/2 od 10.02.2025.g.

<sup>39</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-043/25-270/5 od 24.12.2025.g.

<sup>40</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-21/5 od 07.07.2025.g.

<sup>41</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-23/6 od 07.07.2025.g.

<sup>42</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-32/4 od 07.07.2025.g.

- „Javni medijski servis Crne Gore“ iz Podgorice, Agencija je izdala Rješenje o registraciji AVM usluge na zahtjev „MNE Play“ (Rješenje br. R-AVMZ-04<sup>43</sup>), čime je steklo status pružaoca opšte AVM usluge na zahtjev. Prethodno, po obavještenju javnog emitera o uvođenju značajno nove usluge, Savjet Agencije je donio pozitivno Mišljenje<sup>44</sup> da je „Javni medijski servis Crne Grne“ ispunio sve zakonom propisane uslove za uvođenje nove audiovizuelne medijske usluge „MNE Play“, na novoj platformi za distribuciju od strane javnog emitera.

Po osnovu podnijete prijave privrednog društva „Lokalni javni emiter „Radio Kotor“ d.o.o. iz Kotora, Agencija je izdala Rješenje o odbijanju<sup>45</sup> prijave za pružanje AVM usluge na zahtjev jer se podnijeta prijava, shodno Pravilniku<sup>46</sup> Agencije, ne smatra audiovizuelnom medijskom uslugom na zahtjev.

## 2.13. Izdavanje novih odobrenja za distribuciju linearnih AVM usluga

U toku 2025. godine, izdata su 24 nova odobrenja za distribuciju linearnih AVM usluga sa rokom važenja do isteka roka utvrđenog Odobrenjem za pružanje AVM usluge na zahtjev, izdatim saglasno Zakonu o elektronskim medijima.

Po osnovu podnijetih zahtjeva za izdavanje odobrenja za distribuciju linearnih AVM usluga izdata su odobrenja za distribuciju linearnih AVM usluga sljedećim pravnim licima:

- „Crnogorski Telekom“ a.d. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „Magenta TV“ (Odobrenje br. O-D-01<sup>47</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 28.12.2027. godine.
- „Telemach Crna Gora“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „EON“ (Odobrenje br. O-D-02<sup>48</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 15.06.2032. godine.
- „Telemach Crna Gora“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „EON SAT“ (Odobrenje br. O-D-03<sup>49</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 01.11.2032. godine.
- „MTEL“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MTEL“ (Odobrenje br. O-D-04<sup>50</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 30.04.2030. godine.
- „MTEL“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MSAT“ (Odobrenje br. O-D-05<sup>51</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 19.11.2028. godine.
- „Orion Telekom“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „Orion Telekom IPTV“ (Odobrenje br. O-D-06<sup>52</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 13.11.2030. godine.
- „Javni medijski servis Crne Gore“ iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MNE Play“ (Odobrenje br. O-D-07<sup>53</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato na neodređeno vrijeme.

<sup>43</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-25/11 od 30.10.2025.g.

<sup>44</sup> Akt Agencije br. UP I 01-041/25-24/2 od 24.02.2025.g.

<sup>45</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-60/2 od 30.04.2025.g.

<sup>46</sup> Pravilnik o uslovima i obavezama u vezi sa pružanjem audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev ("Sl. list Crne Gore", br. 125/24)

<sup>47</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-62/8 od 17.06.2025.g.

<sup>48</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-111/5 od 17.06.2025.g.

<sup>49</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-112/5 od 17.06.2025.g.

<sup>50</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-137/7 od 30.06.2025.g.

<sup>51</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-138/6 od 30.06.2025.g.

<sup>52</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-139/7 od 16.07.2025.g.

<sup>53</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-64/6 od 29.10.2025.g.

- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „TvZaSve“ (Odobrenje br. O-D-08<sup>54</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 24.06.2021. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX PL-GS L1“ (Odobrenje br. O-D-09<sup>55</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX SA L1“ (Odobrenje br. O-D-10<sup>56</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX KO L1“ (Odobrenje br. O-D-11<sup>57</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX KL-MO L1“ (Odobrenje br. O-D-12<sup>58</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX CT L1“ (Odobrenje br. O-D-13<sup>59</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX BR L1“ (Odobrenje br. O-D-14<sup>60</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX BP L1“ (Odobrenje br. O-D-15<sup>61</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX BA-AN L1“ (Odobrenje br. O-D-16<sup>62</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX ZB L1“ (Odobrenje br. O-D-17<sup>63</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX BD L1“ (Odobrenje br. O-D-18<sup>64</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX HN-TV L1“ (Odobrenje br. O-D-19<sup>65</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX NK-PZ L1“ (Odobrenje br. O-D-20<sup>66</sup>), čime je

<sup>54</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-113/6 od 28.11.2025.g.

<sup>55</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-115/2 od 28.11.2025.g.

<sup>56</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-116/2 od 28.11.2025.g.

<sup>57</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-117/2 od 28.11.2025.g.

<sup>58</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-118/2 od 28.11.2025.g.

<sup>59</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-119/2 od 28.11.2025.g.

<sup>60</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-120/2 od 28.11.2025.g.

<sup>61</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-121/2 od 28.11.2025.g.

<sup>62</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-122/2 od 28.11.2025.g.

<sup>63</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-123/2 od 28.11.2025.g.

<sup>64</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-124/2 od 28.11.2025.g.

<sup>65</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-125/2 od 28.11.2025.g.

<sup>66</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-126/2 od 28.11.2025.g.

stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.

- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX PG-DG L1“ (Odobrenje br. O-D-21<sup>67</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX PV L1“ (Odobrenje br. O-D-22<sup>68</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Radio-difuzni centar Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „MUX RO L1“ (Odobrenje br. O-D-23<sup>69</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje je izdato do 16.07.2030. godine.
- „Mir&Teuta“ d.o.o. iz Ulcinja Agencija je izdala Odobrenje za distribuciju linearnih AVM usluga „Media N“ (Odobrenje br. O-D-24<sup>70</sup>), čime je stekao status distributera linearnih AVM usluga. Odobrenje važi do 30.04.2030. godine.

## 2.14. Registracija pružalaca AVM usluga na zahtjev

Usvajanjem Pravilnika o uslovima i obavezama u vezi sa pružanjem audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev<sup>71</sup> bliže su propisani uslovi za registraciju pružalaca tih usluga.

U toku 2025. godine registrovane su četiri usluge iz te kategorije čiji su pružaoci privredna društva koja su, pored usluga distribucije radijskih i TV programa, već pružali te usluge. U sva četiri slučaja radi se o uslugama koje korisnicima pružaju sljedeće pogodnosti:

- pristup „videoteci“ programskih sadržaja na osnovu pojedinačnog zahtjeva korisnika i kataloga programskih sadržaja, koji uključuje sopstvene i/ili sadržaje drugih lica, odabranih od strane pružaoca AVM usluge, a koja je dostupna isključivo na osnovu pretplate, korisničkog ugovora ili drugog oblika prethodne individualne autorizacije;
- naknadno, u ograničenom vremenskom periodu, gledanje programskih sadržaja koji su već emitovani u okviru televizijskog programa (tzv. "catch-up" usluga), bez obzira na platformu putem koje se vrši emitovanje ili distribucija televizijskog programa;
- pristupa arhiviranim televizijskim sadržajima različitih TV programa istog ili različitih emitera i/ili proizvođača audiovizuelnih djela, stavljenih na raspolaganje od strane agregatora sadržaja koji vrši kontrolu nad njihovim izborom i organizacijom.

NAZIV PRUŽAOCA AVM USLUGE NA ZAHTEJEV	NAZIV AVM USLUGE NA ZAHTEJEV
„Crnogorski Telekom“ d.o.o.	„Magenta“
„Telemach Crna Gora“ d.o.o.	„EON Video klub“
„MTEL“ d.o.o.	„MOVE“
„Javni medijski servis Crne Gore“ (RTCG)	„MNE Play“
„Mir&Teuta“ d.o.o.	„Media N“

Tabela: Pregled registrovanih AVM usluga na zahtjev (2025)

<sup>67</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-127/2 od 28.11.2025.g.

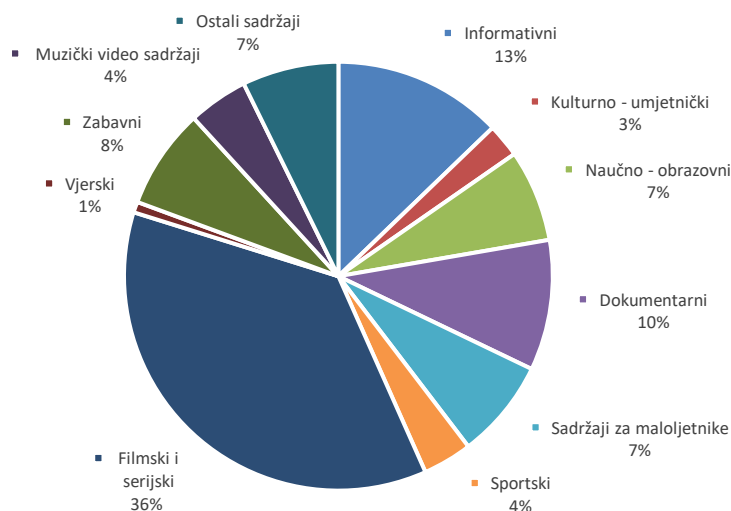
<sup>68</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-128/2 od 28.11.2025.g.

<sup>69</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-129/2 od 28.11.2025.g.

<sup>70</sup> Akt Agencije br. UP I 03-351/25-142/4 od 28.11.2025.g.

<sup>71</sup> „Sl. list CG“, 125/24 i 52/25.

Prema podacima dostavljenim u okviru podnesenih prijava za pružanje AVM usluga na zahtjev, tri imaju programske osnove<sup>72</sup> koje ih čine opštim uslugama, a samo jedna je registrovana kao specijalizovana za filmske i serijske sadržaje.



Grafik: Prosječna programska struktura registrovanih AVM usluga na zahtjev (2025)

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

Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama (čl. 29 i 31) i pravilnicima o uslovima za ostvarivanje minimalnog učešća evropskih audiovizuelnih djela<sup>73</sup> i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača<sup>74</sup>, propisani su uslovi koje TV emiteri sa nacionalnim pokrivanjem (pokrivaju najmanje 85% stanovništva u više od 14 jedinica lokalne samouprave) moraju ispuniti kako bi, postigli definisane kvote i to:

- najmanje 51% učešća evropskih audiovizuelnih djela u godišnjem vremenu emitovanja i
- najmanje 10% učešća audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u godišnjem vremenu emitovanja, od čega 30% treba da čine audiovizuelna djela crnogorskih nezavisnih proizvođača.

Emiter koji nema te 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 tih obaveza.

U procesu usaglašavanja rada sa zakonom, emiteri TV programa sa nacionalnim pokrivanjem suočili su se sa ograničenom ponudom audiovizuelnih djela crnogorskih nezavisnih proizvođača. Svjesni obaveze koju zakon predviđa u vezi s obezbjeđivanjem minimalnog učešća te kategorije sadržaja, svi su u programskim osnovama, koje su sastavni dio izmijenjenih odobrenja za emitovanje, predvidjeli prostor za njihovo uključivanje. Unapređenje ponude te grupe TV emitera djelima nezavisne produkcije, a posebno djelima crnogorskih nezavisnih proizvođača, biće jedan od izazova u narednom periodu, koje će morati da prevaziđu ukoliko žele da zadrže status emitera sa nacionalnim pokrivanjem.

<sup>72</sup> Saglasno članu 60 Zakona o AVM uslugama, programska osnova AVM usluge na zahtjev sadrži podatke na osnovu kojih se određuje: 1) vrsta sadržaja, odnosno njihovo razvrstavanje u pojedine grupe; 2) predviđeni kvantitativni odnos između pojedinih grupa sadržaja; i 3) učešće evropskih audiovizuelnih djela. Programska osnova specijalizovane AVM usluge na zahtjev sadrži katalog programskih sadržaja u kojem više od 50% sadržaja moraju biti sadržaji iste vrste.

<sup>73</sup> „Sl. list CG“, br. 125/24.

<sup>74</sup> „Sl. list CG“, br. 125/24.

U toku 2025. godine, nacionalni javni emiter RTCG (TVCG1, TVCG2), komercijalni emiteri programa sa nacionalnim pokrivanjem TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M, Adria TV i TV E, kao i lokalni javni emiter programa TV Nikšić (koji je takođe imao nacionalno pokrivanje), trebalo je da ostvare minimalno sljedeće kvote:

- za evropska audiovizuelna djela – 51%.
- za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača – 10%, od čega 30% treba da čine audiovizuelna djela crnogorskih nezavisnih proizvođača. Izuzetno, sljedeći emiteri su trebali da ostvare manje kvote za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača i to:
  - TV Adria - minimalno 6,67% tih djela, što je postotak uvećan za petinu postotka koji joj je nedostajao na kraju 2024. godine.
  - TV Nikšić - minimalno 4,69% tih djela, što je postotak uvećan za petinu postotka koji joj je nedostajao na kraju 2024. godine.
  - TV E - minimalno 4,4% tih djela, što je postotak uvećan za petinu postotka koji joj je nedostajao na kraju 2024. godine.

Analizom dostavljenih podataka **za evropska audiovizuelna djela** može se zaključiti:

- nacionalni javni emiter RTCG, za programe TVCG1 i TVCG2, emiteri TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M, TV E i TV Nikšić su ispunili propisanu kvotu.
- emiter TV Adria nije dostavio podatke za četvrti kvartal. Podaci za prvi, drugi i treći kvartal 2025. godine, pokazuju da je učešće tih djela bilo značajno preko 51%.

EVROPSKA AUDIOVIZUELNA DJELA 2025						
MEDIJ	PERIOD	JANUAR - MART	APRIL - JUN	JUL - SEPTEMBAR	OKTOBAR - DECEMBAR	UKUPNO
	Kvota					
TVCG1	Prijavljena evropska AV djela (min)	111.252	115.961	110.123	116.719	454.055
	% emitovanog programa	97	98	95	98	97
TVCG2	Prijavljena evropska AV djela (min)	83.948	87.994	77.466	95.842	345.250
	% emitovanog programa	96	96	94	97	96
TV NIKŠIĆ	Prijavljena evropska AV djela (min)	96.170	91.825	84.569	101.012	373.576
	% emitovanog programa	84	81	84	94	86
TV NOVA M	Prijavljena evropska AV djela (min)	92.171	93.669	97.889	95.061	378.790
	% emitovanog programa	95	96	95	93	95
TV PRVA	Prijavljena evropska AV djela (min)	95.837	96.424	103.728	103.371	399.360
	% emitovanog programa	99	100	99	100	99
TV VIJESTI	Prijavljena evropska AV djela (min)	94.199	95.938	98.798	99.566	388.500
	% emitovanog programa	92	93	93	95	93
TV ADRIA	Prijavljena evropska AV djela (min)	93.370	98.372	100.262	0	292.004

	% emitovanog programa	95	99	98	/	97
TV E	Prijavljena evropska AV djela (min)	114.925	99.185	115.128	112.762	442.000
	% emitovanog programa	98	98	98	98	98

Tabela: Učešće evropskih audiovizuelnih djela u 2025.g.

Analizom dostavljenih podataka **za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača** može se zaključiti:

- nacionalni javni emiter RTCG, u programu TVCG 1 nije ostvario minimalno učešće tih djela, dok je u programu TVCG 2 ispunjena propisana kvota. U okviru emitovanih audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača na TVCG 2 djela crnogorskih nezavisnih proizvođača čine više od 30%,
- emiteri TV Prva i TV Nova M su ispunili kvotu za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača od 10%, ali nijesu obezbijedili da najmanje 30% tih djela budu djela crnogorskih nezavisnih proizvođača,
- emiteri TV Vijesti, TV E i TV Nikšić nijesu ispunili kvotu, s tim da u okviru ostvarenog učešća audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u programu TV Vijesti djela crnogorskih nezavisnih proizvođača čine znatno više od 30%,
- emiter TV Adria nije dostavio podatke za četvrti kvartal. Na osnovu podataka za prvi, drugi i treći kvartal 2025. godine, ne može se zaključiti da li je ostvario minimalno učešće ovih djela.

AUDIOVIZUELNA DJELA NEZAVISNIH PROIZVOĐAČA 2025						
MEDIJ	PERIOD	JANUAR - MART	APRIL - JUN	JUL - SEPTEMBAR	OKTOBAR - DECEMBAR	UKUPNO
TVCG1	Kvota					
	Prijavljena AVD NP (min)	8.602	10.681	12.664	11.598	43.545
	% emitovanog programa	7	9	11	10	9
	% crnogorskih AVD NP	75	77	75	84	78
TVCG2	Prijavljena AVD NP (min)	8.336	8.371	9.568	12.032	38.307
	% emitovanog programa	10	9	12	12	11
	% crnogorskih AVD NP	98	100	100	100	100
TV NIKŠIĆ	Prijavljena AVD NP (min)	2.305	2.705	2.912	2.281	10.203
	% emitovanog programa	2	2	3	2	2
	% crnogorskih AVD NP	5	12	17	8	11
TV NOVA M	Prijavljena AVD NP (min)	18.879	21.094	25.396	14.395	79.764
	% emitovanog programa	19	22	25	14	20
	% crnogorskih AVD NP	3	6	6	15	7

<b>TV PRVA</b>	Prijavljena AVD NP (min)	57.560	50.016	65.124	57.688	230.388
	% emitovanog programa	60	52	62	56	57
	% crnogorskih AVD NP	4	2	2	2	3
<b>TV VIJESTI</b>	Prijavljena AVD NP (min)	11.056	10.679	8.912	6.488	37.135
	% emitovanog programa	11	10	8	6	9
	% crnogorskih AVD NP	69	64	69	62	67
<b>TV ADRIA</b>	Prijavljena AVD NP (min)	10.496	7.033	8.309	0	0
	% emitovanog programa	11	7	8	0	0
	% crnogorskih AVD NP	8	17	12	/	0
<b>TV E</b>	Prijavljena AVD NP (min)	7.895	7.639	7.452	5.971	28.957
	% emitovanog programa	7	8	6	5	6
	% crnogorskih AVD NP	1	0	0	0	0

Tabela: Učešće audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u 2025.g.

## 2.16. Monitoring poštovanja programskih pravila i uslova iz izdatih odobrenja za emitovanje

U skladu sa Planom rada za 2025. godinu, a na osnovu podataka prikupljenih i obrađenih tokom 2025. godine, Agencija je sproveda i objavila set analiza i izvještaja, kojima su obuhvaćeni različiti segmenti rada emitera i realizacije njihovih programskih obaveza. Te analize predstavljaju dio kontinuiranog nadzora nad primjenom zakona i imaju za cilj da daju širi uvid u stanje na tržištu audiovizuelnih medijskih usluga.

U okviru navedenih aktivnosti, monitoring je obuhvatio redovno praćenje poštovanja programske strukture opštih televizijskih programa, kao i analizu zastupljenosti sadržaja namijenjenih djeci, društveno osjetljivih tema i medijskog predstavljanja tokom izbornih ciklusa. U izvještajnom periodu, objavljeni su sljedeći izvještaji, analize i informacije, dostupni na veb-sajtu [www.amu.me](http://www.amu.me):

- Izvještavanje TV emitera u vezi sa tragedijom na Cetinju u centralnim informativnim emisijama (januar 2025.);
- Izvještaj o političkom oglašavanju tokom kampanja za izbore za odbornike u Skupštini opštine Herceg Novi i Skupštini opštine Nikšić (april 2025.);
- Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa sa nacionalnim pokrivanjem (maj 2025.);
- Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa komercijalnih emitera sa regionalnim pokrivanjem (novembar 2025.);
- Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa lokalnih javnih emitera (novembar 2025.);
- Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Neđelje ponosa“ (oktobar 2025.);

- Informacija o zastupljenosti programskih sadržaja namijenjenih djeci u programima TV emitera u Crnoj Gori (novembar 2025.);
- Analiza zastupljenosti oglasa za hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera u televizijskom oglašavanju (novembar 2025.).

### 2.16.1. Monitoring političkog oglašavanja

Zakon o izboru odbornika i poslanika<sup>75</sup>, u okviru Poglavlja VII Predstavlanje podnosilaca izbornih lista i kandidata sa izbornih lista (čl. 50 - 64b.), reguliše prava i obaveze elektronskih i štampanih medija u toku predizborne kampanje. Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama propisan je set normi koje se odnose kako na radijske i televizijske emitere, tako i na Agenciju.

Pravilnikom o političkom oglašavanju u radijskim i televizijskim programima<sup>76</sup>, bliže su uređena pravila političkog oglašavanja u toku izborne ili referendumске kampanje. Prema usvojenom Pravilniku, javni emiter, odnosno komercijalni ili neprofitni emiter, koji omogućava političko oglašavanje, mora da usvoji i učini javnim posebna pravila o političkom oglašavanju u toku izbornih ili referendumskih kampanja, koja donosi nadležni organ javnog emitera, odnosno osnivač komercijalnog ili neprofitnog emitera. Pravila se odnose na političko oglašavanje u okviru svakog pojedinog radijskog ili televizijskog programa za koje emiter ima izdato odobrenje za emitovanje i njima se utvrđuju oblici političkog oglašavanja, njihovo trajanje i raspoređivanje, kao i način odlučivanja o redoslijedu političkog oglašavanja u okviru programskih sadržaja posvećenih plaćenom ili besplatnom političkom oglašavanju. Ta pravila važe za sve izborne procese.

Najkasnije deset dana od dana raspisivanja određenih izbora, emiteri koji su namjeravali da omoguće političko oglašavanje u svojim programima, bili su dužni da Agenciji dostave svoja nova pravila o političkom oglašavanju ili obavještenje da nije bilo izmjena već dostavljenih pravila.

Pravilnikom je propisano da se političko oglašavanje ostvaruje kao plaćeno ili besplatno. Saglasno tome, svi programski sadržaji od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje mogu se rasporediti u dvije vrste - besplatno i plaćeno političko oglašavanje, a u okviru kojih su prepoznate sljedeće tri kategorije: aktivnosti, predstavljanje i oglašavanje.

Emiteri su bili dužni da vode evidenciju emitovanih programskih sadržaja od značaja za političko oglašavanje u toku izborne kampanje, koja uključuje sljedeće podatke: datum, vrijeme emitovanja, format/oblik/vrstu političkog oglašavanja i naziv sadržaja, da li se radi o plaćenom ili besplatnom političkom oglašavanju, ime izborne liste ili kandidata na koje se odnosi političko oglašavanje, neto vrijeme emitovanja, te opis izbora na koje se odnosi političko oglašavanje (vrsta ili teritorijalnost).

Imajući u vidu prethodno navedeno, na osnovu sprovedenog monitoringa, sačinjen je **Izveštaj o političkom oglašavanju tokom kampanja za izbore za odbornike u Skupštini opštine Herceg Novi i Skupštini opštine Nikšić (13. april 2025.)**<sup>77</sup>.

#### 2.16.1.1. Izbori za odbornike u Skupštini opštine Herceg Novi (održani su 13. aprila 2025. godine)<sup>78</sup>

Posebna pravila o političkom oglašavanju za izbore u Herceg Novom usvojilo je 14 emitera, za 11 radijskih i 11 televizijskih programa.

Izveštajem je obuhvaćeno devet televizijskih programa i to: tri programa Televizije Crne Gore (Prvi - TV CG1, Drugi - TV CG2 i Parlamentarni program - TV CG3), Televizija Herceg Novi, Televizija Vijesti, TV Prva, TV Nova M, TV Adria, TV E, a prikupljeni podaci su utvrđeni

<sup>75</sup> „Sl. list RCG“, br. 4/98, 5/98, 17/98, 14/00, 8/00, „Sl. list SRJ“, br. 73/00, 9/01, 41/02, 46/02, 45/04, 48/06, 56/06, „Sl. list CG“, br. 46/11, 14/14, 47/14, 12/16, 60/17, 10/18 i 109/20.

<sup>76</sup> „Sl. list CG“, br. 82/24.

<sup>77</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/05/02-633-25-485-Izveštaj-o-politickom-oglasavanju-na-izborima-za-SO-Herceg-Novi-i-Niksic-13-aprila-2025.pdf>

<sup>78</sup> Odluka Predsjednika Crne Gore o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Herceg Novi, koji će biti održani 13. aprila 2025. godine („Sl. list CG“, br. 5/25)

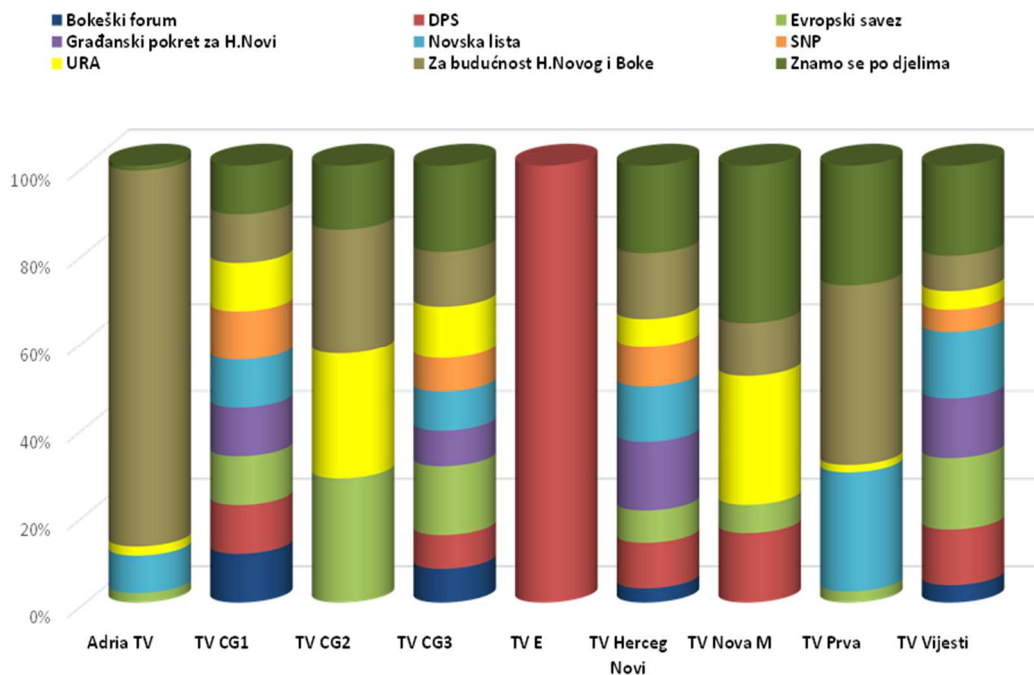
monitoringom programa u periodu od 28. marta do 11. aprila 2025.g. u terminima od 7 do 24 časa.<sup>79</sup>

Ukupno trajanje političkog oglašavanja u posmatranim televizijskim programima, za period od 28. marta do 11. aprila 2025. godine, iznosilo je 127.818 sekundi ili približno 35 sati 30 minuta za period od 15 dana. Dominantno (99,68%) ga je činilo besplatno političko oglašavanje.

Posmatrano **po programu**, nezavisno od kategorije, **najviše besplatnog političkog oglašavanja**, emitovano je na TV Herceg Novi (34,07% ukupnog besplatnog političkog oglašavanja). Potom slijede Parlamentarni program sa učešćem od 31,79%, TV CG1 sa učešćem od 16,20%. U ostalim programima bilo je značajno manje besplatnog političkog oglašavanja. Na TV Adria emitovano je 5,83%, TV Prva – 3,99%, TV CG2 – 3,60%, TV E – 3,03%, TV Vijesti – 1,05%, dok je na programu TV Nova M emitovano svega 0,45% besplatnog političkog oglašavanja.

Najveća količina besplatnog političkog oglašavanja odnosila se na listu „Za budućnost Herceg Novog i Boke – NSD, DNP, PCG, UCG“ – 19%. Preostale liste su imale učešće kako slijedi: Stevan Katić – Znamo se po djelima – 17%, Evropski savez – Najbolje što možeš - SD, SDP, LP i građani – 11%; DPS – Herceg Novi – Grad kakav nam treba! – 11%, „Novska lista – Naš grad, naš brod“ – 11%, Građanski pokret za Herceg Novi „Idemooo“ – 10%.

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



Grafik: Struktura besplatnog političkog oglašavanja po izornoj listi, po programu (Izbori Herceg Novi, 2025)

**Plaćeno političko oglašavanje**, realizovano kroz plaćene političke spotove, zabilježeno je jedino u programu TV Vijesti (0,32%). U ostalim posmatranim programima nije bilo plaćenog političkog oglašavanja.

Cjelokupno plaćeno političko oglašavanje odnosilo se na liste Stevan Katić – Znamo se po djelima (52,90%) i „Novska lista – Naš grad, naš brod“ (47,10%).

<sup>79</sup> Izuzetak predstavlja Parlamentarni program Televizije Crne Gore koji emituje program od 8 do 23 časa.

Kada je riječ o **vidljivosti žena i muškaraca u političkom oglašavanju**, od devet lista u opštini Herceg Novi, osam nosilaca su bili muškarci, a jedina nositeljka na tim izborima bila je na čelu liste Građanski pokret za Herceg Novi „Idemooo!“.

Najviše su bili zastupljeni **muškarci – 58,70%**, potom slijede sadržaji u kojima su učestvovali žene i muškarci (kombinacija) – 23,07%, zatim sadržaji u kojima su **žene** bile nositeljke političkih poruka – **11,02%**, te političko oglašavanje u kojima nema nosioca političke poruke (saopštenja, izvještaji sa promotivnih skupova, konferencija...) – 7,21%.

**Po službenoj dužnosti**, Agencija je pokrenula **dva postupka** protiv dva emitera (od čega se jedan odnosio na prigovor), zbog kršenja pravila političkog oglašavanja i to zbog prikrivenog političkog oglašavanja (TV Adria) i kršenja izborne tišine (TV Vijesti). Po osnovu pokrenutih postupaka, izrečena su dva upozorenja (TV Adria i TV Vijesti). Nije podnijeta nijedna žalba od strane ovlašćenih predstavnika podnosilaca izbornih lista ili nadležnih organa za sprovođenje izbornog postupka.

#### 2.16.1.2. Prijevremeni izbori za odbornike u Skupštini opštine Nikšić (održani 13. aprila 2025. godine<sup>80</sup>)

Posebna pravila o političkom oglašavanju za izbore u Nikšiću usvojilo je 14 emitera, za 11 radijskih i 11 televizijskih programa.

Podaci u izvještaju odnose se na devet televizijskih programa i to: tri programa Televizije Crne Gore (Prvi - TV CG1, Drugi - TV CG2 i Parlamentarni program - TV CG3), Televizija Nikšić, Televizija Vijesti, TV Prva, TV Nova M, TV Adria, TV E i utvrđeni su monitoringom programa u periodu od 28. marta do 11. aprila 2025.g. u terminima od 7 do 24 časa.<sup>81</sup>

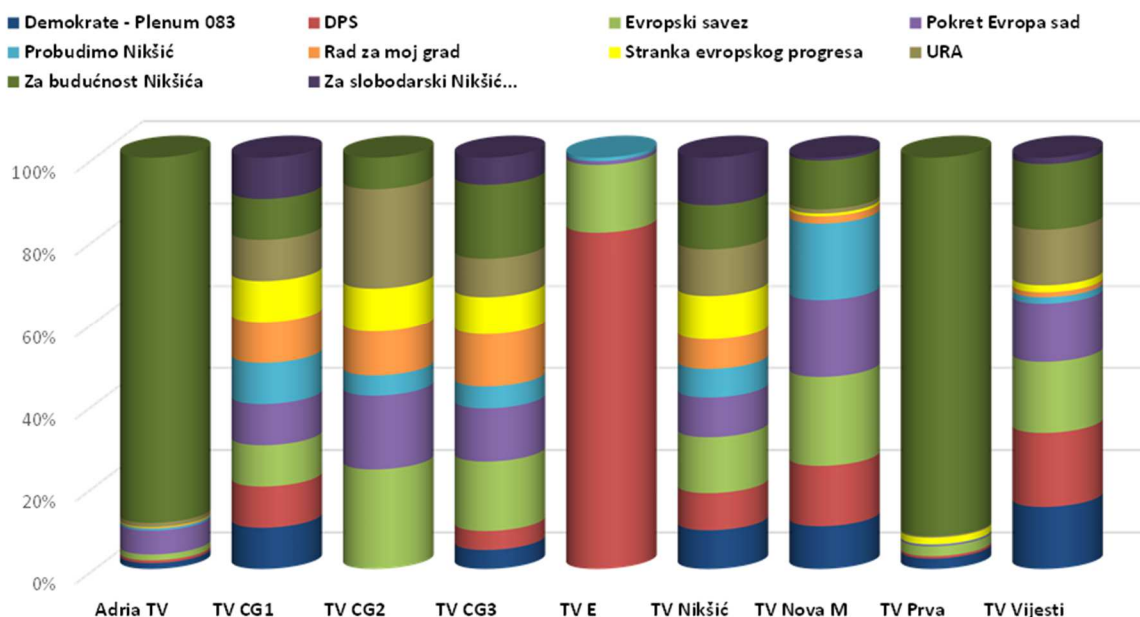
Ukupno trajanje političkog oglašavanja u posmatranim televizijskim programima, za period od 28. marta do 11. aprila 2025. godine, iznosilo je 201.880 sekundi ili približno 56 sati 5 minuta za period od 15 dana. I u tom slučaju, dominantno je bilo učešće besplatnog političkog oglašavanja (99,16%)

Posmatrano **po programu**, nezavisno od kategorije, najviše **besplatnog političkog oglašavanja**, emitovano je na TV Nikšić (31,81% ukupnog besplatnog političkog oglašavanja). Potom slijede Parlamentarni program sa učešćem od 17,83%, TV CG1 sa učešćem od 11,59%. U ostalim programima bilo je manje besplatnog političkog oglašavanja. Na TV Adria emitovano je 9,61%, TV Vijesti – 8,79%, TV Nova M – 7,89%, TV Prva – 5,58%, TV E – 4,19% i TV CG2 – 2,71%.

