



Crna Gora

AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02-1087

Podgorica, 26.04.2023. godine

**IZVJEŠTAJ O RADU
AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE
ZA 2022. GODINU**

Podgorica, april 2022. godine



crne gore

SADRŽAJ

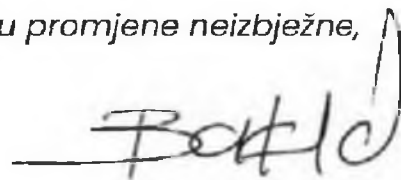
1.	RAZVOJ I IMPLEMENTACIJA ZAKONSKOG I PODZAKONSKOG OKVIRA	5
1.1.	Pravilnik o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	5
1.2.	Promjene direktora Agencije	7
2.	NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA	8
2.1.	Javni konkursi za dodjelu prava na emitovanje	8
2.2.	Javni konkurs za dodjelu prava na pristup kapacitetu – MUX 1	9
2.3.	Izdavanje novih odobrenja za pružanje AVM usluga	9
2.4.	Prenos odobrenja	9
2.5.	Promjena zone pokrivanja	10
2.6.	Promjena vlasničke strukture pružalaca AVM usluga	11
2.7.	Promjene naziva i identifikacionog znaka medija	11
2.8.	Promjena statusa medija	12
2.9.	Prestanak i oduzimanje odobrenja za pružanje AVM usluga	12
2.10.	Promjena programske strukture	13
2.11.	Javni emiteri	13
2.12.	Kvote za evropska i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača	14
2.13.	Monitoring programskih standarda u elektronskim medijima	17
2.13.1.	Programska struktura radio emitera	22
2.13.2.	Programska struktura televizijskih emitera	25
2.13.3.	Medijsko predstavljanje u toku izbornih kampanja	29
2.13.4.	Programski standardi	33
2.14.	Izrečene upravno-nadzorne mjere	39
2.15.	Restriktivne mjere	44
2.16.	Aktivnosti za poboljšanje naplate potraživanja	43
3.	USLUGE DISTRIBUCIJE PROGRAMA DO KRAJNJIH KORISNIKA	45
4.	MEDIJSKA PISMENOST U CRNOJ GORI	48
4.1.	Dani medijske pismenosti	48
4.2.	Priručnik "Medijska i digitalna pismenost"	49
4.3.	Dani otvorenih vrata i promocija priručnika „Medijska i Digitalna Pismenost“	50
4.4.	Regionalna konferencija o medijskoj i digitalnoj pismenosti i dezinformacijama	52
4.5.	SPOT- Medijska pismenost sa košarkašem Petrom Popovićem	53
4.6.	Konkurs „Moć medijske pismenosti“	53
4.7.	Istraživanje "Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori"	54
4.8.	Edukativne radionice	55
4.9.	Informatičko takmičenje „Dabar“	58
4.10.	Promocija medijske pismenosti na sajtu medijskapismenost.me	58
5.	FOND ZA PODSTICANJE PLURALIZMA I RAZNOVRSNOSTI MEDIJA	59
6.	MEĐUNARODNA SARADNJA	63
7.	JAVNOST RADA AGENCIJE	68
8.	FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2022. GODINI	71

Pitanje regulacije medija karakteriše dihotomija. Mediji na mnogo načina utiču na društvo, sa druge strane društvo oblikuje medije. U demokratiji se potreba za regulacijom medija ne smije koristiti kao pokriće za državnu kontrolu nad medijima. Istovremeno, u ime slobode medija ne može se poreći potreba za regulacijom.

Da li je moguće stvoriti sistemski okvir koji bi bio osnova za regulaciju medija u javnom interesu, u interesu prava na informisanje i podrške pluralizmu ideja, mišljenja, stavova?

Prvi korak je posvećen rad na uspostavljanju jasnih nadležnosti, zagarantovane autonomije, efikasne i dosljedne regulacije. Takva regulacija mora biti u stanju da anticipira i odgovori na promjene koje nameće razvoj tehnologije, promjene na tržištu, promjene u društvu.

Navedeno je vizija na kojoj treba kontinuirano raditi. Jer su promjene neizbježne, uspjeh nije.



Izvještaj o radu Agencije za elektronske medije za 2022. 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 Izvještaj se, uz Izvještaj o finansijskom poslovanju Agencije za 2022. godinu, dostavlja Skupštini Crne Gore na usvajanje.



RAZVOJ I IMPLEMENTACIJA ZAKONSKOG I PODZAKONSKOG OKVIRA

1.

1.1.

Pravilnik o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija

Odredbama čl. 17-23 Zakona o medijima¹ regulisano je uspostavljanje, izvori i način raspodjele i korišćenja sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenog komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima. Zakon predviđa da se finansijska sredstva obezbjeđuju na nezavisan i transparentan način, uz garancije uređivačke, programske i institucionalne autonomije. Fond se finansira u iznosu od najmanje 0,09% tekućeg budžeta Crne Gore utvrđenog godišnjim zakonom o budžetu (član 18).

Predviđeno je da raspodjelu sredstava iz Fonda vrši:

1. Savjet Agencije za elektronske medije (kao regulator za audiovizuelne medijske usluge) i to 60% sredstava, koja se usmjeravaju u potfond za komercijalne i neprofitne medije i
2. Nezavisna komisija koju obrazuje Ministarstvo², 40% sredstava, koja se usmjeravaju u potfond za dnevne i nedeljne štampane medije i internetske publikacije.

Savjet Agencije je, shodno članu 22 Zakona o medijima, bio dužan da donese akt kojim se definišu prava i obaveze pružanja javnih usluga za koje se uplaćuju sredstva iz Fonda. U julu 2021. godine, usvojen je Pravilnik o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima³ koji detaljnije razrađuje uslove, rokove i način ostvarivanja prava na pristup sredstvima iz potfonda, kao i njihovog korišćenja i izvještavanja o dobijenoj pomoći. U skladu sa njim, realizovan je prvi javni konkurs za raspodjelu sredstava iz ovog Fonda komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu⁴.

Sredinom jula 2022. godine, uvažavajući iskustva i sugestije dobijene u toku realizacije prvog javnog konkursa. Savjet Agencije je zaključio da je potrebno izmijeniti i dopuniti Pravilnik o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima kako bi se:

- unaprijedila raspodjela sredstava u cilju efikasnijeg pružanja podrške:
 - ♦ komercijalnim i neprofitnim radijskim i TV emiterima za unapređenje sopstvene produkcije sadržaja od javnog interesa;
- samoregulatornim tijelima;
 - ♦ pojednostavio, bolje precizirao ili pojasnio postupak podnošenja prijave/zahtjeva na konkurs, donošenja odluka o dodjeli sredstava i zaključivanja/realizacije ugovora o grantovima.

1 „Sl. list CG“, br. 82/20

2 Organ državne uprave nadležan za poslove medija, odnosno Ministarstvo kulture i medija.

3 „Sl. list CG“, br. 83/21 i 15/22.

4 Više informacija o realizaciji javnog konkursa se nalazi u poglavlju pod nazivom „Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija“.

Upućen je poziv subjektima koji su potencijalni korisnici Fonda da dostave svoje komentare i sugestije u vezi sa potrebom unapređenja postojećih ili definisanja novih rješenja koja bi bila obuhvaćena setom izmjena i dopuna pomenutog Pravilnika. Nakon konsultacija sa korisnicima Fonda i dobijanja sugestija i predloga, Savjet Agencije je donio novi **Pravilnik o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima**⁵.

Ključne izmjene šeme pomoći koja je definisana novim Pravilnikom su sljedeće:

- omogućava se pristup sredstvima Fonda i za specijalizovane zabavne i muzičke programe.
- grantovima za emitere će se finansirati samo premijerne emisije programskih sadržaja iz sopstvene produkcije (a ne kao ranije i reprize), emitovane u periodu od 7 do 22 časa.
- programski sadržaji koji će se finansirati grantovima za emitere mogu sadržati oglašavanje i plasman proizvoda (kao i ranije ne mogu biti sponzorisani).
- grantovima za emitere se neće finansirati:
 - prenosi ili odloženo emitovanje snimaka seniorskih sportskih događaja, izuzev sportskih događaja osoba sa invaliditetom.
 - dnevne informativne emisije (dnevnik, vijesti, centralne informativne emisije);
 - informativno-politički i programski sadržaji o tekućim događajima u trajanju kraćem od 20 minuta u slučaju radijskog programa, odnosno 40 minuta u slučaju TV programa;
 - već emitovane epizode programskog sadržaja sa kojim se učestvuje na javnom konkursu.
- proširen je kriterijum koji se odnosi na doprinos poboljšanju ponude (izbora) programskih sadržaja, tako da se posebno uzimaju u obzir programski sadržaji na albanskom i romskom jeziku.
- pojašnjeno je da potvrda da podnosiocu prijave nijesu blokirani računi u postupku prinudne naplate, ne smije biti starija od dana objave javnog konkursa;
- podnosilac prijave nije obavezan da dostavlja potvrdu nadležnog organa za javne prihode da je izmirio sve dospjele obaveze ili da poštuje važeći protokol ili drugi akt o reprogramu poreskog duga, već će to Agencija pribaviti po službenoj dužnosti.
- poštovanje protokola ili drugog akta o reprogramu duga prema Agenciji neće moći da bude način izmirenja ove obaveze, već ona mora biti u cjelini realizovana.
- izbrisani su sljedeći uslovi za pristup Fondu od strane emitera:
 - da je počeo sa emitovanjem radijskog ili televizijskog programa za čije sadržaje se podnosi prijava i odobrenje za emitovanje za taj program mu je izdato najmanje dvanaest mjeseci prije raspisivanja javnog konkursa;
 - da mu nije šest mjeseci prije raspisivanja javnog konkursa :
 - izrečena upravno-nadzorna mjera zbog kršenja člana 48 Zakona o elektronskim medijima;
 - izrečena upravno-nadzorna mjera zbog značajnog odstupanja od strukture programa na osnovu koje je dobijeno odobrenje za emitovanje.
 - da se prijava ne odnosi na specijalizovani zabavni, muzički ili filmski radijski ili televizijski program.
- U ukupni prihod, koji je osnovica za utvrđivanje maksimuma sredstava koja mogu biti dodijeljena emiteru, ulaze prihodi od pružanja usluga komercijalnih audiovizuelnih komunikacija i drugi prihodi direktno vezani za, kako za prodaju ili reemitovanje, tako i proizvodnju njegovog radijskog odnosno televizijskog programa. Takođe, emiter je dužan da dostavi dokaze o izvorima prihoda direktno vezani za proizvodnju, prodaju ili reemitovanje njegovog programa (akt kojim se potvrđuje osnov za dodjelu sredstava po ovom osnovu) koji su navedeni u analitičkoj kartici.
- Redefinisani su maksimalni iznosi sredstava koja mogu biti dodijeljena emiteru u odnosu na konkretnu kategoriju (grupu) emitera i to:
 - 40% sredstava koja se dodjeljuju za komercijalne TV emitere sa nacionalnom pokrivenošću;
 - 30% sredstava koja se dodjeljuju za komercijalne TV emitere sa regionalnom i lokalnom pokrivenošću;

5 „Sl. list CG“, br. 3/23.

- 30% sredstava koja se dodjeljuju za komercijalne radio emitere sa nacionalnom i regionalnom pokrivenošću;
 - 20% sredstava koja se dodjeljuju za komercijalne radio emitere sa lokalnom pokrivenošću;
 - 50% sredstava koja se dodjeljuju za neprofitne ili specijalizovane emitere.
- Revidiran je opis / definicija samoregulatornog tijela, tako da se pod njim, u smislu ovog Pravilnika, smatra navladino udruženje, u slučaju eksternog, odnosno organ ili osoba ovlašćena u okviru medija, u slučaju internog samoregulatornog tijela, koje ispunjava ranije propisane uslove.

U skladu sa podnijetom prijavom državne pomoći, Agencija za zaštitu konkurencije je donijela Rješenje o davanju pozitivne ocjene ovog Pravilnika odnosno njegove usaglašenosti sa Zakonom o kontroli državne pomoći⁶.

1.2. Promjene direktora Agencije

Savjet Agencije za elektronske medije je 12. avgusta 2022. godine razriješio gospodina Gorana Vukovića sa mjesta direktora Agencije za elektronske medije⁷, zbog kršenja člana 40 Zakona o elektronskim medijima.

Za vršioca dužnosti direktora Agencije za elektronske medije 30. avgusta 2022. godine imenovan je gospodin Nikola Ivanović, iz reda zaposlenih u Agenciji⁸. Vršilac dužnosti direktora imenovan je do imenovanja novog direktora, ali ne duže od šest mjeseci.

Savjet Agencije je 26. oktobra 2022. godine raspisao konkurs za izbor direktora Agencije za elektronske medije. Javni konkurs je objavljen u dnevnom listu „Pobjeda“ 26.10.2022. godine, kao i na veb-sajtu Agencije za elektronske medije.

Na osnovu uvida u prijave sa dokumentacijom traženom konkursom i pojedinačne analize razvoja sektora audio vizuelnih medijskih usluga u Crnoj Gori za naredne četiri godine, te obavljenih intervjua sa kandidatima, uvažavajući sve relevantne informacije i činjenice, Savjet Agencije je na sjednici od 12. i 13. decembra 2022. godine, donio odluku da se za direktoricu Agencije imenuje gospođa Sunčica Bakić⁹, na period od četiri godine.

ČLANOVI SAVJETA AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

dr Branko Bošković,
kandidat univerziteta, predsjednik Savjeta

Rajko Todorović,
kandidat Crnogorskog P.E.N. centra

Edin Koljenović,
kandidat nevladinih organizacija iz oblasti
zaštite ljudskih prava i sloboda

prof. dr Andrijana Nikolić,
kandidatkinja udruženja komercijalnih emitera

Milan Radović,
kandidat nevladinih organizacija iz oblasti medija

6 Rješenje br. 01-430/22-862/3 od 30.12.2022.g.

7 Akt Savjeta Agencije br. 01-1235 od 12.08.2022. godine

8 Akt Savjeta Agencije br. 01-1316 od 30.08.2022. godine

9 Akt Savjeta Agencije br. 01-2060 od 13.12.2022. godine

NADZOR NAD PRIMJENOM ZAKONA O ELEKTRONSKIM MEDIJIMA

2.

2.1. Javni konkursi za dodjelu prava na emitovanje

Javnim konkursom za dodjelu prava na emitovanje opštih ili specijalizovanih radijskih programa od 25. jula 2022. godine¹⁰ raspisana je 31 frekvencija za FM radio, prvenstveno namijenjenih za komercijalne emitere, dok su zainteresovana lica, ukoliko su ispunjavala zakonom propisane uslove, mogla konkurisati za dobijanje statusa neprofitnog emitera.

Nakon razmatranja potpunih i blagovremenih prijava Savjet Agencije je donio odluku¹¹ kojom su prava na emitovanje dobila sljedeća privredna društva:

- „Oki Air Broadcasting“ d.o.o, za **novi radijski program „Arena Radio“**, za zonu pokrivanja u opštini Podgorica na lokaciji Sjenica (106,2 MHz), u opštini Budva na lokaciji Spas (103,4 MHz), u opštini Nikšić na lokaciji Suđina Glava (103,6 MHz), u opštini Tivat na lokaciji Luštica (92,7 MHz), u opštini Bijelo Polje na lokaciji Obrov (93,9 MHz), u opštini Bar na lokaciji Velji Grad (95,4 MHz) i u opštini Kotor na lokaciji Vrmac (102,0 MHz),
- „Oki Air Broadcasting“ d.o.o, za **proširenje zone pokrivanja postojećeg radijskog programa „Elmag Radio“**, za zonu pokrivanja u opštini Berane na lokaciji Jejevica (104,6 MHz), u opštini Koiašin na lokaciji Bablja greda (104,6 MHz), u opštini Mojkovac na lokaciji Katuničko brdo (98,5 MHz) i u opštini Rožaje na lokaciji Kacuber (90,0 MHz).

Za 20 frekvencija nije iskazano interesovanje.

Javnim konkursom za dodjelu prava na emitovanje opštih ili specijalizovanih radijskih programa od 3. novembra 2022. godine¹² raspisano je 20 frekvencija za FM radio, prvenstveno namijenjenih za komercijalne emitere, dok su zainteresovana lica, ukoliko su ispunjavala zakonom propisane uslove, mogla konkurisati za dobijanje statusa neprofitnog emitera.

Nakon razmatranja potpunih i blagovremenih prijava Savjet Agencije je donio odluku¹³ kojom je:

- **dodijeljen status neprofitnog emitera** NVO Udruženje za informativnu i izdavačku djelatnost Radio „Svetigora“, emiteru radijskog programa „Radio Svetigora“,
- **pravo na emitovanje** dobilo privredno društvo „Lokalni javni emiter Radio Kotor“ d.o.o. za **proširenje zone pokrivanja radijskog programa „Radio Kotor“** u opštini Tivat na lokaciji Luštica (107,3 MHz).

Za 19 frekvencija nije iskazano interesovanje.

10 Akt Savjeta Agencije br. 01-1121 od 25.07.2022.g.

11 Akt Savjeta Agencije br. 01-1783 od 25.10.2022.g.

12 Akt Savjeta Agencije br. 01-1836 od 03.11.2022.g.

13 Akt Savjeta Agencije br. 01-2145 od 23.12.2022.g.

2.2 Javni konkurs za dodjelu prava na pristup kapacitetu – MUX 1

Na Javni konkurs za dodjelu prava na pristup kapacitetu multipleksa prve DVB-T2 mreže sa nacionalnim pokrivanjem (MUX 1)¹⁴, raspisan u februaru 2022. godine, nije podnijeta nijedna potpuna prijava, pa je konkurs obustavljen¹⁵.

Savjet Agencije raspisao je u julu 2022. godine ponovio **javni konkurs za dodjelu prava na pristup kapacitetu multipleksa prve DVB-T2 mreže sa nacionalnim pokrivanjem (MUX 1)**¹⁶ čija je zona servisa utvrđena u allotment zonama za DVB-T/DVB-T2, prema Planu raspodjele radio frekvencija za digitalnu zemaljsku radio-difuziju.

Nakon razmatranja potpunih i blagovremenih prijava Savjet Agencije je donio odluku¹⁷ kojom je privredno društvo „Adria TV“ d.o.o. Podgorica, emiter opšteg televizijskog programa „Adria TV“, **dobilo pravo na pristup kapacitetu multipleksa prve DVB-T2 mreže sa nacionalnim pokrivanjem (MUX 1)**.

2.3 Izdavanje novih odobrenja za pružanje AVM usluga

Po osnovu podnijetog zahtjeva privrednog društva „Lipa Media“ d.o.o. iz Podgorice, Agencija je izdala Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „TV E“ (Odobrenje br. O-TV-K-29), čime je steklo status komercijalnog TV emitera i pravo da posredstvom elektronskih komunikacionih mreža, bez upotrebe radio-difuznih frekvencija, emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika¹⁸. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od deset godina, odnosno do 28.02.2032. godine.

Po osnovu podnijetog zahtjeva privrednog društva „MEDIALAB“ d.o.o. iz Budve, Agencija je izdala Odobrenje za emitovanje specijalizovanog zabavnog televizijskog programa „WOW Montenegro“ (Odobrenje br. O-TV-K-30), čime je steklo status komercijalnog TV emitera i pravo da posredstvom elektronskih komunikacionih mreža, bez upotrebe radio-difuznih frekvencija, emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika¹⁹. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od deset godina, odnosno do 01.08.2032. godine.

Po osnovu Rješenja o dodjeli prava na emitovanje broj 01-1783 od 25.10.2022. godine, Agencija je privrednom društvu „Oki Air Broadcasting“ d.o.o. iz Podgorice, izdala novo Odobrenje za emitovanje specijalizovanog sportskog radijskog programa „Arena Radio“ (Odobrenje br. O-R-K-57)²⁰ čime je steklo status emitera i pravo da posredstvom sedam radio-difuznih frekvencija i posredstvom elektronskih komunikacionih mreža bez upotrebe radio-difuznih frekvencija emituje program namijenjen neodređenom broju korisnika. Odobrenje je izdato sa periodom važenja od deset godina, odnosno do 01.11.2032. godine.

2.4 Prenos odobrenja

Savjet Agencije je 10. januara 2022. godine dao **saglasnost za trajni prenos** Odobrenja za emitovanje radijskog programa „Radio Svetigora“ br. O-R-K-36 od 21.07.2011.g. sa privrednog društva „Metropolitan media“ d.o.o. iz Podgorice na NVO Udruženje za informativnu i izdavačku djelatnost Radio „Svetigora“ iz Podgorice²¹. Po tom osnovu, direktor Agencije je 19. januara 2022.g. donio **Rje-**

14 Akt Savjeta Agencije br. 01-69 od 19.02.2022.g.

15 Akt Savjeta Agencije br. 01-327 od 07.03.2022.g.

16 Akt Savjeta Agencije br. 01-1123 od 25.07.2022.g.

17 Akt Savjeta Agencije br. 01-1784 od 25.10.2022.g.

18 Akt Agencije br. 02-177/2 od 28.02.2022.g.

19 Akt Agencije br. 02-1030/3 od 01.08.2022.g.

20 Akt Agencije br. 02-1823 od 01.11.2022.g.

21 Akt Savjeta Agencije br. 01-03 od 10.01.2022.g.

šenje o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje²² br. O-R-K-36 od 21.07.2011.g, kojim je konstatovana izmjena naziva emitera - imaoća Odobrenja za emitovanje.

2.5. Promjena zone pokrivanja

Po osnovu Rješenja o dodjeli prava na emitovanje²³, Agencija je privrednom društvu „**Oki Air Broadcasting**“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnom emiteru opšteg radijskog programa „**Elmag Radio**“, izdala Rješenje²⁴ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-52, kojim je emiteru proširena zona pokrivanja (na opštine Berane, Kolašin, Mojkovac i Rožaje), produžen period važenja odobrenja i izmijenjena naknada za emitovanje.

Po osnovu Rješenja o dodjeli prava na emitovanje²⁵, Agencija je privrednom društvu „**Lokalni javni emiter Radio Kotor**“ d.o.o. iz Kotora, javnom emiteru opšteg radijskog programa „**Radio Kotor**“, izdala Rješenje²⁶ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-J-09, kojim je emiteru proširena zona pokrivanja (na opštinu Tivat), produžen period važenja odobrenja i izmijenjena naknada za emitovanje.

Po osnovu obavještenja NVO „**Kulturni centar Homer**“, neprofitnog emitera radijskog programa „**Radio Homer**“, o odustajanju od daljeg korišćenja frekvencije u opštinama Nikšić (103,6 MHz), Herceg Novi i Tivat (107,3 MHz) i Bar (95,4 MHz), Agencija je donijela Rješenje²⁷ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-35, kojim je emiteru smanjena zona pokrivanja, kao i naknada za emitovanje.

Po osnovu zahtjeva za izmjenu Odobrenja za emitovanje privrednog društva „**Jumedia Mont**“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnog emitera opšteg radijskog programa „**Radio D**“, Agencija je donijela Rješenje²⁸ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-10, kojim je konstatovana promjena frekvencije i lokacije emitovanja signala u opštini Podgorica, na radio frekvenciji 88,6 MHz, sa lokacije Fundina na lokaciju Sjenica, kao i naknade za emitovanje.

Po osnovu zahtjeva za izmjenu Odobrenja za emitovanje privrednog društva „**M.D. Company**“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnog emitera opšteg radijskog programa „**Radio D Plus**“, Agencija je donijela Rješenje²⁹ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-R-K-12, kojim je konstatovana promjena frekvencije i lokacije emitovanja signala u opštini Podgorica, na radio frekvenciji 90,2 MHz, sa lokacije Fundina na lokaciju Sjenica, kao i naknade za emitovanje.

Izmjene odobrenja za emitovanje radijskih programa „Radio D“ i „Radio D Plus“ izvršene su u cilju usaglašavanja njihovog rada i izdatih odobrenja sa Planom raspodjele radio-frekvencija iz opsega 87,5-108 MHz za FM radio („Sl. list CG“, br. 34/17, 57/17, 51/18, 16/19, 11/20, 116/20, 77/22), kojim je predviđeno da se radio-frekvencije 88,6 MHz i 90,2 MHz u Opštini Podgorica koriste sa lokacije Sjenica (umjesto sa lokacije Fundina).

Po osnovu Rješenja o dodjeli prava na emitovanje³⁰, Agencija je privrednom društvu „**Adria TV**“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru opšteg televizijskog programa „**Adria TV**“, izdala Rješenje³¹ o izmjeni i dopuni Odobrenja za emitovanje br. O-TV-K-02, kojim je emiteru proširena zona pokrivanja, odnosno dodijeljeno pravo na pristup kapacitetu multipleksa prve DVB-T2 mreže sa nacionalnim pokrivanjem (MUX 1), produžen period važenja odobrenja i izmijenjena naknada za emitovanje.

22 Rješenje Agencije br. 01-03/1 od 19.01.2022.g.

23 Akt broj 01-1783 od 25.10.2022.g.

24 Akt Agencije br. 02-1820 od 01.11.2022.g.

25 Akt br. 01-2145 od 23.12.2022.g.

26 Akt Agencije br. 02-1989/1 od 30.12.2022.g.

27 Akt Agencije br. 02-687/9 od 10.06.2022.g.

28 Akt Agencije br. 02-1412/1 od 14.09.2022.g.

29 Akt Agencije br. 02-2036/1 od 15.12.2022.g.

30 Akt br. 02-1821 od 01.11.2022.g.

31 Akt Agencije br. 02-1821 od 01.11.2022.g.

2.6. Promjena vlasničke strukture pružalaca AVM usluga

Saglasno Zakonu o elektronskim medijima, Savjet Agencije je 24. januara 2022. godine privrednom društvu „M-Corona“ d.o.o. u stečaju, iz Bara, komercijalnom emiteru opšteg televizijskog programa „TV Corona“ i radijskog programa „Radio Corona“, dao **prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture**, kojom je odobren prenos vlasničkog udjela u visini od 100% vlasništva sa dotadašnjeg vlasnika na novog vlasnika Ivonu Čavić iz Podgorice³².

Takođe, u septembru 2022. godine, **Savjet Agencije je dao prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture** privrednog društva „AST“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnog emitera televizijskog programa „Prva TV“ i radijskog programa „Radio PLAY Montenegro“, kojom je odobren prenos 100% vlasničkog udjela sa dotadašnjeg vlasnika privrednog društva „KOPERNIKUS MONTENEGRO B.V.“ iz Holandije, na novog vlasnika privredno društvo „KOPERNIKUS CORPORATION LTD.“, sa Kipra³³.

Pored toga, u aprilu 2022. godine Savjet Agencije je dao uslovnu prethodnu saglasnost za značajnu promjenu vlasničke strukture³⁴ privrednog društva „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnog emitera televizijskog programa „TV Vijesti“. Nakon realizacije ove promjene, struktura ovog emitera je sljedeća:

- a. „United Media“ S.a.r.l. – 51%
- b. „MNE Media Two“ d.o.o. – 32,2126% i
- c. „Media Development Investment Fund“ – 16,7874%.

Saglasnost je izdata pod uslovom da privredno društvo „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice:

- a. najkasnije u roku od 45 dana od dana dostavljanja saglasnosti Agenciju obavijesti u pisanoj formi o izvršenoj registraciji pomenute promjene vlasničke strukture i dostavi izvod iz Centralnog registra privrednih subjekata kojim se to potvrđuje;
- b. najkasnije u roku od 30 dana od dana dostavljanja saglasnosti dostavi Agenciji kopiju Rješenja o registraciji i upisu privrednog društva „MNE Media Two“ d.o.o. u registar poreskih obaveznika, izdatog od strane Uprave prihoda i carina Crne Gore, kao i izvod iz Centralnog registra privrednih subjekata kojim se potvrđuje registracija ovog privrednog subjekta;
- c. najkasnije u roku od 30 dana od dana dostavljanja saglasnosti dostavi Agenciji Statut privrednog društva „MNE Media Two“ d.o.o.;
- d. najkasnije u roku od 30 dana od dana dostavljanja saglasnosti dostavi finalni Ugovor o prenosu vlasničkih udjela bivših vlasnika u privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o. Podgorica, na novo privredno društvo „MNE Media Two“;
- e. najkasnije u roku od 30 dana od dana dostavljanja saglasnosti dostavi Agenciji zaključene finalne ugovore u vezi sa prodajom i kupovinom 51% udjela u privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice.

Privredno društvo privredno društvo „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice je u propisanom roku dostavilo traženu dokumentaciju, te je promjena vlasničke strukture sprovedena u cjelosti.

2.7. Promjene naziva i identifikacionog znaka medija

Zbog **promjene naziva i identifikacionog znaka medija**, Agencija je:

- privrednom društvu „TDM-MIX“ d.o.o. iz Bijelog Polja, **izmijenila Odobrenje za emitovanje specijalizovanog muzičkog radijskog programa „Radio LAKI PLUS“** br. O-R-K-31³⁵ (raniji naziv/ identifikacioni znak medija je bio „Radio Plus“).

32 Akt Savjeta Agencije br. 01-79/1/1 od 24.01.2022.g.

33 Akt Savjeta Agencije br. 01-1461/1 od 29.09.2022.g.

34 Akt Savjeta Agencije br. 01-470/1 od 08.04.2022.g.

35 Akt Agencije br. 02-37/1 od 17.01.2022.g.

- privrednom društvu „A Plus Media Group“ d.o.o. iz Podgorice, **izmijenila Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „A Plus TV“** br. O-TV-K-04³⁶ (raniji naziv/ identifikacioni znak medija je bio „TV Corona“).
- „A Plus Media Group“ d.o.o. iz Podgorice, **izmijenila Odobrenje za emitovanje radijskog programa „A Plus Radio“** br. O-R-K-09³⁷ (raniji naziv/ identifikacioni znak medija je bio „Radio Corona“).
- Javnom preduzeću „Radio i televizija Crne Gore“ iz Podgorice, **izmijenila Odobrenje za emitovanje specijalizovanog informativnog televizijskog programa „Parlamentarni program“** br. O-TV-J-09³⁸, na način da se znak „P“ mijenja u „3“.
- Javnom preduzeću „Radio i televizija Crne Gore“ iz Podgorice, **izmijenila Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „Satelitska televizija Crne Gore“** br. O-TV-J-03³⁹, na način da se znak „TV CG SAT“ mijenja u „TVMNE“.

2.8. Promjena statusa medija

Zbog **promjene statusa programa**, Agencija je privrednom društvu „Jumedia Mont“ d.o.o. iz Podgorice, komercijalnom emiteru radijskog programa „**Radio D**“ izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-R-K-10 i dodijelila **status specijalizovanog zabavnog radijskog programa**⁴⁰.

Po osnovu Rješenja o dodjeli prava na emitovanje⁴¹ zbog **promjene statusa emitera**, Agencija je NVO Udruženje za informativnu i izdavačku djelatnost Radio „Svetigora“ iz Podgorice, emiteru opšteg radijskog programa „**Radio Svetigora**“ izmijenila Odobrenje za emitovanje br. O-R-N-03 i dodijelila **status neprofitnog emitera**⁴².

2.9. Prestanak i oduzimanje odobrenja za pružanje AVM usluga

Zakonom o elektronskim medijima je propisano da Odobrenje za emitovanje prestaje da važi istekom roka na koji je odobrenje izdato, na pisani zahtjev imaooca odobrenja, oduzimanjem odobrenja i u slučaju likvidacije emitera kao pravnog lica (član 109 stav 1 al. 1, 2, 3 i 4). Shodno članu 120 stav 2 Zakona, na postupak izdavanja i oduzimanja odobrenja za pružanje AVM usluge na zahtjev shodno se primjenjuju odredbe ovog zakona koje se odnose na postupak izdavanja i oduzimanja odobrenja za emitovanje.

Na osnovu pisanog obavještenja (zahtjeva) imaooca odobrenja da ne namjerava da nastavi emitovanje programa, Agencija je donijela:

- Rješenje o **prestanku Odobrenja** za emitovanje radijskog programa „**Radio Z**“ br. O-R-K-38, koje je bilo izdato privrednom društvu „AMD Zarubica Company“ d.o.o. iz Nikšića⁴³.
- Rješenje o **prestanku Odobrenja** za emitovanje radijskog programa „**Romski Radio**“ br. O-R-K-44, koje je bilo izdato NVO „Udruženje Roma Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice⁴⁴.

Privrednom društvu „Digital Interiors“ d.o.o. Podgorica, **trajno je oduzeto Odobrenje** za pružanje AVM usluge na zahtjev „**Cryptos TV**“ br. O-AVMD-09, jer je pružalac AVM usluge na zahtjev iz neopravdanih razloga, duže od deset dana neprekidno, prekinuo distribuciju programa⁴⁵.

36 Akt Agencije br. 02-298/1 od 04.03.2022.g.

37 Akt Agencije br. 02-461/1 od 24.03.2022.g.

38 Akt Agencije br. 02-1402/2 od 12.09.2022.g.

39 Akt Agencije br. 02-1401/2 od 12.09.2022.g.

40 Akt Agencije br. 02-927/4 od 08.07.2022.g.

41 Akt Agencije br. 01-2145 od 23.12.2022.g.

42 Akt Agencije br. 02-2000/1 od 30.12.2022.g.

43 Akt Agencije br. 02-793/2 od 31.05.2022.g.

44 Akt Agencije br. 02-1847/1 od 04.11.2022.g.

45 Akt Agencije br. 02-2150 od 26.12.2022.g.

2.10. Promjena programske strukture

Agencija je izmijenila odobrenja za emitovanje u dijelu koji se odnosi na strukturu programa (tačka 2.1. Odobrenja za emitovanje i Aneks 2) sljedećim emiterima:

- **privrednom društvu „TDM-MIX“ d.o.o. iz Bijelog Polja za emitovanje radijskog programa „Radio Laki“⁴⁶;**
- **NVO „Kulturni Centar Homer“ iz Podgorice za emitovanje radijskog programa „Radio Homer“⁴⁷;**
- **privrednom društvu „A Plus Media Group“ d.o.o. iz Podgorice za emitovanje televizijskog programa „A Plus TV“⁴⁸;**
- **privrednom društvu „Adria TV“ d.o.o. iz Podgorice za emitovanje televizijskog programa „Adria TV“⁴⁹;**
- **privrednom društvu „Nova M“ d.o.o. iz Podgorice za emitovanje televizijskog programa „TV Nova M“⁵⁰;**
- **privrednom društvu Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića za emitovanje opšteg televizijskog programa „TV Nikšić“⁵¹;**
- **privrednom društvu „Jumedia Mont“ d.o.o. iz Podgorice za emitovanje radijskog programa „Radio D“⁵²;**
- **privrednom društvu Lokalni javni emiter „Radio Andrijevića“ d.o.o. iz Andrijevice za emitovanje radijskog programa „Radio Andrijevića“⁵³;**
- **privrednom društvu „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog za emitovanje radijskog programa „Radio Radio Herceg Novi“⁵⁴;**

2.11. Javni emiteri

Iako su, prije više godina, u četiri jedinice lokalne samouprave donesene odluke o pokretanju TV programa u okviru lokalnih javnih emitera, do kraja 2022. godine, njihove skupštine opština nijesu imenovale savjete javnih emitera (Bar) ili nijesu podnijele zahtjev za izdavanje odobrenja za emitovanje (Cetinje, Ulcinj, Kolašin).

Iako je dobio odobrenje u 2020. godini, lokalni javni emiter **Radio Kolašin** nije počeo sa emitovanjem programa, saglasno Odobrenju za emitovanje br. O-R-J-18⁵⁵.

U toku 2022. godine Agencija je zbog značajnih promjena strukture programa izmijenila:

- **Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „TV Pljevlja“ br. O-TV-J-5⁵⁶;**
- **Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „TV Nikšić“ br. O-TV-J-4⁵⁷;**
- **Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog „Radio Andrijevića“ br. O-R-J-17⁵⁸;**
- **Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog „Radio Herceg Novi“ br. O-R-J-8⁵⁹;**

Zbog promjene identifikacionog znaka medija, u septembru 2022. godine Agencija je Javnom preduzeću „Radio i televizija Crne Gore“ iz Podgorice izmijenila:

- **Odobrenje za emitovanje opšteg televizijskog programa „Satelitska televizija Crne Gore“**

46 Akt Agencije br. 02-127/3 od 14.02.2022 g.

47 Akt Agencije br. 02-687/9 od 10.06.2022 g.

48 Akt Agencije br. 02-742/5 od 13.06.2022 g.

49 Akt Agencije br. 02-827/4 od 15.06.2022 g.

50 Akt Agencije br. 02-825/7 od 20.06.2022 g.

51 Akt Agencije br. 02-849/6 od 07.07.2022 g.

52 Akt Agencije br. 02-927/4 od 08.07.2022 g.

53 Akt Agencije br. 02-1217/3 od 05.09.2022 g.

54 Akt Agencije br. 02-1950/8 od 30.12.2022 g.

55 Akt br. 02-997/2 od 15.09.2020. g.

56 Akt Agencije br. 02-7/7 od 13.02.2023. g.

57 Akt Agencije br. 02-849/6 OD 07.07.2022.g.

58 Akt Agencije br. 02-1217/3 od 05.09.2022. g.

59 Akt Agencije br. 02-1950/8 od 30.12.2022. g.

br. O-TV-J-03 (sadašnji identifikacioni znak programa je „TVMNE“, raniji identifikacioni znak programa je bio „TV CG SAT“)⁶⁰ i

- **Odobrenje za emitovanje specijalizovanog informativnog televizijskog programa „Parlamentarni program “** br. O-TV-J-09 (sadašnji identifikacioni znak programa je „3“, raniji identifikacioni znak programa je bio „P“)⁶¹.

Zbog proširenja zone pokrivanja, u decembru 2022. godine Agencija je, nakon sprovedenog javnog konkursa, **izmijenila Odobrenje za emitovanje opšteg radijskog programa „Radio Kotor“** br. O-R-J-09⁶².

*
* *

U toku 2022. godine nastavljene su aktivnosti javnih emitera i nadležnih organa njihovih osnivača na izradi i **usvajanju propisanih akata od značaja za trogodišnje finansiranje i rad javnih emitera** (programske obaveze, ugovor, program rada i finansijski plan).

Zaključno sa decembrom 2022. godine, **devet** (od 16) jedinica lokalne samouprave je **usaglasilo osnivačke akte lokalnih javnih emitera** (čiji su osnivači ove opštine) sa **Zakonom o elektronskim medijima u dijelu koji se odnosi na pravila državne pomoći**⁶³. To je u toku 2018. godine urađeno u Pljevljima, Tivtu, Bijelom Polju i Budvi, u toku 2019. godine u Kotoru i Kolašinu, u toku 2020. godine u Podgorici i Danilovgradu, a u toku 2021. godine u Andrijevići. Jedinice lokalne samouprave koje nijesu usaglasile osnivački akt sa Zakonom o elektronskim medijima u dijelu koji se odnosi na pravila državne pomoći su Berane, Nikšić, Ulcinj, Cetinje, Bar, Rožaje i Herceg Novi.

U skladu sa obavezom propisanom članom 76 Zakona o elektronskim medijima, jedinica lokalne samouprave i javni emiter ugovorom uređuju međusobna prava i obaveze u vezi sa korišćenjem budžetskih sredstava iz člana 76 st. 1, 2 i 3 ovog zakona (za ostvarivanje Ustavom i zakonom zajemčenih prava građana na informisanje), koja moraju da budu definisana u ugovoru, na način koji odgovara stvarnim troškovima potrebnim za realizaciju obaveza iz ovog člana i člana 74 ovog zakona. Kod najvećeg broja javnih emitera, prvi trogodišnji ugovori obuhvatali su period 2017 – 2020. godine. Zbog toga su u toku 2020 – 2022. godine pojedini lokalni javni emiteri pristupili pripremi i zaključivanju novih trogodišnjih ugovora. Zaključno sa 31.12.2022. godine, Agenciji za elektronske medije su **pet lokalnih javnih emitera dostavili nove trogodišnje ugovore (2021 - 2023)** kojima se regulišu međusobna prava i obaveze jedinice lokalne samouprave i javnog emitera (Kotor⁶⁴, Bijelo Polje⁶⁵, Bar⁶⁶, Tivat⁶⁷, Herceg Novi⁶⁸). Takođe, jedan lokalni javni emiter dostavio je **trogodišnji ugovor (2022-2024)** kojim se regulišu međusobna prava i obaveze jedinice lokalne samouprave i javnog emitera (Podgorica⁶⁹).

2.12 Kvote za evropska i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača

U skladu sa Zakonom o elektronskim medijima (čl. 61 i 63) i pravilnicima o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela⁷⁰ i audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača⁷¹, definisani su **uslovi koje nacionalni TV emiteri (pokrivaju najmanje**

60 Akt Agencije br. 02-1401/1 od 12.09.2022.g.

61 Akt Agencije br. 02-1402/2 od 12.09.2022.g.

62 Akt Agencije br. 02-1989/1 od 30.12.2022.g.

63 Zakon o elektronskim medijima, čl. 76 do 76č.

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

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

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

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

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

69 Akt zaveden kod Agencije br. 02-84 od 20.01.2022.g.

70 „Sl. list CG“, br. 47/14.

71 „Sl. list CG“, br. 47/14.

75% stanovništva u više od deset jedinica lokalne samouprave)⁷² moraju ispuniti kako bi, u roku od pet godina, postigli definisane kvote i to:

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

Emiter koji nema ove obime učešća evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača, dužan je da svake godine povećava učešće tih djela u odnosu na prošlu godinu za najmanje petinu postotka koji mu je nedostajao na kraju godine nakon one u kojoj je dobio odobrenje za emitovanje. Pri tome, najmanji početni obim evropskih audiovizuelnih djela ne može biti manji od 5% godišnjeg vremena emitovanja. Pravilnicima su propisani i načini i rokovi za podnošenje kvartalnih izvještaja emitera o realizaciji ovih obaveza.

S obzirom na raspoloživost podataka o učešću ovih djela u emitovanom programu u 2022. godini, Agencija je zaključila da su komercijalni emiteri programa sa nacionalnim pokrivanjem „TV Vijesti“, „TV Prva“, „TV Nova M“ i nacionalni javni emiter „RTCG“ („TVCG1“, „TVCG2“) u toku 2022. godine trebali da ostvare minimalno sljedeće kvote:

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

Emiteri programa „TV Adria“ (komercijalni) i „TV Gradska“ (javni), imali su obavezu da ostvare niže kvote. Naime, u toku 2022. godine, proširivanjem zone servisa, komercijalni emiter televizijskog programa „TV Adria“ i javni emiteri programa „Gradska TV“ i „TV Nikšić“ su stekli status emitera sa nacionalnim pokrivanjem. Time su dobili obavezu da obezbjeđuju učešće evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača i o tome periodično izvještavaju Agenciju.

Na osnovu podataka koje su dostavili emiteri programa „TV Adria“ i „Gradska TV“, može se zaključiti da su, kao emiteri koji su tek stekli status emitera sa nacionalnim pokrivanjem, ispunili kvotu za evropska audiovizuelna djela. U pogledu emitovanja audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača, emiter programa „TV Adria“ nije dostavio podatke o učešću ovih djela u godišnjem vremenu emitovanja, dok je javni emiter televizijskog programa „Gradska TV“, obavijestio Agenciju da nije emitovao audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača, te da će ispraviti ovaj propust u narednom periodu.

Emiter „TV Nikšić“ je pomenutu obavezu stekao tek krajem 2022. godine, pa će sa njenom realizacijom i izvještavanja o tome početi u 2023. godini. Analizom dostavljenih podataka može se zaključiti:

- emiteri komercijalnih televizijskih programa „TV Vijesti“, „TV Prva“, „TV Nova M“, „TV Adria“ i javni emiter televizijskog programa „Gradska TV“ ispunili su kvotu za evropska audiovizuelna djela;
- emiteri televizijskih programa „TV Vijesti“, „TV Prva“ i „TV Nova M“ su ispunili kvotu za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača, emiter televizijskog programa „Adria TV“ nije dostavio podatke o učešću ovih djela u godišnjem vremenu emitovanja, dok je javni emiter televizijskog programa „Gradska TV“ obavijestio Agenciju da nije emitovao audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača, te da će ispraviti ovaj propust u narednom periodu.
- nacionalni javni emiter „RTCG“ je u I, II i III kvartalu 2022. godine ispunio propisanu kvotu za evropska audiovizuelna djela u televizijskom programu „TVCG1“, dok nije ispunio propisane kvote za televizijski program „TVCG2“. Emiter nije ispunio kvotu za audiovizuelna djela nezavisnih proizvođača.

RTCG nije dostavio potpune podatke za IV kvartal 2022. godine, ni nakon upućenih zahtjeva/

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

urgencija od strane Agencije. Kod ovog emitera se može uočiti da i dalje vrši nepotpun ili suvišan unos podataka za pojedine sadržaje, većinom one iz arhive dokumentarno-obrazovnog programa emitera, dok pojedini sadržaji nijesu uvršteni u dostavljene podatke, a emitovani su u programima emitera. S obzirom na navedeno, Agencija je izrekla emiteru upozorenje⁷³ zbog kršenja člana 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela.

U narednim tabelama dati su podaci o obimu učešća evropskih audiovizuelnih djela i audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u programima emitera koji su dostavili podatke o emitovanom programu u 2022. godini.

EVROPSKA AUDIOVIZUELNA DJELA							
MEDIJ	Kvota	PERIOD	JANUAR - MART	APRIL - JUN	JUL - SEPTEMBAR	OKTOBAR - DECEMBAR	UKUPNO
TVCG1	Prijavljena evropska AV djela (min)		74.793,12	75.907,70	68.460,00	/	219.160,82
	% emitovanog programa		57,71	57,93	51,68	/	55,77
TVCG2	Prijavljena evropska AV djela (min)		23.992,51	34.887,00	24.828,00	/	83.707,51
	% emitovanog programa		18,51	26,62	18,74	/	21,29
TV NOVA M	Prijavljena evropska AV djela (min)		84.347,00	89.787,00	92.051,00	91.921,00	35.8106,00
	% emitovanog programa		65,08	68,52	69,48	69,38	68,12
TV PRVA	Prijavljena evropska AV djela (min)		112.000,00	113.580,00	108.560,00	108.200,00	442.340,00
	% emitovanog programa		86,42	86,68	81,94	81,67	84,18
TV VIJESTI	Prijavljena evropska AV djela (min)		80.288,00	76.048,00	78.558,00	79.499,00	314.393,00
	% emitovanog programa		61,95	58,03	59,30	60,01	59,82
TV GRADSKA	Prijavljena evropska AV djela (min)		47.761,00	49.285,00	38.395,00	47.162,00	182.603,00
	% emitovanog programa		36,85	37,61	28,98	35,60	34,76
TV ADRIA	Prijavljena evropska AV djela (min)		17.934,00 ⁷⁴	59.522,00	76.656,00	70.761,00	224.873,00
	% emitovanog programa		40,17	45,42	57,86	53,41	51,03

Učešće evropskih audiovizuelnih djela u 2022.g.

73 Akt Agencije 02 – 164/3 od 18.04.2023.g.

74 Podaci se odnose samo na mart 2022.g.

AUDIOVIZUELNA DJELA NEZAVISNIH PROIZVOĐAČA (AVD NP)							
MEDIJ	Kvota	PERIOD	JANUAR - MART	APRIL - JUN	JUL - SEPTEMBAR	OKTOBAR - DECEMBAR	UKUPNO
TVCG1	Prijavljena AVD NP (min)		9.973	11.887,00	9.740,00	0,00	31.600,00
	% emitovanog programa		7,70	9,07	7,35	0,00	6,03
TVCG2	Prijavljena evropska AV djela (min)		4.194,00	5.511,00	4.519,00	0,00	14.224,00
	% emitovanog programa		3,24	4,21	3,41	0,00	2,71
TV NOVA M	Prijavljena AVD NP (min)		36.933,00	45.158,00	41.656,00	40.328,00	164.075,00
	% emitovanog programa		28,50	34,46	31,44	30,44	31,21
TV PRVA	Prijavljena AVD NP (min))		90.330,00	85.095,00	82.030,00	77.700,00	335.155,00
	% emitovanog programa		69,70	64,94	61,92	58,65	63,80
TV VIJESTI	Prijavljena AVD NP (min)		10.263,00	14.759,00	20.928,00	20.577,00	66.527,00
	% emitovanog programa		7,92	11,26	15,80	15,53	12,63

Učešće audiovizuelnih djela nezavisnih proizvođača u u 2022.g.

Pravilnik o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela, u skladu sa čl. 82 Zakona o elektronskim medijima, propisuje način na koji pružaoci AVM usluga na zahtjev („kablovski“ operatori) mogu realizovati svoje obaveze da promovišu proizvodnju i pristup evropskim djelima i to:

1. ulaganjem u proizvodnju ili kupovinom prava na evropska djela;
2. uključivanjem i/ili isticanjem evropskih djela u katalog programa koje nude.

Tri pružaoca AVM usluga („Crnogorski Telekom“ a.d, sa uslugom „Extra TV“, „Telemach“ d.o.o, sa uslugom „Telemach“, „MTEL“ d.o.o. sa uslugom „MTEL“) imaju u okviru svoje ponude i usluge prijenosa programskih sadržaja po zahtjevu („Video on demand“). Uvidom u ovaj segment njihovih usluga, može se zaključiti da ovi operatori značajno mogu unaprijediti promociju proizvodnje i pristupa evropskim djelima.

2.13. Monitoring programskih standarda u elektronskim medijima

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

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

Tokom 2022. godine objavljeni su sljedeći izvještaji o monitoringu:

- Izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u Beranama i Ulcinju - april 2022. godine;
- Informacija o poštovanju uslova iz izdatog odobrenja neprofitnih emitera - april 2022. godine;
- Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem - maj 2022. godine;
- Analiza programske strukture specijalizovanih TV emitera - jun 2022. godine;
- Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem - oktobar 2022. godine;
- Analiza televizijskog izvještavanja tokom „Nedelje ponosa“ - oktobar 2022. godine;
- Izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore - novembar 2022. godine;
- Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera - novembar 2022. godine;
- Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem - decembar 2022. godine;
- Analiza programske strukture nacionalnog emitera Radio Televizija Crne Gore - decembar 2022. godine;
- Informacija o televizijskim programskim sadržajima za djecu - decembar 2022. godine.

Navedene informacije i analize su dostupne na veb-sajtu Agencije
www.aemcg.org

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

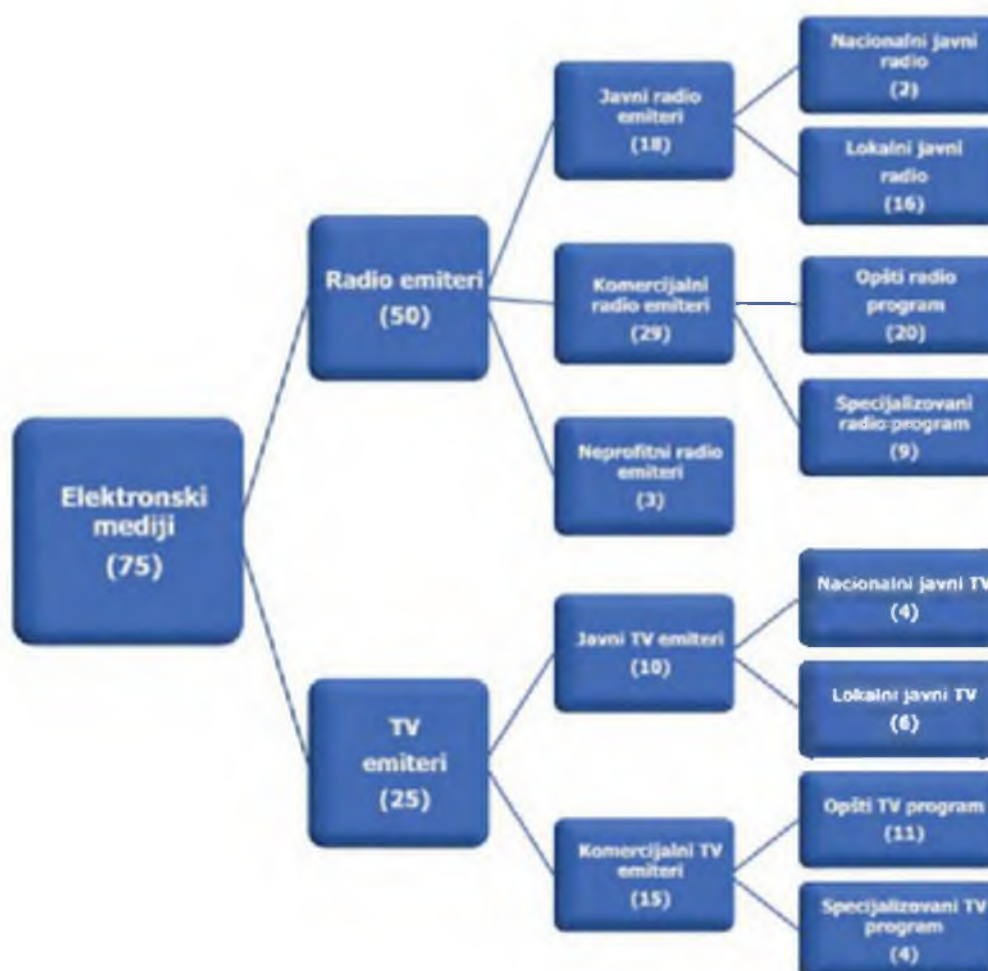
Saglasno članu 100 Zakona o elektronskim medijima, obim i struktura programskih sadržaja podnosilaca prijava na konkurs za raspodjelu radio-difuznih frekvencija predstavlja jedan od kriterijuma za odlučivanje po javnom konkursu.

Članom 58 Zakona o elektronskim medijima propisano je da je emiter dužan da o svim značajnijim planiranim promjenama strukture radijskog ili televizijskog programa koje emituje zatraži saglasnost Agencije. Značajnija promjena strukture programa, u smislu ove odredbe, je svaka promjena koja predstavlja izmjenu veću od 10% strukture programa na osnovu koje je dobijeno odobrenje za emitovanje. Zakon je takođe propisao da Agencija može emiteru uskratiti saglasnost za promjenu strukture programa ukoliko utvrdi da bi u području koje se pokriva određenim radijskim ili televizijskim programom došlo do nedostatka određene vrste programskih sadržaja za koje je emiter dobio odobrenje za emitovanje.

Poglavljem 2 „Struktura programa i druge programske obaveze“ iz Odobrenja za emitovanje, propisano je da su emiteri dužni da se pridržavaju programske šeme odnosno strukture programa koja je dostavljena prilikom izdavanja odobrenja i da u pisanoj formi obavijeste Agenciju o nastalim promjenama, a o svim značajnijim planiranim promjenama strukture programa zatraže saglasnost Savjeta Agencije za elektronske medije.

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

Odobrenje za rad posjeduje 75 elektronskih medija, četiri manje nego prethodne godine. Od ukupnog broja, njih 50 emituje radijski, a 25 televizijski program. Ukupno je 28 programa javnih radijskih i televizijskih emitera (nacionalnih i lokalnih), 44 programa komercijalnih radio i TV emitera (opštih i specijalizovanih), kao i tri programa neprofitnih radio emitera.



Elektronski mediji u Crnoj Gori (struktura po grupama i broj)

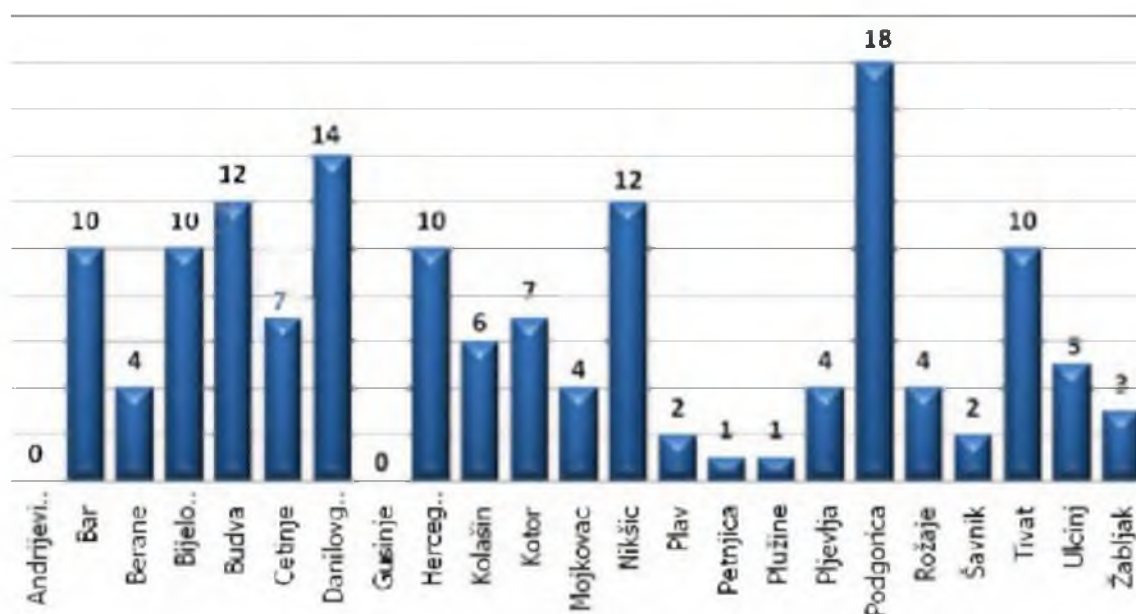
Televizijski emiteri svoj program emituju većinom putem platformi sa uslovnim pristupom. Putem zemaljske platforme sa slobodnim pristupom (besplatna televizija), svoj program na nacionalnom nivou emituju nacionalni javni emiter (RTCG) sa tri televizijska kanala (TVCG1, TVCG2 i Parlamentarni program, tj. TVCG3⁷⁵), kao i komercijalni emiteri TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M i TV Adria⁷⁶. Putem lokalnih multiplexa, slobodnim pristupom se može pratiti program TV Teuta i TV Boin (opština Ulcinj), TV Boin (opština Podgorica), kao i lokalni javni emiteri Televizija Budva, Televizija Nikšić i Televizija Pljevlja, za područje opštine čije su skupštine opština osnivači medija.