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

<sup>80</sup> Odluka Predsjednika Crne Gore o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Nikšić, koji će biti održani 13. aprila 2025. godine („Sl. list CG“, br. 5/25).

<sup>81</sup> Izuzetak predstavlja Parlamentarni program Televizije Crne Gore koji emituje program od 8 do 23 časa.



Grafik: Struktura besplatnog političkog oglašavanja po izbornoj listi, po programu (Izbori Nikšić, 2025)

**Plaćeno političko oglašavanje**, realizovano kroz plaćene političke spotove, zabilježeno je u programima TV Prva (52,27%), TV Adria (35,27%) i TV Vijesti (12,46%). U ostalim posmatranim programima nije bilo plaćenog političkog oglašavanja. Cjelokupno plaćeno političko oglašavanje odnosilo se na liste Za budućnost Nikšića – Marko Kovačević - „Zna Nikšić! Nastavljamo“ (87,54%) i „Zdrav Nikšić – dr Zoran Mrkić – Pokret Evropa sad!“ (12,46%).

Kada je riječ o **vidljivosti žena i muškaraca u političkom oglašavanju**, od deset lista u opštini Nikšić, devet nosilaca su bili muškarci, a jedina nositeljka, na tim izborima bila je na čelu liste „Za slobodarski Nikšić jednakih mogućnosti“ – Jelena Marković. Najviše su bili zastupljeni **muškarci (81%)**, zatim sadržaji u kojima su kao nosioci političkih poruka bile zastupljene **žene (9,31%)**, političko oglašavanje u kojima nije bilo nosioca političke poruke (saopštenja, izvještaji sa promotivnih skupova, konferencija) – 6,18%, te sadržaji u kojima su kao nosioci političkih poruka učestvovali žene i muškarci (kombinacija) – 3,51%.

**Po službenoj dužnosti**, Agencija je pokrenula **osam postupaka** protiv četiri emitera, zbog kršenja pravila političkog oglašavanja i to zbog prikrivenog političkog oglašavanja (TV E, TV Adria, Prva TV), emitovanja političkog oglašavanja 15 minuta prije/poslije sadržaja namijenjenog maloljetnicima (Prva TV, TV Nikšić, TV Adria), kršenja izborne tišine (TV E, TV Nikšić). Po osnovu pokrenutih postupaka, izrečeno je osam upozorenja po službenoj dužnosti (TV E – dva upozorenja, TV Adria – dva upozorenja, Prva TV – dva upozorenja i TV Nikšić – dva upozorenja). Nije podnijet ni jedan prigovor na rad emitera, niti žalba od strane ovlašćenih predstavnika podnosilaca izborne liste ili nadležnih organa za sprovođenje izbornog postupka.

**KLJUČNI NALAZI:** *Političko oglašavanje je u načelu bilo adekvatno raspoređeno i emitovano unutar jasno označenih blokova, pri čemu je monitoringom utvrđena određena nedosljednost u označavanju sadržaja koji se odnose na besplatno i plaćeno političko oglašavanje, dok emiteri generalno poštuju obavezu podnošenja evidencija o emitovanom političkom oglašavanju.*

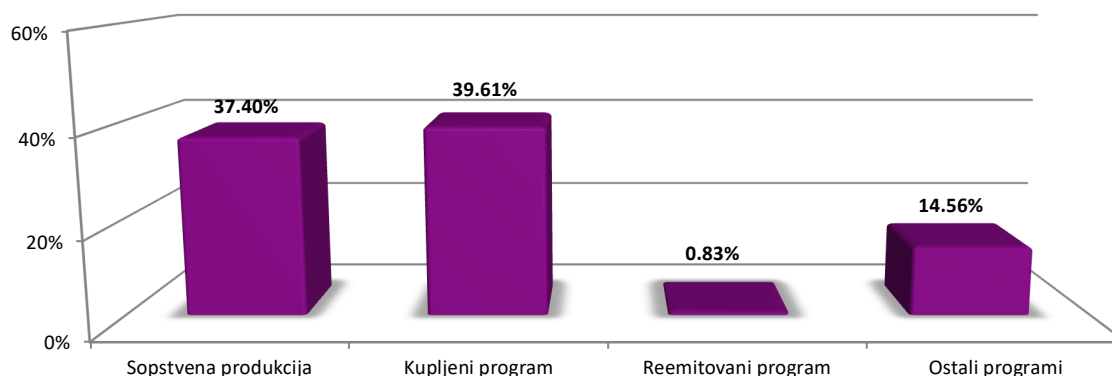
## 2.17. Poštovanje programske strukture

### 2.17.1. Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa sa nacionalnim pokrivanjem (maj 2025.)<sup>82</sup>

Veći dio 2025. godine obilježio je proces usaglašavanja rada emitera sa novim regulatornim obavezama propisanim Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama. U tom kontekstu, monitoring je bio usmjeren na procjenu stepena usklađenosti emitera sa novim programskim obavezama, identifikovanje ključnih izazova u primjeni novih zakonskih rješenja, te pružanje smjernica emiterima s ciljem daljeg usaglašavanja. Novi pravni okvir uvodi proširenu žanrovsku strukturu programa, što je predstavljalo dodatni element analize. Poseban fokus je stavljen na obezbjeđivanje minimalnog učešća sopstvene produkcije opštih programa, kao i minimalnog učešća informativnog programa u sopstvenoj produkciji (koje varira u zavisnosti od toga da li se radi o radijskom ili televizijskom programu, odnosno programu javnog, komercijalnog ili neprofitnog emitera).

Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem urađena je na osnovu podataka dobijenih monitoringom programskih sadržaja emitovanih u periodu od 14. do 20. maja 2025. godine u terminu od 00 do 24 časa. Analizom su obuhvaćeni opšti televizijski programi koji, saglasno Zakonu o audiovizuelnim medijskim uslugama, pokrivaju najmanje 85% stanovništva u više od 14 jedinica lokalne samouprave (nacionalno pokrivanje) i to: „Prvi program Televizije Crne Gore“, „Drugi program Televizije Crne Gore“, „Televizija Vijesti“, „Adria TV“, „Prva TV“, „TV Nova M“, „Televizija Nikšić“ i „TV E“.

U posmatranom periodu, opšte televizije sa nacionalnim pokrivanjem u prosjeku su proizvodile malo više od 37% sopstvenog programa. Najviše sopstvene produkcije je imala TV E (71,64%), nakon koje slijedi Prvi program Televizije Crne Gore (57,30%). Najmanji procenat zabilježen je u okviru Drugog programa Televizije Crne Gore (16,29%).



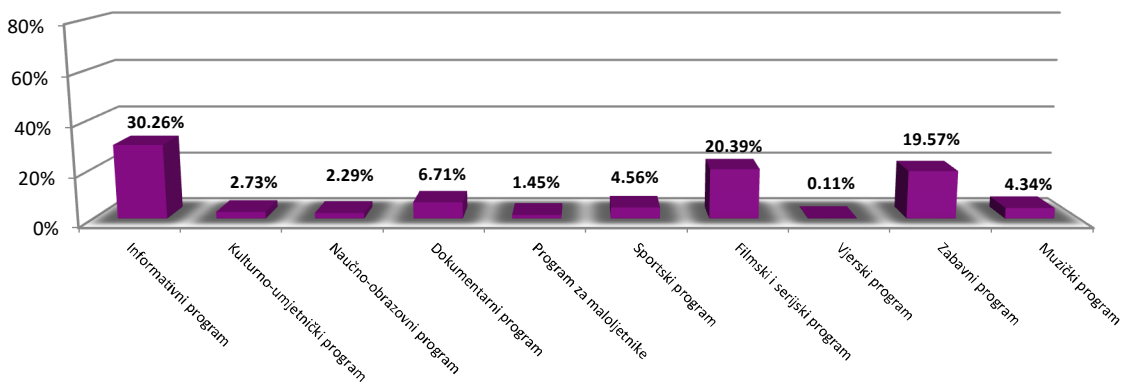
Grafik: Struktura emitovanih sadržaja po produkcijskom izvoru (prosjek)/TV programi sa nacionalnim pokrivanjem

Posmatrajući žanrovsku strukturu, programi televizija sa nacionalnim pokrivanjem sadrže pet od deset vrsta programskih sadržaja, što je obaveza propisana Zakonom i Pravilnikom.

Po vrsti sadržaja, dominira informativni program, prosječno 30,26%, a odlikuje se klasičnim informativnim sadržajima, jutarnjim programima, intervjuima i sl. Najveće učešće je zabilježeno u programu Televizije Nikšić (47,62%), nakon koje slijede Prvi program Televizije Crne Gore (44,88%) i Televizija Vijesti (34,61%).

Izuzev Drugog programa Televizije Crne Gore (koji je imao 3,59%) i TV Nova M (koja je imala 9,78%) u svim ostalim televizijskim programima emitera sa nacionalnim pokrivanjem učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji, u ukupnom sedmičnom vremenu emitovanja, koje je ostvareno u periodu od 6 do 23 sata, iznosilo je više od 10% (Prvi program Televizije Crne Gore – 28,72%, TV Nikšić – 28,32%, TV Vijesti – 23,45%, TV E – 16,68%, TV Prva – 16,40% i TV Adria – 11,85%).

<sup>82</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/07/Analiza-postovanja-programske-strukture-nacionalnih-emitera-maj-2025.pdf>



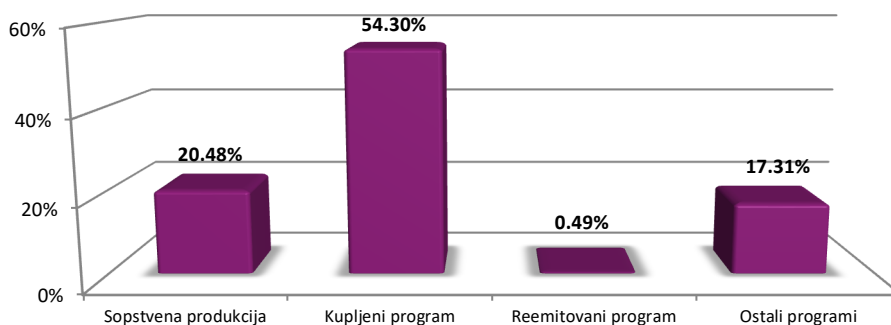
Grafik: Struktura emitovanih sadržaja po vrsti (prosjeck)/TV programi sa nacionalnim pokrivanjem

**KLJUČNI NALAZI:** Informativni sadržaji i dalje su imali najznačajnije mjesto u programskoj strukturi opštih televizijskih programa sa nacionalnom pokrivenošću (prosječno oko 30%). Osim u dva slučaja, kod svih ostalih opštih televizijskih programa sa nacionalnim pokrivanjem učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji u ukupnom sedmičnom vremenu emitovanja, u periodu od 6 do 23 sata, iznosilo je više od 10%. Iako se udio sopstvene produkcije razlikuje među emiterima, većina emitera obezbjeđuje više od propisanog minimalnog učešća sopstvene produkcije (prosječno oko 37%).

## 2.17.2. Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa komercijalnih emitera sa regionalnim pokrivanjem (novembar 2025.)<sup>83</sup>

Analiza opštih televizijskih programa komercijalnih emitera sa regionalnim pokrivanjem („TV Boin“, „TV 7“, „Srpska TV“ i „TV Teuta“) omogućila je sagledavanje dominantnih obrazaca u programskom planiranju i realizaciji programa te grupe emitera, kao i identifikovanje oblasti u kojima je uočen napredak, odnosno prostor za dodatno unapređenje u pogledu usklađenosti sa propisima. Posebna pažnja bila je usmjerena na zastupljenost informativnog programa, obim sopstvene produkcije, kao i primjenu pravila o kategorizaciji, označavanju i raspoređivanju programskih sadržaja. Za potrebe izrade analize prikupljeni su i obrađeni podaci dobijeni monitoringom programskih sadržaja emitovanih u periodu od 03. do 09. novembra 2025. godine u terminu od 00 do 24 časa.<sup>84</sup>

U posmatranom periodu, komercijalne televizije sa regionalnim pokrivanjem u prosjeku su proizvodile malo više od 20% sopstvenog programa i emitovale nešto oko 54% kupljenih sadržaja. Najviše sopstvene produkcije imala je TV Teuta (32,19%), a zatim Televizija Boin (25,67%).



Grafik: Struktura emitovanih sadržaja po produkcijskom izvoru (prosjeck)/ TV programi sa regionalnim pokrivanjem

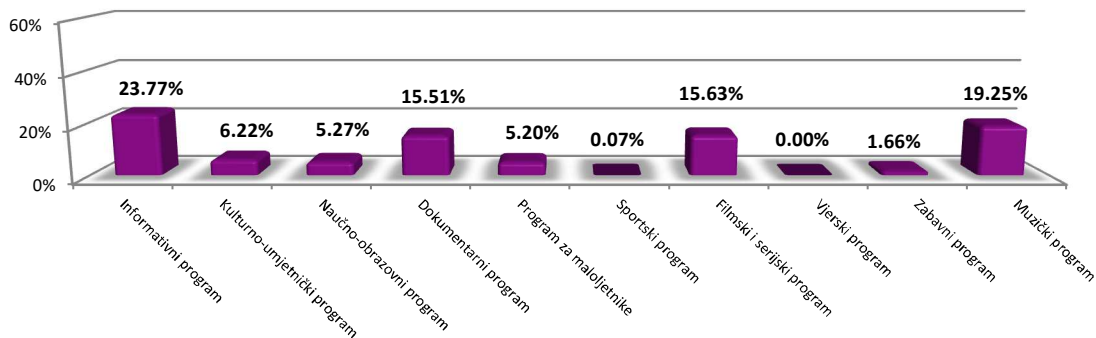
<sup>83</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/12/04-633-25-1013-1-Analiza-postovanja-programskih-struktura-opstih-TV-programa-komercijalnih-emitera-sa-regionalnim-pokrivanjem-novembar-2025.pdf>

<sup>84</sup> U navedeni obračun nije uračunat 6.11.2025.g. iz razloga što je tog dana u Crnoj Gori proglašen Dan žalosti i emiteri su imali obavezu da svoj program prilagode nastaloj situaciji.

Posmatrajući žanrovsku strukturu, programi komercijalnih televizija sa regionalnim pokrivanjem sadrže minimum pet od deset vrsta programskih sadržaja, što je obaveza propisana Zakonom i Pravilnikom. Po žanrovskoj strukturi, u načelu, zastupljene su sve vrste sadržaja, izuzev vjerskog.

Po vrsti sadržaja dominira informativni program, sa prosječno 23,77% učešća. Kod televizija Boin i Teuta učešće informativnog sadržaja je dominantno (34,56%, odnosno 37,81%). Najmanje učešće je u programu Srpska TV (4,32%).

Osim u programu Srpska TV (koja je imala 4,32%), u svim ostalim komercijalnim televizijskim programima sa regionalnim pokrivanjem, učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji, u ukupnom sedmičnom vremenu emitovanja, iznosilo je više od propisanog minimuma od 10% (TV Boin – 14,09%, TV 7 - 15,64% i TV Teuta – 24,29%).



Grafik: Struktura emitovanih sadržaja po vrsti (prosjeak)/TV programi sa regionalnim pokrivanjem

**KLJUČNI NALAZI:** Prosječan udio sopstvene produkcije (oko 20%) kod opštih televizijskih programa komercijalnih emitera sa regionalnim pokrivanjem znatno je niži u odnosu na programe sa nacionalnim pokrivanjem. Osim u jednom slučaju, kod svih ostalih opštih televizijskih programa sa regionalnim pokrivanjem učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji, u ukupnom sedmičnom vremenu emitovanja, u periodu od 6 do 23 sata, iznosilo je više od 10%. Monitoring je, takođe, pokazao da emiteri, u načelu, primjenjuju pravila dobne kategorizacije, raspoređivanja i označavanja programskih sadržaja, kao i odredbe vezane za objavu podataka koja se odnose na izvor produkcije i datum proizvodnje.

### 2.17.3. Analiza poštovanja programskih struktura opštih televizijskih programa lokalnih javnih emitera (novembar 2025.)<sup>85</sup>

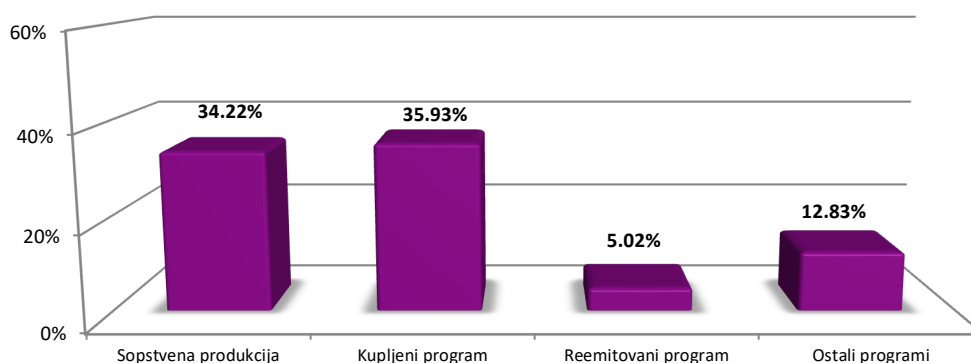
Analiza programske strukture opštih televizijskih programa lokalnih javnih emitera urađena je na osnovu podataka dobijenih monitoringom programskih sadržaja emitovanih u periodu od 03. do 09. novembra 2025. godine, u terminu od 00 do 24 časa<sup>86</sup>, u okviru sljedećih programa: „Televizija Podgorica“, „Televizija Budva“, „Televizija Nikšić“, „Televizija Pljevlja“, „Televizija Rožaje“ i „Televizija Herceg Novi“.

Lokalni javni emiteri opštih televizijskih programa u prosjeku su proizvodili malo više od 34% sopstvenog programa. Najviše sopstvene produkcije je imala Televizija Nikšić (68,11%), nakon koje slijedi Televizija Podgorica (51,19%). Učešće sopstvene produkcije ispod propisanog minimuma (30% sedmičnog vremena emitovanja kod televizijskih programa javnih emitera), zabilježeno je u okviru programa Televizije Pljevlja (16,72%) i Televizije Rožaje (7,52%). Procenat učešća kupljenog programa, prosječno je iznosio oko 36%. Najznačajnije učešće kupljenih sadržaja imale su Televizija Herceg Novi (57,01%) i Televizija Budva (53%). Reemitovani program zabilježen je jedino u strukturama programa Televizije Rožaje (29,05%), kao i Televizije Herceg Novi (1,09%). Kod ostalih posmatranih TV stanica nije

<sup>85</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/12/04-633-25-1002-1-Analiza-postovanja-programskih-struktura-opstih-TV-programa-lokalnih-javnih-emitera-novembar-2025.pdf>

<sup>86</sup> U navedeni obračun nije uračunat 6.11.2025.g. iz razloga što je tog dana u Crnoj Gori proglašen Dan žalosti i emiteri su imali obavezu da svoj program prilagode nastaloj situaciji.

evidentirano prisustvo reemitovanog programa. Učešće ostalog programa, u prosjeku je iznosilo 12,83%, a najveće učešće zabilježeno je u programu Televizije Rožaje i to 36,13%.



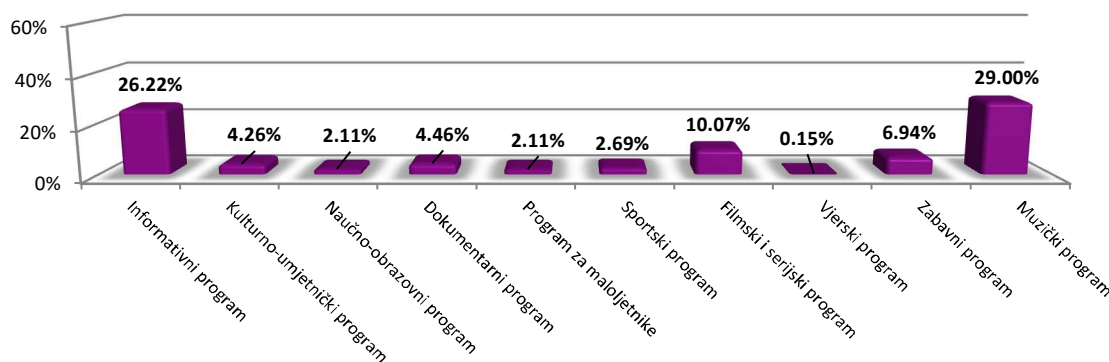
Grafik: Struktura emitovanih sadržaja po produkcijskom izvoru (prosjek)/TV programi lokalnih javnih emitera

Posmatrajući žanrovsku strukturu, programi opštih televizija lokalnih javnih emitera sadrže pet od deset vrsta programskih sadržaja, što je obaveza propisana Zakonom i Pravilnikom.

Po vrsti sadržaja dominira muzički program, prosječno, 29%, što je uslovljeno značajnim učešćem muzičkih sadržaja u strukturi programa Televizije Rožaje, čak 75,64%, nakon koje slijedi Televizija Pljevlja (33,73%). Najmanje učešće muzičkih sadržaja zabilježeno je u strukturi programa Televizije Nikšić (5,92%).

U posmatranom periodu, prosječno učešće informativnog programa iznosi 26,22%, a odlikuje se klasičnim informativnim sadržajima, jutarnjim programima, intervjuima i sl. Najveće učešće je zabilježeno u programu Televizije Nikšić (43,05%), nakon koje slijede Televizija Podgorica (34,85%) i Televizija Herceg Novi (29,60%).

Izuzev Televizije Rožaje, koja je imala 7,30%, u svim ostalim televizijskim programima lokalnih javnih emitera učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji, u ukupnom sedmičnom vremenu emitovanja, u periodu od 6 do 23 sata, iznosilo je više od 10% (Televizija Nikšić – 30,91%, Televizija Podgorica – 21,95%, Televizija Budva – 19,55%, Televizija Herceg Novi – 15,37%, Televizija Pljevlja – 10,75%).



Grafik: Struktura emitovanog sadržaja po vrsti (prosjek)/TV programi lokalnih javnih emitera

**KLJUČNI NALAZI:** U televizijskim programima lokalnih javnih emitera značajan je udio sopstvene produkcije (prosječno oko 34%), uz značajne razlike među njima. Dominantno je prisustvo informativnih i muzičkih sadržaja, uz minimalnu zastupljenost ostalih žanrova. Ti emiteri dosljedno primjenjuju pravila kategorizacije, raspoređivanja i označavanja programskih sadržaja koji mogu ugroziti razvoj maloljetnika. Osim u jednom slučaju, kod svih ostalih programa, učešće informativnog programa u sopstvenoj produkciji, u ukupnom sedmičnom vremenu emitovanja, u periodu od 6 do 23 sata, iznosilo je više od 10%. Kod svih emitera primijećena je nedosljedna primjena odredbe vezane za objavu podataka koji se odnose na izvor produkcije, kao i datum proizvodnje, zbog emitovanja nepotpunih podataka o sadržajima.

#### 2.17.4. Izvještavanje TV emitera u vezi sa tragedijom na Cetinju u centralnim informativnim emisijama (januar 2025.)<sup>87</sup>

Izvještavanje o tragičnim događajima je naročito osjetljiv zadatak za medije koji nosi posebnu odgovornost i predstavlja značajan profesionalni i etički izazov. Odgovornost medija, u takvim slučajevima, prevazilazi samo „prenošenje informacija“, jer oni utiču na način na koji društvo razumije i doživljava tragediju, doprinose zajedničkom osjećaju solidarnosti i empatije, ali mogu izazvati i traumu ili neprimjerene reakcije ako se ne pridržavaju profesionalnih standarda.

Tragedija koja se dogodila, 1. januara 2025. godine na Cetinju, u kojoj je život izgubilo 13 osoba, uključujući i dvoje djece, predstavlja situaciju u kojoj su mediji, kao jedan od ključnih posrednika u informisanju javnosti, imali odgovornost da pruže tačne, pravovremene i relevantne informacije, a da pri tome pokažu dužno poštovanje prema stradalima i njihovim porodicama i prijateljima, kao i saosjećanje sa zajednicom u cjelini.

Odgovorno izvještavanje je od ključnog značaja za očuvanje dostojanstva stradalih i njihovih porodica kao i zaštite njihove privatnosti. Ono zahtijeva profesionalan i pažljiv pristup i izbjegavanje neprimjerenog prikazivanja stradalih, žrtava, izvršioca ili detalja u vezi sa krivičnim djelom, kojim se sprečava širenje neprovjerenih informacija, panike i spekulacija, izazivanja senzacionalizma i traumatizacije javnosti.

Cilj ove informacije bio je da se utvrdi stepen usklađenosti izvještavanja televizijskih emitera sa zakonom, podzakonskim aktima i definisanim standardima, kao i da se ponude preporuke za unapređenje rada medija u ovakvim situacijama.

Bazirana je na podacima o emitovanim sadržajima, u periodu od 1. do 4. januara 2025. godine, pri čemu su posebno analizirane centralne informativne emisije deset televizijskih programa i to: Prvi program Televizije Crne Gore (TV CG 1), Televizija Vijesti, TV Prva, TV Nova M, TV Adria, TV E, TV Gradska, TV Budva, TV Pljevlja i TV Herceg Novi.

U okviru posmatranih 70 centralnih informativnih emisija, u periodu od 1. do 4. januara 2025. godine, ukupno je emitovano 4 sata 19 minuta programa posvećenog tragediji na Cetinju.

Posmatrajući televizijske programe pojedinačno, najviše priloga je zabilježeno u programu TV E (32,73%). Potom slijede TV Gradska (12,22%), TV Vijesti (11,86%) i TV CG 1 (9,57%), dok je u ostalim programima primijećeno znatno manje segmenata posvećenih tom događaju.

Kada je u pitanju izvor produkcije, cjelokupno izvještavanje bilo je iz sopstvene produkcije emitera. Uzimajući u obzir novinarske forme (anketa, intervju, izjava, izvještaj, komentar, saopštenje i vijest), najveća količina informacija obrađena je u fomi izvještaja, odnosno priloga o toj temi i to 61,26%, a najmanje kroz samostalne izjave 2,29%. U fokusu njihove pažnje bile su informacije/saopštenja nadležnih organa (Uprava policije, Tužilaštvo, Klinički centar Crne Gore...).

Emitovano je približno 24 minuta (1.447 sekundi) uključenja u program uživo i to u programima pet emitera: TV CG 1 (29,37%), TV E (28,68%), TV Prva (16,52%), TV Vijesti (13,55%) i TV Gradska (11,89%).

Tokom izvještavanja o tragediji na Cetinju, u najvećem broju priloga, izjava je uzeta od jednog ili dva sagovornika, odnosno predstavnika državnih institucija i to Ministarstva unutrašnjih poslova, Uprave policije, Kliničkog centra Crne Gore, zatim stručnjaka za sistem bezbjednosti, kriminologa, psihologa, specijalista psihijatrije i sl. Jedino u programu TV Pljevlja nije bilo izvještavanja sa uključivanjem sagovornika/ca.

**KLJUČNI NALAZI:** *Emiteri posmatranih TV programa su o tragičnom događaju, uglavnom, izvještavali profesionalno, bez senzacionalističkog tona i naracije koja bi mogla doprinijeti produbljivanju traume stradalih i njihovih porodica, kao i traumatizaciji ili širenju panike kod gledalaca. Pružanjem tačnih, pravovremenih i relevantnih informacija mediji su doprinijeli informisanju javnosti, sprječavanju širenja neprovjerenih informacija, panike i spekulacija, pokazali dužno poštovanje prema stradalima i njihovim porodicama i prijateljima, kao i saosjećanje sa zajednicom u cjelini. Odgovornim izvještavanjem, mediji*

<sup>87</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/03/Informacija-o-izvjestavanju-TV-emitera-u-vezi-tragedije-na-Cetinju-u-centralnim-info-emisijama-19.03.2025.pdf>

su doprinijeli očuvanju i poštovanju dostojanstva stradalih i njihovih porodica kao i zaštiti njihove privatnosti. Pokazali su uglavnom pažljiv pristup i izbjegavali neprimjereno prikazivanja stradalih, žrtava, izvršioca ili detalja u vezi sa krivičnim djelom.

Izveštavanje i rad posmatranih emitera je potvrdilo značaj unapređenja razumijevanja kompleksnosti i kapaciteta za izveštavanja u toku i u vezi sa tragičnim događajima i uopšte kriznim situacijama. Posebno važan aspekt unapređenja rada medija u takvim okolnostima su vještine, dostupnost i efikasnost kanala kriznog komuniciranja sa i prema javnosti u kojem su mediji važna, ali ne i jedina karika. Naime, tragedija na Cetinju je pokazala značaj pravovremenog obezbjeđivanja raspoloživih, provjerenih i cjelovitih informacija od strane nedležnih organa, kako bi se smanjio ili eliminisao prostor za širenje neprovjerenih informacija, dezinformacija ili neprimjerenog narativa.

### 2.17.5. Analiza televizijskog izveštavanja tokom „Neđelje ponosa“ (oktobar 2025.)<sup>88</sup>

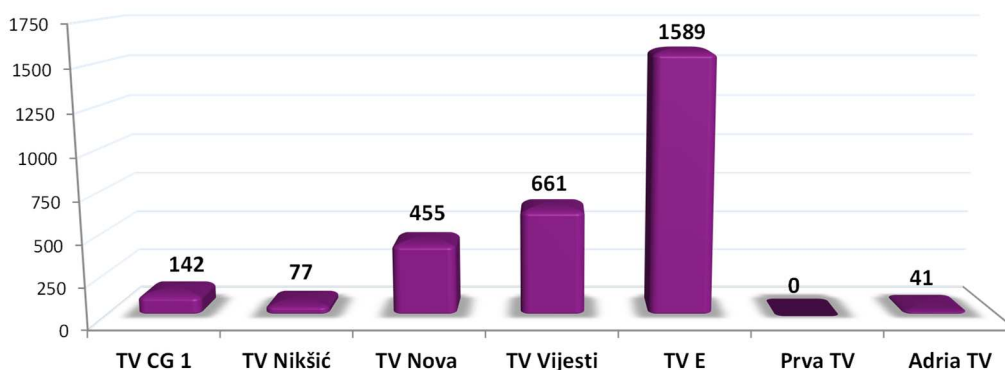
Tokom „Neđelje ponosa“, u periodu od 29. septembra do 5. oktobra 2025.g., analizirane su centralne informativne emisije, jutarnji programi i programski sadržaji o aktuelnim društveno-političkim temama (current affairs emisije) u sedam opštih programa sa nacionalnim pokrivanjem i to: Televizija Crne Gore (TVCG 1), Televizija Nikšić, TV Adria, TV Nova, TV Prva, TV Vijesti i TV E.

Analizirano je prisustvo (kvantitativni element) informacija i priloga vezanih za održavanje Parade ponosa, kao i svih drugih informacija i priloga, direktno ili indirektno, vezanih za život i rad LGBTIQ populacije u Crnoj Gori.

U posmatranim emisijama evidentirano je 12 priloga vezanih za održavanje Parade ponosa ili na temu prava LGBTIQ zajednice. Ukupno trajanje svih 12 priloga iznosilo je 49 minuta 25 sekundi (2965 sekundi).

Statistički posmatrano, najveći broj informacija objavljen je na dan održavanja Parade ponosa, 4. oktobar (30,08%), kao i dan uoči održavanja parade, 3. oktobar (28,56%).

Posmatrajući po emiterima, najviše objavljenih informacija je imala Televizija E, u čijem programu je objavljeno oko 54% svih informacija. Navedeni podatak uslovljen je činjenicom da su u okviru jutarnjeg programa „Budilnik“ emitovana dva intervjua.



Grafik: Količina objavljenih informacija o Paradi ponosa, po programu (sekunde) (2025)

**Pozitivno izveštavanje** je bilo prisutno u **osam** priloga. U tim priložima generalna poruka koja se šalje gledaocima je poruka tolerancije koju su uputili organizatori i učesnici Parade, te predstavnici državnih institucija. Takođe, objašnjavaju se položaj i problemi sa kojima se suočava LGBTIQ zajednica, daje se prilika njenim predstavnicima da iznesu opšte stavove u vezi sa svojim pravima. Ostala četiri priloga su imala neutralan ton.

<sup>88</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/10/Analiza-medijskog-izvjestavanja-tokom-nedjelje-ponosa-2025.pdf>

**KLJUČNI NALAZI:** Izvještavanje posmatranih medija tokom „Neđelje ponosa“ 2025. pokazuje pozitivan trend u odnosu na prethodne godine. Mediji u Crnoj Gori pokazuju napredak u načinu izvještavanja o LGBTIQ temama – prisutna je veća kvantitativna zastupljenost, pozitivniji ton i manjak senzacionalizma. Međutim, još uvijek se ne koriste puni potencijali medijskog prostora da bi se o tim temama govorilo analitički, kontinuirano i ravnopravno sa drugim društveno-političkim pitanjima. Kako bi se unaprijedio kvalitet medijskog izvještavanja, potrebno je podstaći analitičke i edukativne formate koji nude dublje razumijevanje teme, uključuju različite perspektive i povezuju Paradu ponosa sa širim pitanjima ljudskih prava i društvene jednakosti.