Komercijalni radijski emiteri su većinom zainteresovani za područja većih opština u centralnoj i primorskoj regiji. Od ukupnog broja stanica, 18 su sa lokalnim pokrivanjem (od čega devet stanica koje pokrivaju područje samo jedne opštine), sedam regionalnih i četiri emitera sa nacionalnim pokrivanjem. Radijski emiteri pokazuju različit interes za pokrivanje područja pojedinih opština, te je na primjer opština Podgorica pokrivena signalom 18 komercijalnih radio emitera, dok je ukupno devet opština (sve u sjevernom regionu) pokriveno signalom manje od pet ko-

75 Na zahtjev Javnog servisa „Radio i televizija Crne Gore“ izmijenjen je identifikacioni znak emiteru specijalizovanog informativnog televizijskog programa Parlamentarni program iz „P“ u „3“ (akt broj 02-1402 od 12.09.2022.godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2018/05/02-1402-1-Izmjena-odobrenja-O-TV-J-09-RTCG-3.pdf>)

76 Nakon sprovedenog Javnog konkursa donijeto je Rješenje o izmjeni i dopuni odobrenja za emitovanje (akt broj 02-1821 od 01.11.2022.godine) kojim privredno društvo „Adria TV“ d.o.o. emiter programa TV Adria stiče status emitera s pravom emitovanja posredstvom multipleksa prve DVB-T2 mreže sa nacionalnim pokrivanjem (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2018/04/Izmjena-I-dopuna-odobrenja-Adria-TV-02-1821.pdf>)

mercijalnih radijskih emitera, pri čemu opštine Andrijevica i Gusinje nijesu pokrivenne signalom ni jedne komercijalne radijske stanice.



Broj radio emitera koji pokrivaju područje određene opštine

Program koji emituje prosječna radio stanica sadrži oko 70% muzike i 30% različitih nemuzičkih sadržaja. Nemuzički sadržaj stanice uglavnom proizvode same, učešće reemitovanog i kupljenog programa zauzima veoma mali procenat. Reemitovani sadržaj se najvećim dijelom odnosi na centralnu informativnu emisiju.

Radijskim programom zadovoljavaju se prije svega potrebe slušalaca za muzičkim sadržajem. Imajući u vidu učešće muzike, većina radijskih programa su formatirani kao pasivni mediji koji se mogu pratiti bez pune pažnje i fokusa slušalaca, tokom svakodnevnih aktivnosti. Ova struktura programa pogoduje više mlađim slušaocima. Mali je broj radijskih stanica koje u svom programu imaju duže govorne forme sadržaja, sa temama koje izlaze iz okvira zabave i koje se bave ozbiljnijim društveno političkim temama (privreda, unutrašnja i spoljna politika, ekologija, ljudska prava i si.). Izuzetak je nekoliko radijskih stanica koje vrstu (žanr) emitovane muzike koriste kao osnovni faktor profilisanja (osobnosti) u odnosu na konkurenciju.

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

Po vrsti sadržaja, u ukupno emitovanom programu dominira informativni sadržaj sa učešćem od oko 44% u nemuzičkom programu. Analizirajući količinu informativnog programa, mora se imati u vidu da je ona determinisana zakonskom obavezom. Informativni program uglavnom čine kratke emisije (do deset minuta) sa vijestima iz zemlje i svijeta, sadržajno i formalno odvojene od ostalog programa i prepoznatljive kao „klasičan“ informativni program. Količinu ove vrste programa uvećavaju emisije kolažnog tipa koje predstavljaju mješavinu informativnog sadržaja (dominantno servisnih i drugih informacija) i muzike. Informativni sadržaji se reemituju kod značajnog broja emitera. Treba imati u vidu da reemitovanje informativnog programa, često iz istog izvora, ne doprinosi pluralizmu i raznovrsnosti ove vrste sadržaja.

Slijedi zabavni program, sa oko 18% ukupnog nemuzičkog sadržaja. Emisije kulturno-umjetničkog i dokumentarno-obrazovnog karaktera zajedno čine oko 28% ukupnog nemuzičkog sadržaja.

Najmanji procenat nemuzičkog sadržaja na radiju, približno 9%, čine emisije posvećene sportu (7%) i emisije dječjeg programa (2%).

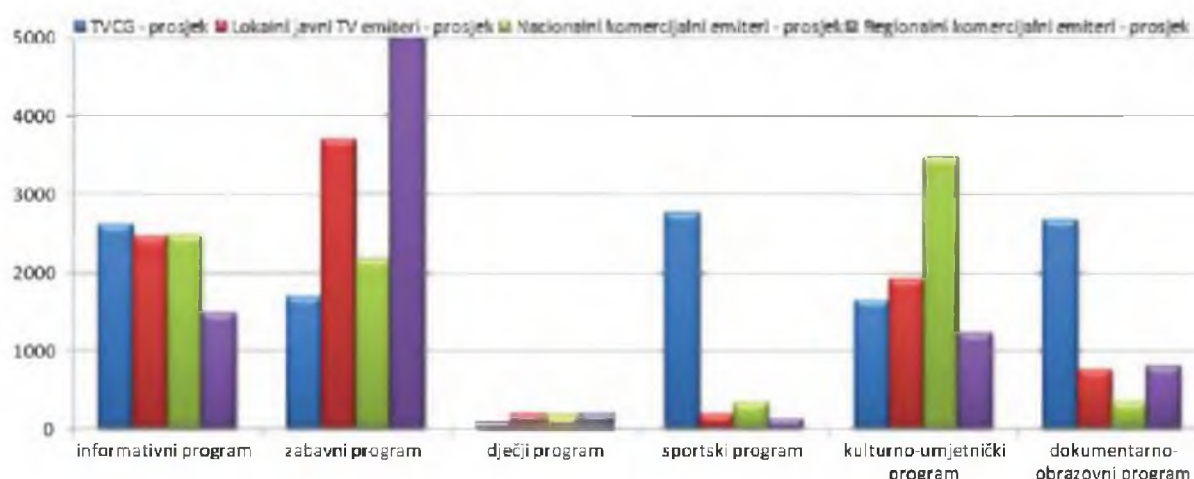
Generalno posmatrano, radijske programe komercijalnih emitera karakteriše uniformnost. Programi su orijentisani na zadovoljenje potreba slušalaca za zabavom i informativnim sadržajem, što je preovlađujuća forma radijske ponude. Svega nekoliko komercijalnih emitera se obraća specifičnim grupama slušalaca i odstupa od dominantne forme radijskih programa. Kratak i sažet informativni program uglavnom je oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija. Informativni program je veoma slično koncipiran i ne predstavlja faktor koji se koristi za profilisanje (osobnost) u odnosu na konkurenciju.

Ne postavljajući pitanje da li takva očekivanja postoje kod slušalaca, generalno posmatrano, radijski programi ne mogu zadovoljiti potrebe slušalaca za ostalim vrstama sadržaja. Kod većine radijskih emitera kulturno-umjetnički, dokumentarno-obrazovni, sportski i dječji program se svode na po jedan sadržaj sedmično, kako bi se formalno zadovoljio zahtjev raznovrsnosti koji važi za opšti radijski program. Za tematske sadržaje iz sfere sporta, kulture ili obrazovanja koji se, na radiju immanentan, ali inovativan i zanimljiv način obraćaju slušaocima, može se reći da su veoma rijetki.

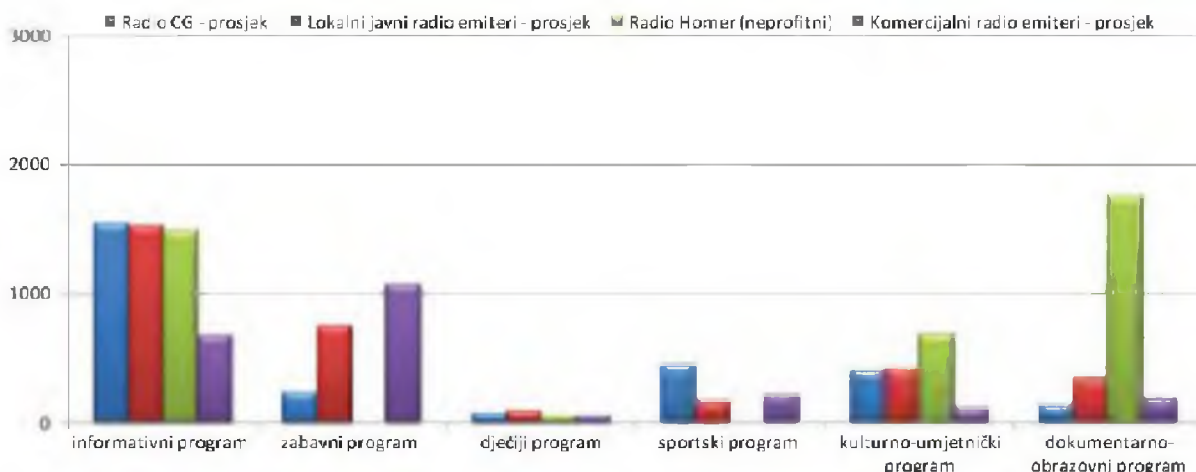
Crnogorske televizije u prosjeku proizvode 24% sopstvenog programa, reemituju oko 2% programa, a najveće učešće u strukturi ukupno emitovanog programa ima kupljeni program, 49%. Dominacija kupljenog programa se prije svega odnosi na filmski i serijski program, ali i na neke programe čiji je format licenciran. Program manjih, regionalnih televizija odlikuje značajno prisustvo sadržaja koji proizvode različite nezavisne produkcije, većinom iz regiona i koji besplatno ustupaju ili objavljuju na YouTube platformi. Cilj emitovanja ovakvih sadržaja nerijetko je prikriveno oglašavanje. Kod ne tako malog broja televizijskih emitera, čak i nekih javnih, učešće muzičkih spotova u cjelodnevnom programu ima značajan procenat. Po vrsti sadržaja dominira zabavni program, oko 31%, slijedi informativni program sa oko 22%. Kulturno-umjetnički program u prosjeku čini 20% programa. Dokumentarno-obrazovni, sportski i dječji program zajedno čine oko 21% ukupnog programa i predstavljaju najmanje zastupljene kategorije u televizijskom emitovanju. Najmanje, kao i kod radijskog emitovanja, ima dječjeg programa, ispod 2%.

Kod televizijskog emitovanja gotovo da nema programa na znakovnom jeziku ili programa koji je drugim tehnikama prilagodan osobama sa invaliditetom. Jedina informativna emisija na gestovnom govoru emituje se u okviru programa TVCGI, radnim danima i približnog je trajanja 24 minuta.

U okviru programa TVCGI, šest dana sedmično emituje se informativna emisija na albanskom jeziku „Lajmet“, približnog trajanja deset minuta. Takođe, sedmično se emituje magazin na albanskom jeziku „Mozaiku“, u trajanju od 60 minuta. Izuzetak su televizije Boin i Teuta, koje svoj program emituju i na albanskom jeziku. U okviru drugih televizijskih programa nema sadržaja na jezicima nacionalnih manjina.



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



Učešće nemuzičkih kategorija u programima crnogorskih radio stanica (prosjek, minuti)⁷⁷

2.13.1. Programska struktura radio emitera

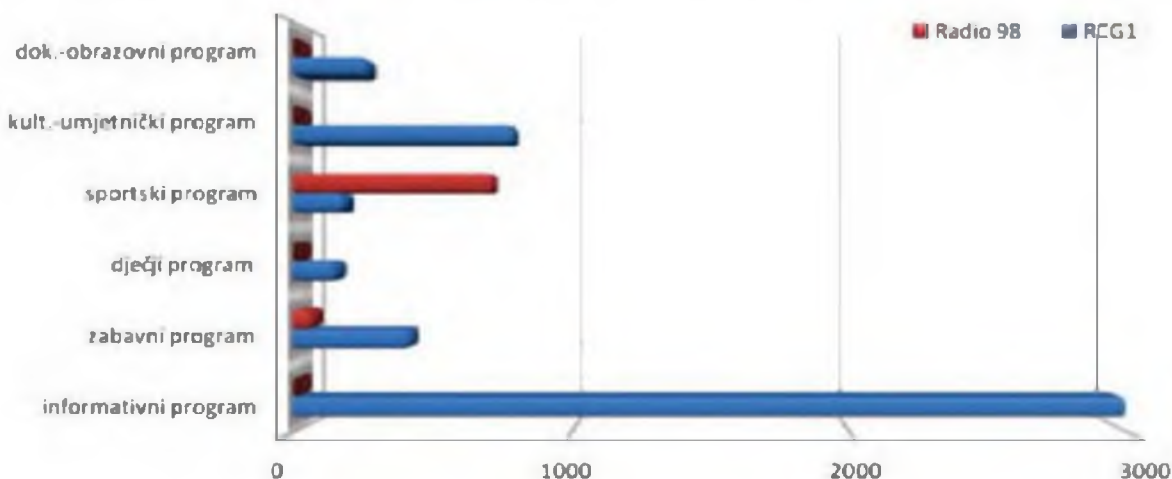
2.13.1.1. Radio Crne Gore⁷⁸

Prvi program Radija u prosjeku na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 51% muzike i 49% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru).

Ukupno emitovani nemuzički sadržaj, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informativni program, 31%. U strukturi programa po vrsti slijedi kulturno-umjetnički program sa učešćem od 8%. Zabavni program ima učešće od 4%, dokumentarno-obrazovni program čini 3%, sportski program bilježi približno 2% ukupnog programa, dok dječiji program ima učešće od oko 1% ukupnog nemuzičkog sadržaja.

Drugi program Radija Crne Gore - Radio 98 u prosjeku na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 91% muzike i 9% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). U strukturi nemuzičkog sadržaja (po vrsti) dominantan je sportski program, 7%. Zabavni program zauzima manje od 1%. Dok informativnog, kulturno-umjetničkog, dokumentarno-obrazovnog i dječjeg programa uopšte nema u ukupnoj strukturi programa ovog radija.

Upoređujući strukturu Prvog i Drugog programa Radija Crne Gore, po vrsti sadržaja, informativni program predstavlja dominantnu karakteristiku RCG1, dok na Radiju 98 dominira sportski program.



Struktura programa po vrsti sadržaja (RCG1 vs Radio 98)

⁷⁷ Podaci koji se odnose na lokalne javne radio emitere su izvedeni na osnovu podataka iz izdatih odobrenja

⁷⁸ Analiza programske strukture nacionalnog javnog emitera RTCG (02-2250 od 30.12.2022. <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/01/Analiza-programske-strukture-RTVCG.pdf>)

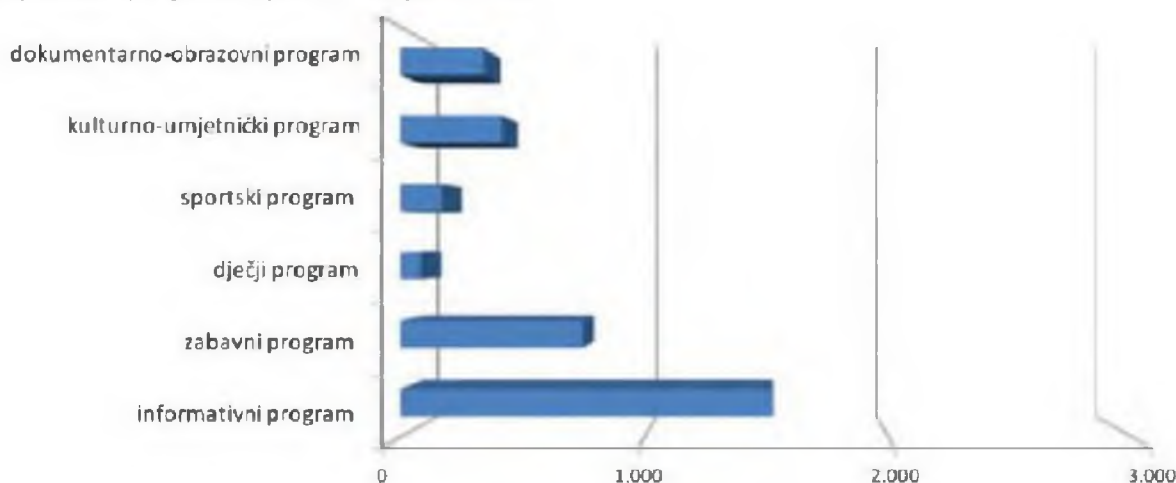
2.13.1.2. Lokalni javni radio emiteri

Saglasno članu 55 stav 5 Zakona o elektronskim medijima, emiter je dužan da emitovane programske sadržaje čuva u skladu sa propisima kojima se uređuje oblast medija i propisima kojima se uređuje zaštita kulturnih dobara. Takođe, članom 138 Zakona o elektronskim medijima je propisano da Agencija za elektronske medije posebno vrši nadzor nad izvršenjem obaveza pružalaca AVM usluge da u svemu poštuju uslove iz izdatog odobrenja, kao i da je, u cilju sprovođenja zakonom utvrđenih nadležnosti, pružalac AVM usluge dužan da, na zahtjev Agencije, dostavi sve podatke, informacije i dokumenta koja su neophodna za obavljanje regulatorne funkcije u ovoj oblasti, u roku koji odredi Agencija, a koji ne može biti kraći od sedam dana.

Članom 34 Zakona o medijima je propisano da je medij dužan da čuva tekstove, odnosno snimke informacija, najmanje 30 dana poslije objavljivanja i da ih daje na uvid licima koja, po odredbama ovog zakona, imaju pravo na ispravku i odgovor.

Imajući u vidu navedeno i činjenicu da lokalni javni radio emiteri pokrivaju područja van servisne zone Podgorica, za nesmetano vršenje nadzora nad izvršavanjem obaveza emitera neophodno je da emiteri izvršavaju obavezu čuvanja snimaka emitovanog programa, što često nije slučaj.

Imajući u vidu navedeno, podaci koji se odnose na lokalne javne emitere su dobijeni na osnovu podataka iz izdatog odobrenja. Lokalni javni emiteri u prosjeku na sedmičnom nivou emituju program koji sadrži 67% muzike i 33% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja, zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju informativni (15%) i zabavni sadržaji (8%), dok je najmanje sadržaja namijenjenih djeci (manje od 1%).



Struktura programa po vrsti sadržaja - lokalne javne radio stanice (prosjeak)

2.13.1.3. Komercijalni radio emiteri⁷⁹

U periodu od 2017. godine, Agencija za elektronske medije je, saglasno zakonskoj obavezi da odobrenje za emitovanje obavezno sadrži i podatke o strukturi programa, izvršila izmjenu ranije izdatih odobrenja za emitovanje na način da je ranija forma odobrenja dopunjena Anexom 2, koji sadrži podatke o strukturi programa i drugim programskim obavezama u skladu sa podnijetom prijavom na javni konkurs ili zahtjevom za izdavanje odobrenja.

U postupku izmjene odobrenja, nakon izvršenog monitoringa i utvrđivanja kvantitativnih elemenata koji se odnose na emitovani program, te njihovog upoređenja sa podacima iz prijave na javni konkurs, za emitere kod kojih nijesu utvrđena značajna odstupanja, odnosno za koje je

⁷⁹ Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera (02-319 od 03.02.2023. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/02/Analiza-programske-strukture-komercijalnih-radio-emitera-februar-2023.pdf>)

utvrđeno da realizuju strukturu programa i druge programske obaveze u skladu sa podnijetom prijavom na javni konkurs, izvršena je izmjena odobrenja na način da je izdat Anex 2 odobrenja sa podacima iz prijave na javni konkurs.

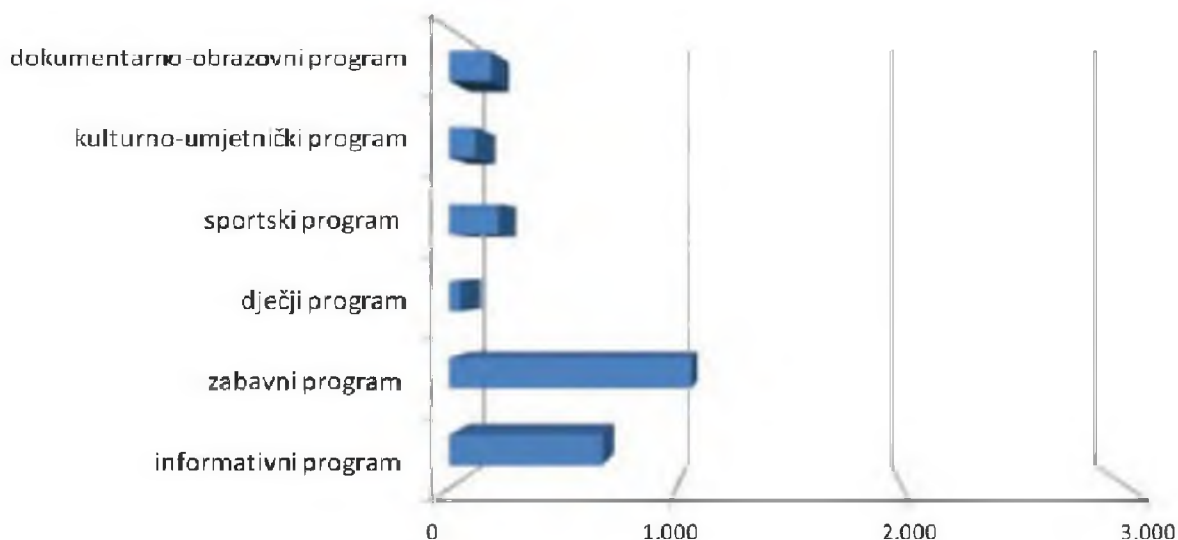
Kod oko 60% komercijalnih radio emitera su, nakon izvršenog monitoringa i upoređenja sa podacima iz prijave na javni konkurs, utvrđena značajna odstupanja, tj. da ne realizuju strukturu programa i druge programske obaveze u skladu sa podnijetom prijavom na javni konkurs. Protiv ovih emitera je pokrenut postupak u kojem je naloženo da se, ili izvrši usklađivanje strukture programa sa podacima iz prijave, ili podnese zahtjev za dobijanje saglasnosti Savjeta Agencije za elektronske medije za značajnu izmjenu strukture programa.

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

Prosječna komercijalna radijska stanica saglasno programskim strukturama iz izdatog odobrenja, na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 77% muzike i 23% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru).

Od različitih nemuzičkih sadržaja, 91% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od oko 6%, a kupljeni sadržaj oko 2%.

Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju zabavne emisije (11%) i informativni sadržaji (7%), dok je najmanje programskih sadržaja namijenjenih djeci (ispod 1%).



Struktura programa po vrsti sadržaja - komercijalne radio stanice (prosjeak)

2.13.1.4. Neprofitni emiteri⁸⁰

Saglasno izdatim odobrenjima status neprofitnog emitera u toku 2022. godine posjeduju dvije radijske stanice NVO „Kulturni centar Homer“ za emitovanje programa Radio Homer i „Mešihat Islamske zajednice u Crnoj Gori“ za emitovanje programa Radio Fatih.

Krajem 2022. godine Savjet Agencije je nakon sprovedenog Javnog konkursa donio Rješenje o dodjeli prava na emitovanje radijskih programa kojim je i emiter Radio Svetigora dobio status

⁸⁰ Informacija o poštovanju uslova iz izdatog odobrenja - neprofitni emiteri (02-689 od 20.04.2022. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/05/Informacija-o-postovanju-uslova-iz-izdatog-odobrenja-Neprofitni-emiteri.pdf>)

neprofitnog emitera⁸¹.

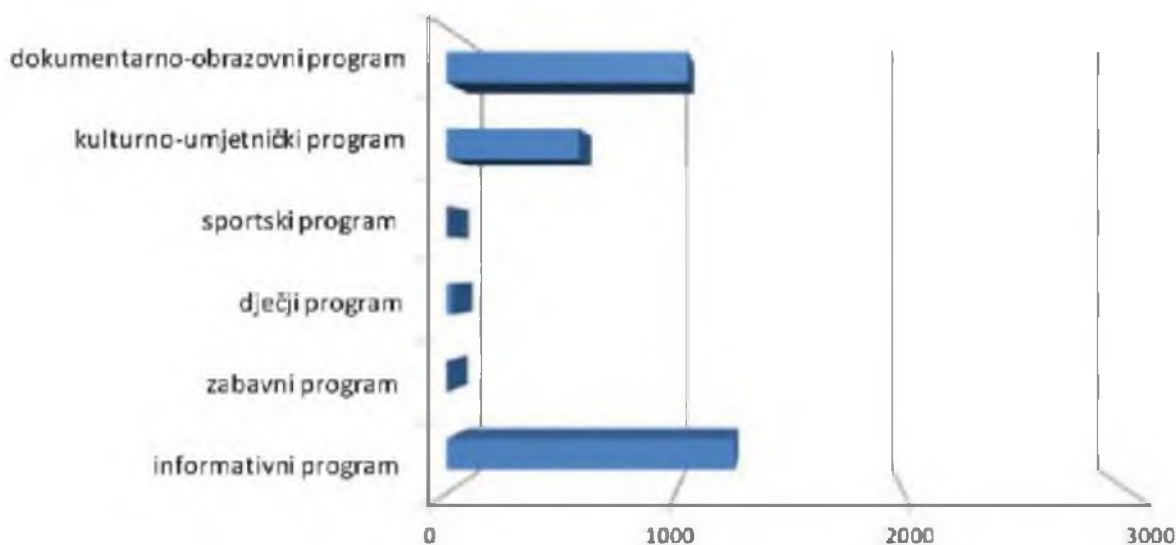
Radio Homer svakodnevno emituje oko 13 sati različitih sadržaja, od čega 30% čini sopstvena produkcija. Posmatrano po vrsti sadržaja u ukupno emitovanom programu ove radio stanice dominira dokumentarno-obrazovni program, koji se ocjenjuje kao program od posebnog značaja, imajući u vidu da je prvenstveno namijenjen osobama oštećenog vida i da slične programske sadržaje ne emituje ni jedna druga radijska stanica.

Radio Fatih u prosjeku emituje oko pet sati sadržaja koji se odnose na vjerski program islamske zajednice. Emitovani program obuhvata emisije u kojima se obrađuju vjerske teme i pojašnjavaju vjerski propisi. Emitovani sadržaji su od posebnog značaja, jer za cilj imaju očuvanje vjerskog identiteta islamske zajednice.

Saglasno izdatim odobrenjima, dva neprofitna emitera imaju program specijalizovan za ispunjenje informativnih, obrazovnih, naučnih, stručnih, umjetničkih, kulturnih i drugih potreba određenih društvenih grupa ili zajednica. Njihov ukupno emitovani program na sedmičnom nivou sadrži 63% muzike i 37% sadržaja različite vrste.

U okviru različitih nemuzičkih sadržaja, 60% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od 8%, a kupljeni sadržaj oko 6%.

Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju informativni sadržaji (32%) i dokumentarno-obrazovne emisije (26%), potom slijedi kulturno-umjetnički program (14%), dječji i sportski program (ispod 1%), dok zabavni program u posmatranom periodu nije zabilježen.



Struktura programa po vrsti sadržaja - neprofitni radio emiteri (prosjeak)

2.13.2. Programska struktura televizijskih emitera

2.13.2.1. Televizija Crne Gore⁸²

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCGI dominira sopstvena produkcija (53%). Kupljeni program ima učešće od 23% ukupno emitovanog programa, dok reemitovanog programa nema.

Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno informa-

81 Akt broj 01-2145 od 23.12.2022. godine

82 Analiza programske strukture nacionalnog javnog emitera RTCG (02-2250 od 30.12.2022. <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/01/Analiza-programske-strukture-RTVCG.pdf>)

tivne sadržaje, 48%. Šest dana sedmično se emituje informativna emisija na albanskom jeziku, kao i jedna informativna emisija na gestovnom govoru.

Kulturno-umjetnički program predstavlja 27%, dok dokumentarno-obrazovni program čini oko 16% ukupnog programa. Slijedi zabavni program sa 6% ukupno emitovanog sadržaja.

Najmanje učešće u strukturi programa po vrsti na sedmičnom nivou čine dječji (1%) i sportski program (ispod 1%).

Posmatrano po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG2 dominantan je kupljeni program (41%). Sopstvena produkcija čini 24% ukupnog programa, a reemitovanog sadržaja nema.