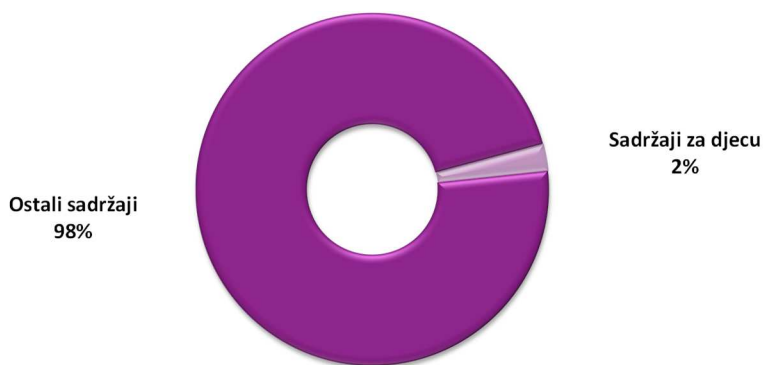
### 2.17.6. Informacija o zastupljenosti programskih sadržaja namijenjenih djeci u programima TV emitera u Crnoj Gori (novembar 2025.)<sup>89</sup>

Imajući u vidu činjenicu da televizijski programi namijenjeni djeci nose višestruku društvenu ulogu: informativnu, edukativnu, kulturnu, zabavnu, te da u aktuelnom društvenom trenutku, zajedno sa pružaocima usluga distribucije i AVM usluga na zahtjev, čine okosnicu medijskog okruženja kojem su djeca svakodnevno izložena, od posebnog je značaja sagledavanje njihovih kvalitativnih i kvantitativnih aspekata.

Polazeći od navedenog, Agencija je prikupila i obradila podatke od značaja za sagledavanje koliko su sadržaji za djecu prisutni u programu televizijskih emitera u Crnoj Gori, kao i koje vrste sadržaja su najdominantnije, koliko odgovaraju stvarnim potrebama djece koja više nijesu pasivni posmatrači, već aktivni korisnici medija.

Analiza je urađena na osnovu podataka dobijenih monitoringom 17 opštih televizijskih programa, u periodu od 3. do 9. novembra 2025. godine (00 do 24 časa)<sup>90</sup> i to: „Prvi program Televizije Crne Gore“ (TVCG 1), „Drugi program Televizije Crne Gore“ (TVCG 2), „Televizija Vijesti“, „Nova“, „Adria TV“, „Prva TV“, „TV E“, „TV 7“, „TV Teuta“, „TV Boin“, „Srpska TV“, „Televizija Podgorica“, „Televizija Nikšić“, „Televizija Budva“, „Televizija Pljevlja“, „Televizija Herceg Novi“ i „Televizija Rožaje“.

Tokom jedne sedmice u programu 17 opštih televizijskih emitera u Crnoj Gori, u prosjeku, je emitovano 2% dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovane sadržaje. Navedeni procenat je ostao nepromijenjen u odnosu na rezultate analiza rađenih u protekle četiri godine.

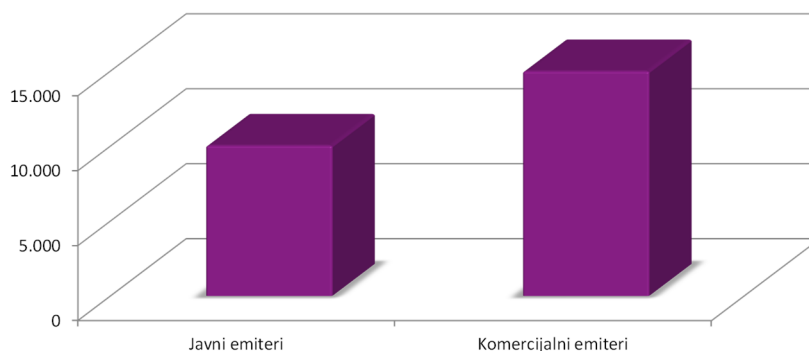


Grafik: Učešće sadržaja za djecu u opštim TV programima (prosjek)

Upoređujući sedmični prosjek emitovanih sadržaja za djecu za osam programa javnih i devet programa komercijalnih emitera, zaključuje se da je u posmatranom periodu veće prosječno učešće sadržaja za djecu zabilježeno u programima komercijalnih televizija.

<sup>89</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/12/Informacija-o-zastupljenosti-programskih-sadrzaja-namijenjenih-djeci-u-programima-TV-emitera-novembar-2025.pdf>

<sup>90</sup> U navedeni obračun nije uračunat 6.11.2025.g. iz razloga što je tog dana u Crnoj Gori proglašen Dan žalosti i emiteri su imali obavezu da svoj program prilagode nastaloj situaciji.



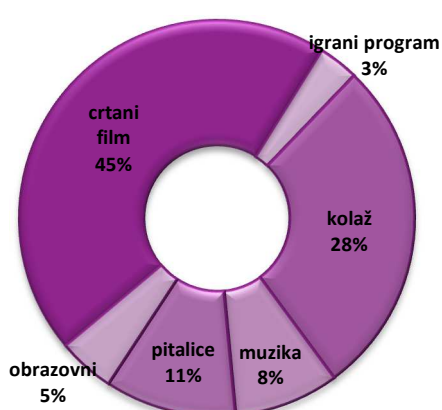
Grafik: Sedmično prosječno trajanje emitovanih sadržaja za djecu (sekunde)

Posmatrajući produkcijski izvor sadržaja namijenjenih djeci, veća je zastupljenost kupljenih (76%) od sadržaja iz sopstvene produkcije emitera (24%). Od 16 televizijskih programa koji emituju sadržaje za djecu, njih osam (TVCG 1, TVCG 2, TV Herceg Novi, TV Budva, TV Nikšić, TV E, TV Adria i TV Teuta) ima sadržaje za djecu u sopstvenoj produkciji.

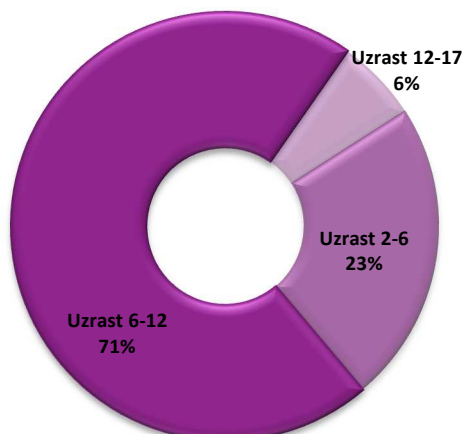
Od ukupno emitovanog programa za djecu, skoro polovinu (45%) čine crtani filmovi, što ukazuje na orijentaciju ka jednostavnim programskim formatima, pretežno zabavnog karaktera. Na drugom mjestu po zastupljenosti nalaze se kolažni programi (28%).

Kategorija „pitalice“ prisutna je sa 11%. Dok su muzički sadržaji tokom prethodne godine zauzimali oko 3%, u ovogodišnjem analiziranom periodu zabilježen je porast na 8%, uglavnom kroz snimke priredbi i manifestacija.

U odnosu na prethodnu godinu (8%), obrazovni program bilježi trend pada, pa tako crnogorski emiteri u okviru sadržaja namijenjenih djeci, emituju tek 5% te vrste sadržaja. U posmatranom periodu, najmanje je bio zastupljen igrani program, sa učešćem od 3%.

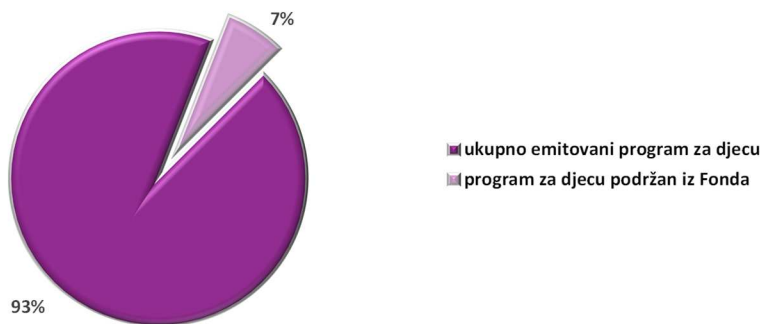


Grafik: Struktura sadržaja namijenjenih djeci



Grafik: Struktura sadržaja po uzrastu (procjena)

Od ukupno emitovanog programa namijenjenog djeci kod svih emitera koji su bili predmet monitoringa, dječji sadržaji podržani iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih pružaocima linearnih AVM usluga, činili su oko 7%. Podatak da je tema „Djeca, sport i mladi“ bila najzastupljenija među programskim sadržajima podržanim iz Fonda govori u prilog tome da se na taj način pruža podrška emiterima da proizvode programe namijenjene djeci. Dva od devet komercijalnih TV emitera koji su ostvarili pravo na sredstva iz Fonda za 2024. godinu, proizvode po jednu emisiju za djecu.



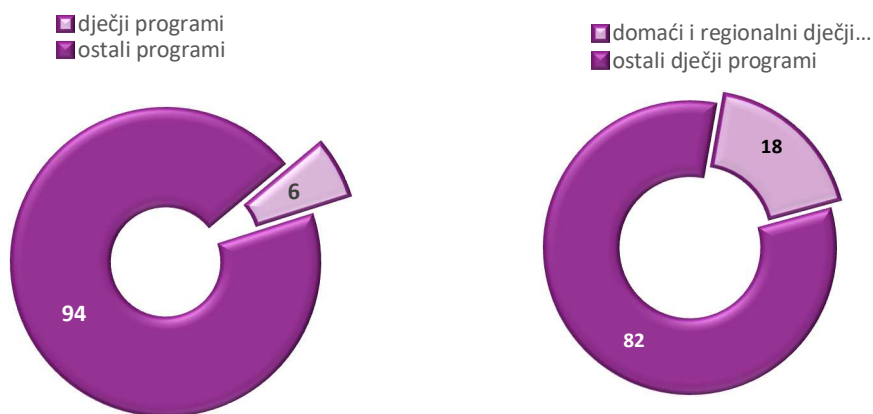
Grafik: Program za djecu podržan iz Fonda vs. ukupno emitovani program za djecu

U okviru četiri registrovane **AVM usluge na zahtjev** („MNE Play“, „EON Video Club“, „Magenta TV“ i „MOVE“), sadržaji namijenjeni djeci predstavljaju sastavni dio kataloga koje pružaoci tih usluga čine dostupnim korisnicima.

Posmatrano prema programskim osnovama koje su pružaoci tih usluga dostavili prilikom registracije, može se zaključiti da najveće učešće sadržaja za djecu predviđaju osnove pružalaca AVM usluga na zahtjev „MNE Play“ i „EON Video Club“ (10%). U okviru usluge „MOVE“ predviđeno je oko 5% sadržaja za maloljetnike, a nešto manje od 4,5% u okviru usluge „Magenta TV“.

Kada je riječ o **distribuciji linearnih AVM usluga**, sadržaji namijenjeni djeci prisutni su prvenstveno kroz specijalizovane televizijske programe. Dostupni su u okviru osnovnih i posebnih dopunskih paketa, pri čemu su tematski grupisani, što ih čini lako prepoznatljivim.

Uvidom u liste programa distributera linearnih AVM usluga, koje su sastavni dio izdatih odobrenja za distribuciju, može se zaključiti da one, u okviru osnovnih i dopunskih paketa, sadrže ukupno **1515** različitih opštih ili specijalizovanih programa, od čega je **100** specijalizovanih dječjih programa. Njihov broj se kreće od 2 u okviru usluge „TVZaSve“ (distributera „Radio-difuzni centar“ d.o.o.), do 29 u okviru usluge „MTEL“ (distributera „MTEL“ d.o.o.).



Grafik: Učešće dječjih programa u ukupnoj ponudi distributera linearnih AVM usluga

Grafik: Struktura dječjih programa u njihovoj ukupnoj ponudi distributera linearnih AVM usluga

**KLJUČNI NALAZI:** Sadržaji namijenjeni djeci zauzimaju vrlo ograničen udio (2%) u ukupnoj programskoj strukturi opštih TV programa. Među njima dominiraju kupljeni sadržaji, dok je obim sopstvene produkcije značajno manji. Dječji program se najčešće realizuje kroz animirane i zabavne formate, dok je zastupljenost obrazovnih sadržaja znatno manja. Kada je riječ o uzrasnoj strukturi, programski sadržaji su dominantno usmjereni na djecu od 6 do 12 godina, nešto više od dvije trećine ukupno emitovanog sadržaja (71%). Kada je riječ o distribuciji linearnih AVM usluga, dječji sadržaji su prvenstveno dostupni kroz specijalizovane televizijske programe, tematski grupisane u okviru osnovnih i dopunskih paketa.

### 2.17.7. Analiza zastupljenosti oglasa za hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera u televizijskom oglašavanju (novembar 2025.)<sup>91</sup>

Kako su mediji danas najvažniji izvor informisanja, istovremeno su jedan od najjačih faktora upravljanja masama, te uticaja na mišljenja, odluke i izbore. Moć medijskog oglašavanja tako prepoznaju i oglašivači prehrambenih proizvoda, pa je njihove oglase moguće vidjeti u gotovo svim masovnim medijima.

Oglasima za prehrambene proizvode, te oglasima za nezdravu hranu i pića, maloljetnici su izloženi i u toku graničnog perioda, kada bi trebalo da budu zaštićeni od sadržaja koji mogu štetiti njihovom razvoju. Štaviše, ti oglasi se prikazuju tokom programa za maloljetnike, filmskog i serijskog programa, ali i u toku drugih popularnih programskih sadržaja, koji su vrlo privlačni djeci i mladima.

Oglašavanje prehrambenih proizvoda u crnogorskim radijskim i televizijskim programima regulisano je Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama i Pravilnikom o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama<sup>92</sup>. Zaštita maloljetnika u medijskim i audiovizuelnim sadržajima predstavlja jedan od najpreciznije uređenih segmenata crnogorskog zakonodavstva. Normativni okvir jasno definiše obaveze emitera, distributera i pružalaca AVM usluga na zahtjev u cilju sprečavanja emitovanja sadržaja koji mogu ugroziti fizički, mentalni, moralni i emocionalni razvoj djece. Shodno tome, Pravilnik o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama prepoznaje set mjera koje su posebno usmjerene na zaštitu maloljetnika.

Crnogorska zakonska regulativa koja se odnosi na oglašavanje hrane i pića temelji se na načelima zaštite maloljetnika i javnog zdravlja. Ti standardi usmjereni su na smanjenje negativnih uticaja koje konzumiranje alkohola može imati na pojedince, ali i na društvo u cjelini. S tim u vezi, pored propisa koji se tiču prehrambenih proizvoda, postoje odredbe koje se odnose na oglašavanje alkoholnih pića<sup>93</sup>. Oglašavanje alkohola dopušteno je uz poštovanje Zakonom definisanih pravila, što oglašivačima omogućava da dosegnu svoju ciljnu grupu. S druge strane, zabranjeno je oglašavanje alkoholnih pića na način koji bi mogao privući maloljetnike ili promovisati neodgovorno konzumiranje. Ta dvoznačnost pruža mogućnost za promociju kulture odgovornog konzumiranja alkoholnih pića, istovremeno postavljajući izazove u balansiranju komercijalnih interesa i javnog zdravlja.

Imajući u vidu navedeno, Agencija je analizirala u kojoj mjeri su oglasi za alkoholna pića i prehrambene proizvode, a naročito oglasi za hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera (*HFSS - High Fat, Solt and Sugar*), zastupljeni u televizijskim programima u Crnoj Gori, u kojim okolnostima su oglasi najučestaliji, te kakvim se sve tehnikama oglašivači tih proizvoda služe.

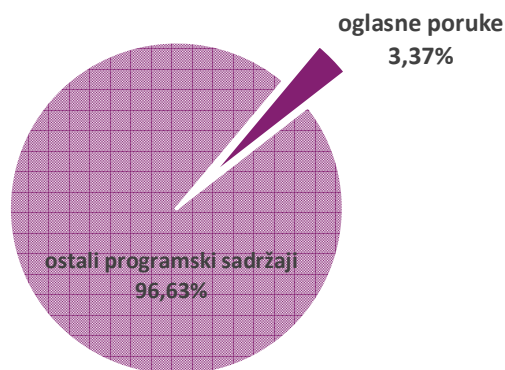
Analiza o zastupljenosti oglasa prehrambenih proizvoda urađena je na osnovu podataka dobijenih softverskom obradom, te na osnovu monitoringa programa četiri opšta televizijska programa sa nacionalnim pokrivanjem („Prvi program Televizije Crne Gore“ (TVCG 1), „Televizija Vijesti“, „Nova“ i „Prva TV“), emitovanih u od 10. do 16. novembra 2025. godine (00 do 24 časa).

U posmatranom periodu (sedam dana), u četiri opšta televizijska programa sa nacionalnim pokrivanjem emitovano je **213** različitih oglasnih poruka i to ukupno **4.123** puta, u ukupnom trajanju nešto dužem od 22 sata (81.495 sekundi). Od toga, oglašavanje prehrambenih proizvoda je činilo 16%.

<sup>91</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2026/03/Analiza-o-ucescu-HFSS-oglasa-novembar-2025.pdf>.

<sup>92</sup> „Sl. list CG“, br. 121/24, 104/25.

<sup>93</sup> U alkoholna pića, prema članu 68 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, ubrajaju se i piva i mješavine piva sa voćnim sokovima, voćnim nektarima, osvježavajućim bezalkoholnim pićima ili voćnim vinima.

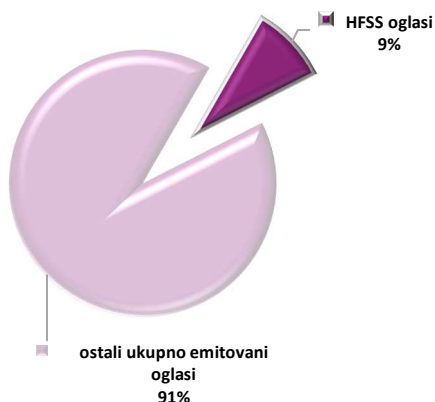


Grafik: Učešće oglasnih poruka u opštim TV programima obuhvaćenih analizom

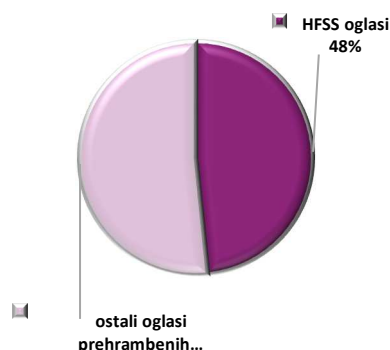
Među oglasnim porukama prehrambenih proizvoda registrovana su 24 različita spota, koja su kod svih emitera prikazana ukupno 862 puta. Zauzimaju otprilike petinu (21%) ukupnog broja emitovanih oglasa (4.123) u svim programima. Prosječno trajanje spotova prehrambenih proizvoda iznosi 15,5 sekundi, a u programima analizom obuhvaćenih televizija dnevno se u prosjeku emituje po 30 tih oglasa.

Oglasi za HFSS proizvode zauzimaju 9 odsto ukupno emitovanih oglasa u sva četiri analizom obuhvaćena programa. Od ukupno 24 spota za prehrambene proizvode, dvije trećine, odnosno 16 spotova, čine spotovi za HFSS hranu i piće.

Od ukupno 862 oglasa za prehrambene proizvode registrovana u sedmodnevnom marketingu posmatranih programa, 417 oglasnih poruka, skoro polovina (48%), odnosi se na HFSS proizvode, tj. na hranu i piće sa povećanim udjelima masti, soli i šećera.



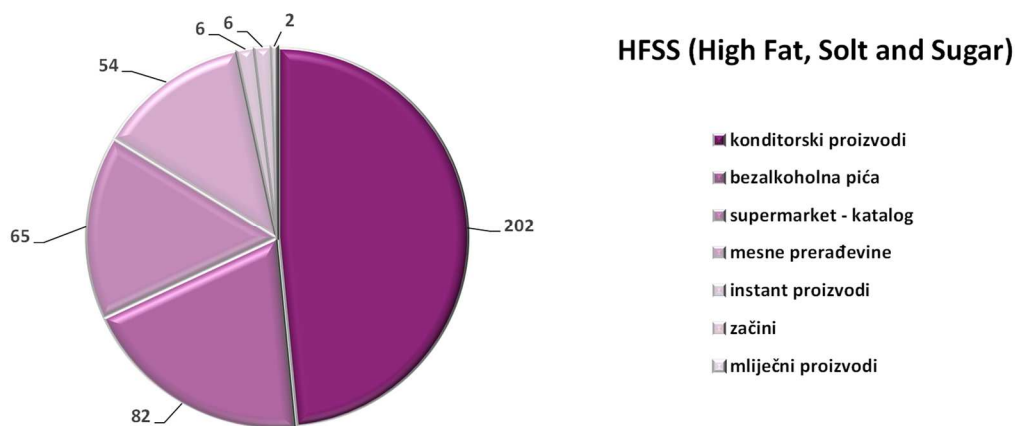
Grafik: Zastupljenost HFSS oglasa u emitovanim oglasnim porukama



Grafik: Zastupljenost HFSS oglasa u ukupno emitovanim oglasima prehrambenih proizvoda

HFSS oglasi su registrovani kod svih TV programa obuhvaćenih analizom. Najviše oglasa registrovano je na TV Vijesti (166), te na programu TV Nova (159). Na Prvoj TV su emitovana 63 oglasa, a na Prvom programu Televizije Crne Gore 29 oglasa te grupe proizvoda. U programima emitera obuhvaćenih analizom emitovano je u prosjeku 15 HFSS oglasa dnevno.

Od ukupnog broja emitovanih oglasnih poruka koje se odnose na HFSS proizvode, skoro polovinu (48%) zauzimaju oglasi za konditorske proizvode. Oglasne poruke bezalkoholnih pića obuhvataju petinu (20%) ukupno emitovanog oglasnog sadržaja. Slijede oglašavanje kataloških ponuda i akcijskih cijena supermarketa, te marketing poruke mesnih prerađevina. Najmanje su se oglašavali instant proizvodi i začini, ukupno 12 puta, ali i segment mliječnih proizvoda koji ima karakteristike HFSS, svega dva puta.



Grafik: Ukupno emitovane HFSS oglasne poruke po kategorijama hrane i pića

Polazeći od podatka da je bilo 417 emitovanja HFSS oglasa za 4 televizije u periodu od 7 dana (prosječno 15 emitovanja dnevno po televiziji), zaključak je da frekvencija emitovanja HFSS oglasa na domaćim televizijama i dalje može imati veoma ograničen uticaj na potrošače<sup>94</sup>.

**KLJUČNI NALAZI:** Kako bi se umanjila izloženost najmlađih, ali i smanjio rizik od uticaja na prehrambene navike, trebalo bi razmotriti mjere koje su uvedene u pojedinim evropskim zemljama, a u cilju ograničavanja smanjivanja oglašavanja HFSS proizvoda, među kojima su npr: obavezujuće poruke u prilog zdravlju, navođenje nutritivnih vrijednosti proizvoda, ograničavanje poruka u programima za maloljetnike itd.

U posmatranom periodu nije bilo nedozvoljenog, kao ni neprimjerenog targetiranja maloljetnika putem vremena i učestalosti emitovanja oglasa za HFSS hranu u programima za maloljetnike. Putem analize likova, produkcije spota, naratora i prezentera, te okruženja u kojem se odvija radnja, konstatovano je da se za 5 od 16 oglasa prikazanih u posmatranom periodu može reći da targetiraju maloljetnike. Televizijsko oglašavanje te grupe proizvoda, može biti samo ograničenog direktnog uticaja na navike i ponašanje maloljetnika u vezi sa njihovim konzumiranjem.

Tokom sedmodnevnog monitoringa četiri TV programa sa nacionalnim pokrivanjem nije registrovan niti jedan oglas usmjeren na alkoholna pića.

## 2.18. Studija „Mjerenje medijske publike u Crnoj Gori – Analiza sistema i metodologije mjerenja televizijske gledanosti s preporukama“

Mjerenje televizijske i radijske publike odnosi se na proces prikupljanja i analize podataka da bi se utvrdila veličina, sastav i navike gledalaca, odnosno slušalaca. Transparentan i nepristrasan sistem mjerenja televizijske gledanosti od velike je važnosti za sve učesnike na medijskom tržištu (emitere, marketinške agencije, oglašivače...). Ono pruža koristan uvid u gledanost/slušnost pojedinih sadržaja i emisija, trendove, navike publike, kao i demografske podatke.

Evropski akt o slobodi medija (EMFA) posebno reguliše obaveze pružalaca usluga mjerenja publike. Naime, oni su obavezni da obezbijede da njihovi sistemi mjerenja publike i

<sup>94</sup> Prilikom istraživanja sprovedenog 219. godine, konstatovano je da je na programima četiri analizirane televizije emitovano ukupno 165 HFSS oglasa, u prosjeku šest dnevno po emiteru. <https://amu.me/wp-content/uploads/2019/10/Analiza-prisustva-reklama-sa-pove%C4%87anim-udjelima-masti-i-%C5%A1e%C4%87era-02.10.2019.pdf>

metodologija koju koriste budu u skladu sa načelima transparentnosti, nepristranosti, uključenosti, proporcionalnosti, nediskriminacije, uporedivosti i provjerljivosti (član 24).

Uz podršku Misije Organizacije za evropsku bezbjednost i saradnju u Crnoj Gori, Agencija je pripremila studiju „Mjerenje medijske publike u Crnoj Gori – Analiza sistema i metodologije mjerenja televizijske gledanosti s preporukama“<sup>95</sup>.

Studija je bazirana na analizi najboljih primjera iz međunarodne prakse mjerenja publika i uvođenja sistema mjerenja i korištenja metodologija, te tehnološkog razvoja sistema za mjerenje publike. U njenoj pripremi, autori studije su razgovarali sa akterima crnogorskog medijskog tržišta tj. predstavnicima TV emitera, telekomunikacionih operatora, marketinških agencija, sindikata medija i samoregulatornih tijela, kako bi razumjeli kontekst u kojem (treba da) se razvija i unapređuje sistem mjerenja publike u Crnoj Gori.

Studija nudi set preporuka usmjerenih na neka od ključnih pitanja od kojih će zavisiti razvoj i uspješnost sistema mjerenja, a to su:

- razmotriti zakonsko regulisanje obaveze primjene osnovnih načela koja proizilaze iz člana 24 Evropskog akta o slobodi medija (EMFA), što bi trebalo da obezbijedi da pružaoci sistema mjerenja publike moraju prilagoditi svoje metodologije tako da budu uporedive s evropskim standardima, a čime bi se omogućilo stvaranje preduslova za objektivnu evaluaciju medijskog sadržaja i mjerenja publika;
- regulatori mogu i moraju zahtijevati transparentnost metodologija mjerenja publika (gledanost televizije, slušanost radija, čitanost portala) te nadzirati pravednost pristupa podacima o gledanosti/slušanosti, ali sami ni na koji način ne smiju učestvovati u procesu mjerenja gledanosti,
- AMU bi trebala da podrži/podstakne osnivanje zajedničkog odbora industrije (Joint Industry Committee – JIC). Takvo tijelo u većini država EU ima ključnu ulogu u sistemu mjerenja publike, a okuplja predstavnike svih relevantnih medijskih kuća, oglašivača i istraživačkih agencija. Taj model se pokazao kao efikasan mehanizam za uspostavljanje transparentnih metodologija i za distribuciju troškova mjerenja između tržišnih aktera. Posebno je istaknuta važnost da u to tijelo (JIC) uđu svi vodeći nacionalni emiteri, online platforme, oglašivači i marketinške agencije;
- razmotriti uvođenje Kodeksa ponašanja za pružaoce usluga mjerenja publike, kojim bi se definisala pravila o objavi metodologije, reviziji rezultata i postupcima verifikacije;
- uspostaviti pravila transparentnosti prema globalnim platformama koje djeluju na crnogorskom tržištu (npr. YouTube, Netflix, Meta), posebno u pogledu dostupnosti podataka o dometu i gledanosti medijskih usluga. Takve bi obaveze omogućile prikupljanje pouzdanih podataka o digitalnoj publici i poslužile kao osnova za razvoj unakrsnih-medijskih mjerenja, koja bi obuhvatila televiziju, radio, internetske portale i društvene mreže.
- što se tiče tehničkog sistema mjerenja (televizijske) publike u Crnoj Gori, razmotriti usvajanje modernog hibridnog rješenja, koji bi kombinovao:
  - mjerenje mobilnih panela (korištenjem pasivnih aplikacija za usklađivanje zvuka) za tačno praćenje pojedinačnog gledanja i
  - integraciju velike količine podataka telekomunikacionih operatora, BVOD aplikacija i drugih izvora za poboljšanje pokrivenosti i granularnosti.

<sup>95</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2026/02/Studija-Mjerenje-medijske-publike-u-Crnoj-Gori.pdf>

## 2.19. Izrečene upravno-nadzorne mjere

Agencija je, u 2025. godini, registrovala, identifikovala i procesuirala slučajeve, te izrekla odgovarajuće mjere emiterima zbog kršenja programskih obaveza, uslova za komercijalne audiovizuelne komunikacije i posebno političko oglašavanje u toku izbornih kampanja za lokalne izbore (Nikšić), zbog emitovanja sadržaja koji sadrže elemente diskriminacije i uvredljivog govora, nepoštovanja pravila o zaštiti maloljetnika (u pogledu

označavanja, kategorizacije i pravilnog raspoređivanja programskih sadržaja), nepravilnosti u vezi sa oglašavanjem i promocijom igara na sreću, kršenja autorskih prava, kao i zbog neusaglašavanja rada emitera sa novim zakonom u propisanom roku, kršenja odredbi zakona koje se odnose na korišćenje radio-difuznih frekvencija, neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje programa, kao i zbog neizvršavanja obaveze usaglašavanja statuta emitera sa odredbama člana 42 Zakona o medijima koji se odnosi na glavnog urednika. Zbog kršenja programskih obaveza u toku 2025. godine Agencija je emiterima izrekla 70 upozorenja, od čega 57 po službenoj dužnosti i 13 po osnovu prigovora, kao i četiri novčane kazne.

Zbog kršenja obaveza u vezi sa korišćenjem dodijeljenih radio-difuznih frekvencija, plaćanja naknade za emitovanje ili drugih neprogramskih obaveza, u toku 2025. godine, Agencija je emiterima izrekla 10 upozorenja, pet mjera

privremenog i tri mjere trajnog oduzimanja odobrenja za emitovanje (od čega su sve mjere izrečene u postupcima pokrenutim po službenoj dužnosti). Agencija je obustavila 14 postupaka, jer su emiteri u toku postupka otklonili nedostatke zbog kojih je isti po pokrenut, dok dva pokrenuta postupka nijesu okončana do kraja 2025. godine.

Takođe, Agencija je pružaocima usluga distribucije radijskih i TV programa izrekla pet upozorenja.

Na prvostepena rješenja donijeta u postupcima pokrenutim po službenoj dužnosti prema emiterima i distributerima, podnijeto je 20 žalbi, od kojih se dvije žalbe odnose na rješenja iz 2024. godine.

Savjet Agencije je, kao neosnovane, odbio 19, a jednu žalbu je usvojio.

Potrebno je ukazati da je u izvještajnom periodu jednim rješenjem odlučeno o dvije žalbe, kao i da je po dvije žalbe podnijete krajem 2025. godine, odlučeno u februaru 2026. godine.

Na rješenja Savjeta Agencije, u toku 2025. godine, izjavljena je jedna tužba pred Upravnim sudom Crne Gore od strane JP „Radio Televizija Crne Gore“, na rješenje Savjeta Agencije br. UP II 01-043/25-3/2 od 12.03.2025. godine. Postupak po navedenoj tužbi i dalje je u toku.

*Rješenja o izrečenim upozorenjima/novčanim kaznama i po podnesenim žalbama se nalaze na internet stranici Agencije [www.amu.me](http://www.amu.me).*

**Zbog kršenja zakonskih obaveza, u 2025. g.**

**Agencija je izrekla emiterima**

- **80 upozorenja,**
- **četiri novčane kazne,**
- **pet privremenih i**
- **tri trajna oduzimanja odobrenja za emitovaje**

*U 2025. godini,*

*Agencija je emiterima izrekla:*

- **8 upozorenja (po službenoj dužnosti)**
- **5 mjera privremenog oduzimanja odobrenja (po službenoj dužnosti) i**
  - **3 mjere trajnog oduzimanja odobrenja (po službenoj dužnosti).**

### 2.19.1. Prigovori na rad emitera

U periodu od 1. januara do 31. decembra 2025. godine, Agenciji za audiovizuelne medijske usluge je dostavljeno 30 prigovora na rad emitera sljedećih televizijskih i radijskih programa:

- „Prvi program RTCG“ (TVCG1) - pet prigovora,
- „Drugi program RTCG“ (TVCG2) - jedan prigovor,
- „TV Vijesti“ - šest prigovora,
- „TV Prva“ - tri prigovora,
- „TV Adria“ - šest prigovora,
- „TV Herceg Novi“ - dva prigovora,
- „TV E“- jedan prigovor,
- „Srpska TV“ - jedan prigovor,
- „Radio Antena M“ - dva prigovora,
- „Radio DRS “- jedan prigovor
- „TDI Radio“- jedan prigovor i
- „Lutrija Crne Gore“ a.d. – jedan prigovor.

U prvostepenom postupku, odbijeno je 14, a prihvaćeno 15 prigovora, što je rezultiralo izricanjem 13 upozorenja i dvije novčane kazne. Jedan postupak je obustavljen.

Po podnesenim prigovorima izdata su upozorenja, koja se odnose na kršenje:

- sedam upozorenja zbog kršenja odredbi o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (označavanje, raspoređivanje i/ili trajanje oglašavanja, zabrana prikrivenog oglašavanja, pravila vezana za sponzorisane sadržaje...),
- jedno upozorenje zbog kršenja pravila političkog oglašavanja u toku izborne kampanje za lokalne izbore,
- tri upozorenja zbog emitovanja sadržaja koji sadrže elemente diskriminacije i uvredljivog govora,
- jedno upozorenje zbog kršenja autorskih prava i
- jedno upozorenje zbog kršenja standarda vezanih za zaštitu maloljetnika.

Dvije novčane kazne u iznosu od po 500,00 eura izrečene su zbog ponovljenog emitovanja sadržaja koji sadrže elemente diskriminacije i uvredljivog govora.

Što se tiče odbijenih prigovora, najveći broj je odbijen kao neosnovan (11 prigovora), dok su zbog nenadležnosti odbijena tri prigovora.

U drugostepenom postupku po prigovorima na rad emitera, Savjetu Agencije su u toku 2025. godine podnijete dvije žalbe na prvostepena rješenja. Po tom osnovu, Savjet Agencije je kao neosnovane odbio sve obje žalbe.