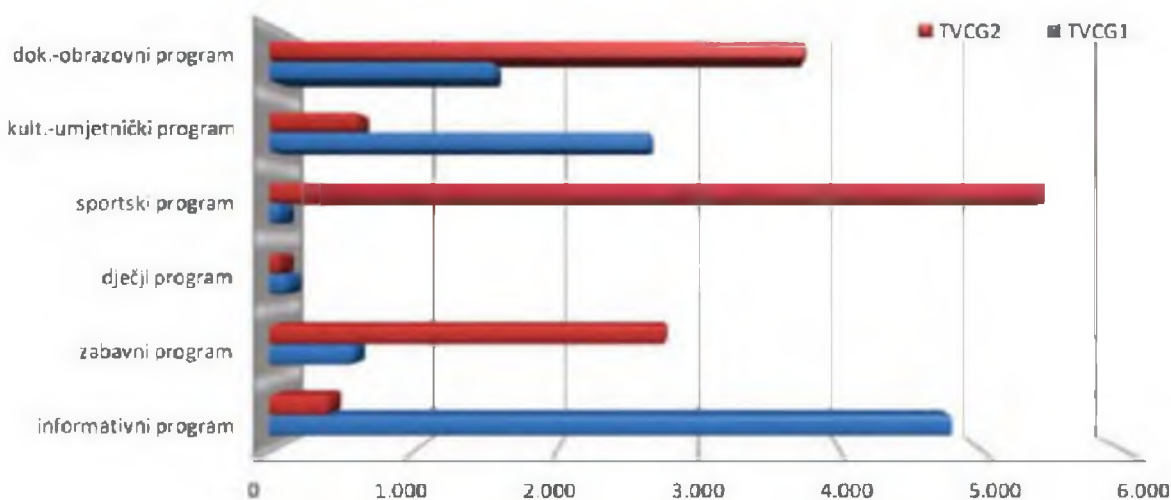
Preko polovine ukupno emitovanog programa RTCG2 (54%), čini sportski program. Slijede dokumentarno-obrazovne emisije sa učešćem od 37%. Zabavni program čini 28%, kulturno-umjetnički program 6%, informativni sadržaji imaju učešće od 4%, a dječji programi manje od 1% u ukupno emitovanom sadržaju.

Tokom protekle godine, na zahtjev Javnog servisa „Radio i televizija Crne Gore“ izmijenjen je identifikacioni znak emiteru specijalizovanog informativnog televizijskog programa Parlamentarni program iz „P“ u „3“⁸³.

U okviru Parlamentarnog programa (TVCG3) sopstvena produkcija čini 44%, reemitovani sadržaji nešto više od 1%, a kupljenog programa nema.

Ukupno emitovani program, nezavisno od produkcijskog izvora, sadrži dominantno kulturno-umjetničke sadržaje, 52%, što ukazuje na to da je Parlamentarni program, u posmatranom periodu, imao strukturu specijalizovanog kulturno-umjetničkog programa, uprkos tome što je registrovan kao specijalizovani informativni program. Informativni sadržaji imaju učešće od 42% ukupno emitovanog programa.

Sportski program čini nešto manje od 5% ukupnog sadržaja, dokumentarno-obrazovni oko 2%, zabavni program ima učešće nešto iznad 1%, dok dječjeg programa u posmatranom periodu nije bilo.

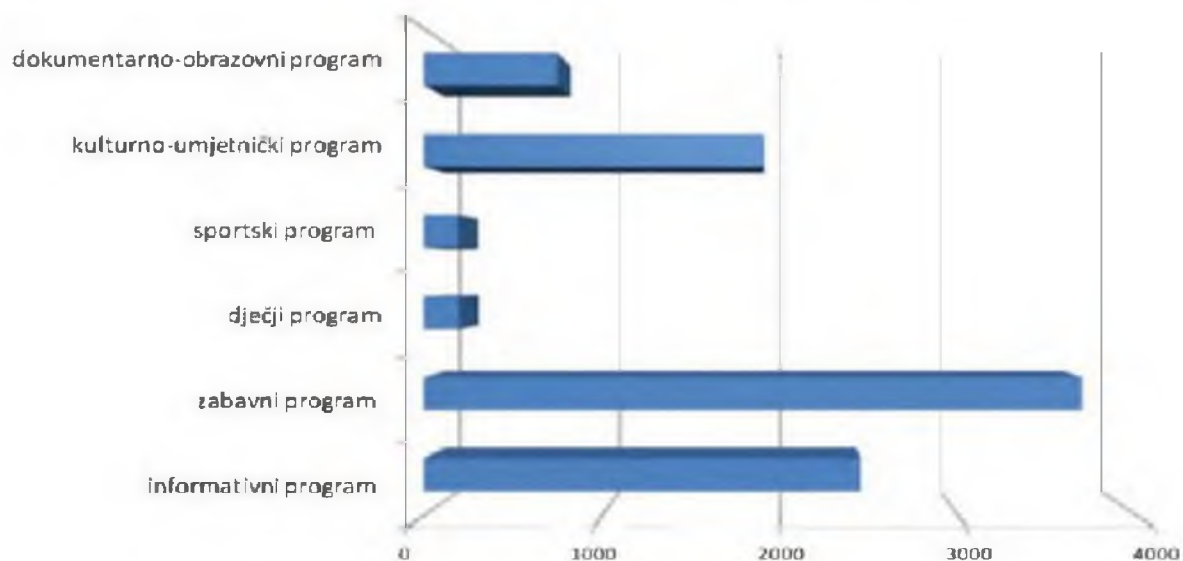


Struktura programa po vrsti sadržaja (TVCG1 vs TVCG2)

2.13.2.2. Lokalni javni televizijski emiteri⁸⁴

Lokalne javne televizije u prosjeku proizvode 26% sopstvenog programa i emituju 49% kupljenih sadržaja. Reemitovani program u prosjeku iznosi 5%.

Po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 37% ukupno emitovanog sadržaja. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu (24%) i odlikuje se klasičnim informativnim sadržajima, sa značajnim učešćem lokalnih informacija. Kulturno-umjetnički program (od čega većinu predstavlja filmski i serijski program) u prosjeku čini 19% programa. Dokumentarno-obrazovne emisije prosječno zauzimaju oko 7% ukupno emitovanih sadržaja. Programa za djecu i sportskih sadržaja na programu lokalnih javnih televizija u prosjeku ima nešto manje od po 2% u ukupno emitovanom programu.



Struktura programa po vrsti sadržaja - lokalne javne televizijske stanice (prosječno)

2.13.2.3. Komercijalni televizijski emiteri nacionalne pokrivenosti⁸⁵

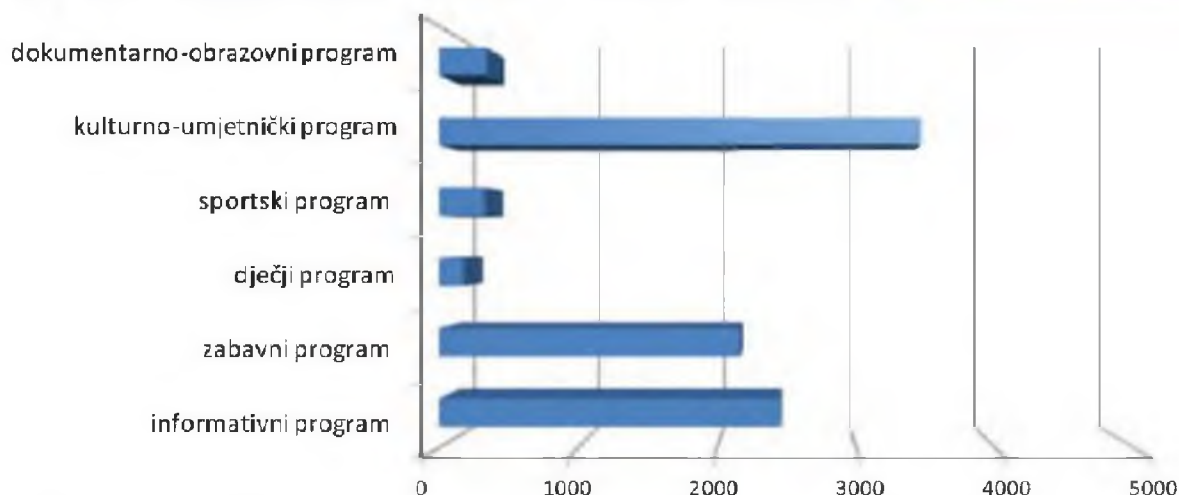
Komercijalne televizije nacionalnog pokrivanja u prosjeku proizvode oko 24% sopstvenog programa. Posmatrani televizijski emiteri u prosjeku kupuju oko 55% emitovanog programa i to se prvenstveno odnosi na filmski i serijski, kao i na zabavni program. Prosječno učešće reemitovanog programa je nešto ispod 2%.

Po vrsti sadržaja dominiraju filmski i serijski sadržaji (kulturno-umjetnički program), u prosjeku 34% ukupno emitovanog sadržaja. S prosjekom od oko 24%, informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu posmatranih emitera. Osim klasičnih informativnih emisija i servisnih informacija, u ovoj grupi sadržaja su i jutarnji programi, magazini, kao i talk-show emisije.

Zabavni program u prosjeku zauzima oko 22% ukupno emitovanog vremena. Dokumentarno-obrazovni i sportski programi u prosjeku čine nešto više od po 3% ukupno emitovanog programa, dok programa za djecu na programu posmatranih televizija u prosjeku ima manje od 2%.

84 Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera (02-1985 od 01.12.2022. godine) <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/12/02-1985-Analiza-programске-strukture-lokalnih-javnih-TV-emitera-novembar-2022.pdf>

85 Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem (02-2251 od 30.12.2022. godine) <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/01/Analiza-programске-strukture-nacionalnih-TV-emitera.pdf>

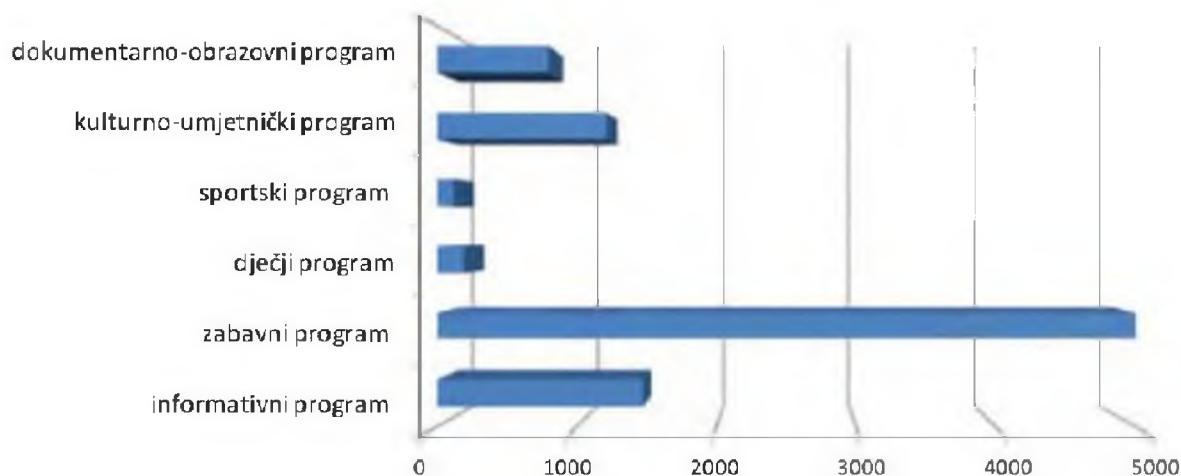


Struktura programa po vrsti sadržaja - nacionalne televizijske stanice (prosjeak)

2.13.2.4. Komercijalni televizijski emiteri regionalne pokrivenosti⁸⁶

Komercijalne televizije regionalnog pokrivanja u prosjeku imaju po oko 9% sopstvenog programa, dok je prosječno učešće reemitovanog programa nešto ispod 1%. Posmatrani televizijski emiteri u prosjeku kupuju oko 59% programa koji emituju, a to se prvenstveno odnosi na muzičke sadržaje.

Oko polovine ukupno emitovanih sadržaja na programima posmatranih TV emitera, čini zabavni program, dominantno muzički spotovi. Slijede informativni program, sa prosječnim učešćem od 15% i kulturno-umjetnički program sa učešćem od 12% u ukupno emitovanom programu. Dokumentarno-obrazovne emisije u prosjeku čine oko 8% ukupno emitovanog programa. Dječjih sadržaja na programu posmatranih televizija ima malo, ispod 2%. Najmanje je prosječno učešće sportskog programa, malo iznad 1%.



Struktura programa po vrsti sadržaja - regionalne televizijske stanice (prosjeak)

⁸⁶ Analiza programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem (02-1591 od 10.10.2022. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/10/Analiza-programa-regionalnih-komercijalnih-TV-emitera-okt.-2022.pdf>)

2.13.3. Medijsko predstavljanje u toku izbornih kampanja

2.13.3.1. Izveštaj o kampanji za lokalne izbore – mart 2022.g.⁸⁷

Predsjednik Crne Gore je 26. januara 2022. godine, donio Odluku⁸⁸ o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Berane i Skupštini opštine Ulcinj, koji su održani 27. marta 2022. godine.

Saglasno dopunama Zakona o elektronskim medijima, Savjet Agencije za elektronske medije je usvojio Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Berane i Skupštini opštine Ulcinj, koji će biti održani 27. marta 2022. godine, br. 01-144 od 02.02.2022.g.⁸⁹.

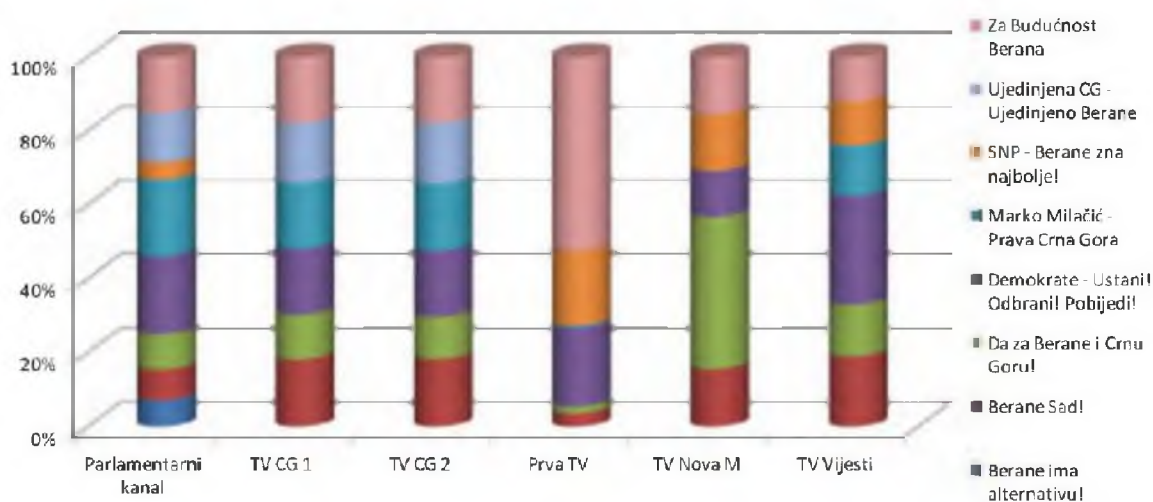
Agencija je na svojoj internet stranici <https://aemcg.org/> pored usvojenog Pravilnika o pravima i obavezama emitera za lokalne izbore i njemu pratećih obrazaca, objavila i pojedinačna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli javni, odnosno komercijalni emiteri, koji su tokom kampanje za izbore od 27. marta omogućavali medijsko predstavljanje. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora.

Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojilo je 11 emitera za osam radijskih i osam televizijskih programa.

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja na programu posmatranih televizijskih programa, za period od 11. do 25. marta iznosilo je **78.827 sekundi ili približno 22 sata za period od 15 dana.**

Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je na Parlamentarnom kanalu (71%), TVCG1 (10%) i TVCG2 (10%). U programu Televizije Prva emitovano je 6% ukupnog medijskog predstavljanja, a u programu TV Vijesti - 2%. U programu TV Prva emitovano je približno 1% ukupnog medijskog predstavljanja.

Od ukupnog medijskog predstavljanja 36% se odnosilo na medijsko predstavljanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Ulcinj dok se 64% odnosilo na medijsko predstavljanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Berane.

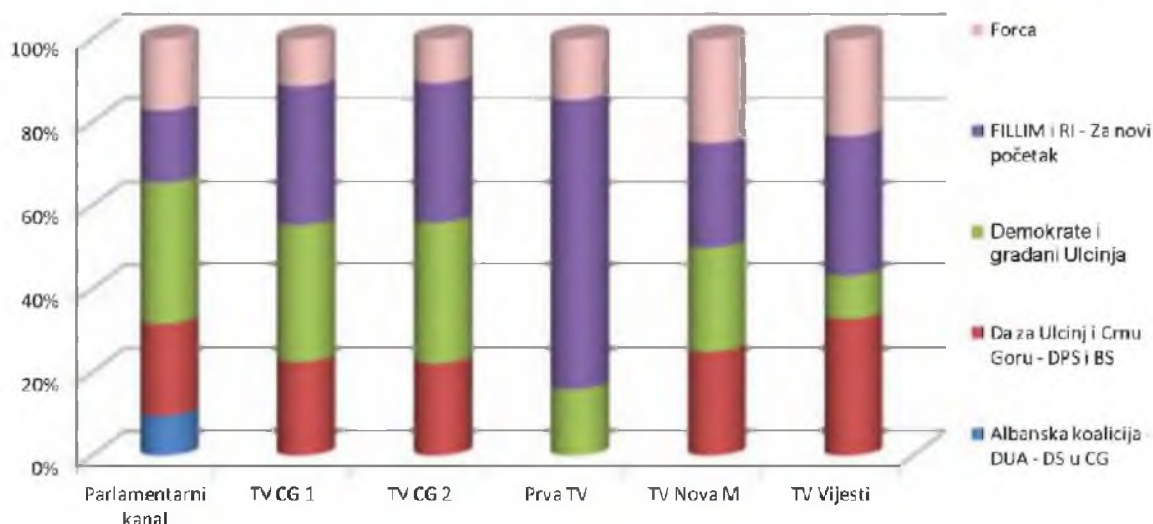


Izbori Berane – Medijsko predstavljanje izbornih listi po emiteru

87 Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore – mart 2022.g. (akt broj 02-572 od 06.04.2022.g <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/04/Izveštaj-o-lokalnim-izborima-u-SC-Berane-i-Ulcinj-mart-2022.pdf>)

88 „Službeni list Crne Gore“, br. 003/21

89 „Službeni list Crne Gore“, br. 100/21



Izbori Ulcinj – Medijsko predstavljanje izbornih listi po emiteru

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

Za vrijeme trajanja kampanje Agencije je pokrenula 11 postupaka za utvrđivanje odgovornosti kršenja odredbi Pravilnika.

Tokom izborne kampanje nije podnijeta ni jedna žalba na rad emitera.

2.13.3.2. Izveštaj o kampanji za lokalne izbore - oktobar 2022.g.⁹⁰

Predsjednik Crne Gore je 03.08.2022. godine, donio Odluku⁹¹ o raspisivanju prijevremenih izbora za odbornike u Skupštini opštine Tivat i Skupštini opštine Budva, Odluku⁹² o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštinama opština Bar, Bijelo Polje, Danilovgrad, Kolašin, Plav, Plužine, Pljevlja, Rožaje, Šavnik i Žabljak i 24.08.2022. Odluku⁹³ o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini Glavnog grada Podgorica i Skupštini opštine Zeta.

Saglasno dopunama Zakona o elektronskim medijima, Savjet Agencije za elektronske medije je usvojio Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanja za izbore za odbornike u Skupštini Glavnog grada Podgorica, Skupštinama opština Bar, Bijelo Polje, Danilovgrad, Zeta, Kolašin, Plav, Plužine, Pljevlja, Rožaje, Šavnik i Žabljak, koji će biti održani 23. oktobra 2022. godine i za prijevremene izbore za odbornike u skupštinama opština Budva i Tivat, koji će biti održani 23. oktobra 2022. godine.⁹⁴

Posebna pravila o medijskom predstavljanju usvojila su 23 emitera za 19 radijskih i 12 televizijskih programa.

Agencija je na svojoj internet stranici <https://aemcg.org/> pored usvojenog Pravilnika o pravima i obavezama emitera za lokalne izbore i njemu pratećih obrazaca, objavila i pojedinačna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli javni, odnosno komercijalni emiteri, koji su tokom kampanje za izbore od 23. oktobra omogućavali medijsko predstavljanje. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora.

90 Izveštaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore - oktobar 2022.g. (akt broj 02-1954 od 23.11.2022.g <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/11/Izveštaj-o-medijskom-predstavljanju-tokom-kampanje-za-lokalne-izbore-Oktobar-2022-02-1954-23.11.2022.pdf>)

91 „Službeni list Crne Gore”, br. 086/22

92 „Službeni list Crne Gore”, br. 086/22, 094/22

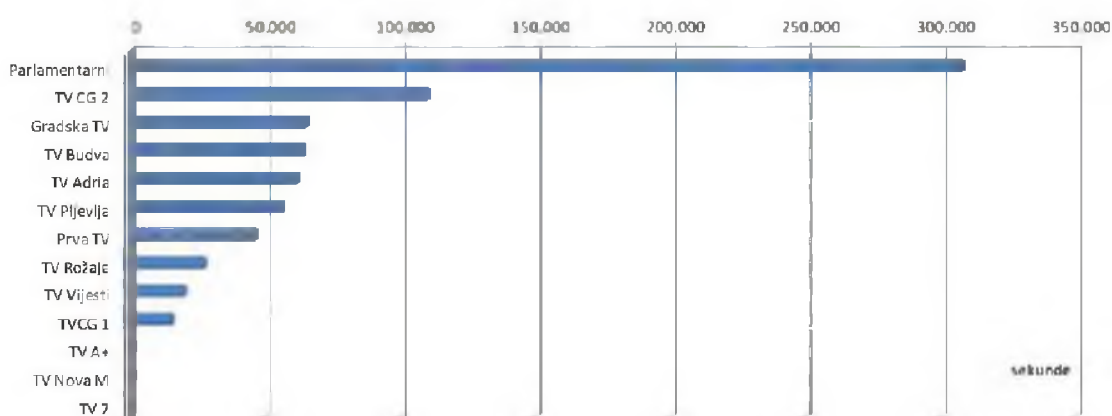
93 „Službeni list Crne Gore”, br. 094/22

94 „Službeni list Crne Gore”, br. 090/22, 097/22

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja u okviru posmatranih televizijskih programa, za period od 07. do 21. oktobra iznosilo je **789.920 sekundi** ili **približno 220 sati za period od 15 dana**.

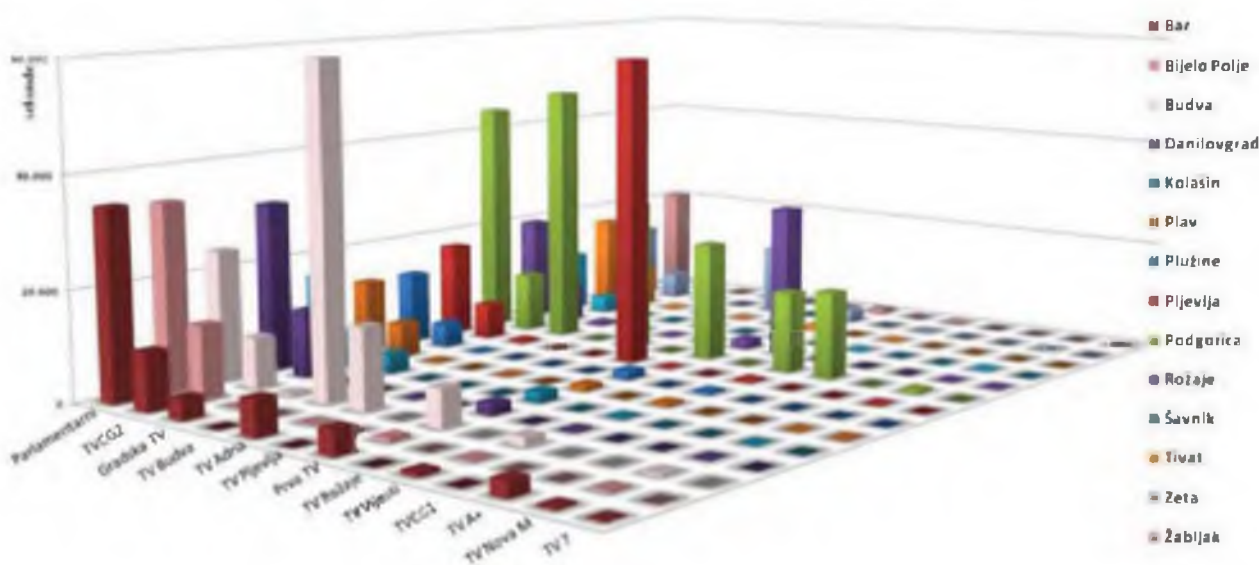
Posmatrano prema vrsti, najveće učešće je imala kategorija oglašavanje.

Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je na Parlamentarnom programu (39%) i TVCG2 (14%). U programima Gradska TV, TV Budva i TV Adria emitovano je po 8% ukupno emitovanog medijskog predstavljanja. U okviru programa TV Pljevlja emitovano je 7%, a u okviru programa TV Prva 6%. U programu TV Rožaje emitovano je 4% a TV Vijesti 3% ukupnog medijskog predstavljanja. U okviru TVCG1 emitovano je 2%, dok je u okviru programa TV A+, TV Nova M i TV 7 emitovano po manje od 1% medijskog predstavljanja.

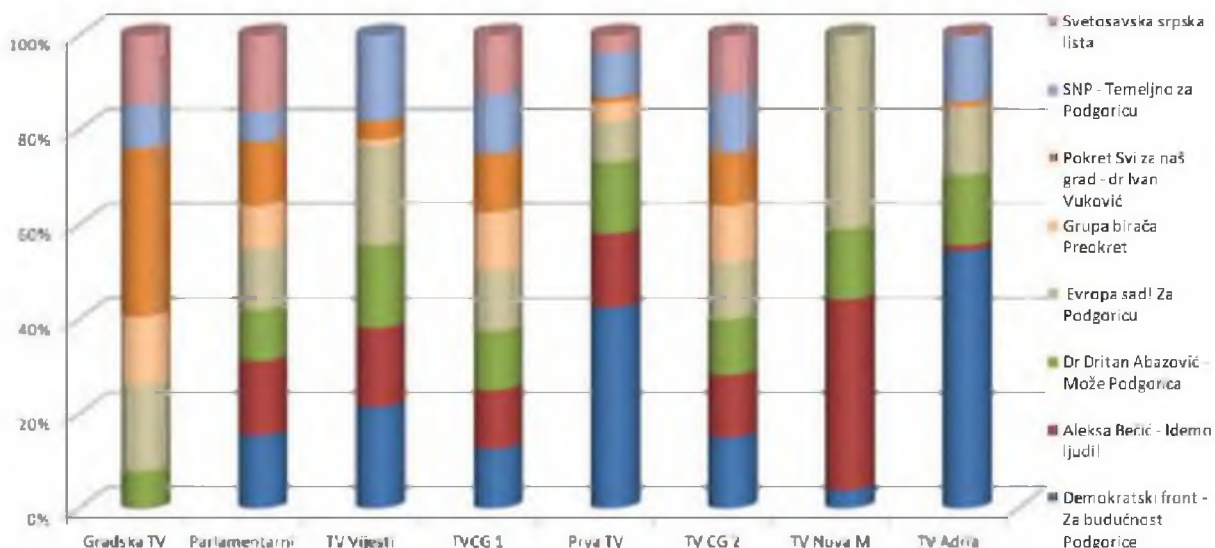


Količina medijskog predstavljanja po emiteru

Od ukupnog medijskog predstavljanja, 23% se odnosilo na medijsko predstavljanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Podgorica, 16% se odnosilo na medijsko predstavljanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Budva i 10% na medijsko predstavljanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Pljevlja. Medijsko predstavljanje za izbore za odbornike u skupštinama ostalih opština iznosilo je manje od 10%.



Količina medijskog predstavljanja po emiteru, po izbornom procesu



Izbori Podgorica – Medijsko predstavljanje izbornih listi po emiteru⁹⁵

Ukupno medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. Najveća količina medijskog predstavljanja realizovana je u okviru programa javnih emitera. Ovo ukazuje na potrebu jasnog definisanja prava i obaveza javnih emitera i posebno odgovornosti za nepostupanje saglasno Zakonu i Pravilniku.

Za vrijeme trajanja kampanje, Agencija je pokrenula 14 postupaka (13 po službenoj dužnosti i jedan postupak po prigovoru) zbog kršenja obaveza propisanih Zakonom, Pravilnikom i drugim podzakonskim aktima Agencije, a odnose se na izbornu kampanju.

U postupcima koji su pokrenuti po službenoj dužnosti, izrečeno je 12 upozorenja emiterima. Sva rješenja direktora Agencije donesena po osnovu pokrenutih postupaka su dostupna na veb-sajtu Agencije. Savjetu Agencije nije dostavljena ni jedna žalba povodom izrečenih upozorenja.

Tokom izborne kampanje Savjetu Agencije nije podnijeta ni jedna žalba.

*
* *

Generalna je ocjena da su medijske kampanje za izbore održane tokom 2022. godine održane saglasno zakonskom okviru koji definišu Zakon o izboru odbornika i poslanika, Zakon o elektronskim medijima i Zakon o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja.

Sprovedene kampanje su istakle važnost sistemskog pristupa u formulisanju zakonskih rješenja koja preciziraju prava i obaveze medija, nadležnih organa za sprovođenje zakona i svih drugih subjekata koji su na direktan ili indirektan način uključeni u izborni proces i medijsko predstavljanje u toku njega.

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

⁹⁵ Podaci za ostale opštine su dostupni u Izveštaju koju je dostupan na <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/11/Izvestaj-o-medijskom-predstavljanju-tokom-kampanje-za-lokalne-izbore-Oktobar-2022-02-1954-23.11.2022.pdf>

Pitanja od značaja za unaprjeđenje izbornog zakonodavstva

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

2.13.4. Programski standardi

Gubitak prihoda od oglašavanja tokom posljednjih godina, ponajviše zbog porasta kanala distribucije medijskih sadržaja, finansijski iscrpljuje tradicionalne medije, utiče na njihovu održivost, a time i na kvalitet i raznolikost ponuđenih sadržaja.