**U 2025. godini povećan broj slučajeva diskriminatornog i uvredljivog govora, zbog čega je Agencija izrekla šest upozorenja i tri novčane kazne**

### 2.19.2. Prigovori na rad pružalaca usluga distribucije radijskih i TV programa

Tokom 2025. godine, Agenciji su podnijeta dva prigovora na rad kablovskih operatera u vezi sa oglašavanjem igara na sreću u stranim programima koji se reemituju putem usluga distribucije. Postupajući po navedenim prigovorima, Agencija je utvrdila da nije nadležna za odlučivanje u konkretnim slučajevima, te su prigovori odbijeni.

Pri tome, Agencija je posebno imala u vidu da se Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama uređuju prava, obaveze i odgovornosti fizičkih i pravnih lica u nadležnosti Crne Gore koja obavljaju djelatnost pružanja audiovizuelnih medijskih usluga, distribucije linearnih AVM usluga i pružanja usluga platformi za razmjenu video sadržaja (član 1). Shodno članu 3 tog Zakona, pružalac AVM usluge (što uključuje emitere radijskih i TV programa) u nadležnosti Crne Gore je fizičko ili pravno lice osnovano u Crnoj Gori, koje

obavlja djelatnost pružanja AVM usluga u skladu sa tim zakonom i zakonima kojima se uređuju oblasti medija i elektronskih komunikacija i ima uredničku odgovornost za izbor sadržaja AVM usluge i organizaciju njenog pružanja. Saglasno tome, Agencija je, u skladu sa članom 3 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, nadležna isključivo za nadzor nad pružaocima audiovizuelnih medijskih usluga koji su osnovani u Crnoj Gori, imaju sjedište ili prebivalište u Crnoj Gori, odnosno koji ispunjavaju zakonom propisane kriterijume za jurisdikciju Crne Gore.

Imajući u vidu očigledan jaz u stepenu regulacije oglašavanja igara na sreću između tržišta Crne Gore i tržišta iz okruženja, posebno onih sa kojima nema jezičkih barijera, može se postaviti pitanje opravdanosti i proporcionalnosti usvojenih zakonskih rješenja. Naime, dok je, sa jedne strane, primjena novog Zakona dovela do značajnog pada oglašavanja tih usluga u crnogorskim programima, oglašavanje igara na sreću stranih priređivača nije smanjeno. Usljed njihove povezanosti ili sličnosti (vlasništvo, brendiranje i sl.) sa priređivačima igara na sreću iz Crne Gore, stiče se utisak da se zakon ne primjenjuje, a ne da je njegova primjena ograničena na domaće priređivače.

### 2.19.3. Postupci po službenoj dužnosti - emiteri

U vezi sa radom emitera, u 2025. godini Agencija je vodila 158 postupaka i po osnovu njih:

- izrekla 67 upozorenja;
- izrekla dvije novčane kazne;
- pet postupka okončala privremenim oduzimanjem odobrenja za emitovanje;
- tri postupka okončala trajnim oduzimanju odobrenja;
- u 15 (1 SEN + 14 SEP) slučajeva obustavila postupak jer su emiteri otklonili uočene nepravilnosti u ostavljenom roku,;
- dva postupka okončala dostavljanjem odgovora emiteru;
- 64 postupak okončala izmjenama odobrenja za emitovanje.

Na osnovu redovnog monitoringa emitovanih programskih sadržaja i nadzora nad poštovanjem ostalih obaveza, Agencija je izrekla:

- 15 upozorenja zbog kršenja obaveze da uskladi organizaciju i način rada sa Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama u dijelu koji se odnosi na programsku osnovu;
- 24 upozorenja zbog kršenja standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije, koja su se odnosila se na prikriveno oglašavanje, emitovanje oglašavanja koje nije bilo jasno prepoznatljivo, odnosno adekvatno označeno i/ili raspoređeno, kršenje uslova koje sponzorisanе AVM usluge i programi moraju da ispunjavaju, kao i prekoračenja maksimalne dozvoljene dužine trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa;
- jedno upozorenje zbog kršenja pravila u vezi sa oglašavanjem igara na sreću;
- tri upozorenja zbog kršenja standarda zaštite maloljetnika;
- tri upozorenja zbog uvredljivog jezika i diskriminatornog govora;
- devet upozorenja zbog kršenja standarda u vezi sa predizbornom kampanjom za lokalne izbore u opštini Nikšić, zbog prikrivenog političkog oglašavanja, pojavljivanja predstavnika podnosilaca izbornih lista u kulturno-umjetničkim, dokumentarno-obrazovnim, sportskim i zabavnim sadržajima, emitovanja političkog oglašavanja 15 min prije/nakon ili u toku emitovanja dječije emisije, odnosno emisije namijenjene maloljetnicima i kršenja izborne tišine;
- jedno upozorenje zbog kršenja propisa vezanih za autorska prava;
- jedno upozorenje zbog kršenja propisa kojima se uređuje upotreba jezika u programskim standardima;

- jedno upozorenje zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje;
- pet mjera privremenog oduzimanja odobrenja za emitovanje zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje;
- tri mjere trajnog oduzimanja odobrenja zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje;
- devet upozorenja zbog neusaglašenosti statuta emitera sa članom 42 Zakona o medijima.

Novčane kazne u iznosu od po 500,00 eura izrečene su zbog ponovljenih kršenja propisa, i to jedna zbog kršenja standarda koji se odnose na komercijalne audiovizuelne komunikacije, a druga zbog emitovanja sadržaja koji sadrže elemente diskriminacije.

Jedan postupak pokrenut zbog nekorisćenja radio-difuznih frekvencija saglasno Zakonu je obustavljen jer je emiter otklonio nepravilnosti zbog kojih je postupak pokrenut<sup>96</sup>.

U drugostepenom postupku, Savjetu Agencije je dostavljeno osam žalbi na prvostepena rješenja kojima je Agencija, po službenoj dužnosti, izrekla mjere upozorenja, novčanu kaznu ili mjeru privremenog oduzimanja odobrenja. Po tom osnovu, Savjet Agencije je odbio sve žalbe kao neosnovane.

#### 2.19.4. Postupci po službenoj dužnosti - pružaoci usluga distribucije radijskih i TV programa

U 2025. godini Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula 48 postupaka u vezi sa radom pružalaca usluga distribucije radijskih i TV programa. Stim u vezi, Agencija je donijela:

- 12 rješenja kojima je naložila distributerima linearnih AVM usluga da privremeno isključe program emitera kojem je izrečena mjera privremenog oduzimanja odobrenja (po 6 naloga za privremeno isključenje programa TV MNE Sport 1 i TV MNE Sport 3);
- 12 rješenja kojima je naložila distributerima linearnih AVM usluga da trajno isključe program emitera kojem je izrečena mjera trajno oduzimanja odobrenja (po 6 naloga za trajno isključenje programa TV MNE Sport 1 i TV MNE Sport 3).
- pet upozorenja zbog kršenja obaveze pridržavanja Liste radijskih i televizijskih programa, koja je sastavni dio odobrenja za distribuciju;
- 13 izmjena odobrenja za distribuciju;
- četiri rješenja o obustavljanju postupka.

U drugostepenom postupku, Savjetu Agencije je dostavljeno 10 žalbi na prvostepena rješenja kojima je Agencija, po službenoj dužnosti, izrekla mjere u vezi sa distribucijom TV programa. Po tom osnovu, Savjet Agencije je odbio sve žalbe kao neosnovane.

#### 2.19.5. Međunarodne restriktivne mjere

U vezi sa sprovođenjem restriktivnih mjera definisanih Zakonom o međunarodnim restriktivnim mjerama i Odlukom Vlade Crne Gore o uvođenju restriktivnih mjera utvrđenih odlukama Savjeta Evropske unije, s obzirom na djelovanja Ruske Federacije kojima se destabilizuje situacija u Ukrajini, Agencija za audiovizuelne medijske usluge je u 2025. godini kontinuirano pratila postupanje pružalaca AVM usluga.

Tokom izvještajnog perioda vršen je nadzor nad radom pružalaca usluga distribucije i emitera u cilju kontrole poštovanja uvedenih restriktivnih mjera, naročito u pogledu eventualnog reemitovanja ili distribucije programskih sadržaja subjekata obuhvaćenih međunarodnim restriktivnim mjerama.

U sprovedenim aktivnostima nadzora nijesu utvrđene nepravilnosti, niti slučajevi kršenja Zakona o međunarodnim restriktivnim mjerama i predmetne Odluke Vlade Crne Gore.

<sup>96</sup> Rješenje br. UP I 03-043/25-235/5 od 08.12.2025.g.;

## 2.19.6. Mjere ograničavanja reemitovanja stranih programa

Savjet Agencije je u više navrata tokom 2025. godine konstatovao kršenja člana 7 stav 1 Konvencije o prekograničnoj televiziji u stranim programima, čijim emiterima su već izricane mjere privremenog ograničavanja reemitovanja za teritoriju Crne Gore.

Početakom 2025. godine, zbog zloupotrebe tragedije na Cetinju<sup>97</sup> i izvještavanja kojim su podgrijavane nacionalne, vjerske i međuetničke tenzije, Savjet Agencije je pokrenuo postupke protiv emitera programa „**TV Pink**“, „**TV Pink M**“ i „**TV Happy**“, koji su u nadležnosti Regulatornog tela za elektronske medije Srbije (REM). Postupci su pokrenuti zbog kršenja člana 7 stav 1 Konvencije o prekograničnoj televiziji, emitovanjem sadržaja koji ugrožavaju dostojanstvo i podstiču mržnju, netrpeljivost i diskriminaciju po osnovu nacionalne pripadnosti. Osim što izvještavanje u okviru navedenih sadržaja predstavlja primjer kršenja profesionalnih i etičkih novinarskih standarda, u segmentima su, na neprimjeren način i bez iskazivanja saosjećanja, analizirani i pretpostavljani uzroci tragedije. I nakon ranijih mjera privremenog ograničavanja reemitovanja određenih sadržaja (2020. i 2022. godine), emiteri su očigledno i ozbiljno nastavili da krše propisane standarde emitovanjem sadržaja koji podstiču mržnju, netrpeljivost i diskriminaciju.

Tragičan događaj u kome je smrtno stradalo 13 osoba zloupotrijebljen je kao povod da se korišćenjem pogrdnih, uvredljivih i uznemirujućih izraza koji podstiču intenzivne negativne emocije, podstakne neprijateljstvo ili diskriminacija. Takođe, omalovažavanje i obezvređivanje pripadnika crnogorske nacionalnosti, negiranje njihovog nacionalnog identiteta i posebnosti, bilo je prisutno kroz cjelokupan diskurs.

Posebno ozbiljno kršenje standarda se ogledalo u zloupotrebi prava na izvještavanje o tragediji i analiziranje uzroka i mjera za prevenciju sličnih događaja, na način da se taj događaj pokušavao objasniti ili opravdati kao rezultat kletvi ili prokletstva, koje su bile usmjerene na dio stanovništva imajući u vidu njihovo etničko i vjersko određenje. Posebno izdvajajući stanovnike podneblja Cetinja, emitovani sadržaji su podsticali neprijateljstvo i netrpeljivost, te ugrožavali njihovo dostojanstvo.

Zbog ponovljenog emitovanja sadržaja koji podstiču mržnju, netrpeljivost i diskriminaciju prema pripadnicima crnogorske nacionalnosti, Savjet Agencije se u julu 2025. godine, još jednom obratio REM-u zbog emitovanih sadržaja u programima „**TV Pink**“ i „**TV Pink M**“. Naime, u tim sadržajima je uočeno ponovljeno korišćenje pogrdnog, uvredljivog ili uznemiravajućeg izražavanje koje podstiče intenzivne negativne emocije, iskazivanje neprijateljstva ili želje za diskriminacijom, kao i omalovažavanje ili obezvređivanje pripadnika crnogorske nacionalnosti, negiranjem njihovog nacionalnog identiteta i posebnosti. Po mišljenju stručnih službi REM-a, emiter pomenutih programa je prekršio Zakon o elektronskim medijima Srbije, ali samo u dijelu propuštanja da doprinese opštem kulturnom i obrazovnom nivou građana, te zanemarivanja obaveze da tematici pristupi „*sa pažnjom primerenom okolnostima i u skladu sa pravilima novinarske struke*“<sup>98</sup>.

Zbog emitovanja animiranog filma neprimjerenog za djecu u programu „**Pink Kids**“, čiji je osnivač i emiter privredno društvo „PINK MEDIA GROUP“ d.o.o. iz Srbije, Agencija je u novembru 2025. godine, pokrenula postupak prema REM-u. Film je sadržao neprimjerene elemente, uključujući eksplicitne prikaze nasilja i njegovih posljedica, zloupotrebu štetnih supstanci (droga, alkohol i sl.), seksualnosti i seksualnih aktivnosti, diskriminatorno postupanje ili nepristojno ponašanje (psovke i vulgarni govor). Navedeno je predstavljao tešku povredu standarda zaštite djece i kršenje člana 7 stav 1 Konvencije o prekograničnoj televiziji. Agencija je zatražila da je REM obavijesti o ishodu preduzetih mjera u pisanoj formi što prije, a najkasnije u roku od dvije nedjelje od dana prijema obavještenja. S obzirom da nakon isteka navedenog roka nije nastavljeno kršenje pomenutih standarda, po tom osnovu nije bilo potrebno preduzimati mjere ograničavanja njegovog reemitovanja na teritoriji Crne Gore.

<sup>97</sup> Na Cetinju se 1. januara 2025. godine desila tragedija (masovno ubistvo) u kojoj je smrtno stradalo 13, dok je ranjeno troje lica.

<sup>98</sup> <https://www.rem.rs/uploads/files/Resenja%20Prijave/Prijave%202024/Izvestaj%20sluzbe%20po%20prijavi%20907-2025-1%20od%2018.08.2025..pdf>

## 2.20. Aktivnosti za poboljšanje naplate potraživanja

### 2.20.1. Upozorenja i privremeno oduzimanje odobrenja

Zbog kašnjenja u izmirivanju obaveza po osnovu plaćanja godišnje naknade za emitovanje Agencija je izrekla jedno upozorenje (18.11.2025.godine)

S obzirom da ni nakon ranije izrečenih upozorenja emiter nije izmirio obaveze po osnovu naknada za emitovanje programa, Agencija je izrekla pet mjera privremenog oduzimanja odobrenja (emiteru „LH TV“ i po dva puta emiterima „Radio Star FM“ i „A Plus TV“).

Takođe, Agencija je izrekla tri mjere trajnog oduzimanja odobrenja (emiteru „Radio Star FM“ i emiteru „TV MNE Sport 1“ i „TV MNE Sport 3“).

U postupku po žalbama na izrečene mjere (ukupno 2), podnijete na rješenja kojima je izrečena mjera privremeno oduzimanje odobrenja, obje žalbe su odbijene kao neosnovane (jednu je odbio u toku 2026. godine).

### 2.20.2. Prinudna naplata

U toku 2025. godine, Agencija nije pokrenula nijedan postupak prinudne naplate zaostalih dugovanja emitera (uključujući i ranije emitere).

Nastavljena su četiri postupka prinudne naplate potraživanja pokrenuta u toku 2021. i 2023. godine, protiv:

- NVO „Glas Plava“ (bivši emiter „Radio Glas Plava“), osnovni dug u iznosu od 1.536,30 EUR<sup>99</sup>.
- „Zen Mater production“ d.o.o. (bivši emiter „Jadran TV“), osnovni dug u iznosu od 13.177,94 EUR<sup>100</sup>.
- „Manix“ d.o.o. („TV MNE Sport 1“), osnovni dug u iznosu od 4.934,00 EUR<sup>101</sup>.
- „Manix“ d.o.o. („TV MNE Sport 3“), osnovni dug u iznosu od 4.933,99 EUR<sup>102</sup>.

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu postupaka prinudne naplate dugova, vođenih u toku 2025. godine zaključuje se sljedeće:

- tri postupka su zaključena, otvaranjem stečajnog postupka („Zen Master production“ d.o.o. - bivši emiter „TV Jadran“ i „Manix“ d.o.o. bivši emiter „TV MNE Sport 1“ i „TV MNE Sport 3“);
- izvršnom dužniku NVO „Glas Plava“ (bivši emiter „Radio Glas Plava“), račun je u blokadi.

### 2.20.3. Stečajni postupci

U toku 2025. godine, otvorena su dva stečajna postupka, po predlogu Agencije, protiv: „Zen Master production“ d.o.o.<sup>103</sup> i „Manix“ d.o.o.<sup>104</sup>.

Takođe su vođena tri stečajna postupka, pokrenuta u ranijim godinama, protiv: „Agroprodukt“ d.o.o.<sup>105</sup> (TV „APR“), „Sun Sun“ d.o.o.<sup>106</sup> (TV „Sun“) i „Radio Televizija Atlas“ d.o.o.<sup>107</sup> („Atlas Radio“).

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu stečajnih postupaka vođenih u toku 2025. godine, zaključuje se da su:

<sup>99</sup> Rješenje o izvršenju Iv.br. 1984/2021 od 20.08.2021.g.

<sup>100</sup> Rješenje o izvršenju Iv.br. 442/2023 od 03.07.2022.g..

<sup>101</sup> Rješenje o izvršenju Iv.br. 1446/23 od 19.09.2023. g.

<sup>102</sup> Rješenje o izvršenju Iv.br. 1889/23 od 14.09.2023.g.

<sup>103</sup> Rješenje o otvaranju stečajnog postupka St.br. 504/23 od 05.02.2025.g.

<sup>104</sup> Rješenje o otvaranju stečajnog postupka St.br. 14/25 od 18.07.2025.g.

<sup>105</sup> Rješenje o otvaranju stečajnog postupka St.br. 371/22 od 03.10.2023.g.

<sup>106</sup> Rješenje o otvaranju stečajnog postupka St.br. 362/22 od 28.11.2023.g.

<sup>107</sup> Rješenje o otvaranju stečajnog postupka St.br. 43/17 od 01.03.2017.g.

- na osnovu sudske odluke okončana su dva stečajna postupka (protiv bivših emitera „Zen Master production“ d.o.o.<sup>108</sup> i „Radio Televizija Atlas“ d.o.o.<sup>109</sup>);
- u toku tri stečajna postupka (protiv bivših emitera „Manix“ d.o.o. Podgorica, „Agroprodukt“ d.o.o. Rožaje i „Sun Sun“ d.o.o. Bijelo Polje).

## 2.21. Godišnji izvještaj o dodijeljenoj državnoj pomoći za 2024. godinu

U skladu sa Zakonom o medijima<sup>110</sup>, Agencija je tokom 2024. godine sprovela postupak raspodjele sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija, u okviru podfonda za linearne AVM usluge namijenjenog komercijalnim i neprofitnim emiterima, što predstavlja vid državne pomoći.

Po okončanju postupka dodjele sredstava, Agencija je sa komercijalnim emiterima, zaključila ugovore o grantu, te je korisnicima sredstava izdavala potvrde o dodijeljenoj državnoj pomoći, u skladu sa propisima kojima se uređuje ta oblast.

Postupajući saglasno odredbama Zakona o zaštiti konkurencije, Agencija je, kao davalac državne pomoći, blagovremeno dostavila Agenciji za zaštitu konkurencije Godišnji izvještaj o dodijeljenoj državnoj pomoći za 2024. godinu, u zakonom propisanom roku. Istovremeno, Agencija je kontinuirano izvršavala obavezu evidentiranja i ažuriranja podataka u Registru državnih pomoći, u skladu sa važećim normativnim okvirom.

## 2.22. Godišnji izvještaj o aktivnostima na sprovođenju i unapređenju upravljanja i kontrola za 2024. godinu

U skladu sa odredbama Zakona o upravljanju i unutrašnjim kontrolama u javnom sektoru<sup>111</sup>, Agencija je u zakonom propisanom roku izvršila obavezu dostavljanja Godišnjeg izvještaja o aktivnostima na sprovođenju i unapređenju upravljanja i kontrola za 2024. godinu nadležnim tijelima Skupštine, uz godišnji izvještaj o radu. Izvještaj je pripremljen na propisanom obrascu, čime je osigurano da sadrži sve tražene elemente i podatke.

Agencija je pratila i ocjenjivala sprovođenje internih kontrola i upravljačkih procedura, identifikovala oblasti za unapređenje i preduzela odgovarajuće aktivnosti radi poboljšanja efikasnosti i transparentnosti rada. Na taj način obezbijeđen je sistematski nadzor i unapređenje upravljanja, u skladu sa važećim zakonodavstvom i principima dobre uprave. U toku 2025. godine je izrađen Plan za unapređenje upravljanja i kontrola, koji definiše prioritete i konkretne mjere za jačanje sistema internih kontrola. U narednom periodu planirano je dalje unapređenje i usaglašavanje postojećih procedura sa odredbama novousvojenog Zakona o upravljanju, unutrašnjoj kontroli i unutrašnjoj reviziji<sup>112</sup>, čime će se dodatno osigurati efikasnost, transparentnost i zakonitost u radu Agencije.

## 2.23. Godišnji izvještaj o radu unutrašnje revizije za 2024. godinu

U skladu sa odredbama Zakona o upravljanju i unutrašnjim kontrolama u javnom sektoru<sup>113</sup>, Agencija je u 2025. godini pripremila i dostavila Godišnji izvještaj o radu unutrašnje revizije za 2024. godinu nadležnim tijelima Skupštine, uz godišnji izvještaj o radu. Izvještaj je pripremljen na propisanom obrascu, čime je osigurano da sadrži sve tražene elemente i podatke.

Priprema izvještaja sprovedena je u saradnji sa jedinicom za unutrašnju reviziju Regulatorne Agencije za energetiku i regulisane komunalne djelatnosti, sa kojom Agencija

<sup>108</sup> Rješenje o zaključenju stečajnog postupka St.br. 504/23 od 20.05.2025.g.

<sup>109</sup> Rješenje o zaključenju stečajnog postupka St.br. 43/17 od 24.06.2025.g.

<sup>110</sup> "Sl. List Crne Gore", br. 54/24

<sup>111</sup> "Sl. List Crne Gore", br. 78/18

<sup>112</sup> "Sl. List Crne Gore", br. 89/25

<sup>113</sup> "Sl. List Crne Gore", br. 78/18

ima potpisan sporazum o povjeravanju poslova unutrašnje revizije, čime je obezbijeđena profesionalna i sistematska realizacija revizorskih aktivnosti.

Tokom 2025. godine, jedinica za unutrašnju reviziju je sprovodila planirane angažmane u skladu sa godišnjim planom rada, nastavljajući aktivnosti na unapređenju sistema unutrašnje revizije. Takođe, planirano je dalje usaglašavanje procedura sa novosvojenim Zakonom o upravljanju, unutrašnjoj kontroli i unutrašnjoj reviziji<sup>114</sup> radi povećanja efikasnosti, transparentnosti i zakonitosti u radu Agencije.

## 2.24. Godišnji izvještaj o sprovođenju Plana integriteta Agencije za elektronske medije za 2024. godinu

U skladu sa odredbama Zakona o sprečavanju korupcije<sup>115</sup>, Agencija je u zakonom propisanom roku izvršila obavezu dostavljanja Godišnjeg izvještaja o sprovođenju Plana integriteta Agencije za elektronske medije za 2024. godinu. Navedeni izvještaj je pripremljen u skladu sa pravilima za izradu i sprovođenje plana integriteta, uz analizu realizovanih aktivnosti, procjenu stepena sprovođenja planiranih mjera, kao i identifikovanje eventualnih izazova u njihovoj primjeni.

Agencija kontinuirano radi na unapređenju integriteta institucije, kroz jačanje internih procedura, podizanja nivoa transparentnosti i odgovornosti u radu, kao i kroz stalno unapređenje znanja i kapaciteta zaposlenih u ovoj oblasti.

## 2.25. Dominantan položaj subjekata nadzora

Saglasno odredbama Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama<sup>116</sup>, Agencija je u obavezi da prati postojanje medijske koncentracije i da najkasnije do kraja juna tekuće godine na svojoj internet stranici objavi pregled emitera i distributera linearnih AVM usluga sa dominantnom ulogom na tržištu. U cilju ispunjavanja navedene obaveze, Agencija je na osnovu javno dostupnih izvora, kao i dokumentacije koju su emiteri i distributeri linearnih AVM usluga dostavili Agenciji, prikupila podatke o godišnjim prihodima ostvarenim po osnovu pružanja i distribucije linearnih AVM usluga kao i podatke o ukupnim prihodima svih pružalaca tih usluga na osnovu kojih je objavila Informaciju na način i u rokovima definisanim pomenutim zakonom.

Na osnovu sprovedene analize utvrđeno je da nijedan emiter i distributer linearnih AVM usluga ne ostvaruje, zbirno, godišnji prihod od pružanja usluga u visini od najmanje 50% ukupnih godišnjih prihoda svih pružalaca tih usluga, niti pojedinačni emiter ostvaruje godišnji prihod od usluga u visini od najmanje 40% ukupnih godišnjih prihoda svih emitera. Shodno tome, u Informaciji je konstatovano da ne postoji emiter niti distributer linearnih AVM usluga sa dominantnom ulogom na tržištu u Crnoj Gori.

## 2.26. Evidencija o finansiranju osnivača medija po osnovu sponzorisavanja medijskih sadržaja, oglašavanja i pružanja drugih ugovorenih usluga za 2024. godinu

Saglasno Zakonu o medijima<sup>117</sup> Agencija je u obavezi da vodi evidenciju o finansiranju osnivača medija po osnovu sponzorisavanja medijskih sadržaja, oglašavanja i pružanja drugih ugovorenih usluga. Agencija je predmetnu evidenciju za 2024. godinu objavila na internet stranici do 31. marta 2025. godine i istu dostavila Ministarstvu kulture i medija u roku od 15 dana od dana objavljivanja, saglasno odredbama pomenutog zakona.

Kroz dosljednu primjenu zakonskih odredbi i redovno objavljivanje relevantnih informacija, Agencija potvrđuje svoju opredijeljenost principima transparentnosti, otvorenosti i odgovornosti u radu, čime se dodatno jača povjerenje javnosti u rad institucije i u regulatorni okvir u oblasti medija.

<sup>114</sup> "Sl. List Crne Gore", br. 89/25

<sup>115</sup> "Sl. List Crne Gore", br. 54/24

<sup>116</sup> "Sl. List Crne Gore", br. 54/24

<sup>117</sup> "Sl. List Crne Gore", br. 54/24

### 3.

# FOND ZA PODSTICANJE PLURALIZMA I RAZNOVRSNOSTI MEDIJA

Savjet Agencije za audiovizuelne medijske usluge je, na sjednici održanoj 24.02.2025. godine, usvojio Odluku o raspisivanju javnog konkursa za raspodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih pružaocima linearnih AVM usluga - komercijalnim i neprofitnim emiterima za 2024. godinu (u daljem tekstu: Odluka o javnom konkursu)<sup>118</sup> i Odluku o kriterijumima i metodologiji bodovanja prijava i zahtjeva na javni konkurs za raspodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih pružaocima linearnih AVM usluga - komercijalnim i neprofitnim emiterima za 2024. godinu (u daljem tekstu: Metodologija bodovanja)<sup>119</sup>.

Javni konkurs je raspisan za raspodjelu:

- a) 1.210.878,19 EUR putem grantova za povećanje obima, strukture i raznovrsnosti ponude programskih sadržaja iz sopstvene produkcije posvećenih tematskim oblastima od javnog interesa (u daljem tekstu: grantovi za emitere);
- b) 126.276,38 EUR putem grantova za pokriće operativnih troškova samoregulatornih tijela (u daljem tekstu: grantovi za samoregulatorna tijela).

Za brojne zainteresovane, a povodom javnog konkursa za raspodjelu sredstava u prostorijama Agencije za audiovizuelne medijske usluge 20. marta 2025. godine održana je info sesija. Predstavnici komercijalnih i neprofitnih emitera su imali mogućnost da, kroz seriju pitanja o pojedinostima uslova konkursa i svim dodatnim nedoumicama, od tima Agencije dobiju korisne smjernice i pojašnjenja.

Na javni konkurs podneseno je 14 blagovremenih prijava za dodjelu grantova, od čega 13 od strane emitera i jedan od strane samoregulatornog tijela.

Na sjednici održanoj dana 28.04.2025. godine, Savjet Agencije je izvršio uvid u podnijete prijave i saglasno tač. 32 Odluke o javnom konkursu, emiterima radijskih programa „Radio DRS“, „Radio Titograd“, „Radio Adriatic“, „Radio Zeta“ i televizijskog programa „TV Boin“, uputio zahtjeve za dopunu dokumentacije, koja nije osnov za bodovanje, odnosno ne može uticati na rezultate bodovanja.

Na sjednici održanoj 02.06.2025. godine, Savjet Agencije je utvrdio da su podnosioci prijava kojima je bio upućen zahtjev za dopunu dokumentacije, u predviđenom roku, postupili u svemu u skladu sa propisanom procedurom, te konstatovao da ima 14 potpunih i blagovremenih prijava emitera i jedan potpun i blagovremen zahtjev samoregulatornog tijela.

Savjet Agencije je razmotrio blagovremene i potpune prijave na javni konkurs i u skladu sa Odlukom o javnom konkursu, Metodologijom bodovanja i Pravilnikom o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim medijima, nakon izvršenih analiza programskih sadržaja, izvršio bodovanje prijava.

Saglasno navedenom, Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 02.06.2025. godine, donio Rješenje o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija

<sup>118</sup> Akt Savjeta Agencije br. UP I 01-041/25-36/1 od 25.02.2025. godine

<sup>119</sup> Akt Savjeta Agencije br. UP I 01-041/25-37/1 od 25.02.2025. godine

namijenjenih pružaocima linearnih AVM usluga - komercijalnim i neprofitnim emiterima za 2024. godinu<sup>120</sup> i odlučio da se sredstva u iznosu od 900.053 EUR, predviđena za grantove za povećanje obima, strukture i raznovrsnosti ponude sadržaja posvećenih tematskim oblastima od javnog interesa (grantovi za emitere), dodijele na sljedeći način:

<b>Komercijalni radijski programi sa lokalnom pokrivenošću</b>				
<b>Emiter</b>	<b>Naziv medija</b>	<b>Programski sadržaj</b>	<b>Broj bodova</b>	<b>Dodijeljena sredstva</b>
Radio Zeta d.o.o.	Radio Zeta	Poljoprivreda i turizam 3	55	14.976 €
		Za bolje i pravednije društvo 2	60	
NVO Đakomo Adriatic	Radio Adriatic	Ključ zdravlja	70	19.469 €
		Zatvorimo krug nasilja	55	
Gresa trade d.o.o.	Radio Elita	Održivost i ekološka budućnost	50	8.766 €
		Pravo na život bez prepreka	55	
		Put ka Evropi	50	
		U ritmu prirode - agroturizam kao budućnost	50	
Mir & Teuta d.o.o.	Radio Teuta	Agrooaza	65	8.400 €
		Zeleni glas - Zëri i gjëlber	65	
			<b>Ukupno</b>	<b>51.611 €</b>
<b>Komercijalni radijski programi sa regionalnom i nacionalnom pokrivenošću</b>				
<b>Emiter</b>	<b>Naziv medija</b>	<b>Programski sadržaj</b>	<b>Broj bodova</b>	<b>Dodijeljena sredstva</b>
My name d.o.o.	Radio Titograd	Bez filtera	60	29.120 €
		Iz mojih cipela	55	
Antena M d.o.o.	Radio Antena M	Čiste ruke	60	69.641 €
		Mentalna higijena	75	
		Prepoznavanje	60	
		Radio terapija	60	
		Svjesno roditeljstvo	60	
TDI Radio d.o.o.	TDI Radio	Dje ste, kako ste	50	23.441 €
		Nevidljivi	45	
		Ženski krugovi	40	
Media International Corporation d.o.o.	Radio DRS	Bezbjedni na mreži	65	69.746 €
		Bolesti zavisnosti - Put izazova	60	
		Mentalno zdravlje - Psihologija svakodnevnice	75	
		Umjetnost u Crnoj Gori - Eho kulture	65	
		Žene u biznisu	60	
Oki air broadcasting d.o.o.	Radio Elmag	Elmagova akademija	60	69.740 €
		Radioznalica	65	
		Udahni duboko	75	
		Udica	65	
		Ženska zona	65	
			<b>Ukupno</b>	<b>261.688 €</b>

<sup>120</sup> Akt Savjeta Agencije br. 01-041/25-36/22 od 02.06.2025. godine

<b>Komercijalni televizijski programi sa lokalnom i regionalnom pokrivenošću</b>				
<b>Emiter</b>	<b>Naziv medija</b>	<b>Programski sadržaj</b>	<b>Broj bodova</b>	<b>Dodijeljena sredstva</b>
Boin d.o.o.	TV Boin	Informiši se i ti	55	31.400 €
		Pričamo vam priču iz našeg kraja	55	
Mir & Teuta d.o.o.	TV Teuta	Blaga naše tradicije - Thesarët e traditës tonë	65	24.990 €
		Xixiland	55	
<b>Ukupno</b>				<b>56.390 €</b>
<b>Komercijalni televizijski programi sa nacionalnom pokrivenošću</b>				
<b>Emiter</b>	<b>Naziv medija</b>	<b>Programski sadržaj</b>	<b>Broj bodova</b>	<b>Dodijeljena sredstva</b>
Nova M d.o.o.	TV Nova M	Lica i naličja	75	177.028 €
		Sportski magazin	65	
		Unija	70	
Lipa Media d.o.o.	TV E	Eho	65	176.516 €
		Galerija tajni	70	
		Mini 24 sata	65	
		Ukrštene riječi	60	
Televizija Vijesti d.o.o.	Televizija Vijesti	Premotaj	65	176.820 €
		Radar	70	
		Slušamo te	80	
		Sportske priče	65	
<b>Ukupno</b>				<b>530.364 €</b>
<b>UKUPNO DODIJELJENA SREDSTVA</b>				<b>900.053 €</b>

Savjet Agencije je razmotrio blagovremen i potpun zahtjev samoregulatornog tijela i nakon analize ispunjenosti propisanih kriterijuma sačinio pregled ostvarenih bodova koji je iskazan u Rješenju o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih pružaocima linearnih AVM usluga - komercijalnim i neprofitnim emiterima za 2024. godinu i istim Rješenjem podnosiocu zahtjeva NVO „Medijski savjet za samoregulaciju” Podgorica, odobrio sredstva u iznosu traženom podnijetim zahtjevom – 126.157,65 EUR.