Pad kvaliteta medijskog outputa zapravo pokazuje da tržište ne uspijeva da bude izvor održivog finansijskog prihoda za nezavisno informisanje i kvalitetno novinarstvo. Finansijski ugroženi medijski subjekti postaju podložni uticajima različitih interesnih grupa. Posljedično, duboku političku i društvenu polarizaciju crnogorskog društva prati i polarizacija medija.

Uprkos jasnim trendovima pada kvaliteta medijskih sadržaja i porastu „zastupajućeg“ novinarstva, ohrabruje odolijevanje apsolutnoj tabloidizaciji koja je kao trend prisutna u okruženju. Sa druge strane, mali je broj medija koji dostiže pristojnu kvotu sopstvene produkcije. U programu proizvedenom od strane domaćih emitera, dominiraju radno intenzivni sadržaji - informativni program, studijske kolažne forme, politički talk show. Ovaj program počiva na leđima loše plaćenih novinara, opterećenih finansijskom egzistencijom i podložnih autocenzuri.

Višegodišnji nedostatak domaćeg kulturnog, umjetničkog, dokumentarnog, pa i kvalitetnog zabavnog programa, nadoknađuju regionalni sadržaji. Publici se nude različite forme „light zabave“ u obliku muzičkih ili pseudo rijaliti sadržaja, a za onaj dio publike čije se potrebe ovim ne zadovoljavaju, ostaju strani filmski i sportski programi.

Posljedično, crnogorski mediji gube konkurentsku trku na sopstvenom tržištu a domaća publika ostaje uskraćena za program koji će se baviti lokalnom muzikom ili književnošću, lokalnim sportom, lokalnom kinematografijom, pozorištem.

Digitalizacija je donijela nove izazove za regulaciju. Regulacija novih servisa i novih usluga je ključno pitanje za razmatranje evropskih regulatora. Regulator u Crnoj Gori prije toga, ili paralelno sa tim, mora riješiti ključna pitanja koja će medijski sistem staviti na zdrave osnove.

U uslovima u kojima se promijenio i sadržaj i način njegovog prijema, tradicionalni mediji su suočeni sa novim modelima poslovanja, konkurencijom koja dolazi iz online svijeta, finansijski zavisni od različitih centara moći i percipirani kao puko sredstvo u ekonomskoj ili političkoj borbi. U takvim okolnostima novinarstvo je nerijetko primorano da pravi kompromise između etičkih, profesionalnih standarda i pitanja opstanka na tržištu. Stvarnost nalaže da jedan interes često bude žrtvovan.

Neefikasnost samoregulacije ostavlja značajne posljedice, prije svega jer mediji ne učestvuju u oblikovanju i očuvanju uredničke autonomije. Dodatno, mediji moraju preuzeti odgovornost za kvalitet društvenog diskursa.

Jasno je da crnogorski medijski sistem nema tradiciju i iskustvo sa samoregulacijom. Uspostavljanje samoregulatornih mehanizama otežavaju politički rascjepi koji dijele novinarske zajednice, nedostatak dijaloga i solidarnosti među različitim frakcijama odvlači novinare da jedinstveno odbrane zajedničke interese. Opstanak na tržištu nerijetko primorava medije na koketiranje sa interesnim grupama i izlaže ih kontinuiranom političkom pritisku.

U uslovima postojećih društvenih okolnosti koje karakteriše višeslojna podijeljenost malo je vjerovatan napredak u uspostavljanju efikasne samoregulacije. U postojećim uslovima treba razmotriti zakonom ustanovljenu i nametnutu samoregulaciju, koja bi u srednjem roku dala rezultate koji će imati pozitivnu refleksiju na kvalitet medijskog proizvoda i društvo kao cjelinu.

2.13.4.1. Zaštita maloljetnika

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

Mediji imaju širok raspon uticaja na gotovo sva područja razvoja djece i mladih. Nije zanemarljiva pozitivna uloga elektronskih medija na vaspitno-obrazovnom polju, u oblasti kulture i umjetnosti, ali i u razvoju cjelokupnog društva. Ono što je, međutim, predmet javne brige jesu potencijalno štetni medijski učinci. To se prvenstveno odnosi na sadržaje koji bi mogli uticati na različite komponente razvoja djeteta i na sadržaje koji imaju stvarnu ili potencijalnu mogućnost da preusmjere neki aspekt, a u ekstremnim slučajevima i sveukupni razvoj djece i mladih. Kako procjena stepena štetnosti programskih sadržaja nije lak zadatak, naglašava se potreba prilagođavanja programa psihološkim i razvojnim karakteristikama najmlađih konzumenata medija tokom različitih uzrasta njihovog razvoja.

Zakonom o elektronskim medijima je propisano da se mora striktno voditi računa da se programski sadržaji, koji nijesu prilagođeni pojedinim uzrastima maloljetnih lica, moraju raspoređivati u vremenske periode (djelove dana) kada postoji najmanja vjerovatnoća da mogu biti dostupni dijelu populacije kojoj nijesu namijenjeni. Takođe, emiteri su dužni da takve sadržaje označavaju određenim zvučnim i vizuelnim oznakama.

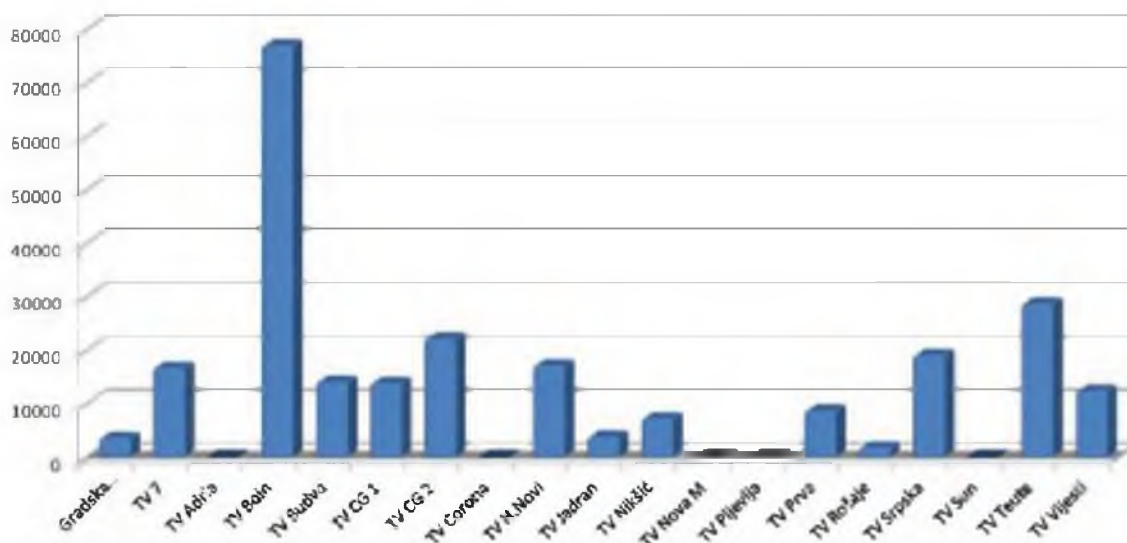
Kako mediji novog digitalnog doba donose brojne izazove i nude raznovrsne mogućnosti, od presudne je važnosti odabir sadržaja kojima će djeca i mladi biti izloženi, ali i način upotrebe i kontekst u kojem ih najmlađi konzumenti doživljavaju. Da li će djeca kasnije postati kompetentni korisnici medijskih sadržaja, umnogome zavisi od njihovog ranog iskustva s medijima. S tim u vezi, posebna pažnja regulatora usmjerena je i na podsticanje i razvoj medijske pismenosti, kao ključne vještine u cilju zaštite maloljetnika i stvaranja bezbjednog medijskog prostora za kritičko procjenjivanje medijskih poruka.

Analizirajući dostupne podatke o tome kakva je ponuda televizijskih sadržaja za djecu na televizijama u Crnoj Gori, Agencija nastoji da ukaže na nedostatke i da preporuke za proizvodnju kvalitetnog sadržaja za djecu, kao i da ukaže na važnost aktivne uloge društva u cilju zaštite maloljetnika od potencijalno štetnih sadržaja.

Tokom jedne sedmice, na programu 19 opštih televizijskih programa u Crnoj Gori u prosjeku se emituje ispod 2% dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovani sadržaj. Ovi podaci su isti u

odnosu na 2020. i 2021. godinu, ali i niži za 40% u odnosu na podatke iz 2019. godine⁹⁶.

Od posmatranih 19 televizijskih emitera, šest nije imalo sadržaja namijenjenih djeci, a šest emitera imaju manje od 2% (koliko iznosi prosjek).



Sadržaji za djecu u televizijskim programima (sekunde, sedmično)

Posmatrajući televizijske emitere pojedinačno, najviše dječjeg programa ima u programu TV Boin, sat i po svakodnevno (uz napomenu da je dominantno riječ o dugometražnim crtanim filmovima). Slijede TV Budva, TV Prva, TV Srpska, TV Herceg Novi i TV Teuta.

Upoređujući sedmični prosjek emitovanih sadržaja za djecu za osam javnih emitera i sedmični prosjek za 11 komercijalnih emitera, zaključuje se da je sadržaja za djecu nešto više u programu komercijalnih televizija.

Posmatrajući produkcijski izvor sadržaja namijenjenih djeci, veća je zastupljenost kupljenih od sadržaja iz sopstvene produkcije emitera. Od 13 televizijskih programa koji emituju sadržaj za djecu, svega četiri (TV CG 1, TV Vijesti, TV Nikšić i TV Budva) imaju sadržaje za djecu u sopstvenoj produkciji.

Raznovrsnost programa u sopstvenoj produkciji je ograničena, kako po sadržaju tako i po prilagođenosti različitim uzrastima. Nedostatak lokalne produkcije koja bi podržala lokalne, kulturne i druge vrijednosti ima za posljedicu da djeca dominantno prate i medijske poruke primaju iz sadržaja koji ne odražavaju društveni kontekst u kojem rastu djeca u Crnoj Gori. Od ukupno emitovanog programa za djecu najveći procenat, 53%, čine crtani filmovi.

Najveći broj emisija za djecu prilagođen je uzrastu od dvije do šest godina, 69% ukupno emitovanog sadržaja. Približno 31% sadržaja je prilagođeno uzrastu od šest do 12 godina, dok sadržaja koji bi mogli biti namijenjeni maloljetnicima uzrasta od 12 do 17 godina nije bilo.

Sadržaji namijenjeni djeci, kako po svojoj količini, tako i po svojoj raznovrsnosti, ne mogu zadovoljiti narastajuće potrebe najmlađe populacije koja se, usljed nedostatka sadržaja, okreće inostranim televizijskim kanalima i online sadržajima.

Djeca danas imaju pristup obilju obrazovnih, zabavnih i drugih programskih sadržaja koji su dostupni u okviru stranih televizijskih programa koji se distribuiraju u Crnoj Gori, ali i na YouTube-u i drugim online platformama. Istovremeno, djeca u domaćinstvima sa niskim primanjima

⁹⁶ Informacija o televizijskim programskim sadržajima za djecu (02-2252 od 30.12.2022. godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/01/Informacija-o-TV-programskim-sadrzajima-namijenjenim-djeci-2022.pdf>)

većinom će, ili isključivo, biti usmjerena na sadržaje u okviru linearne (ili free to air) televizije i na gledanje sadržaja uživo. Obezbjedivanje visokokvalitetnih sadržaja, raznovrsnije i inovativnije ponude, dostupnih svoj djeci, zahtijeva dodatni napor.

Većina emitovanog dječijeg programa nema interaktivni karakter, ograničeno podstiče razmišljanje ili učestvovanje gledalaca u temi. Kao primjer moglo bi se navesti emitovanje muzike za djecu bez komunikacije sa djetetom kao gledaocem, odsustvo kvizova ili generalno sadržaja u kojima se prezenteri ili voditelji sadržaja obraćaju djeci pred ekranom i pitanjima koja se mogu postaviti pozivaju djecu na neku vrstu reakcije na emitovani sadržaj.

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

2.13.4.1.1. Dobna prilagođenost sadržaja

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

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

U posmatranom periodu, sadržaj koji je saglasno Pravilniku o programskim standardima morao biti označen kao sadržaj koji nije prilagođen pojedinim uzrastima, u većini slučajeva raspoređen je i označen na način kako je propisano Pravilnikom. Pojedini sadržaji nijesu sadržali sva propisana upozorenja i oznake, ali u načelu sadrže informaciju koja obavještava gledaoca o dobnoj prilagođenosti sadržaja. Međutim, uprkos naporima koje regulator ulaže u cilju primjene pomenutih pravila, u programima crnogorskih emitera zabilježena su i određena kršenja koja su se uglavnom odnosila na neadekvatnu kategorizaciju filmskog i serijskog programa, kao i neadekvatno raspoređivanje sadržaja.

Agencija podsjeća na
Preporuke
za proizvodnju sadržaja za djecu
(<https://aemcg.org/>)

Adekvatno raspoređivanje i označavanje sadržaja predstavlja prvi korak u izgradnji sistema koji štiti maloljetnike od potencijalno štetnih sadržaja na televiziji. Stoga je jasna potreba za unaprjeđenjem postojeće prakse. Sa druge strane, ovo ne garantuje da će djeca imati koristi od gledanja televizijskog sadržaja. Maksimiziranje koristi se postiže jedino ukoliko maloljetnici gledaju program koji odgovara dobi, koji je obrazovan, kreativan, zabavan, motivacijski, informativan, raznolik i zanimljiv. Takvi programi mogu unaprijediti kulturne i socijalne odnose i omogućiti bolji razvoj djeteta.

Imajući u vidu povećanu izloženost djece različitim nepodobnim i za njihov uzrast neadekvatne i neprilagođene sadržaje neophodne su aktivnosti na unaprjeđenju analitičkog i kritičkog vrednovanja sadržaja. Navedeno se postiže kontinuiranim naporom društvene zajednice na sticanju i unaprjeđenju znanja vezanih za bezbjednu konzumaciju medijskih sadržaja.

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

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

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

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

*
+ * *

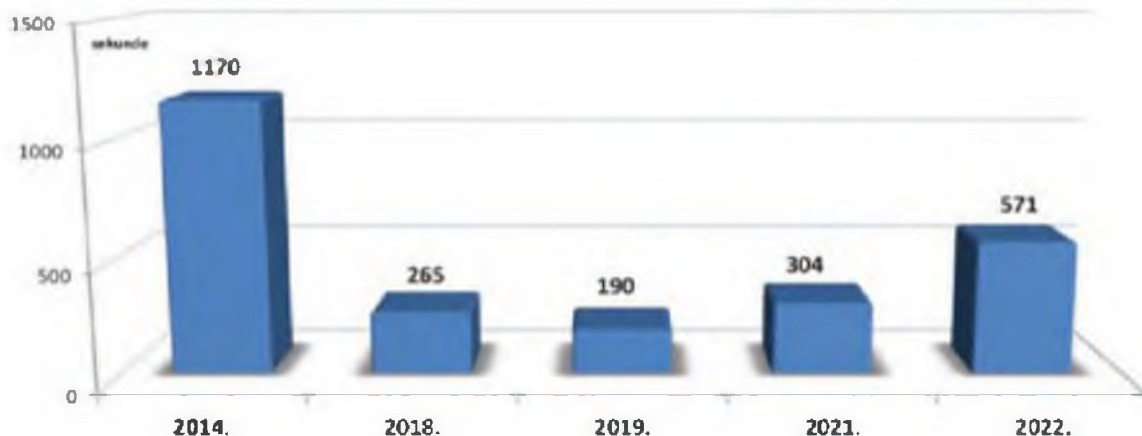
Kao aktivni učesnici u kreiranju društvenih stavova, mediji imaju značajan uticaj na način na koji razmišljamo o rodu i seksualnosti, a samim tim imaju dužnost da ova pitanja predstavljaju na objektivni i uravnotežen način. Zadatak medija je da prenesu nepristrasnu informaciju, ali je takođe njihova uloga i da bez predrasuda stanu na stranu pravne jednakosti i doprinesu formiranju šireg društvenog antidiskriminatornog okruženja.

Predstavljanje LGBTIQ osoba u negativnom svjetlu, učinjeno to sa namjerom ili bez, utiče na predrasude koje društvo ima. Stereotipno predstavljanje vodi stigmatizaciji sa kojom se LGBTIQ osobe stalno suočavaju.

Tokom „Nedelje ponosa“, u periodu od 3. do 9. oktobra 2022. godine, analizirane su informativne emisije šest crnogorskih televizijskih stanica sa nacionalnim pokrivanjem, na osnovu čega je objavljena Informacija o televizijskom izvještavanju tokom „Nedelje ponosa“ – oktobar 2022.⁹⁷

Upoređujući sa podacima prikupljenim u vrijeme održavanje Parade ponosa ranijih godina, sa izuzetkom 2014. godine (kada je zbog izraženog nasilja događaj više dana okupirao pažnju javnosti), prosječan broj priloga objavljenih 2022. godine je veći, ali je i ukupna količina objavljenih informacija veća nego ranijih godina. Objavljeni prilozi su bili duži i sadržajni. Upoređujući sa podacima prikupljenim u vrijeme održavanja Parade ponosa 2021. godine („Ljubav, ljudi“, 16.10.2021.g.) prosječna količina informacija objavljenih 2022. godine u centralnim informativnim emisijama je veća za 88%.

⁹⁷ Analiza televizijskog izvještavanja tokom Nedelje ponosa (Akt br. 02-1746 od 24.10.2022.godine <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/10/Analiza-televizijskog-izvjestavanja-tokom-Nedelje-ponosa-oktobar-2022.pdf>)



Informacije u centralnim informativnim emisijama, 2014- 2022. (prosječno, sekunde)

Od 17 priloga, deset su bili dominantno informativnog karaktera. Pretežno zastupajući karakter, u pozitivnom ili negativnom tonu, imalo je sedam priloga. Tema je uobičajeno predstavljena uz učešće sagovornika, uglavnom predstavnika LGBTIQ zajednice ili nevladinih organizacija, ali i političkih, crkvenih predstavnika i građana.

Posmatrajući opšti ton izvještavanja, osam priloga je imalo neutralan ton. To su prvenstveno prilozima koji daju opšte informacije o održavanju Parade ponosa.

Kao pozitivno izvještavanje se prepoznaje šest priloga. U ovim prilozima generalna poruka koja se šalje gledaocima je poruka tolerancije koju su uputili organizatori i učesnici Parade i predstavnici državnih institucija. Takođe, objašnjava se položaj i problemi sa kojima se suočava LGBTIQ zajednica, daje se prilika njenim predstavnicima da iznesu opšte stavove u vezi sa svojim pravima.

Negativan ton izvještavanja imala su tri priloga. Naime, od četvrtog oktobra u javnosti je bila prisutna informacija da će se 7. oktobra, uoči Parade ponosa, održati religijsko okupljanje („Mo-leban za svetinju braka i očuvanje porodice“) kao svojevrsan kontraprotest. Prilikom izvještavanja o događaju od 7. oktobra, u tri priloga su pojmovi kao što su porodica, tradicija, porodične ili tradicionalne vrijednosti, korišćeni kao vid sugerisanja da su pripadnici LGBTIQ zajednice protivnici navedenih određenja.

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

2.13.4.3. Komercijalne audiovizuelne komunikacije

Kako je pandemija koronavirusa obilježila nekoliko godina unazad, a njen uticaj je vidan kako na uredničke djelove programa elektronskih medija, tako i na komercijalne audio-vizuelne medijske komunikacije, oglašavanje u tradicionalnim medijima dobija velike konkurente iz online svijeta i pokušava da se prilagodi novonastalim uslovima, kako bi povratio interes publike.

Danas crnogorski medijski sistem karakteriše veliki broj učesnika, koji je razvojem kablovske distribucije postao izložen međunarodnoj, dominantno regionalnoj konkurenciji. Crna Gora se nalazi u korpusu zemalja sa razumljivim jezicima, okružena sa tri, neuporedivo veća i finansijski

značajnija, medijska tržišta. Imajući u vidu veličinu tržišta, postoji upitan interes međunarodnih oglašivača, oličenih u media buying agencijama, za publiku od 650.000 stanovnika.

Kao i prethodnih godina, značajan broj postupaka i najveći broj izrečenih upozorenja (gotovo tri četvrtine) se odnosi na kršenje standarda zbog prikrivenog ili prevarnog oglašavanja. I dalje je prisutan trend rasta komercijalnih komunikacija koje znače da promotivni element mora biti integrisan u urednički sadržaj, odnosno postavljen u kontekst uredničkog sadržaja.

Značajno manje upozorenja je izrečeno zbog prekoračenja maksimalne dozvoljene dužine trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa, što ukazuje da većina emitera ne uspijeva da ispuni kvotu dozvoljenog oglašavanja po satu.

Imajući u vidu novousvojenu Direktivu o audiovizuelnim medijskim uslugama i Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i televizija Crne Gore iz jula 2020. godine na medijski sistem u Crnoj Gori trenutno se primjenjuju različite kvote maksimalno dozvoljenog oglašavanja. Saglasno Zakonu o nacionalnom javnom emiteru, na Televiziju Crne Gore se primjenjuje kvota od 15% oglasa na period između 6 i 18 časova, odnosno između 18 i 24 časa. Takođe, u programima Televizije Crne Gore zabranjeno je oglašavanje i telešoping u periodu između 20 i 22 časa.

Na ostale emitere u Crnoj Gori, saglasno Zakonu o elektronskim medijima, primjenjuje se kvota od 20% oglasa na sat emitovanog programa. Prvi mjeseci primjene pravila koje propisuje Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama, pokazali su da nije došlo do koncentracije oglašnog sadržaja u pojedinim periodima. Televizija Crne Gore je, generalno, zadržala raspored oglašnog sadržaja po satu emitovanog programa.

Implementacija novousvojene Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama zahtijevaće unaprjeđenje zakonskog okvira u pravu efikasnog smanjenja izloženosti djece oglašavanju nezdrave hrane i pića, kako bi se obezbijedilo da oglasi ne naglašavaju kvalitet nutritivnih aspekata takve hrane. Slična obaveza je uvedena u vezi sa alkoholnim pićima kako bi se ograničila izloženost maloljetnika ovoj vrsti oglasa.

2.14. Izrečene upravno-nadzorne mjere

Agencija je registrovala, identifikovala i procesuirala slučajeve, te izrekla odgovarajuće mjere emiterima zbog kršenja programskih standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije, za medijsko predstavljanje u toku izbornih kampanje za lokalne izbore, kao i zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje programa.

U toku 2022. godine, Agencija je **izrekla 234 upozorenja**, od čega 172 po službenoj dužnosti i 62 po osnovu prigovora.

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

- četiri žalbe u postupku po prigovoru na rad emitera,
- sedam žalbi u postupcima pokrenutim po službenoj dužnosti prema emiterima i
- tri žalbe u postupku pokrenutom po službenoj dužnosti protiv pružaoca AVM usluge na zahtjev.

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

2.14.1. Prigovori na rad emitera

U periodu od 1. januara do 31. decembra 2022. godine, Agenciji je **dostavljeno 79 prigovora na rad emitera** sljedećih televizijskih i radio programa:

Rješenja o izrečenim upozorenjima se nalaze na veb-sajtu Agencije (www.aemcg.org).

- „Prvi program RTCG“ (TVCG1) – devet prigovora,
- „Drugi program RTCG“ (TVCG2) – jedan prigovor,
- „Gradska TV“ – pet prigovora,
- „TV Nikšić“ – 43 prigovora,
- „TV Vijesti“ – tri prigovora,
- „TV Nova M“ – dva prigovora,
- „TV Prva“ – deset prigovora,
- „TV Adria“ – dva prigovora,
- „TV MNE SPORT 2“ – jedan prigovor,
- „Radio Antena M“ – jedan prigovor,
- „Radio Elmag“ – jedan prigovor,
- „Radio Jadran“ – jedan prigovor.

U prvostepenom postupku, odbijeno je 16 prigovora, prihvaćena su 62 prigovora i izrečeno isto toliko upozorenja. U jednom slučaju podnosiocu prigovora je upućen odgovor / objašnjenje.

U postupcima vođenim po prigovorima na rad emitera, najveći broj upozorenja emiterima (53) izrečeno je zbog kršenja odredbi o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (čl. 85, čl. 89, čl. 92, čl. 93, čl. 95 i čl. 96 Zakona o elektronskim medijima i čl. 13, čl. 37, čl. 40, čl. 41, čl. 44 čl. 58 i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama).

Preostalih devet upozorenja izrečeno je zbog kršenja programskih standarda u elektronskim medijima.

Što se tiče odbijenih prigovora, najveći broj je odbijen kao neosnovan (13 prigovora), dok su tri prigovora odbijena jer su u predmetnim slučajevima već sprovedeni / pokrenuti upravni postupci po istoj upravnoj stvari.

U drugostepenom postupku po prigovorima na rad emitera, Savjetu Agencije su podnijete četiri žalbe na prvostepena rješenja, od kojih je jedna usvojena, dok su tri odbijene kao neosnovane⁹⁸.

2.14.2. Prigovori na rad pružalaca AVM usluga na zahtjev

Agenciji su u toku 2022. godine dostavljena **četiri** prigovora na rad pružalaca AVM usluga na zahtjev, a u svim postupcima podnosiocu je upućen odgovor.

2.14.3. Prigovori na rad elektronskih publikacija

U toku 2022.g. Agenciji su dostavljena i **dva prigovora** na rad elektronskih publikacija – portala. U prvostepenom postupku na oba prigovora je odgovoreno dopisom kojim su podnosioci prigovora upoznati sa rješenjima propisanim Zakonom o medijima te odsustvom nadležnosti Agencije da razmatra prigovore na rad pružalaca ovih usluga.

2.14.4. Postupci po službenoj dužnosti – emiteri

U 2022. godini Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula 171 postupak protiv emitera i izrekla **153** upozorenja. U **devet** slučajeva postupak je obustavljen jer su emiteri otklonili uočene nepravilnosti u ostavljenom roku, **tri**⁹⁹ postupka su okončana izmjenama odobrenja za emitovanje, na osnovu dostavljenih zahtjeva za značajnu promjenu programske strukture. Pored toga, **dva** postupka su okončana privremenim oduzimanjem odobrenja za emitovanje¹⁰⁰, **dva** su okončana rješenjem o prestanku odobrenja na osnovu obavještenja emitera¹⁰¹, dok su **dva** postupka u toku.

98 Rješenja Savjeta Agencije br. 01-154/5 od 31.03.2022.g, 01-318/4 od 14.04.2022.g, 01-1242/5 od 03.11.2022.g, 01-1926/4 od 27.12.2022.g.

99 Postupci 02-687 (Radio Ilomer); 02-825 od (TV Nova M); 02-827 (Adria TV);

100 Rješenja Agencije br. 02-421/2 od 08.04.2022.g. i 02-1513/2 od 31.10.2022.g. (TV SUN)

101 Rješenja Agencije br. 02-795/2 od 31.05.2022.g. (Radio Z) i 02-90/1 od 20.01.2023.g. (Radio Skadar Lake)

Zbog neblagovremenog izmirivanja obaveze plaćanja godišnje naknade za emitovanje, Agencija je izrekla 65 upozorenja.

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

- 39 upozorenja zbog nepoštovanja programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje (čl. 58 Zakona o elektronskim medijima, član 23 stav 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje, kao i član 11 Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom);
- 20 upozorenja zbog kršenja standarda vezanih za komercijalne audiovizuelne komunikacije. Najveći broj upozorenja (14) odnosio se na prikriveno oglašavanje, emitovanje oglašavanja koje nije bilo jasno prepoznatljivo, odnosno adekvatno označeno i/ili raspoređeno, kao i kršenje uslova koje sponzorisane AVM usluge i programi moraju da ispunjavaju. Šest upozorenja je izrečeno zbog prekoračenja maksimalne dozvoljene dužine trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa;
- tri upozorenja zbog kršenja programskih standarda;
- 19 upozorenja zbog kršenja Pravilnika o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za lokalne izbore koji su održani tokom 2022. godine i to u skupštinama opština Berane i Ulcinj od 27. marta 2022. godine – sedam upozorenja i skupštini Glavnog grada Podgorica i skupštinama opština Bar, Bijelo Polje, Danilovgrad, Zeta, Kolašin, Plav, Plužine, Pljevlja, Rožaje, Šavnik i Žabljak, kao i za prijevremene izbore za odbornike u Skupštinama opština Tivat i Budva od 23. oktobra 2022. godine – 12 upozorenja, od čega se jedno odnosilo na zaštitu maloljetnika, odnosno zloupotrebu maloljetnika u političke svrhe¹⁰²;
- dva upozorenja zbog kršenja člana 5 stav 1 Pravilnika o uslovima za ostvarivanje minimalnih programskih kvota za evropska audiovizuelna djela;
- četiri upozorenja zbog kršenja obaveza koje se odnose na zaštitu maloljetnika (kategorizacija i raspoređivanje programskih sadržaja koji mogu štetiti razvoju maloljetnika) i
- četiri upozorenja zbog prekida emitovanja programa.

U drugostepenom postupku, Savjetu Agencije je podnijeto sedam žalbi na prvostepena rješenja kojima je Agencija izrekla upozorenja emiterima po službenoj dužnosti. Sve žalbe su odbijene kao neosnovane.

2.14.5. Postupci po službenoj dužnosti – pružaoci AVM usluga na zahtjev

U 2022. godini Agencija je, po službenoj dužnosti, pokrenula 22 postupka protiv **pružaoca AVM usluga na zahtjev** i izrekla 19 upozorenja zbog kršenja obaveza koje se odnose na:

- obavezu da se programski sadržaji, koji se distribuiraju u okviru osnovnog paketa programa, koji mogu štetiti fizičkom, mentalnom ili moralnom razvoju maloljetnika i kategorisani su kao neprimjereni za maloljetnike mlađe od 18 godina, u smislu Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima, čine dostupnim samo na način kojim se obezbjeđuje da maloljetnici u uobičajenim okolnostima neće čuti ili vidjeti takvu uslugu (aktiviranje mjera roditeljske kontrole) – član 26 i 26a Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev,
- obavezu raspoređivanja programa crnogorskih emitera, odmah nakon programa nacionalnog javnog emitera – član 38 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev,
- zbog kršenja obaveze pružaoca AVM usluge na zahtjev da ograniči reemitovanje programskih sadržaja pod nazivom „Dobro jutro Srbijo“, „Vikend jutro“, „Ćirilica“ i „Posle ručka“, koji se emituju u okviru televizijskog programa „TV Happy“, emitera „Happy TV“ d.o.o. iz Srbije, u skladu sa Rješenjem Agencije o privremenom ograničenju reemitovanja ovih sadržaja.

¹⁰² Rješenje Agencije br. 02-1622/3 od 27.10.2022. godine

U drugostepenom postupku, Savjetu Agencije podnijete su tri žalbe na prvostepena rješenja kojima je Agencija izrekla upozorenja pružiocima AVM usluga po službenoj dužnosti. Sve tri žalbe su odbijene kao neosnovane.

2.14.6. Mjere ograničavanja reemitovanja stranih programa

Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 10. januara 2022. godine, donio odluku¹⁰³ da na šest mjeseci ograniči reemitovanje programskih sadržaja „Dobro jutro Srbijo“, „Vikend jutro“, „Ćirilica“ i „Posle ručka“ koji se emituju u okviru televizijskog programa „TV Happy“. Razlog za ovu odluku su programi u kojima je promovisana mržnja, netrpeljivost i diskriminacija prema pripadnicima crnogorske nacionalnosti, što predstavlja kršenje član 7 Konvencije o prekograničnoj televiziji. Cijeneći da se radi o pitanju od javnog interesa, čija zaštita zahtijeva sprovedenja mjera kojima će se suzbiti sporno izražavanje, kao i da je emiter nastavio da emituje sporne sadržaje uprkos činjenici da mu je i ranije izricana mjera ograničenja reemitovanja, Savjet Agencije je zaključio da je opravdano da se na period od šest mjeseci ograniči reemitovanje pomenutih programskih sadržaja.

Pored toga, Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 5. septembra 2022. godine, donio odluku¹⁰⁴ da na šest mjeseci ograniči reemitovanje programskog sadržaja „Novo jutro“ koji se emituje u okviru televizijskog programa „TV Pink M“ iz Srbije. Emiter je u spornom sadržaju, osim što je promovisao mržnju, netrpeljivost i diskriminaciju prema pripadnicima crnogorske nacionalnosti, što predstavlja kršenje člana 7 stav 1 Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji, kršio ovaj član i u dijelu kojim je propisano da programski sadržaji, u pogledu njihovog prikazivanja i sadržaja, moraju poštovati dostojanstvo ljudskog bića i osnovna prava drugih. Opravdanost ove mjere proizilazi iz činjenice da je emiteru i ranije bila izrečena mjera ograničenja reemitovanja na tri mjeseca, a da je emiter nastavio da u kontinuitetu emituje sporne sadržaje, pri čemu u prilogu emitovanom 27. avgusta 2022. godine, koji je bio posvećen tragediji koja se desila 12. avgusta 2022. godine na Cetinju i u kojoj je smrtno stradalo 11, a ranjeno šest lica, osim što je kršio profesionalne i etičke novinarske standarde, na neprimjeren način, bez iskazivanja saosjećanja, objavio navode o uzrocima porodične tragedije i detalje iz privatnog i porodičnog života stradalih, članova njihovih porodica i drugih osoba koje su tragedijom pogođene, bez poštovanja njihovog dostojanstva i prava na privatnost.

2.15. Restriktivne mjere

Imajući u vidu odredbe člana 16 Zakona o međunarodnim restriktivnim mjerama¹⁰⁵ i člana 7d Odluke o uvođenju međunarodnih restriktivnih mjera utvrđenih odlukama Savjeta Evropske unije¹⁰⁶ s obzirom na djelovanje Rusije kojima se destabilizuje situacija u Ukrajini¹⁰⁷, Agencija je uputila dopise svim emiterima i operatorima u Crnoj Gori kojim ih je upoznala sa navedenom odlukom i pozvala da bez odlaganja iz ponude isključe programe ili sadržaje pravnih lica, subjekata ili tijela koja su predmet odluke, odnosno suspenduju bilo kakav aranžman za prenos i distribuciju njihovih sadržaja¹⁰⁸.

S tim u vezi, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje odgovornosti za kršenje uvedenih međunarodnih restriktivnih mjera protiv jednog emitera, koji je obustavljen jer je emiter otklonio razloge zbog kojih je postupak pokrenut.

103 Rješenje Savjeta Agencije br. 01-04 do 01-10 od 10.01.2022.g.

104 Rješenje Savjeta Agencije br. 01-1356 do 01-1362 od 05.09.2022.g.

105 „Sl. list CG“, br. 56/18 i 72/19.

106 Odluke Savjeta Evropske unije 2014/512/ZVBP od 31. jula 2014. godine, 2014/659/ZVBP od 8. septembra 2014. godine, 2014/872/ZVBP od 4. decembra 2014. godine, 2015/971/ZVBP od 22. juna 2015. godine i 2015/1764/ZVBP od 1. oktobra 2015. godine, 2015/2431/ZVBP od 21. decembra 2015. godine, 2017/2214/ZVBP od 30. novembra 2017. godine, 2019/2192/ZVBP od 21. decembra 2019. godine, 2020/907/ZVBP od 29. juna 2020. godine, 2020/2143/ZVBP od 17. decembra 2020. godine i 2021/1144/ZVBP od 12. jula 2021. godine, 2022/52/ZVBP od 13. januara 2022. godine i 2022/264/ZVBP od 23. februara 2022. godine i 2022/327/ZVBP od 25. februara 2022. godine i 2022/335/ZVBP od 28. februara 2022. godine i 2022/346/ZVBP od 1. marta 2022. godine i 2022/351/ZVBP od 1. marta 2022. g.

107 „Sl. list CG“, br. 3/16, 8/16, 41/16, 11/22 i 40/22.

108 Akt Savjeta Agencije br. 01-696 od 21.04.2022. godine

Takođe, Agencija je donijela osam rješenja o izmjeni odobrenja, kojim se iz ponude kablovskih operatera isključuju programi koji su predmet odluke, kao i programi povezanih lica.

2.16. Aktivnosti za poboljšanje naplate potraživanja

2.16.1. Upozorenja i reprogram duga

Zbog kašnjenja u izmirivanju obaveza po osnovu plaćanja godišnje naknade za emitovanje, određenom broju emitera Agencija za elektronske medije je u tri navrata (20. jula, 4. avgusta i 29. novembra 2022. godine) izrekla 65 upozorenja.

U toku 2022. godine, Agencija je sa jednim emiterom potpisala protokol o reprogramu duga („LJE Radio televizija Rožaje“ d.o.o. – TV Rožaje), dok su aktivna bila tri protokola koja su potpisana u prethodnom periodu („Antena M“ d.o.o. – Radio Antena M, „Boin“ d.o.o. – TV Boin i „Radio televizija Mojkovac“ d.o.o. – Radio Mojkovac).

2.16.2. Prinudna naplata

U toku 2022. godine, Agencija je posredstvom javnih izvršitelja pokrenula šest postupaka prinudne naplate¹⁰⁹ zaostalog dugovanja emitera (uključujući i ranije emitere) po osnovu izdatih odobrenja za emitovanje i to:

EMITER	Identifikacioni znak	Dug (€)	Predlog za izvršenje	Rješenje o izvršenju
Agroprodukt d.o.o.	TV APR	4.037,30	02-436/3 od 10.03.2022.	I.br. 740/22 od 24.03.2022.
Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Rožaje“ d.o.o.	TV Rožaje	13.627,69	02-353/3 od 14.03.2022.	I.br. 753/22 od 01.04.2022.
Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Rožaje“ d.o.o.	Radio Rožaje	242,22	02-354/3 od 14.03.2022.	I.br. 752/22 od 07.04.2022.
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 1	7.325,18	02-396/2 od 18.03.2022.	I.br. 310/22 od 25.03.2022.
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 2	6.383,45	02-398/2 od 18.03.2022.	I.br. 609/22 od 23.03.2022.
„Manix“ d.o.o.	TV MNE Sport 3	6.383,45	02-399/2 od 18.03.2022.	I.br. 742/22 od 24.03.2022.

Postupci prinudne naplate vođeni tokom 2022. godine

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

1. „Sun Sun“ d.o.o. (bivši emiter „TV Sun“), osnovni dug u iznosu od 5.573,03 EUR¹¹⁰.
2. NVO „Skadar Lake“ („Radio Skadar Lake“), osnovni dug u iznosu od 3.554,00 EUR¹¹¹.
3. NVO „Glas Plava“ (Radio Glas Plava), osnovni dug u iznosu od 1.536,30 EUR¹¹².
4. „Topolica“ d.o.o. (Urban Radio), osnovni dug u iznosu od 1.749,56 EUR¹¹³.

¹⁰⁹ Postupak prinudne naplate je pokrenut saglasno Zakonu o izvršenju i obezbjeđenju („Sl. list CG“, br. 36/11, 28/14, 20/15, 22/17, 76/17, 25/19).

¹¹⁰ Rješenje o izvršenju lv. 963/2021 od 17.06.2021.g.

¹¹¹ Rješenje o izvršenju lv. 2420/2021 od 02.08.2021.g.

¹¹² Rješenje o izvršenju lv. br. 1984/2021 od 20.08.2021.g.

¹¹³ Rješenje o izvršenju lv. br. lv.br. 1563/21 od 20.08.2021.g.

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu postupaka prinudne naplate dugova, vođenih u toku 2022. godine, može se zaključiti:

- jedan postupak je obustavljen, jer je „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Rožaje“ d.o.o. („TV Rožaje“) zaključio Protokol o reprogramu duga,
- četiri postupka su obustavljena jer su emiteri platili dug u cjelini: „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Rožaje“ d.o.o. („Radio Rožaje“), „Manix“ d.o.o. („TV MNE Sport 1“, „TV MNE Sport 2“, „TV MNE Sport 3“),
- dva postupka su obustavljena, zbog otvaranja stečajnog postupka: „Topolica“ d.o.o. („Urban Radio“) i NVO „Skadar Lake“ („Radio Skadar Lake“) i
- tri postupka su u toku: „Sun Sun“ d.o.o. („TV Sun“), NVO „Glas Plava“ („Radio Glas Plava“), „Agroprodukt“ d.o.o.

2.16.3. Stečajni postupci

Kako nije bilo moguće izvršiti prinudnu naplatu (zbog nedostatka sredstava na računima izvršnih dužnika - emitera), u toku 2022. godine su, otvorena **dva stečajna postupka** po osnovu kojih je Agencija prijavila potraživanja.

DUŽNIK	MEDIJ	GLAVNI DUG	STEČAJNI IZNOS	Status
„Topolica“ d.o.o.	Urban Radio	2.614,07	2.826,33	Postupak u toku.
NVO „Skadar Lake“	Radio Skadar Lake	9.065,22	9.348,64	Postupak u toku.

Stečajni postupci otvoreni tokom 2022. godine

Vodena su i dva stečajna postupka, pokrenuta u ranijim godinama protiv: „M-Corona“ d.o.o. Bar („Radio Corona“ i „TV Corona“) i „Radio Televizija Atlas“ d.o.o. („Atlas Radio“).

Na osnovu raspoloživih podataka o statusu stečajnih postupaka vođenih u toku 2022. godine, može se zaključiti:

- obustavljen je postupak protiv stečajnog dužnika „M-Corona“ d.o.o.¹¹⁴, nakon prodaje stečajnog dužnika kao pravnog lica, shodno članu 143 stav 1 Zakona o stečaju stečajnom masom dobijenom prodajom stečajnog dužnika kao pravnog lica, povjerioci III isplatnog reda namireni su u iznosu od 74,263%¹¹⁵. Saglasno tome, Agenciji je uplaćen iznos od 21.985,90 € (2.881,73 za „Radio Corona“ i 19.104,16 za „TV Corona“). Članom 143 stav 5 Zakona o stečaju propisano je da „za potraživanja prema stečajnom dužniku koja su nastala do obustave stečajnog postupka ni stečajni dužnik ni njegov kupac ne odgovaraju povjeriocima. Saglasno tome, za potraživanje Agencije, u okviru nenaplaćenog dijela stečajne mase, u iznosu od 7.619,56 €, je utvrđeno da je nenaplativo potraživanje. Saglasno tome, Rješenjem Agencije¹¹⁶ ostatak duga otpisan je u ukupnom iznosu od 7.619,56 € kao nenaplaćeni dio potraživanja obuhvaćen stečajnom masom. On se odnosio na dug po osnovu Odobrenja za emitovanje opšteg radijskog programa „Radio Corona“ br. O-R-K-09 (sada „A Plus Radio“) u iznosu od 998,71 € i po osnovu Odobrenja za emitovanje opšteg televizijskog programa „Televizija Corona“ br. O-TV-K-04 (sada „A Plus TV“) u iznosu od 6.620,85 €.
- tri postupka su u toku „Topolica“ d.o.o. „Topolica“ d.o.o. („Urban Radio“), NVO „Skadar Lake“ („Radio Skadar Lake“), „Radio Televizija Atlas“ d.o.o. („Atlas Radio“).

¹¹⁴ Rješenje o obustavi stečajnog postupka St.br. 169/21 od 24.01.2022.g.

¹¹⁵ Rješenje o zaključenju stečajnog postupka St.br. 169/21 od 28.02.2022.g. nad stečajnom masom stečajnog dužnikom „M-Corona“ d.o.o. iz Bara („Sl. list CG“ br. 169/21, Oglasni dio br. 11/22 od 04.03.2022. godine).

¹¹⁶ Rješenje br. 02-140/4 od 30.03.2022.g.

USLUGE DISTRIBUCIJE PROGRAMA DO KRAJNJIH KORISNIKA

3.

Saglasno izdatim odobrenjima Agencije za elektronske medije, distribucija radio i televizijskih programa do krajnjih korisnika vrši se putem zemaljske platforme sa slobodnim pristupom (DVB-T2 FTA) i putem različitih platformi sa uslovnim pristupom (KDS, IPTV, DTH i DVB-T2).

Zemaljsku platformu sa slobodnim pristupom (FTA – Free to air) koriste dva operatora.

„Radio-difuzni centar“ d.o.o. ima status operatora prvog multipleksa digitalne zemaljske radio-difuzije sa pokrivanjem cjelokupne teritorije Crne Gore (MUX 1), koji djelimično koristi kao FTA platformu, a veći dio kao platformu sa uslovnim pristupom, kao i status operatora drugog multipleksa digitalne zemaljske radiodifuzije (MUX2) čiji se kapaciteti koriste kao platforma sa uslovnim pristupom. Ovaj operator ima i status operatora za 15 lokalnih multipleksa koji se, takođe samo djelimično, koriste kao FTA platforma.

Pored navedenog, operator lokalnog multipleksa MUX UL L1 za opštinu Ulcinj je privredno društvo „Mir & Teuta“ d.o.o. iz Ulcinja. I kapaciteti ovog multipleksa se samo djelimično koriste kao FTA platforma.

Pravo na pristup prvom nacionalnom multipleksu MUX1 (besplatna televizija) ima nacionalni javni emiter (RTCG) sa tri televizijska kanala (TVCG, TVCG2, TVCG Parlamentarni), kao i emiteri TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M i TV Adria. Pristup lokalnom multipleksu u opštini Ulcinj (MUX UL L1) do sada su ostvarili emiteri TV Teuta i TV Boin, lokalnom multipleksu u opštini Podgorica (MUX PG-DG L1): TV Boin, lokalnom multipleksu u opštini Bijelo Polje (MUX BP L1): TV Sun. Pored toga, pravo pristupa lokalnim multipleksima u Budvi (MUX BD L1), Nikšiću (MUX NK-PZ L1) i Pljevljima (MUX PV L1) ostvarili su javni lokalni emiteri čiji su osnivači skupštine opština Budva, Nikšić i Pljevlja.

Kada govorimo o platformama sa uslovnim pristupom (Pay-TV), pravo distribucije se vrši po osnovu osam izdatih odobrenja: po dva odobrenja za kablovsku, IPTV, DTH i za zemaljsku platformu sa uslovnim pristupom (DVB-T2). Na dan 31. decembar 2022. godine, broj priključaka za distribuciju radio i televizijskog programa putem različitih platformi sa uslovnim pristupom iznosi 254.396.

U poređenju sa brojem priključaka na kraju decembra 2021. godine broj korisnika je veći za 11.112 ili 4,56%.

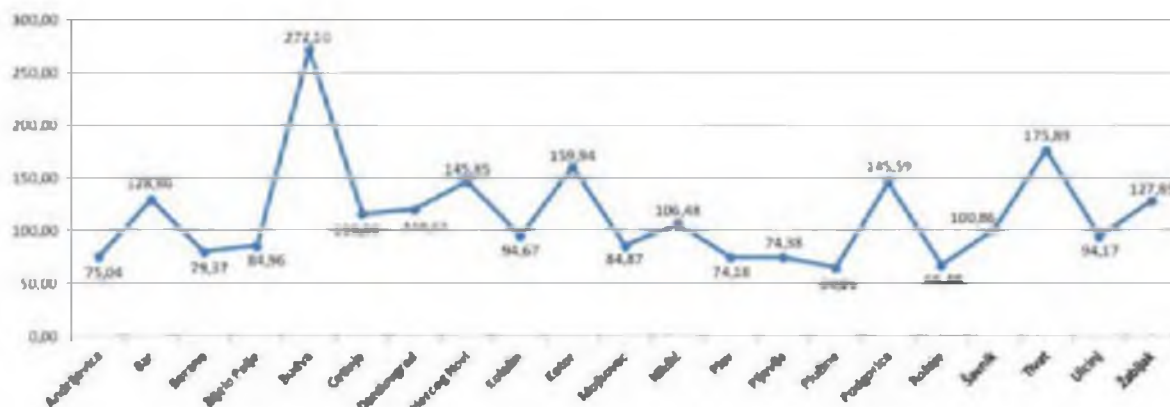


Broj priključaka putem uslovnih platformi (Pay-TV)

Od navedenog broja priključaka, 11.169 se odnosi na priključke pravnih lica, dok se 243.227 priključaka odnosi na fizička lica, odnosno domaćinstva.

Na kraju posmatranog perioda, ukupan broj priključaka je za **30,60%** veći od broja domaćinstava u Crnoj Gori, odnosno broj priključaka koji se odnose na fizička lica je za **24,86%** veći od broja domaćinstava.

Međutim, podaci o broju priključaka pokazuju da je u Podgorici i nekim primorskim opštinama (Bar, Budva, Herceg Novi, Kotor i Tivat) broj priključaka značajno veći od broja domaćinstava, dok je u većem broju opština u sjevernoj regiji broj priključaka oko 80,00% u odnosu na broj domaćinstava. Na osnovu navedenog se procjenjuje da približno 10.800 domaćinstava (oko 5,50%) još uvijek koristi samo besplatnu (Free to air) televiziju.



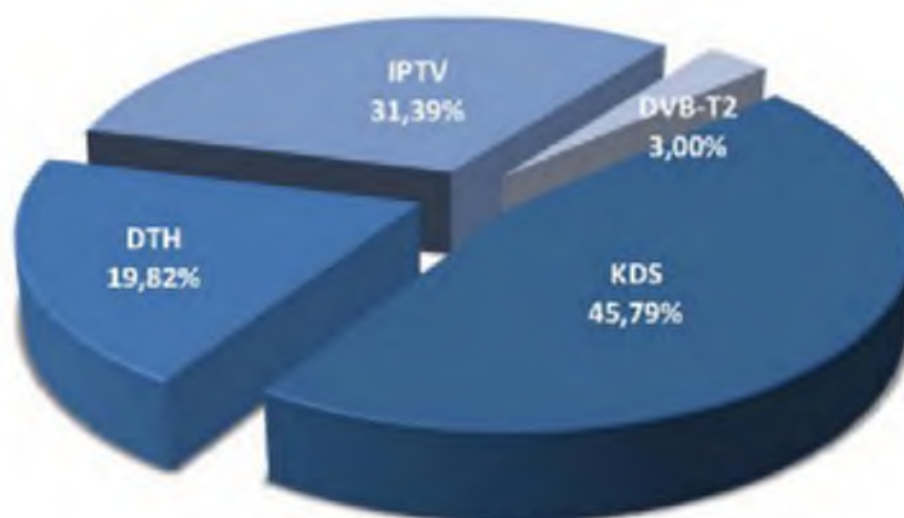
Priključci platformi sa uslovnim pristupom u odnosu na broj domaćinstava – po opštinama

Posmatrajući broj priključaka u odnosu na broj domaćinstava, tražnja je najveća u primorskoj regiji, 157,57%. Navedeno znači da je broj priključaka platformi sa uslovnim pristupom veći od broja domaćinstava u ovoj regiji za 29.160. Slijedi središnja regija sa 132,70%, te sjeverna regija sa 80,98%.



Priključci platformi sa uslovnim pristupom u odnosu na broj domaćinstava – po regijama

Posmatrajući samo učešće platformi sa uslovnim pristupom, KDS distribucija sa učešćem od 45,79% drži vodeću poziciju na tržištu usluga distribucije radio i TV programa do krajnjih korisnika. Slijede IPTV (31,39%) i DTH (19,82%). DVB-T2 ima učešće od 3,00%.



Tržišna učešće platformi sa uslovnim pristupom

U posmatranom periodu za godinu dana prosječna cijena osnovnog paketa iznosila je 10,75€ (najviša 15,99€, najniža 5,95€). U osnovnom paketu korisnicima je dostupno, u prosjeku, 102 televizijska kanala (najviše 255, najmanje 18). Operatori koji u ponudi imaju dopunske pakete, u prosjeku nude 8 dodatnih paketa (najviše 14, najmanje 1). Prosječna cijena dopunskog paketa je 6,45€ (najviša 25,00€, najniža 1,90€).

U strukturi ponude dopunskih paketa najzastupljeniji su filmski i sportski sadržaji. Najprodavaniji dopunski paketi na teritoriji Crne Gore su HBO, PINK i ARENA.

Tri operatora pružaju mogućnost da korisnici pristupe uslugama posredstvom interneta i putem aplikacija za mobilne terminale. Na ovakav način moguć je pristup određenom broju radio i TV programa iz ponude operatora. Uslugu „video on demand“ pružaju tri operatora. Posmatrano u odnosu na ukupan obim pruženih usluga distribucije radio i TV programa do krajnjih korisnika, tj. ukupan broj prodatih osnovnih i dopunskih paketa, domaćinstvo koje koristi ovaj vid usluga, mjesečno u prosjeku, za njih izdvaja 13,06€.

MEDIJSKA PISMENOST U CRNOJ GORI

4.

Medijska pismenosti u Crnoj Gori nalazi se u početnim fazama razvoja. Prema indeksu medijske pismenosti Fondacije za otvoreno društvo, Crna Gora se nalazi veoma nisko, na 32. mjestu od ukupno 35 zemalja. Kao koncept u nastajanju i razvoju medijska pismenost u sebi ukršta mnoge discipline, uključujući medijsko obrazovanje, informacione nauke, društvene nauke, ekonomiju i druge oblasti i pokriva širok spektar tipova medija: digitalne medije, film, knjige, muziku, online igre, itd.



Kao jedan od glavnih izazova koji se ističe kroz mnogobrojne studije u ovoj oblasti navodi se nedostatak znanja i podrške roditeljima i nastavnicima da usljed pojave novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija odgovore svom zadatku u vaspitavanju djece, zaštite njihovih prava, što svakako utiče na povećanje generacijskog jaza. Na ovaj problem ukazano je i 2017. godine u JUFREX-ovoj analizi medijskog sektora u Crnoj Gori u kojoj se navodi da naša zemlja pripada grupi evropskih zemalja koje su i dalje u prvoj fazi implementacije medijske pismenosti kroz zakonski okvir. JUFREX-ovom analizom date su preporuke u kojima se ističe da je za koncept medijske pismenosti usklađen sa okvirom politike EU potrebno razviti nacionalnu politiku za promovisanje medijske pismenosti u svim segmentima. Vlada treba da obezbijedi dugoročnu šemu finansiranja aktivnosti koje unapređuju medijsku pismenost i koje treba Vlada da integriše u propise koji uređuju medije, a Agenciji za elektronske medije dati istu u nadležnost kao i ljudske resurse da prate razvoj medijske pismenosti, te da koordinira sve aktivnosti u partnerstvu sa nadležnim ministarstvima.

Bitno je istaći da je u toku je završna faza izrade Nacrta Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama kojim se nadležnost za aktivnosti koje se odnose na medijsku pismenost delegiraju Agenciji.

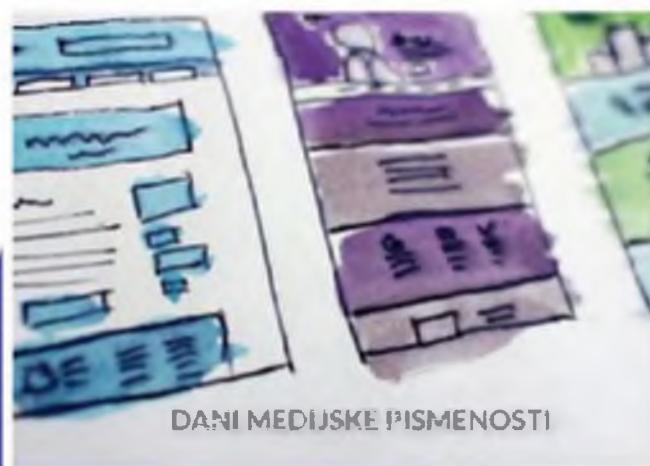
Uvažavajući značaj medijske pismenosti, koja građanima pruža sposobnost da razumiju, analiziraju i kritički razmišljaju o medijima i medijskim sadržajima i, ne manje bitno, pruža znanja o tome kako i sami da kreiraju medijske sadržaje, Agencija je i ove godine nastavila aktivnosti na njenoj promociji.

4.1. Dani medijske pismenosti

Globalna međunarodna nedjelja medijske i informativne pismenosti obilježava se i održava svake godine krajem oktobra u zemljama širom svijeta i predstavlja priliku da se preispita i utvrdi postignut napredak. Tokom godina uspostavljena je i praksa da UNESCO i članovi UNESCO-ovog Saveza za medije i informacionu pismenost pozivaju partnere širom svijeta da

promovišu Međunarodnu nedjelju medijske i informacione pismenosti, organizovanjem i registrovanjem događaja/aktivnosti na mreži ili van mreže, a sve u cilju promovisanja povezanosti medija i informacione pismenosti preko disciplina, profesija i zakonskih okvira.

U duhu daljeg razvoja i podizanja svijesti građana o značaju i načinu funkcionisanju medija i digitalne pismenosti, Agencija je u saradnji sa misijom OEBS-a u Crnoj Gori, tokom oktobra i novembra 2022. godine, organizovala „Dane medijske pismenosti“. Dani medijske pismenosti bili su obilježeni brojnim aktivnostima, a sve u cilju edukacije o načinima pravilne upotrebe društvenih mreža, kulture ponašanja u online svijetu, kao i o važnosti mentalnog zdravlja.



4.2. Priručnik „Medijska i digitalna pismenost“

Imajući u vidu činjenicu da je primijenjeno medijsko obrazovanje ključno za djecu i adolescente, kako bi isti mogli da koriste medije odgovorno, kritički i kreativno, Agencija je u saradnji sa Misijom OEBS-a u Crnoj Gori, objavila udžbenički priručnik „Medijska i digitalna pismenost“. Priručnik „Medijska i digitalna pismenost“ je preveden na tri jezika: crnogorskom, albanskom i engleskom.

Svrha preporuka iznijetih u Priručniku, u prvom redu je da pomogne roditeljima, starateljima, hraniteljima, ali i medijskim profesionalcima da steknu bolje razumijevanje digitalnih izazova, da uspješnije komuniciraju sa djecom, te da ih podstaknu da na pozitivan način iskoriste ogroman dijapazon mogućnosti koje digitalne platforme na internetu pružaju. Teme preporuka sadržanih u Priručniku na jednostavan i razumljiv način predstavljaju različite koncepte, ideje i teorije medijske pismenosti. Svako od poglavlja nudi sažetak onoga što je aktuelno i važno, te konkretne načine i ideje za porodične razgovore i aktivnosti.