Savjet Agencije je konstatovao da su ostala nedodijeljena sredstva u iznosu od 310.825,19 EUR (za grantove za emitere) i sredstva u iznosu od 118,73 EUR (za grantove za samoregulatorna tijela), koja će se saglasno članu 33 stav 4 Pravilnika vratiti u budžet Crne Gore.

Sa podnosiocima prijava koji su stekli pravo na sredstva iz Fonda, zaključeni su ugovori o dodjeli sredstava.

Dodijeljeni grantovi se odnose na 45 programskih sadržaja za ukupno devet radijskih i pet televizijskih programa od kojih su četiri sa lokalnim, šest sa regionalnim i četiri sa nacionalnim pokrivanjem.

	Dodijeljena sredstva
Prosječan iznos	64.290€
Najviši iznos	177.016€
Najmanji iznos	8.400€

*Odobrena sredstva*

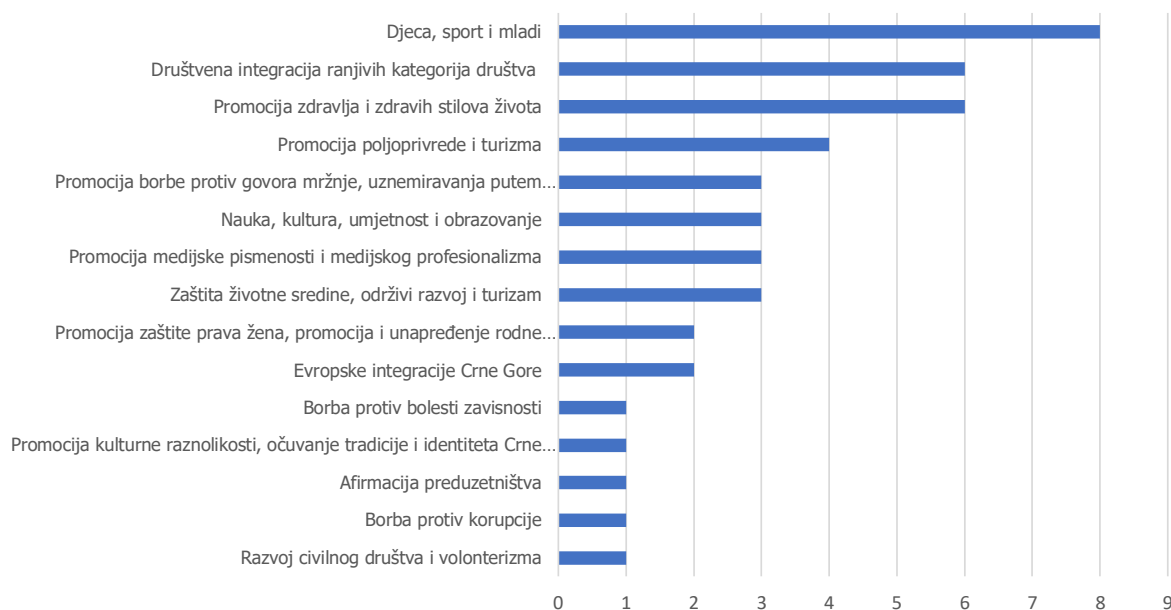
Prosječan iznos dodijeljenih sredstava po emiteru iznosi 64.290€, pri čemu je jednom emiteru najviše dodijeljeno 177.016€, dok najniže dodijeljen grant iznosi 8.400€.

Prosječno dodijeljen grant ima 56 emisija sa prosječnom dužinom trajanja emisije od 42 minuta. Ukupno trajanje podržanih grantova iznosi 30.771 minut, odnosno 513 sati programa.

Jednom emiteru je dodijeljeno najviše pet grantova.

Tematska oblast „Djeca, sport i mladi“ je najzastupljenija i obrađena je kroz osam programskih sadržaja, dok su oblasti: „Promocija zdravlja i zdravih stilova života“ i „Društvena integracija ranjivih kategorija društva“ obrađene kroz šest programskih sadržaja.

Pregled tematskih oblasti po zastupljenosti u programskim sadržajima je prikazan na sljedećem grafiku:



*Broj dodijeljenih grantova po tematskim oblastima*

Od 45 dodijeljenih, 28 grantova se odnosi na nove programske sadržaje, dok se 17 odnosi na programske sadržaje koji su u prethodne tri godine podržani iz Fonda. Petnaest dodijeljenih grantova je namijenjeno poboljšanju ponude programskih sadržaja posvećenih ranjivim društvenim grupama ili su na albanskom jeziku.

*Sva dokumentacija vezana za raspisivanje i donošenje odluka po raspisanom javnom konkursu je dostupna na internet stranici Agencije [amu.me](http://amu.me) (Raspodjela sredstava)*

### 3.1. Učinci Fonda za medijski pluralizam kroz vizuru emitera, stručnjaka i građana – kraći dokumentarni film

Agencija za audiovizuelne medijske usluge (AMU) objavila je dokumentarni film<sup>121</sup> posvećen učincima Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija, koji je namijenjen komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima. Film donosi pregled realizovanih projekata, dodijeljenih sredstava i tematskih oblasti obuhvaćenih produkcijom medijskih sadržaja. Kroz prikaz konkretnih iskustava korisnika Fonda, njihovih rezultata i postignuća, ali i izazova u procesu realizacije, ukazuje se na važnost ulaganja u sadržaje koji doprinose unapređenju medijskog pluralizma. U cilju sveobuhvatnog sagledavanja efekata podržanih projekata, u filmu je posebna pažnja posvećena i percepciji javnosti. Time film ne predstavlja samo tehnički pregled dosadašnjeg rada, već i doprinosi razumijevanju stvarnog uticaja proizvedenih medijskih sadržaja.

Svoje viđenje funkcionisanja Fonda u filmu su iznijeli, član Savjeta AMU, Branko Bošković, Milica Krivokapić, službenica za finansijske i ekonomske poslove u Agenciji, Radomir Kračković iz Televizije Vijesti, Božo Bulatović iz Radija Titograd, Arslan Hajdinaga iz Radija Elita, Goran Đurović iz Media Centra, Milan Radović, bivši član Savjeta AMU i Marijana Camović Veličković iz Sindikata medija. Svoje mišljenje dali su i građani, kroz sprovedenu anketu, ukazujući na to kakve sadržaje bi, prema njihovim potrebama i interesovanjima, podržani projekti trebalo da emituju.

Agencija kontinuirano radi na unapređenju cjelokupnog procesa upravljanja Fondom — kroz poboljšanje pravilnika, kriterijuma i transparentnosti rada.



<sup>121</sup> AmuDocs | Učinci Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija: <https://youtu.be/HYS6MDIeTTA>

# ANALIZA EKONOMSKOG POLOŽAJA KOMERCIJALNIH I JAVNIH EMITERA

Kontinuirana održivost elektronskih medija i dalje predstavlja jedan od ključnih izazova za njihov dugoročni opstanak. Samo manji broj medija svoju stabilnost može utemeljiti na tržišnim pokazateljima, poput gledanosti ili slušanosti, dok se u većini slučajeva poslovanje zasniva na finansijskoj podršci vlasnika ili osnivača, budžetskim sredstvima, kao i drugim oblicima prihoda koji nijesu tržišnog karaktera.

S obzirom na to da finansijski pokazatelji imaju presudan uticaj na ekonomski položaj, kao i na održivost i stabilnost medija, Agencija je u 2025. godini sprovela analizu njihovog finansijskog poslovanja. Analizom su obuhvaćeni javni emiteri koji sredstva ostvaruju iz Budžeta Crne Gore, budžeta jedinica lokalne samouprave i drugih izvora propisanih zakonom i osnivačkim aktima, kao i komercijalni emiteri koji prihode ostvaruju iz tržišnih aktivnosti, ali i iz javnih izvora, uključujući oglašavanje javnog sektora i državnu pomoć.

Agencija je u 2025. godini objavila sledeće analize o ekonomskom položaju emitera koje su dostupne na internet stranici <https://amu.me/obavjestenje/analiza-ekonomskog-polozaja/>:

- Analiza ekonomskog položaja komercijalnih emitera (2020. - 2024.);
- Analiza ekonomskog položaja javnih emitera (2020. - 2024.).

Analize obuhvataju uporedne podatke o finansijskim i drugim pokazateljima za period od četiri godine (od 2020. do 2024. godine).

Analizom ekonomskog položaja komercijalnih i javnih emitera u Crnoj Gori pruža se pregled ključnih pokazatelja njihovog poslovanja i ostvarenih rezultata kako bi se stekla jasnija slika o finansijskom položaju komercijalnih i javnih emitera u Crnoj Gori.

## 4.1. Analiza ekonomskog položaja komercijalnih emitera

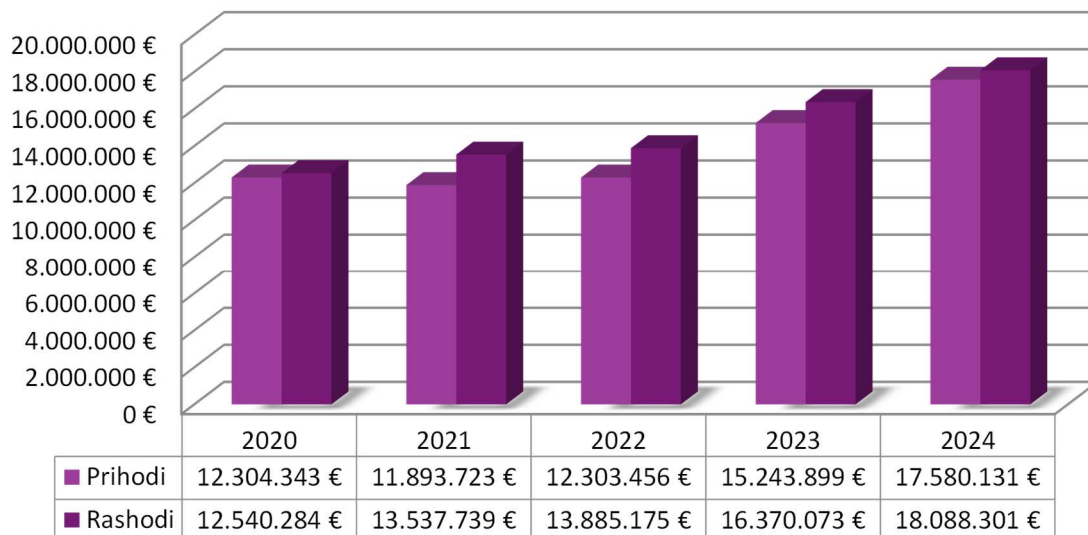
Ukupno ostvareni prihodi komercijalnih emitera u Crnoj Gori u 2024. godini su iznosili 17.580.131€. Od 29<sup>122</sup> komercijalnih emitera njih 13 je imalo ukupne prihode u iznosu do 100.000€, 10 emitera ukupne prihode između 100.000€ i 1.000.000€ i šest emitera sa ukupnim prihodima iznad milion eura.

Ukupni rashodi komercijalnih emitera u Crnoj Gori u 2024. godini su iznosili 18.088.301€. Od 29 komercijalnih emitera njih 13 je imalo ukupne rashode u iznosu do 100.000€, 10 emitera ukupne rashode između 100.000€ i 1.000.000€ i šest emitera sa ukupnim rashodima iznad milion eura.

Posmatrajući ukupne prihode komercijalnih emitera za period od 2020. do 2024. godine uočava se porast ukupnih prihoda za 15% u 2024. godini u odnosu na prethodnu godinu, odnosno 2.336.232€.

Posmatrajući ukupne rashode komercijalnih emitera za period od 2020. do 2024. godine uočava se konstantan rast u odnosu na prethodne godine. Na kraju 2024. godine bilježi se porast rashoda u odnosu na prethodnu godinu u iznosu od 1.718.228€.

<sup>122</sup> Emiteri NVO „Stereotip“, Radio Televizija Mojkovac d.o.o. i NVU „Društvo za ravnopravnost i toleranciju – AI“ Podgorica u vrijeme pripremanja analize nijesu predali finansijske iskaze nadležnom poreskom organu za 2024. godinu pa Agencija ne raspolaze sa finansijskim podacima za te emitere za 2024. godinu.



Grafik: Odnos ukupnih prihoda i ukupnih rashoda komercijalnih emitera u periodu od 2020. do 2024. godine

Kada je u pitanju profitabilnost komercijalnih emitera u 2024. godini može se zaključiti da je 28% komercijalnih emitera tj. njih osam poslovalo sa negativnim rezultatom, dok su preostali emiteri poslovali sa 0 ili sa pozitivnim rezultatom.

Neto gubitak cjelokupnog sektora (komercijalnih emitera) u 2024. godini je iznosio 508.173€.

Kod emitera koji su poslovali sa negativnim rezultatom značajno se izdvajaju emiteri Lipa Media d.o.o., Nova M d.o.o. i Adria TV d.o.o. Ta tri emitera su ostvarili gubitak u ukupnom iznosu od skoro 2,6 miliona eura.

Emiter sa najvećim pozitivnim rezultatom u 2024. godini je Televizija Vijesti d.o.o. koja je ostvarila pozitivan rezultat u iznosu od 795.665 eura. Značajan pozitivan rezultat su ostvarili i emiteri Lutrija Crne Gore a.d., Ast d.o.o. i Jumedija Mont d.o.o.

Emiter Lutrija Crne Gore a.d. osim što je osnivač televizijskog programa bavi se i drugom djelatnošću – priređivanje igara na sreću.

Osim podataka iskazanih na ovaj način, analiza obuhvata detaljan pregled po pojedinačnom emiteru za period od pet godina o visini: prihoda od prodaje, ostalih prihoda iz poslovanja, ukupnih prihoda, ukupnih rashoda i neto rezultata.

Predmet analize ekonomskog poslovanja komercijalnih emitera u prethodnom petogodišnjem periodu je bio i broj zaposlenih.

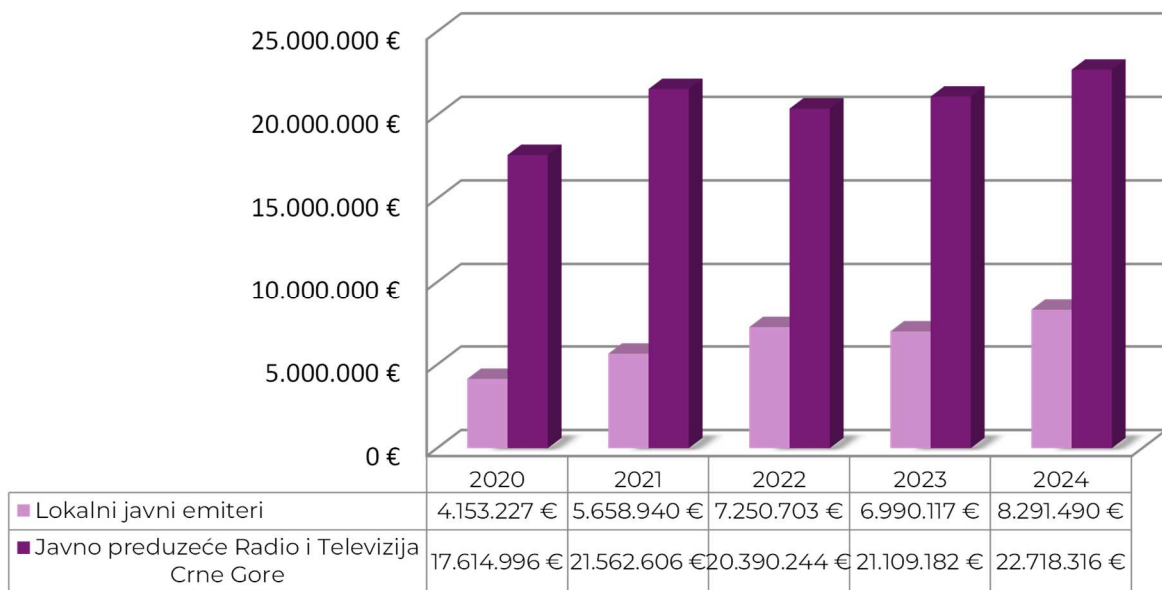
Posmatrajući period od 2020. do 2024. godine može se zaključiti da se ukupan broj zaposlenih kod komercijalnih emitera iz godine u godinu blago povećava.

Većina emitera zadržala je broj zaposlenih na istom nivou ili je došlo do minimalnih pomjeranja.

## 4.2. Analiza ekonomskog položaja javnih emitera

Ukupno ostvareni prihodi javnih emitera u Crnoj Gori u 2024. godini su iznosili 31.009.806€. Od navedenog iznosa 73%, odnosno 22.718.316€ se odnosi na ukupne prihode nacionalnog javnog emitera Javno preduzeće Radio i Televizija Crne Gore dok se preostali iznos od 8.291.490€ odnosi na ukupne prihode lokalnih javnih emitera.

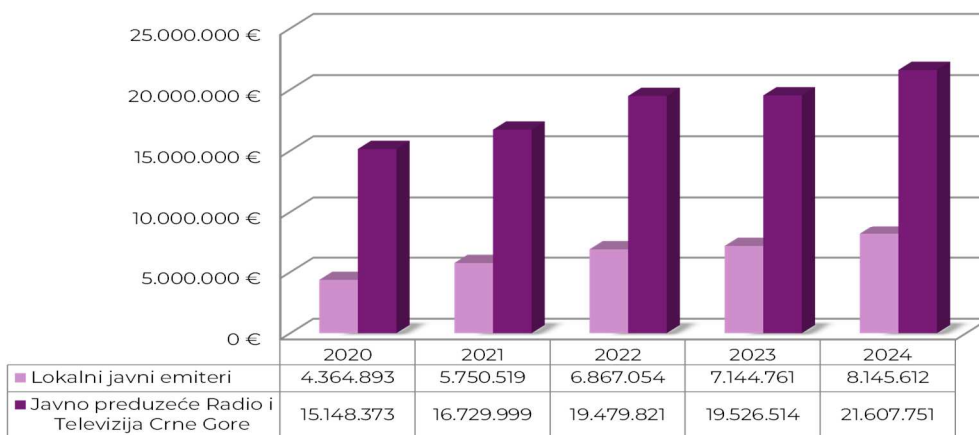
Posmatrajući ukupne prihode lokalnih javnih emitera za period od 2020. do 2024. godine uočava se porast ukupnih prihoda u 2024. godini za 19% u odnosu na prethodnu godinu odnosno 1.301.373€. I u 2021. i 2022. godini lokalni javni emiteri su bilježili porast ukupnih prihoda koji je na nivou jedne godine iznosio približno 1,5 miliona eura.



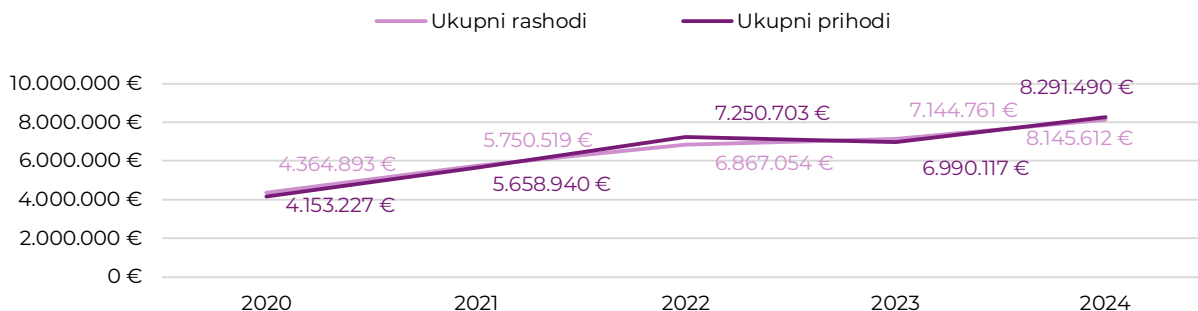
Grafik: Ukupni prihodi javnih emitera u periodu od 2020. do 2024. godine

Ukupni rashodi javnih emitera u Crnoj Gori u 2024. godini su bili na nivou 29.753.363€ od koji se 73% odnosilo na nacionalnog javnog emitera Javno preduzeće Radio i Televizija Crne Gore dok se preostali iznos od 8.145.612€ odnosio na ukupne rashode lokalnih javnih emitera.

Posmatrajući ukupne rashode javnih emitera za period od 2020. do 2024. godine, uočava se konstantan rast u odnosu na prethodne godine.



Grafik: Ukupni rashodi javnih emitera u periodu od 2020. do 2024. godine



Odnos ukupnih prihoda i ukupnih rashoda lokalnih javnih emitera u periodu od 2020. do 2024. godine

Nacionalni javni emiter - Javno preduzeće Radio i Televizija Crne Gore je ostvario pozitivan rezultat u 2024. godini u iznosu od 1.110.565 € .

Kada je u pitanju razlika između prihoda i rashoda kod lokalnih javnih emitera u 2024. godini može se zaključiti da je više od polovine njih poslovala sa pozitivnim rezultatom. Neto dobit sektora lokalnih javnih emitera u 2024. godini iznosila je 145.878€.

Posmatrajući strukturu prihoda predstavljenu u finansijskim iskazima javnih emitera (za 2024. godinu) može se zaključiti da lokalni javni emiteri veliki dio prihoda, čak 84% (6.950.403€) evidentiraju na stavci „Ostali prihodi iz poslovanja“, dok se ostatak odnosi na „Prihode od prodaje“ koji su više od 5 puta manji (1.248.636€). Ista situacija je i kod nacionalnog javnog emitera Javno preduzeće Radio i Televizija Crne Gore kod kojeg je čak 90% prihoda evidentirano na stavci „Ostali prihodi iz poslovanja“ i isti su, za 10 puta veći od „Prihoda od prodaje“.

Osim podataka iskazanih na ovaj način, analiza obuhvata detaljan pregled po pojedinačnom emiteru za period od pet godina o visini: prihoda od prodaje, ostalih prihoda iz poslovanja, ukupnih prihoda, ukupnih rashoda i neto rezultata.

U analizi je prikazan odnos planiranog budžeta za 2024. godinu po stanovniku u jedinici lokalne samouprave u skladu sa izvršenim popisom stanovništva u 2023. godini. Najveće budžete po stanovniku imali su Lokalni javni emiter Radio Televizija Budva i Lokalni javni emiter Radio Andrijevića dok su najmanje budžete po stanovniku imali Lokalni javni emiter Radio Berane, Lokalni javni emiter Radio Bijelo Polje i Lokalni javni emiter Radio Danilovgrad.

Broj zaposlenih kod javnih emitera u 2024. godini je iznosio 1.187 od čega je 62% (740 zaposlenih) zaposleno kod nacionalnog javnog emitera – Javno preduzeće Radio i Televizija Crne Gore, dok su lokalni javni emiteri na kraju 2024. godine imali 447 zaposlenih.

Posmatrajući period od 2020. do 2024. godine može se zaključiti da ukupan broj zaposlenih kod javnih emitera u 2021. godini bilježi značajan porast (107 novozaposlenih) dok u 2022. godini bilježi pad broja zaposlenih za 21. Javni emiteri su na kraju 2023. i 2024. godine imali porast broja zaposlenih za 16 odnosno za 31.

### 4.3. Transparentnost finansiranja

Usvajanjem Zakona o medijima 2024. godine propisana je obaveza organa javnog sektora, odnosno osnivača medija da dostavljaju podatke o dodijeljenim odnosno dobijenim sredstvima za pružanje javnih usluga po osnovu oglašavanja i drugih ugovornih usluga.

Istim Zakonom propisana je obaveza nadležnog ministarstva da, u formi godišnjeg izvještaja, objavljuje ukupno izdvajanje finansijskih sredstava javnog sektora dodijeljenih medijima.

Uvidom u objavljene izvještaje Ministarstva kulture i medija Crne Gore<sup>123</sup> sa priložima, Agencija je pripremila pregled podataka koliko su organi javnog sektora izdvojili za pružanje javnih usluga, a koliko za oglašavanje i druge ugovorne usluge prema pojedinim komercijalnim emiterima/lokalnim javnim emiterima, u skladu sa:

- dostavljenim podacima od organa javnog sektora/lokalnih samouprava;
- dostavljenim podacima od komercijalnih/javnih emitera.

Prema podacima dostavljenim od organa javnog sektora<sup>124</sup> za:

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/cfd42f0f-0061-4357-a8c2-314594aeecfd>

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/5d6b6789-df4c-403c-85a2-ef5272e503dd>

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/68d2a425-9681-4a17-a53f-b10fcd915f6b>

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/1962c6a8-9967-412f-b837-bc7b21e1283f>

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/8bc4ec6d-9411-4d94-aa48-4739e0494960>

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/2aa46a6d-9ac8-46ae-adb2-cda4f5078fbc>

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/678870a4-ec7d-4b9f-977a-adda591a9a5a>

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/dcd6b855-e33c-42e0-998e-79e60481e04d>

<sup>123</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/1e2d7a9e-1cff-42db-94b4-f132f98632b5>

<sup>124</sup> Podaci obuhvataju i internetske publikacije i štampane medije

- 2022. godinu za javne usluge od organa javnog sektora komercijalnim emiterima je izdvojeno 359.872€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 296.636€, ukupno 656.508€;
- 2023. godinu za javne usluge od organa javnog sektora komercijalnim emiterima je izdvojeno 423.291€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 474.826€, ukupno 898.117€;
- 2024. godinu za javne usluge od organa javnog sektora komercijalnim emiterima je izdvojeno 619.618 €, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 347.674€, ukupno 967.292 €.

Prema podacima dostavljenim od strane komercijalnih emitera<sup>125</sup> za:

- 2022. godinu za javne usluge od organa javnog sektora komercijalnim emiterima je izdvojeno 362.384€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 386.131€, ukupno 748.515€;
- 2023. godinu za javne usluge od organa javnog sektora komercijalnim emiterima je izdvojeno 476.382€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 303.875€, ukupno 780.257€;
- 2024. godinu za javne usluge od organa javnog sektora komercijalnim emiterima je izdvojeno 723.666€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 537.113€, ukupno 1.260.779€.

Prema podacima dostavljenim od strane jedinica lokalnih samouprava za:

- 2022. godinu za javne usluge iz budžeta lokalnih samouprava lokalnim javnim emiterima je izdvojeno 6.200.148€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 39.644€, ukupno 6.239.792€;
- 2023. godinu za javne usluge iz budžeta lokalnih samouprava lokalnim javnim emiterima je izdvojeno 5.775.572€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 17.060€, ukupno 5.792.632€;
- 2024. godinu za javne usluge iz budžeta lokalnih samouprava lokalnim javnim emiterima je izdvojeno 6.129.104€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 13.038€, ukupno 6.142.142€.

Prema podacima dostavljenim od strane lokalnih javnih emitera za:

- 2022. godinu za javne usluge iz budžeta lokalnih samouprava lokalnim javnim emiterima je izdvojeno 3.239.340€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 21.796€, ukupno 3.261.136€;
- 2023. godinu za javne usluge iz budžeta lokalnih samouprava lokalnim javnim emiterima je izdvojeno 4.454.121€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 4.806€, ukupno 4.458.927€;
- 2024. godinu za javne usluge iz budžeta lokalnih samouprava lokalnim javnim emiterima je izdvojeno 4.689.614€, a za oglašavanje i druge ugovorene usluge 160€, ukupno 4.689.774€.

Kontinuitet pozitivnog poslovanja predstavlja veliki izazov za komercijalne i lokalne javne emitere i njihove zaposlene. Analiza je doprinijela sagledavanju okolnosti u kojima su funkcionisali emiteri u periodu koji je za nama kao i stepenu dostupnosti raspoloživih podataka.

<sup>125</sup> Podaci obuhvataju i internetske publikacije i štampane medije

# MEDIJSKA PISMENOST

Agencija za audiovizuelne medijske usluge Crne Gore (AMU) prepoznala je medijsku pismenost kao jedan od ključnih instrumenata za razvoj demokratskog društva i zaštitu građana u digitalnom okruženju. U svijetu u kojem je informacija postala osnovna društvena valuta, sposobnost da se medijski sadržaji razumiju, analiziraju i tumače na kritičan način, postala je temelj demokratske participacije.

Program razvoja i promocije medijske pismenosti, koji je Agencija usvojila 2017. godine, bio je prva strateška platforma koja je omogućila da se ova tema iz domena pojedinačnih inicijativa premjesti u središte regulatorne politike. Od tada, aktivnosti AMU-a u ovoj oblasti razvijaju se planski i sistemski, sa ciljem da se u društvu uspostavi kultura medijske odgovornosti i svijesti o važnosti vjerodostojnih informacija.

Polazeći od evropskih standarda utvrđenih Direktivom o audiovizuelnim medijskim uslugama, AMU je u svoje djelovanje integrisala koncept medijske pismenosti kao javnog interesa. U tom smislu, Agencija je:

- razvila institucionalne kapacitete za istraživanje i edukaciju u oblasti medijske pismenosti;
- uspostavila saradnju sa međunarodnim partnerima, prije svega Misijom OEBS-a u Crnoj Gori;
- inicirala uvođenje medijske pismenosti u obrazovni sistem; i
- kontinuirano radila na podizanju svijesti o ulozi medija u savremenom društvu.

Kroz te aktivnosti, medijska pismenost je pretočena iz teorijskog okvira u praktičnu društvenu politiku koja uključuje obrazovne institucije, medije, roditelje, djecu, stariju populaciju i civilni sektor.

Što samostalno, što kroz saradnju sa međunarodnim partnerima, pokrenut je niz aktivnosti i inicijativa usmjerenih na jačanje medijske pismenosti kod različitih ciljnih grupa. Polazeći od nalaza ranijeg istraživanja, koje je ukazalo na nizak nivo medijske pismenosti u Crnoj Gori, aktivnosti su bile usmjerene na razvoj kritičkog odnosa prema medijskim sadržajima, prepoznavanje dezinformacija i odgovorno korišćenje digitalnih tehnologija. Tokom 2025. godine godine Agencija je kroz različite programe medijske pismenosti obišla 16 od 25 crnogorskih opština (Podgoricu, Tuzi, Cetinje, Mojkovac, Kolašin, Budvu, Tivat, Gusinje, Plav, Andrijevicu, Plužine, Šavnik, Herceg Novi, Kotor, Berane i Bijelo Polje). Tokom 2026. biće nastavljene aktivnosti i u preostalim crnogorskim opštinama.

## 5.1. Kampanja javnih ličnosti o medijskoj pismenosti „Na istoj smo strani“

Agencija je pokrenula i realizovala društveno odgovornu kampanju „Na istoj smo strani“, sa ciljem jačanja medijske i digitalne pismenosti u Crnoj Gori. Kampanja je realizovana kroz seriju od 12 kratkih video klipova u kojima su javne ličnosti, svaka iz svoje profesionalne perspektive, ukazale na značaj kritičkog pristupa medijskim sadržajima i odgovornog korišćenja digitalnog prostora.

U kampanji su učestvovali bend Neonoen, Milena Raičević (rukometašica), Kristina Obradović (glumica), Nikola Radunović – Perper (muzičar), Vuk Perović (novinar), Verica Čuljković (violinistkinja), Mladen Rakčević (rukometaš), Danka Kovinić (teniserka), Aleksandra Mudreša (novinarka), Andrijana Božović (pjevačica), Dubravka Drakić (glumica) i Ivan Maksimović (TV voditelj i novinar). Svako od učesnika je, polazeći od sopstvenog profesionalnog i životnog iskustva, povezo oblast kojom se bavi sa pitanjima medijske pismenosti, upućujući autentične poruke o značaju kritičkog promišljanja medijskih sadržaja i odgovornog učešća u digitalnom prostoru.

Kroz snažan javni angažman prepoznatih ličnosti, kampanja je značajno doprinijela stavljanju u fokus pitanja medijske pismenosti među publikom koja prethodno nije u dovoljnoj mjeri obraćala pažnju na ovu temu. Video sadržaji

ostvarili su veliki doseg na društvenim mrežama i digitalnim platformama, čime je dodatno unaprijeđena vidljivost Agencije i njenih aktivnosti u oblasti medijske pismenosti.

Video materijali su bili dostupni putem digitalnih kanala Agencije za audiovizuelne medijske usluge<sup>126</sup>, platforme [www.medijskapismenost.me](http://www.medijskapismenost.me) i društvenih mreža „Medijska pismenost Crna Gora“, čime je kampanja obezbijedila kontinuiranu i široku dostupnost sadržaja tokom njenog trajanja.



<sup>126</sup> Video Neonoen -

[https://www.youtube.com/watch?v=pkjizQJt5IE&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=pkjizQJt5IE&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Milena Raičević -

[https://www.youtube.com/watch?v=W4Th1igKd6c&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=W4Th1igKd6c&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Kristina Obradović -

[https://www.youtube.com/watch?v=OdUeGAiP0tY&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=OdUeGAiP0tY&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Nikola Radunović -

[https://www.youtube.com/watch?v=2S164LMP2bo&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=2S164LMP2bo&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Vuk Perović - [https://www.youtube.com/watch?v=L\\_8hx7eK-2A&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=L_8hx7eK-2A&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Verica Čuljković -

[https://www.youtube.com/watch?v=IOgpJgXH2vo&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=IOgpJgXH2vo&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Mladen Rakčević -

[https://www.youtube.com/watch?v=hMRS055GfZ8&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=hMRS055GfZ8&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Danka Kovinić - [https://www.youtube.com/watch?v=m8a3WU85-8M&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=m8a3WU85-8M&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Aleksandra Mudreša -

[https://www.youtube.com/watch?v=Xfmom8yiGEc&ab\\_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29](https://www.youtube.com/watch?v=Xfmom8yiGEc&ab_channel=Agencijazaaudiovizuelnemedijskeusluge%28AMU%29)

Video Andrijana Božović -

<https://www.youtube.com/watch?v=pLh0WdFNKLS>

Video Dubravka Drakić -

<https://www.youtube.com/watch?v=Rru3YohPGmQ>

Video Ivan Maksimović - <https://www.youtube.com/watch?v=XjqrlWjBpD8>

Video Ivan Maksimović - <https://www.youtube.com/watch?v=XjqrlWjBpD8>

## 5.2. Autorski tekstovi edukatora za sajt [www.medijskapismenost.me](http://www.medijskapismenost.me)

Tokom 2025. godine objavljeno je 12 autorskih tekstova uglednih edukatora i stručnjaka koji rade u školama, na fakultetima i u institucijama značajnim za medijsku pismenost.

Tekstovi su se bavili ključnim temama iz oblasti medijske pismenosti — uključujući uticaj algoritama i vještačke inteligencije na formiranje sadržaja i percepciju stvarnosti, ulogu influensera u digitalnom svijetu, prepoznavanje i prevenciju sajber nasilja, bezbjednost djece na mreži, integraciju medijske i AI pismenosti u obrazovni proces, kritičko promišljanje digitalnih narativa i emocionalnu dimenziju medijskog iskustva — sve u cilju unapređenja znanja i podizanja svijesti o značaju medijske pismenosti među širom publikom.

Svi tekstovi<sup>127</sup> su izazvali značajnu pažnju medija, a njihove kolumne preuzimali su najuticajniji i najposećeniji portali u Crnoj Gori, čime je dodatno unaprijeđena vidljivost ove teme, ali i same Agencije, te podignuta svijest javnosti o značaju medijske pismenosti.



## 5.3. Poklon predstava obradovala najmlađe u sedam opština

Na osnovu potpisanog Memoranduma o saradnji između Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) i nevladinog udruženja Arlekin<sup>128</sup>, realizovana je edukativna predstava „Klikni sigurno, klikni na porodicu“, kao dio aktivnosti usmjerenih na jačanje medijske i digitalne pismenosti djece i roditelja širom Crne Gore. Memorandum je omogućio formalni okvir za saradnju i sistemsku podršku realizaciji ovog programa, koji je

<sup>127</sup> Svetlana Jovetić Koprivica – Tortura algoritma – naša nova istina - <https://www.medijskapismenost.me/svetlana-jovetic-koprivica-tortura-algoritma-nasa-nova-istina/>

Miroslav Minić – Moć influensera: Kako mijenjaju digitalni svijet i stavove mladih? - <https://www.medijskapismenost.me/moc-influensera-kako-mijenjaju-digitalni-svijet-i-stavove-mladih/>

Sava Kovačević – Istina ili iluzija? Medijska pismenost u eri vještačke inteligencije - <https://www.medijskapismenost.me/istina-ili-iluzija-medijska-pismenost-u-eri-vjestacke-inteligencije/>

Filip P. Jovanovski – Kako sajber nasilju stati nogom za vrat? - <https://www.medijskapismenost.me/kako-sajber-nasilju-stati-nogom-za-vrat/>

Vuk Vuković – U čijim rukama je vaša pažnja? Priča o algoritmu potlačenih - <https://www.medijskapismenost.me/u-cijim-rukama-je-vasa-paznja-prica-o-algoritmu-potlacenih/>

Biljana Maslovarić – Medijska pismenost u dobu planetarne 'meme': između dihotomije i kritičkog mišljenja - <https://www.medijskapismenost.me/medijska-pismenost-u-dobu-planetarne-meme-izmedju-dihotomije-i-kritickog-misljenja/>

Nikolina Tomović, Cvozdna čizma i medijska pismenost: kako nas AI izaziva da redefinišemo stvarnost? - <https://www.medijskapismenost.me/gvozdna-cizma-i-medijska-pismenost-kako-nas-ai-izaziva-da-redefinisemo-stvarnost/>

Bojan Jušković – Djeca na mreži – Kako ih naučiti da budu bezbjedna i medijski pismena? - <https://www.medijskapismenost.me/djeca-na-mrezi-kako-ih-nauciti-da-budu-bezbjedna-i-medijski-pismena/>

Božena Jelušić – Medijska i AI pismenost za kvalitetnije učenje i dijalog - <https://www.medijskapismenost.me/medijska-i-ai-pismenost-za-kvalitetnije-ucenje-i-dijalog/>

Nađa Durković – Između da i ne koliko je možda? - <https://www.medijskapismenost.me/izmedju-da-i-ne-koliko-je-mozda/>

Tamara Komar – Spoznati sebe u medijskom ogledalu emocija - <https://www.medijskapismenost.me/spoznati-sebe-u-medijskom-ogledalu-emocija/>

Branko Džakula – Digitalna bezbjednost nije luksuz, već građanska dužnost - <https://www.medijskapismenost.me/digitalna-bezbjednost-nije-luksuz-vec-gradjanska-duznost/>

<sup>128</sup>Saopštenje: Klikni na sigurno, klikni na porodicu – Predstava uz podršku AMU za bezbjednije digitalno odrastanje: <https://www.medijskapismenost.me/klikni-na-sigurno-klikni-na-porodicu-predstava-uz-podrsku-amu-za-bezbjednije-digitalno-odrastanje/>

bio usmjeren na promociju bezbjednog i odgovornog korišćenja interneta među najmlađima.

Predstava je, nakon premijere u Podgorici, bila izvedena u više crnogorskih opština, uključujući Andrijevicu, Plav, Gusinje, Plužine, Šavnik, Cetinje i Herceg Novi (Dječiji dom „Mladost“ u Bijeloj). Sve izvedbe bile su izuzetno posjećene<sup>129</sup>. Programu su prisustvovala djeca uzrasta od 5 do 14 godina, njihovi roditelji, nastavnici i predstavnici lokalnih institucija, što je pokazalo široko interesovanje zajednice za teme digitalne bezbjednosti i zaštite djece na internetu.

Tokom realizacije projekta, najmlađi su aktivno učestvovali u interakciji sa glumcima, prepoznajući kroz igru i scenski prikaz situacije sa kojima se susreću u onlajn okruženju. Predstava je na prijemčiv i zabavan način obrađivala teme zavisnosti od digitalnih uređaja, prekomjernog boravka u virtuelnom prostoru, rizika komunikacije sa nepoznatim licima, kao i važnosti podrške porodice u odrastanju u digitalnom dobu. Poseban akcenat bio je na razvijanju kritičkog odnosa prema digitalnim sadržajima i razumijevanju posljedica neodgovornog ponašanja na internetu.



Realizacijom ovog programa AMU je dodatno doprinijela podizanju nivoa svijesti o značaju digitalne i medijske pismenosti, a predstava je prepoznata kao primjer dobre prakse u pristupu edukaciji djece kroz kreativne i interaktivne forme. Program je dobio veoma pozitivne reakcije publike i lokalnih partnera, što je dodatno potvrdilo opravdanost ulaganja u ovakav vid preventivnog i edukativnog djelovanja.<sup>130</sup>



<sup>129</sup> PHOTO: [https://www.medijskapismenost.me/galerija/?album=4214&album\\_ses=1#aigpl-album-gallery-1](https://www.medijskapismenost.me/galerija/?album=4214&album_ses=1#aigpl-album-gallery-1)

<sup>130</sup> Saopštenje: Predstava – poklon AMU-a obradovala najmlađe u sedam opština: <https://www.medijskapismenost.me/predstava-poklon-amu-a-obradovala-najmladje-u-sedam-opstina/>

## 5.4. Ranom edukacijom do odgovornog pristupa tradicionalnim i novim medijima - Radionice o medijskoj pismenosti

U nizu aktivnosti posvećenih osnaživanju mladih u medijskom okruženju, realizovane su radionice medijske pismenosti u više obrazovnih ustanova širom Crne Gore. Fokus je bio na razumijevanju načina na koji nastaju medijske poruke, njihovom odgovornom korišćenju i prepoznavanju rizika koje donose savremene komunikacione platforme. Polaznici su kroz rad u grupama, diskusije i analizu konkretnih primjera imali priliku da razvijaju sposobnosti procjene izvora informacija i razlikovanja tačnih sadržaja od manipulativnih i obmanjujućih poruka.



Program je sproveden u osam škola:

Osnovna škola „Božidar Vuković Podgoričanin“ u Podgorici, Osnovna škola „Novka Ubović“ u Podgorici, Osnovna škola „Mahmut Lekić“ u Tuzima, Srednja stručna škola na Cetinju, Srednja mješovita škola „Vuksan Đukić“ u Mojkovcu, Srednja mješovita škola „Braća Selić“ u Kolašinu, Osnovna škola „Mirko Srzentić“ u Petrovcu i Osnovna škola „Drago Milović“ u Tivtu. Učenici su aktivno učestvovali u razmjeni iskustava o svom svakodnevnom kontaktu s medijima i društvenim mrežama, razmatrajući kako da odgovorno učestvuju u komunikaciji u onlajn prostoru.

Predavanja i interaktivne sesije vodio je prof. dr Nenad Vujadinović, dok je radionicu u Osnovnoj školi „Drago Milović“ u Tivtu vodio Damir Nikočević, predstavnik Agencije za audiovizuelne medijske usluge. Njihovo iskustvo i stručnost dali su dodatnu vrijednost programu, a interesovanje učenika pokazalo da je tema medijske pismenosti prepoznata kao ključna za snalaženje u savremenom informativnom okruženju.<sup>131 132</sup>

## 5.5. Sigurnije digitalno okruženje za djecu - Radionice o digitalnoj bezbjednosti

Osim radionica o medijskoj pismenosti, Agencija je tokom 2025. godine organizovala i radionice o digitalnoj bezbjednosti za učenike osnovnih škola u Kotoru, Herceg Novom, Bijelom Polju i Beranama. Cilj radionica je bio da djeca nauče bezbjedno i odgovorno korišćenje interneta, zaštitu privatnosti i razvijanje kritičkog odnosa prema digitalnim sadržajima.

Radionice su bile održane u OŠ „Njegoš“ u Kotoru, OŠ „Ilija Kišić“ u Herceg Novom, OŠ „Risto Ratković“ u Bijelom Polju i OŠ „Radomir Mitrović“ u Beranama.

Tokom radionica, učenici su imali priliku da se upoznaju sa osnovnim principima bezbjednog korišćenja interneta, načinima prepoznavanja onlajn prijetnji, zaštitom privatnosti i odgovornim ponašanjem na digitalnim platformama. Djeca su učila i kako da

<sup>131</sup> Saopštenje: Razvijanje kompetencija kroz edukativne radionice na sjeveru i jugu Crne Gore:

<https://www.medijskapismenost.me/razvijanje-kompetencija-kroz-edukativne-radionice-na-sjeveru-i-jugu-crne-gore/>

Saopštenje: Ranom edukacijom do odgovornog pristupa tradicionalnim i novim medijima:

<https://www.medijskapismenost.me/ranom-edukacijom-do-odgovornog-pristupa-tradicionalnim-i-novim-medijima/>

Saopštenje: Radionica o medijskoj pismenosti za osnovce u Tivtu: <https://www.medijskapismenost.me/radionica-o-medijskoj-pismenosti-za-osnovce-u-tivtu/>

<sup>132</sup> PHOTO:

[https://www.medijskapismenost.me/galerija/?album=3920&album\\_ses=1#aigpl-album-gallery-1](https://www.medijskapismenost.me/galerija/?album=3920&album_ses=1#aigpl-album-gallery-1)

[https://www.medijskapismenost.me/galerija/?album=4027&album\\_ses=1#aigpl-album-gallery-1](https://www.medijskapismenost.me/galerija/?album=4027&album_ses=1#aigpl-album-gallery-1)

[https://www.medijskapismenost.me/galerija/?album=4165&album\\_ses=1#aigpl-album-gallery-1](https://www.medijskapismenost.me/galerija/?album=4165&album_ses=1#aigpl-album-gallery-1)

prepoznaju lažne vijesti, razviju kritički odnos prema sadržajima koje konzumiraju na internetu, kako da reaguju ukoliko postanu žrtve digitalnog nasilja, te kako da koriste digitalne alate na bezbjedan i produktivan način. Posebna pažnja bila je posvećena praktičnim primjerima i interaktivnim zadacima, kroz koje su učenici razvijali znanja i vještine primjenjive u svakodnevnom životu. Ovaj tip radionica je predstavljao značajnu podršku nastavnom osoblju u radu na temama digitalne bezbjednosti i medijske pismenosti<sup>133</sup>.



## 5.6. Razgovori sa studentima - „Šta su nama radio i televizija danas?“

Agencija za audiovizuelne medijske usluge (AMU) je u saradnji sa Fakultetom političkih nauka Univerziteta Crne Gore, realizovala tribine „Razgovori sa studentima: Šta su nama radio i televizija danas?“ Cilj aktivnosti bio je unapređenje medijske pismenosti, podizanje nivoa informisanosti mladih o savremenim trendovima u medijima, kao i direktno povezivanje studenata sa medijskim profesionalcima.

Prva tribina, pod nazivom „Šta danas predstavlja radio?“, bila je organizovana povodom Svjetskog dana radija – 13. februara. Gost je bio Božo Bulatović, osnivač i izvršni direktor Radija Titograd, koji je, kroz višedecenijsko profesionalno iskustvo, studentima približio razvoj radijskog novinarstva od tradicionalnih formata do savremenih digitalnih platformi.



Druga tribina, „Šta danas predstavlja televizija?“, bila je organizovana povodom Svjetskog dana televizije – 21. novembra. Gošća je bila glavna i odgovorna urednica televizije Nova M, Jelena Čorluka, koja je govorila o savremenim izazovima televizijskog novinarstva, transformaciji formata, konkurenciji onlajn platformi i značaju profesionalnih standarda. Posebno je istakla važnost vjerodostojnih informacija, provjere izvora i etičkih normi u informativnim programima.

Velika posjećenost i aktivno učešće studenata potvrdili su opravdanost ovakvog vida saradnje. Realizacijom ovih aktivnosti AMU je značajno doprinijela jačanju veza između akademske zajednice i medijskog sektora, unapređenju medijske pismenosti i podsticanju mladih da kritički promišljaju ulogu radija i televizije u savremenom društvu.

## 5.7. Donacija edukativnih materijala domovima starih, bibliotekama, školama, udruženjima Roma

Agencija za audiovizuelne medijske usluge je realizovala donacije edukativnih publikacija za više institucija i organizacija. Predstavnici Agencije uručili su šticienicima Doma starih u Podgorici komplet primjeraka „Vodiča za srebrne surfere – Priručnika o internetu i društvenim mrežama za treću životnu dob“. Tokom susreta sa direktoricom Doma, Jelenom

<sup>133</sup> <https://www.medijskapismenost.me/amu-edukacijom-u-skolama-grad-sigurnije-digitalno-okruzenje-za-djecu/>

Šofranac, istaknuto je da je cilj inicijative jačanje digitalnih vještina i razumijevanja savremenih medijskih sadržaja kod starije populacije.<sup>134</sup>

Osnovnoj školi „Drago Milović“ uručena je publikacija „Medijska i digitalna pismenost“ na crnogorskom, romskom i engleskom jeziku, kao i strip „Sajber sa Sajberom“. Takođe, Gradskoj biblioteci Tivat uručen je komplet izdanja, uključujući „Vodič za srebrne surfere“. Materijali su namijenjeni učenicima, nastavnicima i široj javnosti, naročito starijoj populaciji, radi sigurnog i odgovornog korišćenja digitalnih medija. Uprava škole, na čelu sa Slavkom Mirković, i direktorica biblioteke Vesna Barbić, prepoznale su značaj ovih sadržaja za rad svojih ustanova.<sup>135</sup>



Istovremeno, Agencija je realizovala donaciju priručnika za medijsku i digitalnu pismenost na romskom jeziku nevladinoj organizaciji „Mladi Romi“, čime je dodatno podržano unapređenje znanja u skladu sa jezičkim i kulturnim kontekstom romske zajednice.<sup>136</sup>



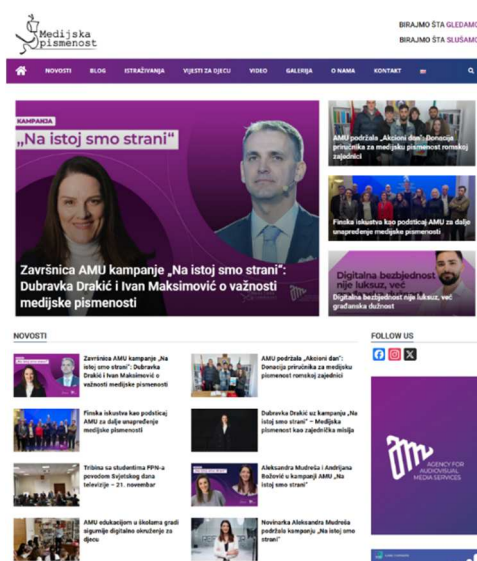
<sup>134</sup> Saopštenje: „Vodič za srebrne surfere“ i u Domu starih u Podgorici: <https://www.medijskapismenost.me/vodic-za-srebrne-surfere-i-u-domu-starih-u-podgorici/>

<sup>135</sup> Saopštenje: Podrška snaženju medijske pismenosti – Donacija AMU školi i biblioteci u Tivtu: <https://www.medijskapismenost.me/podrska-snazenju-medijske-pismenosti-donacija-amu-skoli-i-biblioteci-u-tivtu/>

<sup>136</sup> Saopštenje: AMU podržala „Akcioni dan“: Donacija priručnika za medijsku pismenost romskoj zajednici: <https://www.medijskapismenost.me/amu-podrzala-akcioni-dan-donacija-prirucnika-za-medijsku-pismenost-romskoj-zajednici/>

## 5.8. www.medijskapismenost.me – Digitalna tačka za sve inicijative Agencije u oblasti medijske pismenosti

Tokom 2025. godine aktivnosti Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) u oblasti medijske pismenosti kontinuirano su bile predstavljane na portalu medijskapismenost.me, koji se profilisao kao centralna platforma za praćenje svih programa, projekata i inicijativa u ovoj oblasti. Na sajtu su redovno objavljivani članci, saopštenja, aktivnosti, čime je zainteresovanoj javnosti omogućen jednostavan pristup relevantnim informacijama.



Sadržaji su bili namijenjeni prije svega djeci, roditeljima i prosvjetnim radnicima, ali i široj stručnoj i opštoj javnosti. Objave su obuhvatale različite teme u vezi sa medijskom i digitalnom pismošću, nudeći praktične smjernice, objašnjenja i resurse za razumijevanje savremenog medijskog okruženja. Na taj način, sajt je dodatno učvrstio svoju ulogu referentnog mjesta za informisanje i edukaciju u oblasti medijske pismenosti u Crnoj Gori.

## 5.9. Nastavljen značajan rast na društvenim mrežama sadržajima koji su posvećeni medijskoj pismenosti

Agencija je nastavila da gradi prisustvo i vidljivost aktivnosti u oblasti medijske pismenosti putem naloga „Medijska pismenost Crna Gora“ na društvenim mrežama. Tokom cijele godine redovno su bili objavljivani edukativni sadržaji na Facebooku, Instagramu i X-u, sa posebnim naglaskom na praktične savjete i razumljive formate namijenjene različitim ciljanim grupama. Objave su obuhvatale leksikone medijskih pojmova, kratke edukativne tekstove, infografike, video materijale, sadržaje namijenjene roditeljima, kao i vizuelne prikaze aktivnosti Agencije na terenu.



Putem foto priča predstavljene aktivnosti „sa terena“, čime je dodatno istaknuta važnost medijske i digitalne pismenosti i približen rad Agencije široj javnosti. Kontinuirano objavljivanje sadržaja i interakcija sa pratiocima rezultirali su značajnim rastom onlajn zajednice.

## 5.10. Istraživanje javnog mnjenja o povjerenju u programe crnogorskih emitera<sup>137</sup>

Istraživanje javnog mnjenja o povjerenju u programe crnogorskih emitera tokom 2025. godine za potrebe Agencije za audiovizuelne medijske usluge sproveo je Ipsos. Osnovna svrha istraživanja jeste dobijanje relevantnih podataka o uslovima, navikama i razlozima koji utiču na različite preferencije i stepen povjerenja javnosti u medije, kao i o uspješnosti emitera u odgovaranju na ključna očekivanja i potrebe gledalaca i slušalaca.



Sprovođenje istraživanja javnog mnjenja o povjerenju, gledanosti i slušanosti emitera jedna je od nadležnosti Agencije propisanih članom 141 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, prema kojem je AMU dužna da ovakva istraživanja realizuje najmanje jednom godišnje. Imajući u vidu razlike u prirodi, metodologiji i tehničkim zahtjevima ovih vrsta istraživanja, Agencija je sprovedla posebno istraživanje povjerenja javnosti u programe crnogorskih emitera.

Istraživanje je sprovedeno na nacionalno reprezentativnom uzorku od 1.041 ispitanika, starosti 18 i više godina, primjenom CAPI metode (Computer Assisted Personal Interview). Uzorak je bio troetafni i stratifikovani, a terensko prikupljanje podataka realizovano je u periodu od 25. oktobra do 11. novembra 2025. godine.

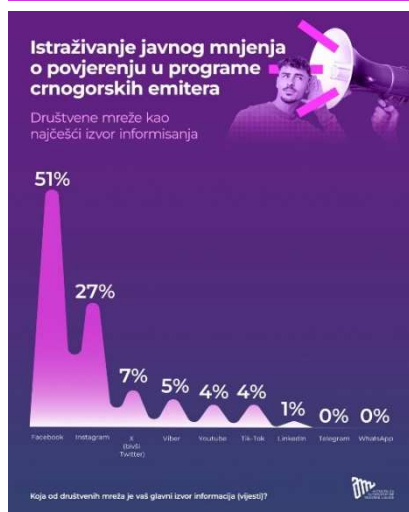
Podaci istraživanja ukazuju da najveću publiku u Crnoj Gori ima televizija koju mjesečno prati skoro 95 odsto, internet skoro 90 odsto i društvene mreže na mjesečnom nivou prati 82 odsto ukupne populacije. Sedam od deset punoljetnih građana prati jedan od ta tri medija.

Televizija kao dominantan medij raspolaže najmasovnijom publikom i skoro tri četvrtine populacije prati na dnevnom nivou televizijske programe, a svega šest odsto skoro nikada ne prati televiziju. Radio i dalje pokazuje da je aktuelan i više od jedne trećine punoljetne populacije svakodnevno prati taj medij. Štampani mediji su u značajnoj mjeri u problemu i već godinu u padu u dnevnom i mjesečnom dometu. Štampana izdanja i ostale magazine ne prati 60 odsto populacije. S druge strane, internet se više puta dnevno jako često koristi i više od tri četvrtine crnogorske populacije dnevno prati neke sadržaje na internetu. Ukupan procenat korisnika interneta je skoro 90 odsto, što jasno ilustruje snagu tog izvora.

<sup>137</sup> <https://amu.me/wp-content/uploads/2025/12/AMU-Istrazivanje-javnog-mnjenja-o-povjerenju-u-programe-crnogorskih-emitera-decembar-2025.pdf>



Podaci istraživanja pokazuju da i pored veoma visokog nivoa penetracije digitalnih medija generalno, a posebno u domenu izvora informisanja, televizija i dalje predstavlja dominantan (primarni) izvor informativnih sadržaja.



Facebook dominira među društvenim mrežama kao vodeći izvor informisanja, a slijede ga Instagram i X. Instagram je omiljen među mlađim generacijama crnogorske digitalne medijske publike, dok je X među obrazovanim djelovima ove publike.

## 5.11. Obuka - Profesionalno i etičko izvještavanje ključ povjerenja javnosti u krizama

Tokom 2025. godine, Agencija za audiovizuelne medijske usluge (AMU) je organizovala dvodnevni seminar u Baru, namijenjen novinarima elektronskih medija i predstavnicima same Agencije, sa ciljem jačanja kapaciteta za profesionalno i etičko izvještavanje u kriznim situacijama. Aktivnost je bila svojevrsni odgovor na nalaze istraživanja sprovedenog 2024. godine, koje je ukazalo na potrebu dodatne edukacije novinara u izvještavanju tokom kriznih događaja.

Otvarajući seminar, direktorica AMU Sunčica Bakić istakla je važnost poštovanja profesionalnih standarda u kriznim okolnostima i naglasila da medijsko djelovanje u krizama značajno utiče na povjerenje javnosti i dostojanstvo pogođenih ljudi.

Predavači seminara bili su Nenad Pejić, iskusni novinar i osnivač redakcije Radija Slobodna Evropa, koji je učesnicima približio principe novinarstva u kriznim uslovima, izazove političkih pritisaka i manipulacija, te značaj etičke odgovornosti i tačnosti u izvještavanju, kao i fotoreporter Damir Šagolj, dobitnik Pulitzerove nagrade, koji je govorio o etici fotografije u krizama, vizuelnoj manipulaciji i granicama pristojnosti u prikazivanju patnje.



Tokom seminara obrađene su brojne ključne teme za profesionalno izvještavanje u kriznim situacijama: definisanje krize i uloge medija, pet principa novinarstva u kriznim uslovima, prepreke profesionalnom izvještavanju, faze krize i zadaci medija, jezik u medijima, upotreba anonimnih izvora i spin, lojalnost i javni interes, govor mržnje i proces dehumanizacije, lažne vijesti i odgovornost medija, kao i vizuelna interpretacija i kontekst u izvještavanju o migrantima, civilnim žrtvama i drugim osjetljivim temama. Na obuci su učestvovali predstavnici elektronskih medija iz Crne Gore, kao i predstavnici Agencije, dominantno iz Sektora za nadzor/monitoring.

Obuka je doprinijela jačanju profesionalnih kompetencija i etičkog pristupa novinarstvu, čime je unaprijeđeno medijsko okruženje i povjerenje građana u kriznim situacijama.<sup>138 139</sup>

<sup>138</sup> Saopštenje: Profesionalno i etičko izvještavanje ključ povjerenja javnosti u krizama: <https://amu.me/obavjestenja/profesionalno-i-eticko-izvjestavanje-kljuc-povjerenja-javnosti-u-krizama/>

<sup>139</sup> PHOTO: [https://amu.me/galerija/?album=33328&album\\_ses=1#aigpl-album-gallery-1](https://amu.me/galerija/?album=33328&album_ses=1#aigpl-album-gallery-1)

## 6. MEĐUNARODNA SARADNJA

Na međunarodnom planu, prošla godina je u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga protekla u znaku implementacije značajnih dokumenata Evropske unije, Akta o digitalnim uslugama i Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD), i početka primjene Evropskog akta o slobodi medija (EMFA).

Kao rezultat primjene najnovijih regulativa Evropske unije, nastavljena je saradnja Evropske komisije sa nacionalnim regulatornim organima, kroz Evropski odbor za digitalne usluge, nacionalne koordinateure za digitalne usluge i direktnu implementaciju DSA u državama članicama EU.

Kada je u pitanju implementacija EMFA-e, 2025. godina protekla je u znaku transformacije Evropske grupe regulatora (ERGA) u Evropski odbor za medijske usluge. Cilj osnivanja Medijskog odbora je da doprinese stvaranju evropskog regulatornog okvira koji omogućava slobodan, pluralistički, pouzdan i konkurentan medijski ekosistem u Evropi, koji odražava kulturnu raznolikost, uz garantovanje zaštite osnovnih prava i osnaživanje građana i građanki da oblikuju informisano mišljenje i aktivno učestvuju u društvenoj i demokratskoj debati.

Agencija je bila direktno uključena u ove procese kroz učešće u savjetodavnim organima Evropske komisije, članstvo u relevantnim evropskim asocijacijama, kao i kroz sprovođenje regionalnih projekata. Uzimajući u obzir promjene koje će navedeni akti donijeti regulatornim organima u Evropi, Agencija je, u partnerstvu sa državnim organima i međunarodnim institucijama, aktivno radila na stvaranju povoljnog ambijenta za efikasnu transpoziciju evropskih pravnih normi i standarda u nacionalni regulatorni sistem.

Kroz učešće u Evropskom odboru za medijske usluge (EBMS) i Kontakt mreži EBMS, predstavnici Agencije su pratili proces primjene najznačajnijih legislativnih inicijativa u Evropskoj uniji, kroz analize iskustava i izazova u državama članicama. Ova iskustva, kao i izvještaji i drugi dokumenti koje su pripremile radne grupe EBMS, biće veoma korisni Crnoj Gori u procesu dalje transpozicije uredbi Evropske unije u nacionalno zakonodavstvo, dok su za Agenciju vrlo značajni radi blagovremene pripreme za implementaciju novog zakonskog okvira.

Na bilateralnom nivou, Agencija je nastavila saradnju sa regulatornim organima iz Evropske unije, kroz sastanak menadžmenta Agencije sa predstavnicima Portugalskog regulatornog medijskog organa (Entidade Reguladora para a Comunicação Social – ERC), kao i sa regulatornim organima iz regiona, uključujući sastanak sa Nezavisnom komisijom za medije Kosova.

Kroz učešće u radu Evropske platforme regulatornih organa (EPRA), predstavnici Agencije su nastavili saradnju i komunikaciju sa predstavnicima preko 50 regulatornih organa iz Evrope, kroz razmjenu iskustava i najboljih praksi u regulaciji audiovizuelnih medijskih usluga.

Na nacionalnom nivou, Agencija je nastavila saradnju sa predstavnicima međunarodnih organizacija u Crnoj Gori, kroz projekte koje finansiraju i implementiraju Evropska unija, Savjet Evrope i Organizacija za evropsku bezbjednost i saradnju (OEBS), i Kancelarija za demokratske institucije i ljudska prava (ODIHR). Na ovaj način, Agencija nastavlja dugogodišnju uspješnu saradnju sa ovim međunarodnim organizacijama, sa fokusom na zaštitu slobode izražavanja, regionalnu saradnju sa regulatornim organima, medijsku pismenost i druge značajne oblasti regulacije audiovizuelnih medijskih usluga.

## 6.1. Učešće u radu Mediteranske mreže regulatornih organa (MNRA)<sup>140</sup>

Dvadeset četvrta Plenarna skupština Mediteranske mreže regulatornih organa, koja predstavlja vodeću platformu za dijalog, istraživanje i razmjenu najboljih praksi u audiovizuelnoj regulativi, održana je od 2. do 3. oktobra u Prištini, Kosovo.

Skupština je započela preuzimanjem predsjedavanja Asocijacijom od strane regulatora sa Kosova, dok je italijanski regulator izabran za potpredsjednika. Rad Plenarne skupštine bio je strukturiran oko nekoliko aktuelnih pitanja u oblasti regulacije medija: zaštita maloljetnika na internetu, regulacija onlajn medija u kontekstu sve veće upotrebe vještačke inteligencije, kao i borba protiv govora mržnje i manipulacija informacijama.

Tokom sastanka predstavljene su aktivnosti obje radne grupe. Radna grupa za medijsku i informacionu pismenost fokusirala se na vještačku inteligenciju i mogućnosti njene primjene u unapređenju regulacije. Druga radna grupa, koja se bavi rodom i medijima, analizirala je zastupljenost žena u medijima, uz predstavljanje konkretnih primjera prakse katalonskog regulatora.

## 6.2. Učešće u radu Evropskog odbora za medijske usluge (EBMS)<sup>141</sup>

### 6.2.1. Plenarna skupština EBMS-a, 11. april, Brisel

Na Skupštini Evropskog odbora za medijske usluge, koja je održana 11. aprila 2025. godine, usvojen je Plan rada za 2025. godinu i izabrani su članovi Upravnog odbora. Usvojena je višegodišnja strategija organizacije, kao i pravila rada radnih grupa i ostala opšta dokumenta, dok su članovi informisani o aktivnostima Odbora u narednom periodu. Predstavljene su aktivnosti u prelaznom periodu između potpunog funkcionisanja Odbora u odnosu na ERGA-u. U pravilima rada radnih grupa detaljno su propisane aktivnosti koje će se preduzeti, kao i planirani događaji koje će svaka radna grupa organizovati. Predstavljani su izvještaji koji se odnose na borbu protiv dezinformacija i načini unapređenja regulacije u digitalnom prostoru.

Članovi su razgovarali o aktivnostima u tekućoj godini i strategiji koju će Odbor imati. Jedna od aktivnosti je i učešće Odbora u Stalnoj radnoj grupi za Kodeks ponašanja o dezinformacijama, o kojoj će se zauzeti stav. Bord je birao predstavnike i za druga slična tijela, kao što je Evropski odbor za digitalne usluge. Prisutni članovi su upoznati sa aktivnostima grupe za komunikaciju kao i sa novim vizuelnim identitetom, koji uključuje logo i veb sjat.

### 6.2.2. Plenarna skupština EBMS-a, 30. jun, Brisel

Na Plenarnoj skupštini EBMS-a, održanoj 30. juna 2025. godine u Briselu, prezentovana je saradnja sa Evropskom komisijom, kao i Plan rada za 2026. godinu. Nakon toga predstavljani su izvještaji svih šest radnih grupa, koji su se odnosili na: unutrašnju i međunarodnu saradnju, integritet u informacionom procesu, pluralizam u okviru EMFA, audiovizuelne medijske sadržaje, evolucija regulatornog okvira i poslovno okruženje u medijima.