Priručnik „Medijska i digitalna pismenost“

Cilj preporuka je da osnaži roditelje, staratelje i hranitelje da se uključe u medijski odgoj svoje djece, tako što će i sami prvo da steknu razumijevanje tema kao što su influenceri, dezinformacije ili algoritmi. Kada su roditelji, staratelji i hranitelji osnaženi i imaju znanje da budu medijski mentori, tada mogu da omoguće djeci da odrastaju uz pozitivnu moć digitalnih medija i tehnologija da uče, stvaraju, istražuju i povezuju se na nove načine. Neupitno je da medijsko obrazovanje u vrijeme ekspanzije digitalnih medija, predstavlja neophodnu i čvrstu osnovu za nezavisnu i odgovornu upotrebu medija, obzirom na činjenicu da medijsko obrazovanje uči najmlađe o različitim vrstama medijskog sadržaja: djeca uče da procjenjuju i obrađuju određene sadržaje na odgovarajući način.

U priručniku su posebno obrađene teme:

- dekodiranje medijskih sadržaja;
- privatnost i sigurnost;
- reklama;
- društvene mreže i algoritmi;
- influenceri na društvenim mrežama;
- mentalno zdravlje i blagostanje;
- stereotipi i predrasude.

4.3. Dani otvorenih vrata i promocija priručnika „Medijska i Digitalna Pismenost“

Dani medijske pismenosti otvoreni su radionicom za najmlađe održani su u prostorijama Agencije. Učenici OŠ „Maksim Gorki“ imali su priliku da čuju korisne informacije na temu pravilne upotrebe društvenih mreža, kulture ponašanja u online svijetu, kao i o važnosti mentalnog zdravlja. Radionicu su vodili prof. dr. Nenad Vujadinović i psiholog Al Ammar Kašić, koji su djeci kroz razgovor i edukativne igre približili značaj ovih tema i podstakli ih da aktivno učestvuju u diskusiji. Radionica je bila prilika da se predstavi udžbenički priručnik „Medijska i digitalna pismenost“, posebno kreiran da pomogne djeci i adolescentima u efikasnom savladavanju osnova medijske pismenosti. Imajući u vidu izazove savremenog svijeta u kojem su mediji važni posrednici, priručnik je osmišljen da pruži potrebne vještine kako djeci, tako i njihovim roditeljima za razumijevanje medija i komunikaciju na internetu.

U cilju promocije Priručnika „Medijska i digitalna pismenost“ predstavnici Agencije i OEBS-a su posjetili više osnovnih škola u Crnoj Gori gdje su učenicima, profesorima i školskim bibliotekama poklonili priručnike. Sa djecom i profesorima imali su konstruktivan razgovor o medijskoj pismenosti.



Radionica u Agenciji za elektronske medije

U Osnovnoj školi „Mahmut Lekić“ u Tuzima razgovaralo se o netačnim informacijama, dezinformacijama, zloćudnim/malicioznim informacijama kroz teme: šta je medijska poruka i šta mislimo kad kažemo da je sadržaj konstruktivan, kako da provjerimo i kritički procijenimo sadržaje iz

medija, na koji način dezinformacije i medijske manipulacije utiču na naš informacijski prostor i šta možemo da uradimo u vezi s tim.

Posebno je naglašeno da nam naše neposredno iskustvo ne može osigurati cjelovito znanje o svijetu koji je danas, zahvaljujući novim informacionim i komunikacionim tehnologijama, višestruko posredovan i hiperpovezan. Tako je i naše znanje o svijetu i našem mjestu u njemu u najvećoj mjeri posredovano, a mediji (u najširem smislu) njegovi su ključni posrednici. Zato je važno razumjeti da mediji nijesu uvijek objektivna ogledala stvarnosti.

U Osnovnoj školi „Jugoslavija“ u Baru sa učenicima smo razgovarali o sigurnosti na internetu, o privatnosti i sigurnosti, šerentingu, digitalnom tragu, onlne reputaciji, imidžu i identitetu, sajber-maltretiranje kroz teme: kako sačuvati privatnost i sigurnost djeteta u eri interneta, je li nam baš neophodan šerenting, što sve predstavlja rizik dok je dijete izloženo tzv. novim medijima.

Posebna pažnja je bila posvećena činjenici da čim se povežemo, čim uspostavimo „online status“, izlažemo se rizicima i opasnostima.



Osnovci škole „Boško Strugar“

Posjeta Osnovnoj školi „Boško Strugar“ u Ucinju bila je posvećena influencerima, tiktokerima, jutjuberima, plasiranju proizvoda, Tik Tok izazovima, haštegovima, internet mimovima, viralnim sadržajima i algoritmima kroz teme: ko su influenceri, koja je svrha video-snimaka koje prave, kakav uticaj njihovi video-snimci mogu da imaju, kako se plasiraju proizvodi preko influencersa, pozitivne i negativne poruke, kako odabrati koje influencersa pratiti i čije video-snimke gledati.



Predstavljanje priručnika „Medijska i digitalna pismenost“

4.4. Regionalna konferencija o medijskoj i digitalnoj pismenosti i dezinformacijama

Agencija i Misija OEBS-a u Crnoj Gori su 27. oktobra 2022. godine, organizovale regionalnu konferenciju o medijskoj i digitalnoj pismenosti i dezinformacijama.

Na otvaranju konferencije su govorili premijer Crne Gore Dritan Abazović, šefica Misije u Crnoj Gori Dominique Waag, predstavnik OEBS-a za slobodu medija Teresa Ribeiro, predsjednik Savjeta Agencije za elektronske medije dr Branko Bošković i generalni direktor za medije u Ministarstvu kulture i medija Nedeljko Rudović.



Predsjednik Savjeta Agencije za elektronske medije dr Branko Bošković i premijer Crne Gore Dritan Abazović

Događaj je okupio stručnjake za medijsku pismenost iz Bosne i Hercegovine, Sjeverne Makedonije, Srbije i Crne Gore. Konferencija je takođe bila prilika za predstavljanje i distribuciju Preporuka o medijskoj i digitalnoj pismenosti.

Stručnjaci za komunikacije i medije su kroz dva panela razgovarali o tome kako podići svijest građana o medijskoj i digitalnoj pismenosti. Takođe je bilo riječi o ulozi roditelja i važnosti porodičnog dijaloga za usmjeravanje i zaštitu djece, o padu povjerenja u medije, algoritmima, važnosti provjere činjenica i kako se nositi sa dezinformacijama.

Nezavisno, raznoliko i kvalitetno novinarstvo od javnog interesa, kao i široko rasprostranjena medijska pismenost, najbolji su lijek za dezinformacije, jedan je od zaključaka regionalne Konferencije o medijskoj i digitalnoj pismenosti i dezinformacijama.



Regionalna konferencija o medijskoj i digitalnoj pismenosti i dezinformacijama

4.5. SPOT- Medijska pismenost sa košarkašem Petrom Popovićem

Agencija i Misija OEBS-a su obezbijedile ekranizaciju spota čiji je cilj edukacija primarne ciljne grupe – djece školskog uzrasta. Uz pomoć influensera, popularnog kapitena KK "Budućnost" Petra Popovića cilj je bio prenijeti važne poruke sadržane u priručniku „Medijska i digitalna pismenost“.

U videu se pojavljuju djeca školskog uzrasta koja tokom treninga saznaju mnoštvo podataka o tome šta je medijska pismenost, kako biti siguran na netu, ko su influenseri i kakav je njihov uticaj. Kampanja kreira vidljivost tema vezanih za medijsku pismenost i osim primarne ciljne grupe, targetira i sekundarne: roditelje, staratelje, nastavnike čime se efekti kampanje multiplikuju.

Tokom novembra i decembra spot kampanje su besplatno emitovali televizijski emiteri (RTCGI, Gradska TV, Nova, TV Prva i TV Vijesti) doprinoseći podizanju svijesti bezbjednom korištenju medija. Takođe, ovaj spot je promovisan i na društvenim mrežama.

<https://www.medijskapismenost.me/spot-medijska-pismenost-sa-košarkasem-petrom-popovicem/>



4.6. Konkurs „Moć medijske pismenosti“

Konkurs pod nazivom „Moć medijske pismenosti“ namijenjen za učenike svih osnovnih i srednjih škola na teritoriji Crne Gore, u oktobru 2022.g, objavile su Agencija i Misija OEBS-a u Crnoj Gori.



Konkurs „Moć medijske pismenosti“ u prostorijama Agencije

Za literarne radove učenici su imali priliku da se iskažu kroz prozna i poetska ostvarenja, dok su pored likovnih različitih tehnika dozvoljeni bili i edukativni strip poster, kao i kratke forme video

sadržaja (maximum 30 sekundi). Stručna komisija je utvrdila da je, od ukupnog broja podnijetih radova, 26 ispunjavalo uslove propisane konkursom, te da isti predstavljaju kreativan i promišljen doprinos razumjevanju uticaja medijske pismenosti kod mladih. Na osnovu prijedloga Komisije sačinjenog po osnovu javnog konkursa „Moć medijske pismenosti“, za svih 26 radova autorima su dodijeljene nagrade.

4.7. Istraživanje “Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori”

Za potrebe Agencije i Misije OEBS-a u Crnoj Gori, Agencija „Defacto Consultancy“, sprovela je istraživanje “Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori”¹¹⁷. Istraživanje je sprovedeno ispitivanjem mišljenja i stavova 1050 punoljetnih ispitanika i ispitanica sa djecom uzrasta od četiri do 17 godina starosti i 675 ispitanika i ispitanica uzrasta od devet do 17 godina starosti.

Cilj Istraživanja je da pruži dublje razumijevanje načina na koje se mediji konzumiraju, koji uređaji su najzastupljeniji, u kojoj mjeri su “lažne vijesti” prepoznate i druge teme vezane za razumijevanje medija.

Medije je danas moguće konzumirati na najrazličitije načine i na brojnim uređajima. Dodatno, čak i ti uređaji imaju pregršt različitih konfiguracija koje korisnicima daju potpuno drugačija iskustva korišćenja. Gotovo svi ispitanici u domaćinstvu imaju TV uređaj, kompjutere/laptopove i napredne mobilne telefone (smartphone). Ipak kada govorimo o TV uređajima, koji su najzastupljeniji uređaj u svakom domaćinstvu, podaci pokazuju da 19% ne posjeduje smart TV. Interesantan je podatak da djeca gotovo u potpunosti imaju pristup svim uređajima u domaćinstvu.

Televizija je uvijek bila izvor najrazličitijih informacija, a danas je to vjerovatno više nego ikad, imajući na umu da su na stotine programa iz svih krajeva svijeta dostupni putem kablovske televizije ili preko interneta. Iako i roditelji i djeca svakodnevno koriste televiziju/kablovsku televiziju, u poređenju sa podacima iz 2018. godine (Istraživanje “Djeca, Roditelji i Mediji”¹¹⁸) opao je procenat djece koji svakodnevno gledaju televiziju. Ovaj podatak je u skladu sa onim što inače znamo o novim generacijama, djeca mnogo manje koriste TV, a mnogo više vremena provode na mobilnom telefonu.

U porastu je broj djece koja posjećuju veb-sajtove i portale, 10% više danas nego 2018.g. U skladu sa tim podatkom izražene su razlike i u načinu na koji traže informaciju koja ih interesuje. Roditelji se i dalje najviše oslanjaju na televiziju, dok djeca u najvećoj mjeri koriste internet. Podaci pokazuju i jasnu razliku u korišćenju društvenih mreža. Tako je u odnosu na 2018.g. porastao broj roditelja koji upotrebljavaju Facebook, dok je u odnosu na 2018.g. porastao broj djece koja koriste Instragram.

Kada govorimo o uređajima putem kojih pristupaju sadržajima, djeca najviše vremena provedu koristeći mobilni telefon. Radnim danima u prosjeku provedu četiri sata koristeći mobilni telefon, a danima vikenda u prosjeku to bude i do pet sati. Važno je imati na umu da je riječ o prosjeku, što znači da ima djece koja kažu da i više od navedenog vremena koriste mobilne telefone tokom dana. Dodatno, djeca radnim danima provedu dva i po sata gledajući TV i dva sata u prosjeku ispred kompjutera. Tu je takođe i pola sata igranja igrice. Zaključak je da tokom radne sedmice djeca ispred raznih ekrana, u prosjeku, provedu i do devet sati dnevno, vikendom i duže od toga.

Roditelji i djeca su saglasni da djeca ne kontrolišu na pravi način vrijeme provedeno kraj ekrana i da nemaju dobar balans između vremena provedenog kraj ekrana i vremena koje posvjećuju drugim stvarima. Roditelji djece uzrasta od četiri do 17 godina starosti u velikoj mjeri smatraju da je negativan uticaj vremena koje djeca provode pristupajući dostupnim sadržajima, poseb-

117 <https://www.medijskapismenost.me/category/istrazivanja/>

118 U okviru kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“, za potrebe Agencije za elektronske medije i UNICEF-a, agencija “IPSOS” je napravila istraživanje o korišćenju medija od strane djece i roditelja “Djeca, roditelji i mediji”

no putem TV i mobilnih uređaja na njihovo mentalno i fizičko zdravlje i razvoj. Ipak, na pitanje o tome koje vrste TV sadržaja dozvoljavaju svojoj djeci da prate polovina ispitanih roditelja dozvoljava svojoj djeci da prate, između ostalog, scene nasilja, rijaliti programe i horor filmove. Značajan broj roditelja smatra da medijski sadržaji praviljeni za djecu imaju brojne nedostatke. Preko 55% roditelja kaže da programi za djecu često promoviraju rodnu neravnopravnost, 60% je onih roditelja koji kažu da dječiji programi promoviraju stereotipe o ženama kao domaćicama ili ženskim ulogama u društvu. Dvije trećine roditelja smatra također da dječiji programi promoviraju nasilje kao rješavanje problema.

Gotovo svako treće dijete u našem uzorku kaže da nije čulo za pojam „fake news“ – lažne vijesti, a među roditeljima 82% je onih koji kažu da znaju. Obje grupe smatraju da je lažnih vijesti najviše na društvenim mrežama. Roditelji su gotovo jednoglasni po pitanju toga da u Crnoj Gori treba jačati medijsku pismenost, kako bi djeca bila spremnija da se suoče sa problemima koje uzrokuju lažne vijesti.

Rezultati nacionalnog reprezentativnog istraživanja o korišćenju medija od strane djece i roditelja, „Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori“, su značajni za definisanje budućih politika usmjerenih na razvoj medijske pismenosti u Crnoj Gori. Oni jasno ukazuju na potrebu i značaj podizanja svijesti o važnosti medijske pismenosti i predstavljaju osnovu za dalje aktivnosti ne samo Agencije već i drugih institucija.

4.8. Edukativne radionice

U okviru kampanje medijske pismenosti, Agencija za elektronske medije je u saradnji sa NVU „Roditelji“ u periodu od 8.07. do 31.12.2022.g. organizovala i realizovala aktivnosti usmjerene na unaprjeđenje medijske pismenosti roditelja i djece.

Cilj projekta bio je unaprjeđenje medijske pismenosti roditelja i djece i to kroz 16 radionica za djecu, održanih na teme: društvene mreže, igre prije interneta, medijska pismenost, zaštita privatnosti, poruke u medijima i si, kao i kroz osam online predavanja/radionica za roditelje na teme: rizici i zaštita djece na internetu, nasilje na internetu, uloga roditelja u učenju o medijskoj pismenosti, mediji i roditelji, poruke u medijima, mjere i vještine za prevenciju štetnog uticaja sadržaja na internet i sl.

Datum	Aktivnosti	Ciljna grupa
11.07.	Održana je radionica o značaju medijske pismenosti i na kojoj su djeca imala priliku da čuju korisne informacije i zanimljivosti kao da i steknu konkretne vještine dekonstruisanja medijskih sadržaja.	6 - 9 godina
12.07.	Edukativna radionica na temu Medijske pismenosti.	10 - 15 godina
30.08.	Održana je radionica o značaju zaštite privatnosti na internetu. Djeca su na radionici imala priliku da razgovaraju kako objavljivanje ličnih podataka može ugroziti njihovu sigurnost, šta znači pojam digitalni otisak u eri društvenih mreža.	6 - 9 godina
30.08.	Razgovaralo se o značaju zaštite privatnosti na internetu. Djeca su imala priliku da razgovaraju kako objavljivanje ličnih podataka može ugroziti njihovu sigurnost, ali i šta znači pojam digitalni otisak u eri društvenih mreža.	10 - 15 godina
20.09.	Centralna tema radionice odnosila se na razgovor o dobrim i lošim stranama upotrebe društvenih mreža. Na taj način akcentovani su konstruktivni elementi upotrebe interneta i društvenih mreža, dok se posebna pažnja posvetila negativnim stranama, koja ponašanja predstavljaju nasilje na internetu i kako da se prepoznaju, kako da se zašтите u situacijama kad prepoznaju takav kontekst i kome da se obrate.	7 - 10 godina

20.09.	Održana je radionica na kojoj su se mogla čuti stručna mišljenja o dobrim i lošim stranama upotrebe društvenih mreža. Ukazano je na konstruktivne elemente upotrebe interneta i društvenih mreža, dok se posebna pažnja posvetila negativnim stranama.	10 – 16 godina
20.10.	Održana je radionica o bontonu na internetu. Djeca su kroz razgovor, igrice i multimedijalni sadržaj, ali i primjere iz života, imala priliku da se upoznaju sa tim koja su to osnovna pravila ponašanja na internetu, ali i kako da otkriju opasnosti i nepravilna ponašanja koja se mogu desiti u virtuelnom svijetu.	6 – 10 godina
20.10.	Održana je radionica o bontonu na internetu. Djeca su se kroz razgovor upoznala sa tim koja su to osnovna pravila ponašanja na internetu, ali i kako da prepoznaju opasnosti i nepravilna ponašanja koja se mogu desiti u virtuelnom svijetu. Imali su priliku da iznesu svoje primjere i stavove.	11 – 14 godina
4.11.	Održana je radionica o opcijama podešavanja privatnosti i veće sigurnosti na ovim mrežama, kako bi izbjegli brojne prevare na koje mogu naići i zloupotrebe objavljenog sadržaja. Kroz praktične primjere i slučajeve, upoznali su se sa vrstama zloupotreba i načinima kako da reaguju u datim situacijama.	7 – 10 godina
4.11.	Na radionici mladi su imali priliku da upoznaju opcije podešavanja privatnosti i veće sigurnosti na ovim mrežama, kroz praktične primjere i slučajeve, a sve u cilju kako bi izbjegli brojne prevare na koje mogu naići i zloupotrebe objavljenog sadržaja.	10 – 16 godina
9.11.	Održana je radionica „Kako prepoznati lažne vijesti na internetu“. Cilj je bio da djeca i mladi razumiju šta predstavljaju lažne vijesti, ko ih kreira, na koje načine ih možemo tumačiti, te kojim se alatima mogu služiti u stvaranju jasne slike o tome ko može imati koristi, a ko štete od njih, te na koji način da reaguju ukoliko se susretnu sa ovakvom vrstom sadržaja.	7 – 10 godina
9.11.	Radionica „Kako prepoznati lažne vijesti na internetu“.	10 – 15 godina
28.11.	Radionica o digitalnoj pismenosti. Kroz praktične primjere tokom radionice djeca su imala prilike da se upoznaju kako da budu oprezni na internetu, kako ne bi povjerovali lažnim informacijama; bezbjedni na internetu i vidjeli kako da podatke dijele s pažnjom; ljubazni i učtivi na internetu, ali i kako da prepoznaju digitalno nasilje i kako da na pravi način koriste izvore.	6 – 10 godina
28.11.	Kroz praktične primjere tokom radionice djeca su imala prilike da čuju veoma korisne informacije kako da budu obazrivi i sigurni u virtuelnom prostoru, kako da prepoznaju digitalno nasilje i slično. Na radionici je bila pružena mogućnost iznošenja i ličnih iskustava i stavova, podstičući na taj način kritičko razmišljanje kod djece.	11 – 14 godina
28.12.	Radionica o navikama na internetu. Djeca su na interaktivan i kritički način dobila odgovore na pitanja šta su to navike, kako digitalni prostor utiče na naše ponašanje, kako da kreiramo navike koje nam omogućavaju da internet koristimo pametnije i bezbjednije.	6 – 10 godina
28.12.	Na radionici su mladi imali prilike da kroz primjere iz svakodnevice i igru razumiju prije svega na koji način tehnologija utiče na naše živote, ali i činjenicu da su ljudi i njihovo ponašanje i dalje najznačajniji faktor njenog razvoja i upotrebe. Osim toga na interaktivan i kritički način dobili su odgovore na pitanja šta su to navike, kako digitalni prostor utiče na naše ponašanje.	11 – 14 godina

Radionice je pratilo uživo ili putem društvenih platformi preko 100 madih uzrasta od šest do 15 godina i to u odnosu na teme, namijenjene određenoj ciljnoj/starosnoj grupi.



Takođe, Agencija za elektronske medije je u saradnji sa NVU Roditelji organizovala i osam online predavanja/radionica za roditelje na portalu Roditelji.me i to:

Datum	Teme online predavanja
12.07.	Održano je predavanje za roditelje na temu „Zašto je danas izuzetno važno da smo i mi i naša djeca medijski pismeni“. Predavanje je realizovano na Facebook stranici portala Roditelji.me. Svetlana Jovetić Koprivica, profesorica CSBH jezika i književnosti, razgovarala je sa roditeljima o medijskom sadržaju kojem su podjednako izloženi kao i djeca.
29.08.	Održano je predavanje za roditelje „Zaštita privatnosti djece: Da li je u redu dijeliti život djeteta online?“ Na Facebook stranici portala Roditelji.me, Alicorn Milica Matavić, službenica operacija u digitalnoj agenciji razgovarala je sa roditeljima o zaštiti privatnosti.
28.09.	Na Facebook stranici portala Roditelji.me, održano je online predavanje za roditelje na temu „Nasilje na društvenim mrežama – kako ga prepoznati i kako reagovati.“ U tom terminu na Facebook stranici portal Roditelji.me, marketing menadžerka Vanja Kosović razgovarala je sa roditeljima o nasilju na društvenim mrežama.
27.10.	Održano je predavanje za roditelje, sa stručnjakinjom za bezbjednost djece na internetu, Katarinom Jonev o digitalnim uzorima koji utiču na naše najmlađe i njihovu sigurnost na mrežama.
7.11.	Održano je predavanje za roditelje pod nazivom „Djetinjstvo, prođi pored mene, ja imam telefon“. Na Facebook stranici portala Roditelji.me razgovarali smo sa dr Rankom Rajovićem o uticaju digitalnih tehnologija na odrastanje djece.
29.11.	Na Facebook stranici portala Roditelji.me, službenik Ministarstva unutrašnjih poslova i edukator za bezbjednost djece na internetu i društvene mreže Bojan Jušković razgovarao je sa roditeljima o problemima sa predatorima i pedofilima na društvenim mrežama.
8.12.	Održano je predavanje za roditelje o uticaju pametnih telefona na psihofizički razvoj djece, na portalu Roditelji.me. Voden je razgovor sa prof. dr sc. informatike i pedagogije iz Hrvatske, Majom Ružić. Roditelji su imali prilike da čuju kakav je uticaj pametnih telefona i ostalih elektronskih uređaja na zdravlje djeteta i posljedicama pretjeranog korišćenja.
20.12.	Održano je predavanje za roditelje „Nasilje na Internetu“. Zainteresovani roditelji mogli su pratiti online predavanje uživo na Facebook stranici portala Roditelji.me, a gošća predavanja bila je nastavnica informatike Biljana Krivokapić. Razgovaralo se o tome kako prepoznati nasilje i kako reagovati.

4.9. Informatičko takmičenje „Dabar“

NVU Tinker i Agencija za elektronske medije potpisali su Memorandum o saradnji¹⁹ čime je Agencija postala partner u procesu pripreme obuke i organizovanja informatičkog takmičenja „Dabar“, u skladu sa zakonskim okvirom unutar kojeg djeluju obje strane. NVU Tinker i Agencija su prepoznali zajedničke ciljeve da djeci i mladima omoguće razvoj u oblasti medijske pismenosti, kao i u matematici, nauci, tehnologiji, inženjerstvu i informatici (STEM) i da na zanimljiv način, približe koncepte internacionalnog informatičkog takmičenja „Dabar“ (Bebras International Challenge on Informatics and Computational Thinking) kompjuterske ali i medijske pismenosti.



Međunarodno takmičenje Dabar (bebras.org) realizuje se na svim kontinentima, u 60 zemalja, počevši od 1993. godine. Prvo, pilot, takmičenje Dabar u Crnoj Gori se održalo u novembru 2022. godine, sa 702 učesnika i odvijalo se u osam crnogorskih gradova i 14 lokacija. Učenici su tokom dana takmičenja rješavali izazove u školama ili na drugim lokacijama koristeći računare ili mobilne uređaje. Takmičenje je besplatno za sve učenike. U susret takmičenju, na lokaciji u Podgorici, kao i putem online radionica, više desetina djece je prisustvovalo pripremnim radionicama na kojima su djeca imala prilike rješavati zadatke sa prethodnih takmičenja.

4.10. Promocija medijske pismenosti na sajtu medijskapismenost.me

Dostupnost širokopojasnog interneta potpuno je promijenila način na koji djeca i roditelji prikupljaju informacije i stiču znanja. Značajno je lakše prikupljanje informacija i materijala u elektronskom obliku, jer između ostalog možete i da radite nezavisno od vremena i mjesta.

Zbog epidemije koronavirusa značajan dio komunikacije iz „off line“ prenio se na „online“ svijet. Uvažavajući navedene činjenice, na sajtu medijske pismenosti posebna pažnja posvećena je objavljivanju autentičnih tekstova posvećenih medijskoj pismenosti – www.medijskapismenost.me.

Od maja do decembra objavljeno je 50 tekstova čije su teme bile od abecede medijske pismenosti, bezbjednosti na internetu, savjeta roditeljima kako da zaštite djecu od predatora, razgovora o stereotipima svaki sa ciljem da djecu i njihove roditelje nauči da bolje razumiju ulogu medija, medijsku kulturu, a u krajnjem da ih uči kritičkom razmišljanju.



FOND ZA PODSTICANJE PLURALIZMA I RAZNOVRSNOSTI MEDIJA

5.

Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 28.02.2022. godine, usvojio Odluku o raspisivanju javnog konkursa za raspodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu¹²⁰ 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 komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu¹²¹.

Javni konkurs je bio raspisan za raspodjelu:

- a. 464.450,73 EUR putem grantova za povećanje obima, strukture i raznovrsnosti ponude programskih sadržaja iz sopstvene produkcije posvećenih tematskim oblastima od javnog interesa;
- b. 25.802,82 EUR putem grantova za pokriće operativnih troškova samoregulatornih tijela.

Na javni konkurs je podnijeto **27 blagovremenih prijava** za grantove za emitere i **jedan zahtjev** za grant za samoregulatorno tijelo.

Na sjednici održanoj 01.06.2022. godine, Savjet Agencije je:

1. donio pojedinačne zaključke kojima je odbacio 11 blagovremenih prijava za grantove za emitere sljedećih lica, zbog neispunjavanja uslova za učešće na konkursu:
 - b. „Mir & Teuta“ d.o.o. iz Ucinja¹²², jer nije izmirio finansijske obaveze po osnovu poreza i doprinosa za socijalno osiguranje, dok kao emiter televizijskog programa „TV Teuta“ nije izmirio i dospjele finansijske obaveze prema Agenciji.
 - c. „Radio Televizija Mojkovac“ d.o.o iz Mojkovca¹²³, „Antena M“ d.o.o. iz Podgorice¹²⁴, „Lutrija Crne Gore“ A.D. iz Podgorice¹²⁵, „Jumedia Mont“ d.o.o. iz Podgorice¹²⁶ i „Boin“ d.o.o. iz Tuzi¹²⁷, jer emiteri nijesu izmirili dospjele finansijske obaveze prema Agenciji.
4. donio zaključak kojim je odbacio zahtjev za grant za samoregulatorno tijelo koji je podnijela nevladina organizacija „Medijski savjet za samoregulaciju“ iz Podgorice¹²⁸, jer pojedini osnivači medija nad kojima je uspostavljeno samoregulatorno tijelo nijesu ispunjavali uslove iz člana 21 Zakona o medijima, odnosno člana 9 Pravilnika i tačke 7 Odluke o javnom konkursu (nijesu izmirili finansijske obaveze po osnovu poreza i doprinosa za socijalno osiguranje i/ili dospjele finansijske obaveze prema Agenciji).