Nakon svakog izvještaja, članovi skupštine učestvovali su u raspravi i izlagali komentare vezano za teme mapiranja konkretnih članova EMFA koji propisuju obaveze regulatorima koje će biti potrebno preduzeti u narednom periodu, priprema tema koje se odnose na Evropski demokratski štiti i obaveza koje regulatori mogu preuzeti. Pripremljeni su i interni akti vezani za medijsku koncentraciju, u skladu sa članovima 22 i 23 EMFA. Posebna pažnja posvećena je članu 17 EMFA, odnosno obavezama koje proizilaze iz stava 4, vezano za obaveze koje regulatori imaju prema pružaocima usluga kojima je porijeklo van Evropske

<sup>140</sup> <https://www.rirm.org/en/the-mnra/>

<sup>141</sup> [https://media-board.europa.eu/index\\_en](https://media-board.europa.eu/index_en)

unije, a šta treba da rade u konsultacijama sa Evropskom komisijom. Razmatrane su i druge obaveze regulatora koje proizilaze iz Evropske direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama i Aktu o digitalnim uslugama.

### 6.2.3. Plenarna skupština EBMS-a, 10. decembar, Barselona

Članovi Skupštine EBMS-a upoznati su sa aktivnostima koje Evropska komisija preuzima u okviru svojih nadležnosti, kao i sa saradnjom sa Odborom u kontekstu EMFA. Tokom diskusije izneseni su brojni predlozi za unapređenje saradnje sa Komisijom, dok je predstavnica Komisije istakla aktivnosti Odbora u vezi sa jačanjem mehanizama zaštite medijskog pluralizma. Poseban osvrt dat je na članove 22 i 26 EMFA-e, dok su se članovi Odbora interesovali o budućim izmjenama Evropske direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama, potvrđujući posvećenost radu u okviru nadležnosti iz Akta o digitalnim uslugama. Takođe su iznesena mišljenja vezana za članove 21 i 23 EMFA. Princip zemlje porijekla potvrđen je kao temelj zajedničkog tržišta u Evropskoj uniji.

Nakon toga su predstavljene aktivnosti predsjedništva Odbora kao i radnih grupa u tekućoj godini i planovi za 2026. godinu. Prezentovana je strategija rada za narednu godinu, uključujući sve predviđene aktivnosti i novu organizaciju radnih grupa, sa ciljem povećanja efikasnosti rada Odbora. Članovi su iznijeli stavove u odnosu na prioritete Odbora za narednu godinu među kojima su posebno istaknuti: fokus na konkretne rezultate i učinke, unapređenje toka informacija i koordinacije, jačanje kapaciteta i obuka regulatora, veći stepen uključenosti malih regulatora i jačanje spoljne komunikacije i vidljivosti. Izabrano je i novo rukovodstvo za narednu godinu, pa će Odborom predsjedavati Ama Asante, (CvdM, Holandija).

### 6.2.4. Prvi sastanak Kontakt mreže EBMS-a, 5.jun, Brisel

Prvi sastanak Kontakt mreže u 2025. godini otvorio je predstavnik predsjedavajućeg Medijskog odbora (CNMC), koji je predstavio tri nova člana Sekretarijata. Predstavnicima Evropske komisije informisali su učesnike o predstojećim inicijativama, uključujući pokretanje javne rasprave o članu 18 Evropskog akta o slobodi medija (EMFA), pripreme aktivnosti za ex-post evaluaciju Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD), kao i organizaciju radionica za nacionalna regulatorna tijela.

Više radnih grupa predstavilo je ostvareni napredak u svom radu, kao i planirane aktivnosti. Radna grupa 6 bavila se pitanjima unutrašnje i spoljne saradnje, s posebnim fokusom na razvoj kriterijuma za prekograničnu saradnju u skladu sa članom 17 EMFA. Dogovoreno je da kvalitet i usklađenost sa Evropskom komisijom imaju prioritet u odnosu na brzinu izrade dokumenata, te da se nacrti distribuiraju prije plenarnih sastanaka. Radna grupa 2 razmatrala je pitanja pluralizma i medijskih tržišta, uz ažuriranja u vezi sa smjernicama za nacionalne mjere i koncentraciju medijskog tržišta, te je predstavila rezultate radionice o bazama podataka o vlasništvu medija.

Sekretarijat je predstavio svoju ulogu u podršci radu radnih grupa kroz koordinaciju, prikupljanje podataka i analitičku pomoć. Razmatrana su i pitanja spoljne reprezentacije, komunikacionih aktivnosti i rada postojećih radnih tijela. Sastanak je zaključen predstavljanjem okvira Programa rada za 2026. godinu, uz potvrdu da će naredni Plenarni sastanak biti održan 30. juna 2025. godine.

### 6.2.5. Drugi sastanak Kontakt mreže EBMS-a, 7. oktobar

Drugi sastanak Kontakt mreže, održan u virtuelnom formatu, otvorio je Marcel Betzel (CvdM), koji je pozdravio učesnike i vodio usvajanje dnevnog reda. U uvodnom dijelu, Anne-Marie van den Heuvel (CvdM) predstavila je rezultate nedavno sprovedene konsultacije sa članovima Medijskog odbora i drugim relevantnim akterima, sa posebnim fokusom na ključne primjedbe i povratne informacije značajne za planiranje Programa rada za 2026. godinu.

Značajan dio sastanka bio je posvećen detaljnoj diskusiji sa članovima, koji su iznijeli komentare, pitanja i sugestije u vezi sa nacrtom Programa rada. Ta interaktivna sesija

omogućila je pojašnjenje prioriteta, potencijalne izmjene i usklađivanje strateškog fokusa za narednu godinu.

Sastanak je završen sumiranjem narednih koraka i potvrdom daljih aktivnosti u cilju finalizacije Programa rada za 2026. godinu.

### 6.2.6. Treći sastanak Kontakt mreže EBMS-a, 20. novembar, Brisel

Treći sastanak Kontakt mreže Medijskog odbora okupio je predstavnike nacionalnih regulatornih tijela i evropskih institucija u cilju razmatranja ključnih pitanja u oblasti medijske regulative i saradnje. Sastanak je otvoren izlaganjem predstavnika Evropske komisije o aktuelnim politikama i prioritetima relevantnim za rad Medijskog odbora.

Radna grupa 1 bavila se audiovizuelnim medijskim pitanjima, uključujući evropska djela, zaštitu maloljetnika i regulatorne izazove u vezi sa djelovanjem influensera. Predstavnicima radnih grupa 1 i 4 prezentovali su rezultate ex-post evaluacije Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD), uz davanje smjernica za dalji rad Plenuma.

Komunikaciona grupa izvijestila je o napretku u vezi sa internet stranicom Medijskog odbora, internim alatima za komunikaciju i pripremom Godišnjeg izvještaja za 2025. godinu. Učesnici su takođe razmatrali predloge za studije planirane za 2026. godinu i pripreme aktivnosti za Plenarni sastanak u decembru 2025. godine.

Sastanak je zaključen razmatranjem logističkih i proceduralnih pitanja, uz potvrdu značaja koordinisanog djelovanja regulatornih organa država članica.

## 6.3. Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela – EPRA<sup>142</sup>

### 6.3.1. Izvještaj sa 61. sastanka EPRA-e, 14 - 16. maj, Kišinjev

Šezdeset prvi sastanak EPRA-e, održan od 14. do 16. maja 2025. godine u Kišinjevu, Moldavija okupio je oko 150 predstavnika i stručnjaka. Sastanak je počeo prezentacijama regulatora i drugih učesnika, kao što je uobičajeno, a predstavljene su i nove aktivnosti koje su pojedini regulatori uveli ili sproveli. Tokom događaja predstavljen je novi vizuelni identitet organizacije, nakon čega su održana dva panela.

Prvi panel pod nazivom „VSP i društvene mreže: Zaštita djece onlajn“ bavio se temom zaštite maloljetnika i učesnici su dominantno razgovarali o pitanjima koja se odnose na onlajn prostor/društvene mreže i mogućnosti unapređenja regulacije i zaštite maloljetnika kroz regulatorne mjere. Drugi panel „Interni procesi: Šta čini regulatora zasnovanog na dokazima?“ bavio se iskustvima rada regulatora, pri čemu su ključna tema diskusije bila razmatranja konkretnih primjera i rješenja koja su primijenjena u praksi.

**Na tom sastanku izabran je i novi Izvršni odbor – predsjednik i četiri potpredsjednika. Stephanie Comey, šefica irskog regulatornog tijela izabrana je za predsjednicu, dok je Branko Bošković, predsjednik Savjeta Agencije za audiovizuelne medijske usluge izabran za potpredsjednika tog tijela. Izbor Boškovića predstavlja važno priznanje za Agenciju, ali i za Crnu Goru, jer je prvi put predstavnik naše države izabran u rukovodstvo te veoma važne međunarodne mreže. Dodatno, to se može posmatrati i kao simboličan uspjeh za čitav region Zapadnog Balkana, budući da Crna Gora, kao lider u evropskim integracijama, ima priliku da doprinese regionalnoj vidljivosti i razmjeni znanja u domenu medijske regulacije. Učešće u Izvršnom odboru EPRA-e omogućava ne samo doprinos u određivanju strateških pravaca djelovanja mreže, već i aktivno uključivanje u definisanje i promovisanje najboljih evropskih praksi.**

<sup>142</sup> European Platform of Regulatory Authorities (<http://www.epra.org>). Članovi EPRA 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 EPRA. Sastanci se organizuju dva puta godišnje.

### 6.3.2. Izvještaj sa 62. sastanka EPRA-e, 23 - 24. oktobar, Jerevan

Šezdeset drugi sastanak EPRA-e organizovan je u Jerevanu, Jermenija 23. i 24. oktobra 2025. godine u organizaciji Komisije za televiziju i radio Republike Jermenije. Dvodnevnom događaju prisustvovalo je oko 115 delegata iz brojnih evropskih zemalja, s ciljem razmjene mišljenja i iskustava o aktuelnim pitanjima koja se odnose na regulaciju medija u Evropi. Dnevni red konferencije obuhvatio je izazove formiranja, promocije i zaštite medijskog pluralizma u digitalnom dobu, kao i mehanizme za razvoj i sprovođenje strategija u brzo promjenljivom okruženju.

Tokom prve sesije istaknuti su ključni događaji i aktivnosti među članicama EPRA, kao i organizacijama sa statusom stalnih posmatrača. Učesnici su imali priliku da se upoznaju s najnovijim saznanjima Globalne mreže regulatora za bezbjednost na mreži (GOSRN) i Globalnog registra medija, koji su dio međunarodne inicijative za praćenje vlasničke strukture medija. Direktorica Agencije, gospođa Sunčica Bakić, u svom izlaganju je predstavila zakonodavni okvir Crne Gore i aktivnosti Agencije usmjerene na unapređenje transparentnosti vlasništva u medijima, posebno kroz razvoj i održavanje sajta Agencije kao javno dostupne baze podataka o medijskom vlasništvu.

Na sesiji pod nazivom „Definisanje, promocija i zaštita medijskog pluralizma u digitalnom dobu“ učesnici su razmatrali sve veći uticaj digitalnih platformi na javni diskurs, kao i izazove koje taj trend donosi u pogledu moći formiranja mišljenja, transparentnosti i demokratske odgovornosti.

Tematska sesija pod nazivom „Kako postaviti strategije u brzo razvijajućem okruženju i sprovesti ih?“ bila je fokusirana na razmjenu iskustava i najboljih praksi u izradi i sprovođenju strateških dokumenata regulatornih tijela.

### 6.3.3. Rad odbora EPRA

Kao član Odbora, dr Branko Bošković redovno je prisustvovao sastancima, koji se održavaju jednom mjesečno, od kojih su neki uživo, a neki onlajn. Ključne teme kojima se Odbor bavio tokom 2025. godine bile su vezane za analizu prethodnih sastanaka i pripremu sljedećih. Osim toga, Odbor je u kontinuitetu radio na pripremi novog veb-sajta, koji je dio kreiranja novog brenda EPRA-e, koji je djelimično predstavljen kroz novi logo, a kompletan rebranding će biti završen tokom 2026. godine. Odbor je takođe radio i na izmjenama Statuta, jačanju internih kapaciteta i saradnji sa drugim organizacijama.

## 6.4. Bilateralna saradnja

### 6.4.1. Posjeta Portugalskom regulatornom medijskom organu

Predstavnici Agencije za audiovizuelne medijske usluge boravili su u radnoj posjeti Portugalskom regulatornom medijskom organu (Entidade Reguladora para a Comunicação Social – ERC) u junu 2025. godine. ERC je predstavio ključne aktivnosti i strateške ciljeve, uključujući pregled medijskog pejzaža u Portugalu. Predstavnici AMU su prezentovali svoje aktivnosti i projekte, čime je otvoren prostor za institucionalni dijalog i međusobno upoznavanje sa regulatornim praksama.



Regulatori su razgovarali o transparentnosti regulatornih procesa, mehanizmima prikupljanja i obrade podataka i njihovoj primjeni u regulatornim procesima, kao i o ERC-ovom portalu transparentnosti. Predstavnici Agencije su predstavili portal transparentnostmedija.me. Takođe je razmatran segment koncentracije vlasništva nad medijima i uloge regulatora u praćenju i ocjeni tržišne konkurencije. Učesnici su razgovarali i o projektima u oblasti medijske pismenosti, sa posebnim naglaskom na inovativne pristupe i uključivanje različitih ciljnih grupa. Važne teme razgovora bile su i novi evropski regulatorni okvir, sa akcentom na DSA i EMFA i regulativa u oblasti vještačke inteligencije. Diskutovani su pravni i tehnički aspekti njihove implementacije, kao i potencijalni uticaji na rad regulatornih tijela. Poseban segment bio je posvećen upotrebi tehnoloških alata u regulatornoj praksi, uključujući demonstraciju softvera za monitoring, kao i metoda istraživanja i analize pluralizma informacija.

Tokom sastanka potpisan je Memorandum o razumijevanju, usmjeren na jačanje institucionalne saradnje u oblasti medijske regulacije. Taj značajan dokument potpisali su predsjedavajuća ERC-a, Helena Sousa, i predsjednik Savjeta AMU, Branko Bošković. Memorandum predstavlja važan korak ka unapređenju dijaloga i razmjeni dobrih regulatornih praksi i iskustava, u cilju osnaživanja nezavisnosti i efikasnosti regulatornih tijela. Saradnja između ERC-a i AMU dodatno će doprinijeti zaštiti pluralizma, slobode izražavanja i odgovornog medijskog djelovanja.

### 6.4.2. Saradnja sa Nezavisnom komisijom za medije Kosova (IMC)



Delegacija Agencije za audiovizuelne medijske usluge, predvođena direktoricom Sunčicom Bakić, boravila je u zvaničnoj posjeti Nezavisnoj komisiji za medije Kosova u Prištini u februaru 2025. godine. Tom prilikom održan je sastanak dva regulatorna tijela, posvećen razmjeni iskustava i najboljih praksi u cilju jačanja regulacije audiovizuelne medijske sfere.

Tokom susreta sa predstavnicima Nezavisne komisije za medije predstavljen je njen rad kao ključnog tijela u regulisanju radiodifuznih emitera na Kosovu. Istovremeno, delegacija AMU predstavila je nadležnosti Agencije, dosadašnje projekte i aktivnosti usmjerene na unaprjeđenje regulatornog okvira u Crnoj Gori. Jedna od glavnih tema razgovora bila je i regulativa i uloga regulatora u izbornom procesu. Sagovornici su predstavili relevantne pravne okvire u toj oblasti, iskustva i mehanizme, te metodologije monitoringa medijskog izvještavanja tokom perioda predizborne kampanje.

Nakon uspješne posjete u februaru 2025. godine, saradnja između institucija je nastavljena kroz uzvratnu posjetu delegacije Nezavisne komisije za medije Kosova, predvođene vršiocem dužnosti direktora Komisije Nimanom Racajem, Agenciji u novembru iste godine. Sastanak je predstavljao nastavak dijaloga započetog tokom prethodnog susreta u Prištini, posebno u pogledu jačanja profesionalnih standarda, razmjene iskustava i unapređenja regulatornih mehanizama u audiovizuelnom sektoru.

Obje strane saglasile su se da je kontinuirana saradnja ključna za unapređenje regulatornih praksi, te je dogovoreno intenziviranje zajedničkih aktivnosti u narednom periodu.

## 6.5. Učešće u radu Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD)

Predstavnik Agencije učestvovao je na sastanku Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD) koji je održan 16. juna 2025. godine u Briselu. Sastanak je otvorio predsjedavajući, šef Sektora za politiku audiovizuelnih i medijskih usluga u DG CNECT. U svom uvodnom izlaganju osvrnuo se na italijansku notifikaciju Evropskoj komisiji o nacrtu liste događaja koji su od velikog značaja za društvo.

Glavna rasprava se odnosila na italijanski predlog liste događaja u skladu sa članom 14 AVMSD-a. Predstavnici Evropske komisija naglasili su da države članice mogu primijeniti mjere kako bi osigurale javni pristup ključnim događajima, dok emiteri mogu zadržati ekskluzivna prava.

Predstavljeni izvještaji o evaluaciji AVMSD-a, koja ima za cilj promociju konkurentnosti evropskih medija, prekograničnu cirkulaciju medijskog sadržaja, kulturnu raznolikost i medijski pluralizam. Evaluacija obuhvata period 2022–2024 i biće završena do decembra 2026. godine. U izvještaju, koji će uslijediti na osnovu te evaluacije, biće predložene izmjene radi otklanjanja nedostataka u postojećem okviru ili zbog promjena na medijskom tržištu.

## 6.6. Konferencija o medijskoj pismenosti EU – Zapadni Balkan 2025

Konferencija o medijskoj pismenosti EU – Zapadni Balkan 2025 na kojoj je učestvovao predstavnik Agencije održana je 17. novembra 2025. godine u Skoplju, Sjeverna Makedonija. Skup su organizovali Delegacija EU u Sjevernoj Makedoniji i Evropska služba za spoljne poslove (EEAS). Događaj je bio posvećen jačanju medijske pismenosti, borbi protiv dezinformacija i pružanju podrške pouzdanom informacionom okruženju. Na konferenciji je učestvovalo više od 100 novinara, urednika, akademika, predstavnika civilnog društva i diplomata iz Zapadnog Balkana i Evropske unije.

Konferencijom su započeli Dani medijske pismenosti 2025 (17–24. novembar), a učesnici su kroz panele i radionice diskutovali o izazovima kao što su odgovornost platformi, dezinformacije povezane s rodom i naukom, manipulacije informacijama pomoću AI, kao i o medijskim navikama mladih ljudi.

Predstavnica organizacije *Zašto ne* prezentovala je regionalne inicijative vezane za primjenu Uredbe o digitalnim uslugama (DSA) Evropske unije. Takođe je istakla značaj dugoročne strategije i jačanja ekosistema podrške civilnog društva i regulatornih organa. Predstavnik Generalnog direktorata za mreže, sadržaj i tehnologiju (DG Connect) Evropske komisije najavio je da će podrška zemljama kandidatkinjama koje rade na usklađivanju sa DSA biti prioritet tokom 2026. godine.

## 6.7. Učešće u projektu „Zaštita slobode izražavanja i medija na Zapadnom Balkanu“- PRO-FREX (Savjet Evrope i EU)

U organizaciji Savjeta Evrope, predstavnici AMU učestvovali su 9. oktobra 2025. godine u Atini na sastanku regulatornih tijela Zapadnog Balkana, u okviru projekta „Zaštita slobode izražavanja i medija na Zapadnom Balkanu“ (PRO-FREX). U fokusu sastanka je bila razmjena mišljenja u vezi sa definisanjem regulatornih pristupa u suzbijanju štetnih sadržaja na digitalnim mrežama, u cilju usklađivanja sa evropskim standardima, uključujući i Akt o digitalnim uslugama (DSA).

Događaju su prisustvovali predstavnici šest regionalnih regulatora, Savjeta Evrope i tri spoljna stručnjaka iz regulatornih tijela EU: Grčkog nacionalnog savjeta za radio i televiziju, Grčke komisije za telekomunikacije i poštu (EETT) i Italijanskog tijela za komunikacije (AGCOM). Predstavljena je inicijativa Savjeta Evrope „RESIST - Jačanje društvene otpornosti na dezinformacije u Evropi“<sup>143</sup>. Takođe, predstavljen je i „Novi demokratski pakt za Evropu“<sup>144</sup>, kao odgovor Savjeta Evrope na izazove demokratskog nazadovanja, komplementaran inicijativi EU „Evropski štit demokratije“<sup>145</sup>.

Ključne teme obuhvatile su implementaciju DSA i instrumenata Savjeta Evrope, uključujući buduću Preporuku o onlajn bezbjednosti i osnaživanju kreatora i korisnika sadržaja (2026), projekte za razvoj institucionalnog i zakonodavnog okvira, kao i iskustva Italije i Grčke u regulaciji platformi. Predstavljene su i aktivnosti i izazovi Crne Gore u usklađivanju sa DSA i EMFA.

Takođe u organizaciji Savjeta Evrope tokom 10. i 11. oktobra 2025. godine predstavnici AMU učestvovali su na događaju pod nazivom 10. Dijalog o upravljanju internetom u Jugoistočnoj Evropi (South Eastern European Dialogue on Internet Governance (SEEDIG10) u Atini.

Na panelu o digitalnoj politici i proširenju („Digital Policy and Enlargement: A Regional Roadmap for the Western Balkans“), predstavnica AMU je govorila o iskustvu Crne Gore u pripremi zakonskog okvira za implementaciju DSA, uz naglasak na saradnju regulatora radi sprečavanja zaobilaženja pravila, harmonizaciju mapiranja pružalaca digitalnih usluga i mogućnost uspostavljanja neke vrste Regionalnog odbora za digitalne usluge radi jačanja kapaciteta i rješavanja prekograničnih izazova.

## 6.8. Konferencija „European Dialogue on Internet Governance – EuroDIG 2025“

Predstavnik Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) učestvovao je na konferenciji „European Dialogue on Internet Governance – EuroDIG 2025“, održanoj od 12. do 14. maja u Strazburu (Francuska), u okviru projekta „Zaštita slobode izražavanja i medija na Zapadnom Balkanu (PROFLEX)“.

Konferencija je okupila stručnjake iz institucija, civilnog i privatnog sektora i obuhvatila teme iz oblasti digitalnih politika, s posebnim fokusom na ravnotežu između zaštite ljudskih prava, slobode izražavanja i razvoja digitalnih tehnologija. Diskutovano je o otvorenosti interneta, digitalnoj bezbjednosti i odgovornosti platformi, kao i problemima algoritamske pristrasnosti, širenja dezinformacija i društvene polarizacije.

Učešće predstavnika AMU na EuroDIG 2025 omogućilo je sticanje vrijednih uvida u savremene izazove internet upravljanja, jačanje regionalne saradnje i afirmisanje uloge Agencije u dijalogu o digitalnim i medijskim politikama.

<sup>143</sup> RESIST – Strengthening Societal Resilience to Disinformation in Europe, <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/resist-strengthening-societal-resilience-to-disinformation-in-europe>

<sup>144</sup> New Democratic Pact for Europe, <https://www.coe.int/en/web/new-democratic-pact-for-europe>

<sup>145</sup> European Democracy Shield, [https://commission.europa.eu/document/2539eb53-9485-4199-bfdc-97166893ff45\\_en](https://commission.europa.eu/document/2539eb53-9485-4199-bfdc-97166893ff45_en)

## 6.9. Radionica o transponovanju Akta o digitalnim tržištima (DMA) u državama članicama EU (TAIEX 2025)

U organizaciji TAIEX programa Evropske komisije, predstavnici AMU učestvovali su na radionici, u Briselu, Belgija, od 4. do 5. februara 2025. godine, koja je bila posvećena transponovanju Akta o digitalnim tržištima (Digital Markets Act - DMA) u državama članicama EU. Radionica je organizovana u hibridnom formatu, za učesnike iz Albanije, Bosne i Hercegovine, Gruzije, Kosova, Moldavije, Crne Gore, Sjeverne Makedonije, Srbije, Turske i Ukrajine.

Predstavnici različitih službi Evropske komisije i TAIEX stručnjaci su predstavili pojedine aspekte Akta o digitalnim tržištima (DMA) i istakli prednosti koje donosi, kao jedan od centralnih mehanizama evropske digitalne strategije. Da bi se ostvario cilj tog dokumenta (stvaranje pravednijeg i odgovornijeg digitalnog sektora), DMA uspostavlja skup jasno definisanih objektivnih kriterijuma za identifikaciju tzv. „čuvara kapije“ („gatekeepers“), odnosno velikih digitalnih platformi koje pružaju takozvane osnovne platformske usluge, kao što su onlajn pretraživači, prodavnice aplikacija, usluge za razmjenu poruka i time značajno utiču na ulazak i opstanak na tržištu.

Nadalje, pružene informacije su bile od koristi za unapređenje razumijevanja i definisanje potreba u cilju postizanja operativne spremnosti za buduću primjenu DMA u kontekstu procesa pristupanja, a posebno korisno je bilo predstavljanje tzv. Plana puta/„roadmap“ za transponovanje i implementaciju tog dokumenta.

## 6.10. Učešće u projektu „Podrška izbornim reformama na Zapadnom Balkanu“ (OEBS ODIHR)

Predstavnicu AMU učestvovala je na Konferenciji „Lekcije iz rumunskih izbora 2024: Jačanje izbornog integriteta na Zapadnom Balkanu“, u organizaciji Kancelarije OEBS-a za demokratske institucije i ljudska prava (ODIHR), održanoj od 11. do 12. marta 2025. godine u Bukureštu, u okviru projekta "Podrška izbornim reformama na Zapadnom Balkanu („Support to Electoral Reforms in the Western Balkans“).

Učesnici iz širokog spektra organizacija (relevantni za upravljanje izborima, finansiranje (onlajn) kampanja, društvene mreže i regulisanje medija; organizacije civilnog društva i posmatrači izbora; lokalni medijski stručnjaci; lokalni predstavnici akademske zajednice; predstavnici ODIHR-a i Evropske komisije), predstavili su podatke i analize krize tokom rumunskih izbora 2024. godine i poništenja predsjedničkih izbora.

Takođe u okviru istog projekta predstavnicu AMU je učestvovala na regionalnoj radionici „Zaštita integriteta izbora na Zapadnom Balkanu: jačanje nadzora i povjerenja“, održanoj 16–17. septembra 2025. godine u Varšavi. Događaj je okupio predstavnike izbornih komisija, regulatornih i nadzornih tijela, pravosudnih institucija, organizacija civilnog društva i međunarodne eksperte iz regiona Zapadnog Balkana.

Na panelu „Mediji, regulacija i političko oglašavanje“, predstavnicu Agencije govorila je o ulozi medijskih regulatora u obezbjeđivanju fer medijskog predstavljanja tokom izbornih kampanja, kao i o izazovima u nadzoru političkog oglašavanja, naročito u digitalnom okruženju. Ukazano je na probleme prekograničnog emitovanja, zbog široke dostupnosti regionalnih kanala koji nijesu pod nacionalnom regulatornom nadležnošću, zatim na paralelno oglašavanje na tradicionalnim i digitalnim platformama i zaobilaženje pravila, kao i na značaj medijske pismenosti i regionalne saradnje u borbi protiv dezinformacija.

## 6.11. Laboratorija za omladinske politike u oblasti dezinformacija i medijske pismenosti

U organizaciji Regionalnog savjeta za saradnju (RCC), predstavnicu AMU je učestvovala na Treningu i inicijalnoj konferenciji (kick-off conference) u okviru Četvrte tematske laboratorije za omladinske politike u oblasti dezinformacija i medijske pismenosti, koji su održani od 17 do 20. novembra 2025. godine u Tirani. Iz Crne Gore su učestvovali i

predstavnicima Ministarstva kulture i medija, Ministarstva sporta i mladih, NVO „35 mm“, NVO „ZID“ i NVO „Mreža za mlade Crne Gore“.

Laboratorija za omladinske politike o dezinformacijama i medijskoj pismenosti (The Youth Policy Lab on Disinformation and Media Literacy) je inicijativa u okviru projekta Laboratorije za mlade Zapadnog Balkana Savjeta za regionalno saradnju (RCC), koji finansira Evropska unija. Zasnovana je na principu ko-upravljanja, gdje mladi ljudi i kreatori politika iz šest zemalja Zapadnog Balkana, koji zajednički čine Regionalni tim stručnjaka (Regional Pool of Experts), saraduju u upravljanju i sprovođenju politika koje se razvijaju u okviru procesa, kao i u realizaciji zadataka za postizanje zajednički definisanih ciljeva.

Predviđeno je da u svakoj od šest zemalja, kreirane Radne grupe za dezinformacije i medijsku pismenost obuhvate oko šest članova, okupljajući predstavnike nadležnih organa i omladinskih organizacija.

## 6.12. Radionica „Demokratski štit i proširenje: Digitalne i institucionalne perspektive“

Na poziv Ministarstva kulture i medija (MKM), predstavnici AMU su učestvovali 9. decembra 2025. g. u Evropskom parlamentu, u Briselu na radionici „Demokratski štit i proširenje: Digitalne i institucionalne perspektive“ organizovanoj u okviru projekat Fondacije SHARE iz Beograda<sup>146</sup>.

U fokusu su bili izazovi vezani za niz složenih i međusobno povezanih prijetnji, pri čemu se integritet informacija i otpornost javne sfere pojavljuju kao centralna sistemska pitanja (dezinformacije, ugrožavanje integriteta informacija u izbornim procesima. Sve to je u osnovi inicijative Demokratski štit (Democratic Shield), koja teži da izgradi holistički i preventivni okvir za identifikovanje i suzbijanje antidemokratskih aktivnosti.

Pored tri poslanika EP, predstavnika MKM i AMU, radionici su prisustvovali predstavnici EK (DG CNECT), SHARE Fondacije (Srbija), NVO „Zašto ne?“ (BiH), te predstavnici NVO/think tanks sa sjedištem u Briselu. Evropski poslanici su pozdravili napore Crne Gore koji se ulažu po pitanju usaglašavanja sa DSA i EMFA.

Tokom boravka u Briselu održan je i sastanka sa predstavnicima Evropske komisije (EK) iz DG ENEST & DG CNECT koji su zaduženi za praćenje progressa u poglavljima 10 i 23 u sklopu pregovora za pristupanje Crne Gore Evropskoj uniji. U fokusu sastanka je bila razmjena informacija o procesu usaglašavanja sa DSA, DMA i EMFA sa fokusom na prednosti i nedostatke pojedinih od četiri prepoznata scenarija za sprovođenje tog procesa.

Posebno su istaknuti izazovi u kontekstu planiranog zatvaranja pregovaračkih poglavlja 2026. godine i potrebe usvajanja većeg broja zakona. Zbog toga je posebno bilo riječi o izradi detaljne i sveobuhvatne mape puta za usaglašavanje sa tri uredbe (DSA, DMA i EMFA), kojom bi se prepoznali raspoloživi ili neodstajući zakonodavni, institucionalni ili administrativni kapaciteti za primjenu tih instrumenata Acquis-a.

## 6.13. Studijska posjeta Helsinkiju – unapređenje medijske pismenosti i jačanju otpornosti na dezinformacije

Na poziv Misije OEBS-a u Crnoj Gori, direktorica Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) Sunčica Bakić boravila je u Helsinkiju na studijskoj posjeti posvećenoj unapređenju medijske pismenosti i jačanju otpornosti na dezinformacije. Posjetu je organizovalo Ministarstvo vanjskih poslova Finske, uz podršku OSCE Task Force-a.

Tokom dvodnevnog programa učesnici su se upoznali sa finskim modelom medijskog obrazovanja, nacionalnim politikama u toj oblasti i praksama koje podstiču kritičko promišljanje i odgovorno korišćenje medija. Posebna pažnja bila je posvećena informacionoj bezbjednosti, borbi protiv dezinformacija, ulozi obrazovnog sistema, kao i

<sup>146</sup> Fondacija SHARE je anagažovana od strane MKM kao podrška u radu Radne grupe za usaglašavanje sa DSA i EMFA.

iskustvima finskog javnog servisa Yle i štampanih medija u oblasti novinarskih standarda i provjere informacija.

Delegacija je posjetila i Evropski centar izvrsnosti za suprotstavljanje hibridnim prijetnjama, kao i jednu srednju školu u Helsinkiju, gdje su predstavljeni konkretni primjeri razvoja medijske i digitalne pismenosti. Program je zaključen predstavljanjem principa i dobre prakse medijske samoregulacije u Finskoj.

## 6.14. Učešće na konferenciji Alijanse nezavisnih savjeta za štampu Evrope (AIPCE)

Direktorica Agencije za audiovizuelne medijske usluge, Sunčica Bakić, učestvovala je na međunarodnoj godišnjoj konferenciji Alijanse nezavisnih savjeta za štampu Evrope (AIPCE) koja se održala pod temom „Imaju li savjeti za štampu budućnost?“, 25. i 26. septembra u Budvi. Govoreći na sesiji pod nazivom „Da li savjeti za štampu imaju budućnost – Uloga i misija savjeta za štampu u digitalnom dobu“ direktorica Bakić osvrnula se na ulogu regulatornih tijela u novim uslovima koje donose Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama i Evropski akt o slobodi medija (EMFA).

# 7. JAVNOST I UNAPREĐENJE RADA AGENCIJE

## 7.1. Slobodan pristup informacijama

Saglasno Zakonu o slobodnom pristupu informacijama, tokom 2025. godine, Agenciji je podnijeto šest zahtjeva za slobodan pristup informacijama, od kojih su dva usvojena, a četiri odbijena, zbog neposjedovanja informacije odnosno potrebe sačinjavanja nove informacije.

Podnosilac / Predmet zahtjeva	Odluka Agencije po zahtjevu
<p>1. Centar za demokratiju i ljudska prava - CEDEM<sup>147</sup></p> <p>Pristup informacijama/dokumentima kojim su traženi odgovori na sljedeća pitanja: i. „Koliko prigovora je podneseno Agenciji za audiovizuelne medijske usluge u vezi sa govorom mržnje, diskriminatornim sadržajem iii stereotipnim prikazivanjem Roma i Egipćana u medijima u periodu 2021-2024?“ Koliko od tih prigovora se odnosi na: - TV sadržaje; - Radio programe; - Online medijske platforme; ii. „Kakav je ishod podnesenih prigovora (broj)?“ - Opomena ili upozorenja izdatih medijima; - Sankcija izrečenih medijima zbog govora mržnje ili diskriminatornog sadržaja; - Medijskih sadržaja koji su uklonjeni ili izmijenjeni nakon prigovora; iii.„ Da li Agencija vodi monitoring po službenoj dužnosti u vezi sa zastupljenošću RE zajednice u medijima i eventualnim slučajevima diskriminacije?“ iv.„ Koliko projekata koji se odnose na promociju antidiskriminacije, društvene inkluzije Roma i Egipćana ili borbu protiv stereotipa u medijima je finansirano od strane Agencije u periodu 2021-2024?“</p>	Odbijen (sačinjavanje nove informacije)
<p>2. Centar za demokratiju i ljudska prava – CEDEM<sup>148</sup></p> <p>Pristup informacijama / dokumentima kojim su traženi podaci o: 1) broju registrovanih medija u Crnoj Gori; 2) broju postojećih samoregulatornih mehanizama u Crnoj Gori (kolektivnih i individualnih); 3) broju medija koji su dio kolektivnih samoregulatornih mehanizama; 4) broju medija koji imaju interne samoregulatorne mehanizme; 5) broju slučajeva u kojima je Agencija postupala po službenoj dužnosti ili po prijavi zbog povrede profesionalnih i etičkih standarda u medijskom izvještavanju, sa naznakom broja slučajeva koji se odnose na dezinformacije i/ili plasiranje netačnih informacija.</p>	Odbijen (neposjedovanje informacije)
<p>3. NVO „MANS“<sup>149</sup></p> <p>Pristup informacijama/dokumentima koji se odnose na dostavljanje kopija „svih akata koji sadrže podatke i informacije o isplatama direktoru i članovima Savjeta Agencije za septembar 2025. godine.“</p>	Usvojen
<p>4. Advokat Vanja Mugoša<sup>150</sup></p> <p>Pristup informacijama/podacima o osnivačima i vlasnicima internet portala "Portal 083".</p>	Odbijen (neposjedovanje informacije)

<sup>147</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-037/25-22/2 od 19.02.2025. godine

<sup>148</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-037/25-140/2 od 30.06.2025. godine

<sup>149</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-037/25-276/2 od 03.11.2025. godine

<sup>150</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-037/25-293/2 od 21.11.2025. godine

<p>5. Advokat Vanja Vuković <sup>151</sup></p> <p>Pristup informacijama/dokumentima kojim je traženo dostavljanje rješenja o registraciji internet portala "hercegnovi.cool", kao i izvod elektronskih medija koji se vodi kod Agencije za naslovljeni portal.</p>	<p>Odbijen (neposjedovanje informacije)</p>
<p>6. NVO „MANS“ <sup>152</sup></p> <p>Pristup informacijama koje se odnose na dostavljanje kopija obavještenja emitera audio-vizuelnih medijskih (AVM) usluga o načinu objavljivanja informacije o izrečenoj upravno-nadzornoj mjeri (upozorenju) izdatim od 1. januara 2025. godine do 15. decembra 2025. godine zbog kršenja obaveza definisanim Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama, podzakonskim aktima ili izdatim Odobrenjem za emitovanje u rješenjima u kojima je to obavezno.</p>	<p>Usvojen</p>

*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.

Na sajtu Agencije omogućeno je da se sljedećim kategorijama dokumenata pristupi „u tri klika“: izvodi iz registara i evidencija, planovi i izvještaji, javne nabavke, spisak zaposlenih, spisak javnih funkcionera, kao i lista obračuna njihovih zarada, drugih primanja i naknada u vezi sa vršenjem javne funkcije, rješenja kojima je odobren pristup traženim informacijama i slično.

## 7.2. Godišnja konferencija „Medijski horizonti: Efikasnost regulatornih organa“

Agencija za audiovizuelne medijske usluge (AMU) je, u saradnji sa Misijom OEBS-a u Crnoj Gori, 6. novembra 2025. godine u Podgorici organizovala godišnju konferenciju pod nazivom „Medijski horizonti: Efikasnost regulatornih organa“.

Konferencija je predstavljala platformu za razmjenu stavova i iskustava o stanju i razvoju medijskog sektora u Crnoj Gori, sa posebnim osvrtom na ulogu regulatornih tijela, položaj medija u demokratskom društvu i izazove koje donose proces evropskih integracija i digitalna transformacija. Kroz strukturirani dijalog otvorena su pitanja jačanja institucionalnih kapaciteta, medijskih sloboda i profesionalnih standarda u savremenom medijskom okruženju.



Konferenciji su prisustvovali predstavnici institucija, izvršne i zakonodavne vlasti, medija, novinarskih udruženja, samoregulatornih tijela, nevladinih organizacija, akademske zajednice i diplomatskog kora.

Prvi panel, pod nazivom „Evropski standardi i slobodni mediji – gdje je Crna Gora na putu ka EU“ bio je posvećen usklađivanju medijske politike sa evropskim standardima u procesu pristupanja Evropskoj uniji, sa posebnim fokusom na nezavisnost medijskih regulatora i uslove za slobodno i odgovorno novinarstvo. Razmatrana je dilema da li ispunjavanje formalnih mjerila predstavlja cilj samo po sebi ili korak ka stvarnom unapređenju profesionalnih standarda. U okviru panela analizirana je i savremena uloga novinarstva u

<sup>151</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-037/25-293/2 od 16.12.2025. godine

<sup>152</sup> Rješenje Agencije br. UP I 03-037/25-314/2 od 29.12.2025. godine

Crnoj Gori, uključujući odnos medija prema političkim centrima moći i njihov potencijal da budu pokretači demokratskih promjena.<sup>153</sup>



Drugi panel<sup>154</sup>, „Mediji, tehnologija i moć – ko oblikuje realnost u savremenoj Evropi?“, bio je posvećen ulozi medija u savremenim društvenim i političkim procesima u uslovima ubrzanog tehnološkog razvoja i digitalne povezanosti. Razmatran je uticaj novih tehnologija na oblikovanje medijskih narativa i geopolitike savremene Evrope, kao i pitanje stvarne autonomije medija. Poseban fokus stavljen je na Zapadni Balkan, kroz analizu nezavisnosti medija, povjerenja javnosti i izazova opstanka profesionalnog novinarstva u eri dezinformacija, algoritama i političkih pritisaka<sup>155</sup>.



Ključni akcenti sa konferencije dostupni su i na storytelling video materijalu - <https://www.youtube.com/watch?v=09HhRB5Yc5c>.<sup>156</sup>

### 7.3. Nastavljen dobar trend komunikacije sa medijima i građanima

Broj saopštenja Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) u 2025. godini porastao je na 41, u odnosu na 34 u 2024. godini, što pokazuje kontinuirani napredak u komunikaciji sa javnošću. U poređenju sa 2023. godinom, ovo predstavlja povećanje od 86,4%, dok je u odnosu na 2024. rast iznosio 20,6%.

Važno je napomenuti da se komunikacija AMU-a sa medijima i javnošću ne ogleda samo kroz saopštenja, već i kroz izjave za medije, dostupnost novinarima, gostovanja u emisijama,

<sup>153</sup> Saopštenje: AMU Konferencija: Što prije imenovati članove Savjeta AMU, važna uloga nezavisnog regulatora:

<https://amu.me/obavjestenja/amu-konferencija-sto-prije-imenovati-clanove-savjeta-amu-vazna-uloga-nezavisnog-regulatora/>

<sup>154</sup> Saopštenje: AMU Konferencija: U regionu stvarnost oblikuje politika, a ne mediji: <https://amu.me/obavjestenja/amu-konferencija-u-regionu-stvarnost-oblikuje-politika-a-ne-mediji/>

<sup>155</sup> PHOTO: [https://amu.me/galerija/?album=33775&album\\_ses=1#aigpl-album-gallery-1](https://amu.me/galerija/?album=33775&album_ses=1#aigpl-album-gallery-1)

<sup>156</sup> Storytelling VIDEO: <https://www.youtube.com/watch?v=09HhRB5Yc5c>

organizaciju press konferencija, kao i aktivno prisustvo na društvenim mrežama. Ove aktivnosti omogućavaju pravovremeno i transparentno informisanje, jačaju povjerenje građana i doprinose boljoj saradnji sa svim relevantnim akterima u ovoj oblasti.

Sveobuhvatan pristup komunikaciji omogućio je Agenciji da efikasno odgovori na aktuelna pitanja, poveća vidljivost svojih inicijativa i stvori temelje za dalji razvoj otvorenog i transparentnog medijskog okruženja.

## 7.4. Otvorena vrata Agencije studentima

Tokom 2025. godine, Agencija za audiovizuelne medijske usluge (AMU) ugostila je pet grupa posjetilaca – studenata i srednjoškolaca – u okviru aktivnosti „Otvorena vrata“. Cilj ovih posjeta bio je približavanje rada Agencije akademskoj zajednici i mladima, kao i jačanje razumijevanja regulatornog okvira i praksi u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga.

Prve dvije posjete bile su posvećene studentima Fakulteta političkih nauka (FPN) Univerziteta Crne Gore. Tokom susreta, studenti su se upoznali sa nadležnostima Agencije, načinom praćenja i nadzora medijskog sadržaja, zaštitom javnog interesa, medijskim pluralizmom i suzbijanjem govora mržnje. Diskusije su obuhvatile i izazove digitalnog doba, uključujući regulaciju novih platformi, čime su studenti kroz interaktivni razgovor nadogradili svoja teorijska znanja konkretnim primjerima medijske regulacije i mehanizmima zaštite javnog interesa.

Treća posjeta realizovana je sa studentima Ekonomskog fakulteta, a četvrta sa studentima Pravnog fakulteta, pri čemu su studenti kroz praktične primjere i razgovor sa predstavnicima Agencije stekli uvid u menadžerske prakse, regulaciju i nadzor medijskih sadržaja, postupanje po pritužbama i sprovođenje sankcija.



Peta posjeta organizovana je za srednjoškolce u okviru projekta „Akcioni dan“ Unije srednjoškolaca Crne Gore. Tokom posjete, AMU je pružila podršku volonterskim inicijativama, čime je dodatno promovisana društvena odgovornost, volonterizam i aktivno uključivanje mladih u zajednicu.

## 7.5. Dostupnost podataka na veb-stranicama Agencije

Svi dokumenti na sajtu Agencije za audiovizuelne medijske usluge 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 2025. godine postavljeno je 378 objava, koje su sadržale 1027 dokumenata raznih tipova. 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.amu.me](http://www.amu.me) iznosio je 45.885 ili prosječno 3.824 mjesečno. Posjetioci su do veb prezentacije Agencije dolazili najviše preko internet pretraživača (67,65%) i direktnim unosom adrese sajta (28,12%). Preostalih 4,23% je došlo posredstvom društvenih mreža ili upućivanjem sa drugih sajtova. Broj jedinstvenih posjetilaca je bio 27.487, od čega 17.024 ili 61,93% iz Crne Gore. Windows platforma je bila zastupljena sa 38,88%, Android sa 35,05% a Apple iOS sa 21,57%. Ostatak čine Mac, Linux i druge platforme sa ukupno 4,50%. Poređenjem broja pregledanih stranica (97.276) i broja posjetilaca, može se zaključiti da je prosječan posjetilac u 2025. godini pregledao 2,12 stranica u jednoj posjeti, i da je pri svakoj u prosjeku ostao 2 minuta i 45 sekundi.

U 2025. godini zabilježen je pad ukupnog broja posjeta sajtu kao i prosječnog trajanja posjete u odnosu na 2024. godinu. Sa druge strane, porastao je broj jedinstvenih posjetilaca i broj objavljenih dokumenata u odnosu na prethodnu godinu.

Tokom 2025. godine na sajtu Medijske pismenosti postavljeno je 43 objave, koje su sadržale 112 dokumenata raznih tipova.

Ukupan broj posjeta veb prezentaciji [www.medijskapismenost.me](http://www.medijskapismenost.me) iznosio je 16.381 ili prosječno 1.403 mjesečno. Posjetioci su do veb prezentacije Medijske pismenosti dolazili najviše preko internet pretraživača (60,2%) i direktnim unosom adrese sajta (28,51%). Preostalih 11,29% je došlo posredstvom društvenih mreža ili upućivanjem sa drugih sajtova. Broj jedinstvenih posjetilaca je bio 7.902, od čega 2.263 ili 28,64% iz Crne Gore. Android platforma je bila zastupljena sa 45,79%, Windows sa 36,80% a Apple iOS sa 12,89%. Ostatak čine Mac, Linux i druge platforme sa ukupno 4,52%. Poređenjem broja pregledanih stranica (16.381) i broja posjetilaca, može se zaključiti da je prosječan posjetilac u 2025. godini pregledao 2,13 stranica po posjeti, i da je pri svakoj u prosjeku ostao 2 minuta i 8 sekundi.

## 7.6. Dalji rast prisutnosti Agencije na društvenim mrežama

Tokom 2025. godine, Agencija za audiovizuelne medijske usluge (AMU) dodatno je osnažila svoju prisutnost na društvenim mrežama, redovno objavljujući informacije o svojim aktivnostima i nadležnostima, kao i brojne edukativno-informativne sadržaje. Nalozi Agencije na Facebooku, Instagramu, X-u i LinkedInu korišćeni su za pravovremeno informisanje građana i promociju medijske pismenosti.

Tokom godine zabilježen je značajan porast broja pratilaca. Na Facebooku je broj pratilaca porastao sa 902 na 1303, što predstavlja povećanje od 44,46%, dok je na Instagramu zabilježen rast sa 1880 na 2280 pratilaca, odnosno 21,28%. Na X platformi zabilježen je blagi pad sa 1227 na 1161 pratilaca, dok je na LinkedInu broj pratilaca porastao na 1182, što iznosi 38,45% rasta.

Pored povećanja broja pratilaca, značajno su rasli i pokazatelji angažovanja publike: 104 400 naloga ostvarilo je 312 300 pregleda sadržaja, što predstavlja rast od 640%.



Ti rezultati potvrđuju relevantnost i kvalitet sadržaja koji Agencija objavljuje, ali i njenu predanost otvorenoj, transparentnoj i efikasnoj komunikaciji sa građanima, medijskim profesionalcima i drugim društvenim akterima. Povećana aktivnost na digitalnim platformama dodatno je učvrstila prisustvo i uticaj Agencije u onlajn prostoru.

# 8. UNAPREĐENJE KAPACITETA AGENCIJE

## 8.1. Izgradnja i opremanje novog data centra

Realizacijom projekta uspostavljanja novog data centra izvršena je infrastrukturna konsolidacija serverskog i mrežnog okruženja, čime su obezbijeđeni stabilan rad sistema i uslovi za dalju nadogradnju. Uspostavljen je tehnički organizovan i funkcionalno optimizovan prostor, čime su unaprijeđeni pouzdanost, sistematizacija resursa i bezbjednosni standardi.

Projekat je obuhvatio cjelovito uređenje i prilagođavanje prostora u skladu sa savremenim principima organizacije serverskih okruženja. Poseban akcenat stavljen je na fizičku sigurnost, energetska stabilnost, organizaciju instalacija i dugoročnu održivost sistema. Na taj način obezbijeđen je kontrolisan ambijent za rad ključne informacione infrastrukture Agencije.

Ugrađen je podignuti antistatički pod koji omogućava organizovano vođenje kablovske infrastrukture, instalirani su rack ormari sa organizovanom kablovskom infrastrukturom i jasno definisanim rasporedom opreme, čime su unaprijeđeni preglednost i održavanje sistema.

Uspostavljen je pouzdan sistem napajanja i automatike kroz ugradnju dizel-električnog agregata snage 55 kW, čime je obezbijeđena energetska nezavisnost i kontinuitet rada u slučaju prekida u snabdijevanju električnom energijom. Agregat je integrisan sa postojećim UPS sistemom kroz automatizovani mehanizam prebacivanja napajanja, što omogućava neprekidno funkcionisanje serverske infrastrukture bez zastoja i gubitka podataka i kontinuitet rada ključnih servisa.

U okviru data centra implementiran je i sistem nadzora tehničkih parametara, koji obuhvata praćenje temperature, naponskih vrijednosti, statusa sistema napajanja, opterećenja serverskih resursa i stanja mrežnih uređaja. Kontinuirani monitoring omogućava pravovremeno reagovanje u slučaju odstupanja, preventivno djelovanje i smanjenje rizika od tehničkih zastoja. Dodatno je uspostavljen sistem kontrole pristupa prostoru data centra, čime je fizički pristup ICT infrastrukturi ograničen na ovlašćena lica.

Izgradnjom i opremanjem data centra obezbijeđena je stabilna i bezbjedna osnova za funkcionisanje svih informacionih sistema, što predstavlja ključni korak u daljoj modernizaciji i razvoju digitalnih kapaciteta Agencije.

## 8.2. Implementacija active directory sistema

Tokom 2025. godine implementiran je Active Directory sistem, čime je uspostavljen centralizovan, standardizovan i bezbjednosno kontrolisan model upravljanja informacionim resursima Agencije. Ta aktivnost predstavlja jednu od ključnih sistemskih promjena u organizaciji ICT infrastrukture i važan korak u daljoj modernizaciji digitalnog okruženja Agencije. Uspostavljanjem Active Directory okruženja definisana je jasna i funkcionalna hijerarhijska struktura domena, organizacionih jedinica i korisničkih grupa, čime je omogućeno precizno upravljanje pristupom mrežnim resursima, serverskim servisima i aplikativnim rješenjima. Definisani su modeli autorizacije koji omogućavaju dodjelu pristupnih prava u skladu sa nadležnostima i opisima poslova zaposlenih, uz dosljednu primjenu principa ograničenog privilegovanog pristupa.

Primjenom Group Policy mehanizama uspostavljena je centralizovana kontrola konfiguracije operativnih sistema, bezbjednosnih postavki, politike lozinki, pravila zaključavanja radnih stanica, instalacije softvera i upravljanja administrativnim privilegijama. Time je obezbijeđena standardizacija radnog okruženja i unaprijeđen nivo kontrole nad informacionim sistemom.

U cilju obezbjeđivanja visoke raspoloživosti sistema implementiran je i redundantni domen kontroler, koji omogućava kontinuitet procesa autentifikacije i autorizacije korisnika u slučaju tehničkih odstupanja. Takva arhitektura predstavlja važan element strategije pouzdanosti i otpornosti ICT sistema.

Uspostavljanje Active Directory sistema predstavlja temelj savremene bezbjednosne arhitekture i omogućava dalju integraciju sa cloud servisima, naprednim bezbjednosnim politikama i sistemima upravljanja identitetima, uz jačanje institucionalne otpornosti i kontrole pristupa osjetljivim resursima.

### 8.3. Implementacija novog Microsoft 365 okruženja

U okviru modernizacije digitalnog okruženja sprovedena je migracija na Microsoft 365 platformu, čime je uspostavljeno integrisano digitalno radno okruženje za svakodnevni rad i internu komunikaciju. Tim procesom unaprijeđeni su komunikacioni i organizacioni kapaciteti, uz jačanje bezbjednosnih standarda i kontrole pristupa. Migracija je realizovana planski i fazno, uz očuvanje kontinuiteta rada i usklađivanje korisničkih privilegija sa nadležnostima, čime je dodatno unaprijeđena transparentnos i kontrola pristupa internim servisima.

Uvođenjem višefaktorske autentifikacije (MFA) ojačana je zaštita korisničkih naloga i smanjen rizik od neovlašćenog pristupa. Microsoft Teams unaprijedio je internu komunikaciju i koordinaciju aktivnosti, dok je SharePoint omogućio sistematičnije upravljanje dokumentacijom i veću dostupnost informacija. OneDrive se koristi za rad sa dokumentima i razmjenu sadržaja uz kontrolisan pristup, čime je povećana fleksibilnost rada.

Implementacija Microsoft 365 platforme predstavlja značajan korak u digitalnoj modernizaciji, jer omogućava bezbjedan i funkcionalno povezan model rada i postavlja stabilne temelje za dalji razvoj elektronskih servisa i administrativnih procedura.

### 8.4. Proširenje i unapređenje monitoring kapaciteta

Monitoring centar je tokom 2025. godine proširen i kapacitetima značajno unaprijeđen. Instaliran je profesionalni video wall sistem koji omogućava simultano praćenje većeg broja televizijskih kanala, čime je poboljšana preglednost i efikasnost rada zaposlenih. Stabilnost snimanja i digitalna obrada sadržaja unaprijeđeni su instalacijom savremenih enkodera za video signale. Infrastruktura antenskog sistema za prijem TV i FM signala je zamijenjena, čime je obezbijeđen kvalitetniji i pouzdaniji prijem emitovanog programa. Nabavljene su nove radne stanice visokih performansi, kao i profesionalna oprema za zaposlene u sektoru za nadzor. Time su poboljšani uslovi rada i povećana preciznost monitoringa.

Integracijom svih komponenti monitoring sistema – prijema, enkodiranja, prikaza i arhiviranja – uspostavljen je stabilan i funkcionalan tehnički okvir za sprovođenje nadzora nad pružaocima audiovizuelnih medijskih usluga.

### 8.5. Razvoj internog sistema za automatsku transkripciju zasnovanog na vještačkoj inteligenciji

Tokom 2025. godine započet je razvoj internog sistema za automatsku transkripciju govora u tekst, koji se realizuje internim kapacitetima ICT sektora i predstavlja značajan iskorak u modernizaciji monitoringa i analitičkih kapaciteta Agencije. Cilj sistema je automatizacija obrade audio i audiovizuelnog sadržaja, smanjenje vremena analize i povećanje efikasnosti nadzora nad programskim sadržajem.

Sistem je zasnovan na modelima vještačke inteligencije Whisper i WhisperX, pri čemu je nakon testiranja više verzija izabran WhisperX (largeV3) kao optimalno rješenje zbog preciznosti i stabilnosti. Razvoj je obuhvatio i implementaciju diarizacije - sistema za prepoznavanje i razdvajanje govornika unutar istog audio zapisa, kao i poravnanje teksta uz primjenu jezičkog modela prilagođenog medijskom prostoru Crne Gore, čime je unaprijeđena tačnost transkripcije.

Integrirani su i vremenski kodovi (time stamps), što omogućava precizno povezivanje transkribovanog teksta sa audio i video zapisima, a izlazni fajlovi dostupni su u SRT, VTT i TXT formatima za dalju analitičku i operativnu upotrebu. Primjena vještačke inteligencije predstavlja važan korak u digitalnoj transformaciji i jačanju nadzornih mehanizama, uz potvrdu opredijeljenosti za razvoj sopstvenih tehnoloških rješenja.

Dalji razvoj sistema biće usmjeren na optimizaciju performansi, unapređenje tačnosti i proširenje funkcionalnosti, radi dodatnog jačanja kapaciteta Agencije za efikasno i savremeno sprovođenje regulatornih nadležnosti.

# 9. RASPOLAGANJE PROSTOROM I ORGANIZACIONA STRUKTURA AGENCIJE

## 9.1. Raspolaganje prostorom za rad Agencije

Obezbjedenje adekvatnog prostora za rad Agencije obaveza je Vlade Crne Gore, propisana Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama (član 195 stav 3). U skladu sa tim, ugovorom zaključenim između Uprave za državnu imovinu i Agencije za audiovizuelne medijske usluge br. 02-041/24-787/2 od 26.11.2024. godine, Agenciji je ustupljen poslovni prostor na korišćenje, bez naknade, na adresi Bulevar Svetog Petra Cetinjskog br. 9. Agencija navedeni prostor koristi od njenog osnivanja - 2003. god (tada pod nazivom Agencija za radio-difuziju).

Saglasno ugovoru, poslovni prostor je Agenciji ustupljen na korišćenje na period od 5 godina, sa mogućnošću produženja istog, što može ograničiti predvidljivost i sigurnost njenog rada. Stoga bi bilo korisno razmotriti produženje ugovora kako bi se osigurala stabilnost i nezavisnost regulatorne funkcije Agencije.

## 9.2. Organizaciona struktura

Pravilnikom o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta u Agenciji utvrđena je organizacija rada, poslovi koje obavljaju sektori, 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 četiri sektora kao samostalne organizacione jedinice: Sektor za pravne i ekonomske poslove, Sektor za nadzor, Sektor za opšte i međunarodne poslove i Sektor za informaciono-komunikacione tehnologije.

U izvještajnom periodu, zaključno sa 31.12.2025. godine broj zaposlenih iznosi 30, ne uključujući članove Savjeta Agencije.

Kvalifikacionu strukturu zaposlenih čine četiri magistra nauka, 21 zaposleni sa visokom školskom spremom i pet zaposlenih sa srednjom stručnom spremom. Imajući u vidu nadležnosti Agencije, postojeća kadrovska struktura zadovoljava. Rodnu strukturu zaposlenih čini 20 žena i 10 muškaraca.

Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama predviđeno je da Savjet Agencije ima pet članova, od kojih je jedan član predsjednik Savjeta. Kvalifikacionu strukturu članova Savjeta Agencije čine dva doktora nauka i tri člana sa visokom školskom spremom. Rodnu strukturu članova Savjeta čini jedna žena i četiri muškarca.

# 10. FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2025. GODINI

Saglasno členu 143 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, na sjednici održanoj 26.09.2024. godine, Savjet Agencije za audiovizuelne medijske usluge je donio Odluku o usvajanju Finansijskog plana Agencije za audiovizuelne medijske usluge za 2025. godinu (Odluka br. 01-400/24-1015/1 od 26.09.2024. godine).

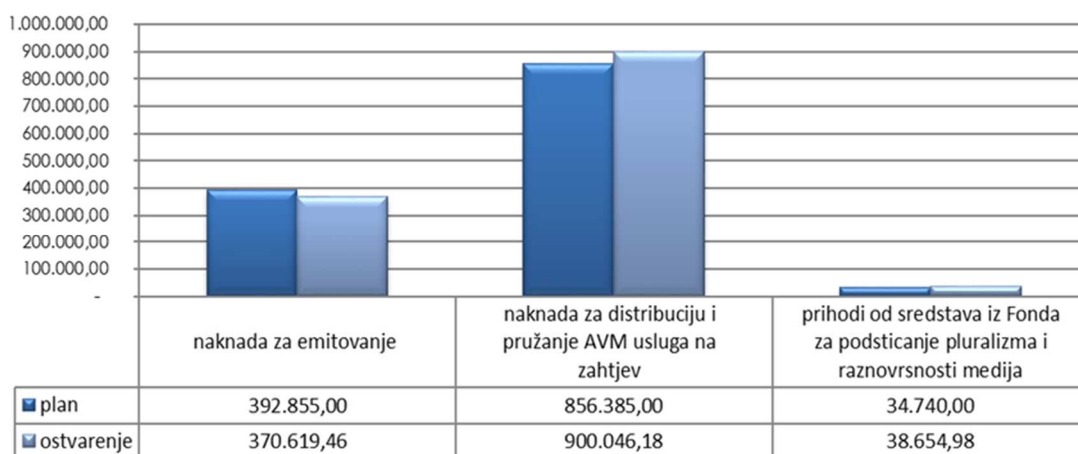
U skladu sa članom 32 Zakona o budžetu i fiskalnoj odgovornosti („Sl. list CG“, br. 20/14, 56/14, 70/17, 4/18, 55/18, 66/19, 70/21, 145/21, 27/23, 125/23 i 11/25), Agencija za audiovizuelne medijske usluge je u propisanom roku (do 30. septembra 2024. godine), Ministarstvu finansija dostavila utvrđeni Finansijski plan sa planom rada za 2025. godinu kao i akt o određivanju predstavnika Agencije za audiovizuelne medijske usluge koji će učestvovati u skupštinskoj proceduri.

Na prvoj sjednici prvog redovnog (proljećnjeg) zasijedanja u 2025. godini, Skupština Crne Gore je 13. marta 2025. godine donijela Odluku o usvajanju Finansijskog plana sa Planom rada Agencije za audiovizuelne medijske usluge za 2025. godinu („Sl. list CG“, br. 26/25).

U toku 2025. godine Agencija je ostvarila ukupan prihod u iznosu od 1.392.544,52 €, rashodi su iznosili 1.211.720,22 €, što znači da je ostvarena pozitivna razlika u iznosu od 180.824,30 €.

VRSTA PRIHODA	Planirano	Ostvareno
naknada za registraciju	-	4.295,34
naknada za emitovanje	392.855,00	370.619,46
naknada za distribuciju, pružanje AVM usluga na zahtjev i usluga platformi za razmjenu video sadržaja	856.385,00	900.046,18
prihodi od sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	34.740,00	38.654,98
ostali poslovni dobiti	-	75.288,36
finansijski prihodi	-	3.640,20

*Ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom*



Prikaz ostvarenih prihoda i njihovo poređenje sa planom u 2024. godini

Upoređujući elemente ostvarenja prihoda u odnosu na planirane, može se konstatovati da je prihod od naknada za emitovanje ostvaren za 5,6% manje od planiranog, dok je prihod od naknada za distribuciju i pružanje AVM usluga na zahtjev za 5,1% viši od planiranog. Pri tome se misli na prihode koji se odnose na fakturisane naknade za pružanje usluga u 2025. godini. Razlog ostvarenja prihoda od naknada za emitovanje u manjem iznosu od planiranog je trajno oduzimanje odobrenja izdatih privrednom društvu „Manix“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru televizijskih programa TV MNE SPORT 1, TV MNE SPORT 2 i TV MNE SPORT 3. Prihod od sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija na godišnjem nivou ostvaren je za 11,3% više od planiranog.

Procenat naplativosti prihoda po osnovu naknada za emitovanje ostvaren je na nivou od 97,6%, dok je procenat naplativosti prihoda po osnovu naknada distribuciju i pružanje AVM usluga na zahtjev iznosio 85,6% što ukazuje da su ovi prihodi bili stabilan izvor finansiranja Agencije u toku 2025. godine.

VRSTE RASHODA	Planirano (€)	Ostvareno (€)	Index
bruto zarade zaposlenih	626.416,00	615.549,52	98,27
bruto naknade članova Savjeta	106.088,00	60.290,16	56,83
ostala lična primanja i naknade	93.500,00	86.674,82	92,70
službena putovanja i članarine međ. org.	39.100,00	38.208,46	97,72
rashodi za materijal i usluge	44.500,00	36.854,45	82,82
troškovi održavanja osnovnih sredstava	48.700,00	25.057,16	51,45
ostala poslovna terećenja	212.500,00	183.386,75	86,30
troškovi ispravke vrijednosti potraživanja	-	24.393,90	-
troškovi rezervisanja	-	9.262,90	-
amortizacija	75.000,00	132.042,10	176,06
rezerva	37.374,00	-	-

Ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom

Vrijednost ukupne aktive, na bazi bilansa stanja na dan 31.12.2025. godine je 4.996.499,60 €. Stalna imovina od 757.520,70 € iznosi 15,2% ukupne aktive, a sastoji se od nematerijalne imovine (12,9%) i materijalne imovine (87,1%).

Obrtna imovina u vrijednosti od 4.213.504,02 € čini 84,3% ukupne aktive i odnosi se na zalihe (0,01%), kratkoročna potraživanja (4,1) i gotovinu i gotovinske ekvivalente (95,9%).

Ukupna potraživanja prenijeta iz 2024. godine iznosila su 106.844,45 €, dok ukupna potraživanja na dan 31.12.2025. godine iznose 172.668,49 € i čine ih potraživanja od pružalaca

usluga koji su u nadležnosti Agencije sa ispravkom vrijednosti u iznosu od 147.651,94 € i potraživanja od državnih organa u iznosu od 25.016,55 €.

Ukupna sredstva gotovine na transakcionim računima i u blagajni iznose 4.040.542,72 €.

Ukupna pasiva je u vrijednosti od 4.996.499,60 €. Kapital Agencije iznosi 2.873.197,23 € i obuhvata:

- osnovni kapital 1,00 €,
- revalorizacione rezerve 19.249,41 €,
- neraspoređeni dobitak ranijih godina u iznosu od 2.673.122,52 € i
- neraspoređeni dobitak tekuće godine u iznosu od 180.824,30 €.

Osnovni kapital Agencije iskazan u iznosu od 1,00 € evidentiran je u Statutu Agencije za audiovizuelne medijske usluge ("Sl. list CG", br. 54/24) i isti je upisan u Centralnom registru privrednih subjekata u Podgorici.

Revalorizacione rezerve u iznosu od 19.249,41 € čine revalorizacione rezerve po osnovu procjene opreme 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 31.12.2025. godine iznose 127.492,68 € i ista se odnose na rezervisanja po MRS 19 - Naknade zaposlenima u iznosu od 94.310,48 € i rezervisanja za troškove sudskih sporova u iznosu od 33.182,20 €.

Ukupne kratkoročne obaveze Agencije iznose 1.905.300,82 €, od čega se 413,98 € 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 emitere u iznosu od 1.725.281,07 €, obaveze prema dobavljačima u iznosu od 11.174,81 € i druge obaveze iz poslovanja u iznosu od 168.430,96 € koje se odnose na obavezu isplate druge rate sredstava dodijeljenih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namjenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima, i to: emiterima opšteg televizijskog programa „TV Teuta“ (12.495,00 €) i „TV E“ (88.258,00 €), emiterima radijskog programa „Radio „Teuta“ (4.200,00 €) i „TDI Radio“ (1,00 €) i samoregulatornom tijelu NVO „Medijski savjet za samoregulaciju“ (63.078,82€) i obaveze po osnovu poreza na ugovore o djelu i ostale naknade zaposlenima u ukupnom iznosu od 398,14 €.

Dovodeći navedene obaveze u vezu sa vrijednošću obrtno imovine od 4.213.504,02 € može se zaključiti da je Agencija solventna, odnosno njena likvidnost nijednog momenta nije dovedena u pitanje.

Detaljnije informacije o rezultatima finansijskog poslovanja Agencije za audiovizuelne medijske usluge u 2025. godini mogu se naći u Izveštaju o finansijskom poslovanju Agencije za audiovizuelne medijske usluge za 2025. godinu, dostupnom na internet stranici [www.amu.me](http://www.amu.me).

**DIREKTORICA**  
Suncica Bakic