120 Akt br. 01-290 od 28.02.2022.godine

121 Akt br. 01-291 od 28.02.2022.godine i Akt br. 01-291/I od 21.03.2022.godine

122 Akti br. 01-573, 01-574, 01-575 i 01-576 od 06.04.2022.g.

123 Akti br. 01-587, 01-588 i 01-589 od 08.04.2022.g.

124 Akt br. 01-549 od 04.04.2022.g.

125 Akt br. 01-562 od 05.04.2022.g.

126 Akt br. 01-555 od 04.04.2022.g.

127 Akt br. 01-561 od 05.04.2022.g.

128 Akt br. 01-564 od 05.04.2022. g.

5. donio rješenje kojim je odbio zahtjev NVO „Plavi talas“ iz Plava¹²⁹, jer podnosilac prijave nije osnivač audiovizuelne medijske usluge, odnosno komercijalnog ili neprofitnog elektronskog medija.

Na sjednicama održanim 30.05. i 01.06.2022. godine, 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 elektronskim medijima, nakon izvršenih analiza programskih sadržaja, izvršio bodovanje prijava.

Saglasno navedenom, Savjet Agencije, na 310. sjednici održanoj 03.06.2022. godine, donio je Rješenje o raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu i odlučio da se sredstva u iznosu od 221.183,17 EUR, predviđena za grantove emitere, dodijele na sljedeći način:

Komercijalni radijski programi sa lokalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
Gresa Trade d.o.o.	Radio Elita	I mi smo dio društva	52	7.561,25 €
		Integriši me	58	
		Kulture most spajanja	44	
		Ulcinj – drevni grad legendi	42	
Talas Bihara d.o.o.	Radio Petnjica	Radio kancelarija za dijasporu	44	5.730,00 €
		Eko patrola	52	
My name d.o.o.	Radio Titograd	Miris uspomena iz mag doma	54	11.988,90 €
		Turistički radio katalog	64	
NVO Đakomo Adriatic	Radio Adriatic	Ekološka riznica	47	8.069,36 €
		Klub Kulture	44	
Radio Zeta d.o.o.	Radio Zeta	Pratimo potrebe poljoprivrednika	54	10.286,00 €
		Naše potrebe se ne razlikuju	70	
			Ukupno	43.635,51 €
Neprofitni radijski programi sa regionalnom i nacionalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
NVO Kulturni centar „Homer“	Radio Homer	Dječiji program radija Homer – Homerov radio budilnik	69	9.400,00 €
		Zvukom do svjetlosti	64	
			Ukupno	9.400,00 €
Komercijalni radijski programi sa regionalnom i nacionalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
Oki Air Broadcasting d.o.o.	Elmag Radio	Turistički atlas	56	37.307,00 €
		Elmagov zdravstveni kutak	61	
		Elmagova vrteška	59	
		Pokreni se	64	

Media International Corporation d.o.o.	Radio DRS	Crnogorski šestoboj	55	21.318,00 €
		Dječija emisija "Filopići"	40	
		Preduzetnički upitnik	47	
		Crna Gora i Boka kotorska kroz vijekove	50	
Ukupno				58.625,00 €
Specijalizovani televizijski programi sa lokalnom i regionalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
Manix d.o.o.	TV MNE SPORT 3	Šampioni sutrašnjice	48	5.000,75 €
		Dame u sportu	49	
		Šampioni	64	
Ukupno				5.000,75 €
Komercijalni televizijski programi sa nacionalnom pokrivenošću				
Emiter	Naziv medija	Programski sadržaj	Broj bodova	Dodijeljena sredstva
Nova M d.o.o.	TV Nova M	Mali - veliki ljudi	77	50.881,91 €
		ECO i (malo) PREKO	70	
Televizija Vijesti d.o.o.	Televizija Vijesti	Evropske integracije	65	53.640,00 €
		Reflektor	60	
		Pčelica	60	
		Sport	49	
Ukupno				104.521,91 €
UKUPNO DODIJELJENA SREDSTVA				221.183,17 €

Savjet Agencije je konstatovao da su ostala nedodijeljena sredstva u iznosu od od 243.267,56 EUR (za grantove za emitere) i 25.802,82 EUR (za grantove za samoregulatorna tijela), koja će se, saglasno članu 33 stav 4 Pravilnika, raspodijeliti na sljedećem javnom konkursu.

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

Dodijeljeni grantovi se odnose na **31 programski sadržaj** za ukupno **11 emitera** (pet lokalnih, tri regionalna i tri nacionalna emitera), od kojih je jedan neprofitni i deset komercijalnih. Grantovima je podržama proizvodnja sadržaja u osam radijskih programa (od kojih je jedan neprofitni) i tri televizijska programa (od kojih je jedan bio specijalizovani sportski).

	Dodijeljena sredstva
Prosječan iznos	20.107,56€
Najviši iznos	53.640,00€
Najmanji iznos	5.000,75€

Odobrena sredstva

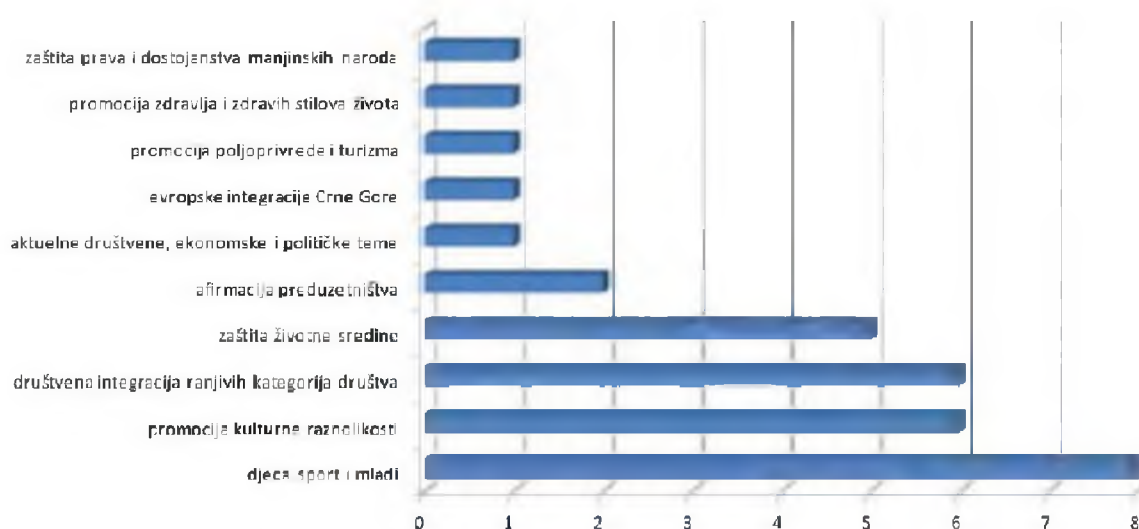
Prosječan iznos sredstava dodijeljenih po emiteru iznosi 20.107,56€, najviše je dodijeljeno 53.640,00€, najniže 5.000,75€.

Prosječno dodijeljen grant ima 28 emisija (bez repriza) sa prosječnom dužinom trajanja emisije od 36 minuta. Ukupna minutaža sadržaja podržanih grantovima iznosi 31.350 minuta ili 523 sata programa.

Jednom emiteru je dodijeljeno najviše četiri granta.

Od 31 dodijeljenog granta najviše (osam) se odnosilo na tematsku oblast „djeca, sport i mladi“. Po šest grantova se odnosilo na oblasti „društvena integracija ranjivih kategorija društva“ i „promocija kulturne raznolikosti“. Pet grantova je bilo namijenjeno oblasti „zaštita životne sredine“, dva granta su bila namijenjena tematskoj oblasti „afirmacija preduzetništva“, dok se na oblasti „promocija zdravlja i zdravih stilova života“, „aktuelne društvene, ekonomske i političke teme“, „zaštita prava i dostojanstva manjinskih naroda“, „evropske integracije Crne Gore“ i „promocija poljoprivrede i turizma“ odnosio po jedan grant.

Broj dodijeljenih grantova po tematskim oblastima prikazan je sljedećem grafiku:



Broj dodijeljenih programskih grantova po tematskim oblastim

Od 31 dodijeljenog, 21 grant se odnosio na **nove programske sadržaje** koji nijesu ranije emitovani. Šest dodijeljenih grantova je bilo namijenjeno poboljšanju ponude programskih sadržaja posvećenih ranjivim društvenim grupama.

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

Na međunarodnom planu, 2022. godina obilježena je različitim legislativnim inicijativama, prvenstveno vezanim za izradu i usvajanje Akta o digitalnim uslugama, kao i transpozicijom revidirane Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama u nacionalne zakone evropskih država i njenom implementacijom na nacionalnom nivou.

Predstavnici Agencije za elektronske medije pratili su trendove i praksu u vezi sa ovim dokumentima kroz rad različitih međunarodnih institucija, organizacija, asocijacija i radnih tijela Evropske komisije, u cilju procjene budućih nadležnosti, obaveza i funkcije koju će regulatori pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga imati u sve kompleksnijem medijskom ekosistemu, kao i prepoznavanja izazova sa kojima će se susretati u ovom procesu.

Stupanjem na snagu Akta o digitalnim uslugama, sve platforme registrovane u državama članicama Evropske unije, osim najmanjih (sa manje od 50 zaposlenih i godišnjim prometom i/ili ukupnom godišnjim bilansom manjim od deset miliona eura), biće u obavezi da uspostave mehanizme za podnošenje pritužbi, ostvarivanje prava na pravnu zaštitu i vansudsko rješavanje sporova, rješavaju prigovore i obezbijede transparentnost oglašavanja u online prostoru za korisnike. Na taj će se način bolje zaštititi korisnici i njihova osnovna prava na internetu, uspostaviti snažan okvir za transparentnost i odgovornost internetskih platformi i osigurati jedinstven, ujednačen okvir u cijeloj Evropskoj uniji.

Osim toga, na vrlo velike internetske platforme i vrlo velike internetske pretraživače s najmanje 45 miliona korisnika (tj. 10% evropskog stanovništva) primjenjuju se posebna pravila zbog rizika koje takve platforme predstavljaju u pogledu širenja nezakonitog sadržaja i djelovanja štetnih po društvo. Vrlo velike internetske platforme moraće ispuniti obveze vezane uz upravljanje rizikom, eksternu reviziju rizika i odgovornost prema javnosti, osigurati transparentnost svojih sistema za davanje preporuka, korisnicima omogućiti izbor u pogledu pristupa informacijama i dijeliti podatke s nadležnim organima i istraživačima.

Aktom o digitalnim uslugama znatno se poboljšavaju mehanizmi za uklanjanje nezakonitog sadržaja i efikasnu zaštitu osnovnih prava korisnika na internetu, uključujući slobodu izražavanja. Osim toga, omogućuje se stroži javni nadzor internetskih platformi, a posebno onih koje koristi više od 10% stanovništva Evropske unije.

Države članice EU su u obavezi da do 17. februara 2024. godine imenuju nadležna tijela – koordinatori digitalnih usluga – koja će nadzirati uskladenost pružalaca usluga sa sjedištem na njihovoj teritoriji sa novim pravilima i učestvovati u mehanizmu za saradnju na nivou EU koji se uvodi predloženim Aktom o digitalnim uslugama. Koordinator digitalnih usluga biće nezavisno tijelo koje će morati da ispunjava stroge zahtjeve u pogledu nezavisnog i transparentnog funkcionisanja. Koordinatori digitalnih usluga saradivaće u okviru nezavisne savjetodavne grupe – Evropskog odbora za digitalne usluge – koja će nuditi podršku u obliku analiza, izvještaja i preporuka i koordinirati novim instrumentom za zajedničke istrage koordinatori digitalnih usluga.

S obzirom na aktivnu ulogu Agencije za elektronske medije u izradi Medijske strategije i seta medijskih zakona u Crnoj Gori, njeni predstavnici su posebnu pažnju posvetili temama vezanim za transpoziciju i implementaciju revidirane Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama na nivou Evropske unije i regiona. Kroz učešće u radu Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama Evropske komisije, kao i kroz rad drugih međunarodnih platformi i asocijacija, posebna pažnja bila je posvećena izmjenama relevantnih zakonskih odredbi na nacionalnim nivou i prilagođavanju regulatornog okvira zahtjevima revidirane Direktive. Glavni ciljevi izmjene i ažuriranja Direktive, u okviru strategije jedinstvenog digitalnog tržišta, bili su da se, između ostalog, određena audiovizuelna pravila prošire na platforme za razmjenu video sadržaja, uvede fleksibilnost u ograničenja koja se primjenjuju na televizijsko emitovanje (oglašavanje), ojača promovisanje evropskih audiovizuelnih djela, zaštite maloljetnici i efikasnije suzbije govor mržnje i ojača nezavisnost nacionalnih regulatornih organa. U tom smislu, bilo je veoma važno u prethodnom periodu ispratiti smjernice koja je Evropska komisija objavila u cilju obezbjeđivanja dosljedne i adekvatne primjene odredbi Direktive koje se odnose na platforme za razmjenu video sadržaja, evropska djela i izvještavanje o aktivnostima vezanim za medijsku pismenost.

Iskustva regulatornih organa koji su već započeli usklađivanje rada sa novim obavezama predviđenim Direktivom takođe su bila predmet brojnih diskusija na različitim nivoima, dok su predstavnici Agencije koristili informacije dobijene na ovaj način da daju značajan doprinos u procesu izrade zakonskih i strateških dokumenata u Crnoj Gori.

Učešće u radu Evropske grupe regulatora za audiovizuelne usluge (ERGA)¹³⁰

U Briselu je 21. juna održan 17. plenarni sastanak ERGA-e. Razmijenjena su mišljenja sa Evropskom komisijom o trenutnim inicijativama, na primjer o predstojećem Evropskom zakonu o slobodi medija i nedavnom objavljenom unaprijedenom Kodeksu prakse o dezinformacijama.

Unaprijedeni Kodeks prakse iz 2022. ima za cilj dalje ograničavanje širenja dezinformacija pružanjem veće transparentnosti o aktivnostima potpisnika, smanjenjem monetizacije dezinformacijama, kao i osnaživanjem korisnika boljim alatima za informiranje, prepoznavanje i označavanje dezinformacija na mreži. Većina preporuka koje je ERGA dala u svom izvještaju uzeto je u obzir u konačnoj verziji Kodeksa ERGA.

Takođe je razgovarano o budućoj implementaciji Zakona o digitalnim uslugama (DSA) i njegovoj usaglašenosti sa Kodeksom prakse za dezinformacije, kao i drugim relevantnim propisima, kao što je AVMS Direktiva, Zakon o digitalnim tržištima (DMA) i buduća Uredba o transparentnosti i ciljanom političkom oglašavanju. Istaknuto je da nezavisan nadzor, aktivna uloga medijskih regulatora i pojačana saradnja između njih u okviru ERGA-e, kao i sa Evropskom komisijom u vezi sa veoma velikim onlajn platformama, predstavljaju ključne faktora za osiguranje efikasne implementacije DSA i postizanje njegovih ciljeva.

Drugi sastanak ERGE održan je 1. decembra i imao je u fokusu pregled godišnjih aktivnosti i pripremu rada za narednu godinu. Istaknuto je da su očekivani izazovi tokom 2023. godine stupanje na snagu Zakona o digitalnim uslugama, a AVMS Direktiva će biti konačno transponovana u svim državama članicama.

Za narednu godinu planirani su i kontinuirani pregovori oko prijedloga Uredbe o transparentnosti i ciljanom političkom oglašavanju, kao i implementacija ojačanog Kodeksa o dezinformacijama. ERGA je usvojila ambiciozan program rada za 2023. koji će biti implementiran pod predsjedavanjem italijanskog regulatora, AGCOM.

¹³⁰ Evropska grupa regulatora za audiovizuelne medijske usluge (<http://erga-online.eu>) okuplja predstavnike nacionalnih nezavisnih regulatornih tijela u oblasti audiovizuelnih usluga, sa ciljem pružanja savjetodavne podrške Evropskoj komisiji i razmjeni najbolje prakse među evropskim regulatorima audiovizuelnog tržišta.

Radionica o Aktu o medijskim slobodama Brisel, 18. februar (online)

U okviru ERGA Akademije 2022, Evropska grupa regulatora za audiovizuelne usluge (ERGA) organizovala je prvu radionicu na temu Akta o digitalnim uslugama, koja je održana u online formatu.

Razgovaralo se o zaštiti pluralizma i nezavisnosti medija. Zaključeno je da su medijski pluralizam i nezavisnost medija neophodni u demokratskom društvu i da predstavljaju preduslov za funkcionalno unutrašnje medijsko tržište u Evropskoj uniji. Razmijenjena su mišljenja o stepenu i mehanizmima zaštite medijskog pluralizma i nezavisnosti medija koje predviđa Akt o medijskim slobodama, kao i postojećoj regulativi u državama članicama Evropske unije. Bilo je riječi o efikasnosti postojećih regulatornih režima i primjerima iz prakse u cilju procjene mogućnosti harmonizacije ovih pravila na nivou Evropske unije, koja bi unaprijedila funkcionisanje unutrašnjeg medijskog tržišta. Na prvom panelu je zaključeno da medijski regulatori igraju veliku ulogu i ovoj oblasti i naglašen značaj njihove efikasne saradnje.

Zaključeno je da se pružaoci medijskih usluga suočavaju sa različitim pravilima na nacionalnom nivou u zavisnosti od tržišta u kojima posluju. Prepoznato je da se pravila kojima se reguliše i ograničava njihov ulazak na tržište i rad takođe razlikuju od države do države. Rasprava se fokusirala na način na koji Akt o medijskim slobodama može da odgovori na izazove koji proizilaze iz različitosti nacionalnih pravila u cilju obezbjeđivanja boljeg funkcionisanja unutrašnjeg medijskog tržišta.

Učešće u radu Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama Brisel, 9. decembar

Na poziv Evropske komisije, predstavnik Agencije za elektronske medije je učestvovao na sastanku koji Kontakt komiteta za sprovođenje Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama (AVMSD), koji je održan u hibridnom formatu 9. decembra u Briselu.

Na sastanku je bilo riječi prvenstveno o transpoziciji Direktive o AVM uslugama i obavezama država članica u oblasti usvajanja i implementacije novih nacionalnih propisa u skladu sa Direktivom. Predstavnici Evropske komisije su dali pregled izvještaja o transpoziciji koje podnose države članice Evropske unije.

Raspravljano je o odredbama AVMSD koje se odnose na evropska djela i obavezama za države članice EU koje iz njih proizilaze. Predstavnici Evropske komisije predstavili su smjernice o obimu izvještaja o ispunjavanju obaveza vezanih za promociju medijske pismenosti i mjera usmjerenih na razvijanje vještina ovoj oblasti, kao i najnovije aktivnosti na izradi Akta i slobodi medija. Naglašen je značaj tačnog izvještavanja o aktivnostima vezanim za promociju medijske pismenosti u državama članicama za praćenje i razmjenu pozitivne prakse u ovoj oblasti. Članice Kontakt komiteta razmijenile su mišljenja o najefikasnijim načinima promocije medijske pismenosti u državama članicama i elementima izvještavanja o skupovima i ostalim aktivnostima sprovedenim u ovoj oblasti.

Zaključeno je da su efikasna i kontinuirana saradnja između regulatora i funkcionalna samoregulacija od presudnog značaja za primjenu i poštovanje standarda u ovoj oblasti.

Učešće u radu Evropske platforme nezavisnih regulatornih tijela – EPRA¹³¹

Redovni 55. sastanak EPRA je održan od 11. do 13. maja 2022. godine, u Antverpenu. Prva rasprava, pod nazivom „Maloljetnici i oglašavanje“, bila je posvećena izazovima regulacije – ili bolje

¹³¹ 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.

rečeno koregulacije – audiovizuelnih komercijalnih komunikacija na platformama za razmjenu video sadržaja. Posebna pažnja je bila usmjerena na značaj uključivanja različitih zainteresovanih strana, pored medijskih regulatora, kako bi se na efikasan način povezali relevantna istraživanja, kreiranje i sprovođenje neophodnih politika i regulatornog okvira.

U drugom dijelu sastanka, koji je bio posvećen temi „Medijski regulatori u digitalnom okruženju“, u fokusu pažnje bilo je pitanje o tome koliko i kako treba da se prilagode (promijene) medijski regulatori da bi se na efikasan i održiv način suočili sa izazovima regulative u onlajn eri. Predstavljena su iskustva članica EPRA-e sa fokusom na promjene koje su doživjela pojedina regulatorna tijela u pogledu strukture, proširenih ovlašćenja i nadzora platformi za razmjenu video sadržaja u posljednje dvije godine. Takođe, posebna pažnja je posvećena predstavljanju izazova u obezbjeđivanju odgovarajućeg i dovoljnog osoblja, resursa i saradnje.

U Antaliji, od 12. do 14. oktobra 2022. godine, EPRA je održala redovni 56. sastanak. Predstavljene su novosti iz prethodnog perioda od strane predstavnika različitih regulatornih organa i posmatrača. Predstavljene su i publikacije koje EPRA objavila u ovom periodu.

Jedna od ključnih tema je bila „Dezinformacije, pluralizam i povjerenje“. Navedeno je da su online tehnologije omogućile naglu ekspanziju u smislu pristupa medijskim sadržajima i izvorima informisanja i očigledno povećanje medijskog pluralizma, koji, međutim, ne garantuje raznovrsnost sadržaja. Novi komunikacioni formati koji su izvršili veliki uticaj na cjelokupno tržište linearnih i nelinearnih usluga, zajedno sa ekspanzijom sadržaja koje kreiraju korisnici, izazivaju sve veću zabrinutost u vezi sa širenjem dezinformacija.

Razgovaralo o usvajanju i implementaciji efikasnih rješenja u borbi protiv dezinformacija. Analizirali su se trendovi u konzumiranju medijskih sadržaja u Evropi i razmijenili mišljenje o potencijalnim rješenjima usmjerenim na očuvanje medijskog pluralizma i povjerenja u medije. Zaključeno je da ne postoji jednoobrazno rješenje za ovaj problem i da je neophodno angazovanje svih aktera na više nivoa, kao i da javni medijski servisi igraju veliku ulogu u ovom procesu i da je stoga neophodno da njihovi programi dopru do mlade publike.

Studijska posjeta Briselu, 24. – 27. oktobar

Na poziv Delegacije Evropske unije u Crnoj Gori, predstavnik Agencije za elektronske medije učestvovao je u studijskoj posjeti medijskih profesionalaca Briselu. Osim predstavnika Agencije, crnogorska delegacija uključivala je po jednog predstavnika/cu Radija i televizije Crne Gore, informativne agencije MINA, platforme za provjeru informacija Raskrinkavanje.me, Instituta za medije Crne Gore i dnevnih listova Vijesti i Pobjeda.

U okviru posjete održani su sastanci sa predstavnicima Evropske službe za spoljne poslove (EEAS), Evropske komisije ali i sa predstavnicima novinarskih udruženja, crnogorskim i stranim dopisnicima iz Brisela i predstavnicima civilnog društva.

Organizovan je sastanak sa šeficom Radne grupe za Zapadni Balkan u Diviziji za strateške komunikacije pri Evropskoj službi za spoljne poslove Jasnom Jelišić. Predstavljene su glavni izazovi sa kojima se Evropska unija susreće u borbu protiv dezinformacija, kao i planovi i strategije usmjereni na umanjivanje negativnog uticaja dezinformacija na izborne i druge procese unutar Evropske unije.

Sa šefom jedinice za Crnu Goru Generalnog direktorata za susjedsku politiku i pregovore o proširenju Evropske komisije Majklom Millerom održan je sastanak na kome se razgovaralo o glavnim izazovima u procesu pristupanja Crne Gore Evropskoj uniji, sa osvrtom na ocjene i preporuke iz izvještaja o napretku Crne Gore u ovom procesu. Naglašen je značaj medijskog pluralizma i nezavisnih medija za demokratske procese u Crnoj Gori i izraženo očekivanje da će se, usvajanjem medijskih zakona, obezbijediti bolji uslovi za rad medija.

Takođe, održani su sastanci sa predstavnicima Evropske službe za spoljne poslove i Generalnog direktorata za mreže, sadržaj i tehnologiju Evropske komisije. Predstavljena je Radna grupa za strateške komunikacije za Zapadni Balkan Evropske službe za spoljne poslove.

Konferencija posvećena digitalnom radiju „Nove mogućnosti i nova publika za DAB+“ Amsterdam, 27. novembar

Predstavnici Agencije za elektronske medije učestvovali su na konferenciji posvećenoj razvoju digitalnog radija, na kojoj su predstavljene nove mogućnosti koje nudi DAB+ standard. Konferencija je bila posvećena korišćenju meta-podataka u automobilskoj industriji i održivosti manjih DAB radio stanica. U radu su učestvovali renomirani stručnjaci iz oblasti radio i automobilske industrije, kao i predstavnici WorldDAB Foruma.

Razmijenjena su mišljenja o meta-podacima u automobilskoj industriji, koji omogućavaju radio emiterima da ostanu lideri u na savremenim tržištu audio usluga, a naročito u ovom veoma konkurentnom segmentu tržišta. Rasprava se bazirala na rezultatima istraživanja iz 2021. godine koje sprovedeno među kupcima automobila i analizi načina na koje je automobilska industrija odgovorila na glavne nalaze i rezultate istraživanja. Zaključeno je da sadržaj koji proizvode emiteri i nelinearni sadržaj igraju veoma važnu ulogu u pronalaženju i personalizaciji sadržaja na lokalnim tržištima. Demonstrirana je upotreba meta-podataka na digitalnim radio prijemnicima u automobilu u cilju povećanja vidljivosti brenda i pružanju dodatnih podataka na displejima uređaja prilikom slušanja muzike u automobilu.

Bilo je riječi o manjim lokalnim i neprofitnim radio stanicama i mogućnosti da iskoriste tehnološki razvoj i inovativni pristup u poslovanju da bi se priključili digitalnoj revoluciji. mogućnostima povećanja prihoda koje se nude zahvaljujući tehničkom razvoju DAB+ servisa i digitalnog radija baziranog na open-source tehnologiji. Na kraju dati su primjeri uspješnih projekata u oblasti digitalnog radio emitovanja širom Evrope i predstavljena je pozitivna praksa i trendovi u ovoj oblasti.

Regionalni sastanak o OTT uslugama Sarajevo, 21. i 22. novembar 2022. godine

Predstavnici Agencije za elektronske medije učestvovala su na regionalnom sastanku o OTT uslugama, koji je održan 21. i 22. novembra u Sarajevu. Na sastanku su učestvovali predstavnici regulatornih organa iz Crne Gore, Srbije, Hrvatske, Slovenije i Sjeverne Makedonije. Cilj sastanka je bio je da se, kroz plenarnu diskusiju i bilateralne dogovore, razmijene iskustva i prakse i zajednički definiše dalja saradnja u ovoj oblasti, što će doprinijeti bržem razvoju regulatornog i tehničkog okvira za usluge elektronskih komunikacija, kao i audio-vizuelne medijske usluge.

Eksperti iz regulatornih tijela Crne Gore, Slovenije, Hrvatske, Srbije, Sjeverne Makedonije i Bosne i Hercegovine detaljnije su razmotrili tehničke i finansijske izazove koji su prateći elementi ovog globalnog projekta. Posebno je naglašen značaj tehničke koordinacije, organizacije testnih emitovanja, pitanje uvođenja DAB multipleksa, mogućnostima za obogaćivanje programskih sadržaja, paralelnog emitovanja FM i DAB, prilagodavanje regulative, dinamike globalnog prilagodavanja opreme u okviru auto-industrije i slično. Ovom prilikom, vršilac dužnosti direktora Agencije za elektronske medije Nikola Ivanović dao je detaljan pregled situacije u Crnoj Gori, kao i strateških dokumenata kojima se planira uvođenje digitalnog radija.

Predstavnici regulatora su saglasni da je potrebno slijediti rješenja koja uspostavlja zakonski okvir Evropske unije u pogledu digitalnih usluga i unutar tog okvira razmotriti mogućnosti zajedničkog nastupa regiona prema globalnim platformama.

JAVNOST RADA AGENCIJE

7.

Saglasno Zakonu o slobodnom pristupu informacijama, tokom 2022. godine, Agenciji je podnijeto šest zahtjeva za slobodan pristup informacijama.

Podnosilac / Predmet zahtjeva	Odluka Agencije po zahtjevu
<p>1. Advokat Vanja Mugoša, 31.01.2022.¹³² / informacije-dokumenti koji se odnose na informacije o osnivačima i vlasnicima internet portala „Cafe del Montenegro“ (www.cdm.me) u periodu od 01.01.2015.g. do 13.08.2020.g. kao i podatke o svim promjenama navedenih podataka u označenom periodu.</p>	Djelimično usvojen
<p>2. NVO „Centar za građansko obrazovanje“, 25.02.2022.¹³³ / informacije-dokumenti koji se odnose na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kopije svih ugovora zaključenih sa medijskim kućama, agencijama za odnose sa javnošću, agencijama za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskim kućama koje je Agencija angažovala od 01.01.2021.g. do 31.12.2021.g. i na osnovu kojih je izvršila uplatu novčanih sredstava (kopije ugovora ili precizne informacije sa kim su ugovori i za koje tačno najmene sklapani); - Kopije ugovora u kojima su navedeni iznosi koji su gore navedenim subjektima uplaćeni od strane Agencije u toku 2021. godine i tip usluge koji ti iznosi pokrivaju shodno ugovorima; - Kopija informacije o novčanim transakcijama prema gore navedenim subjektima koje su vršene van navedenih ugovora, uz navođenje osnova transakcije i iznosa uplaćenog novca; - Kopije ugovora sa bilo kojim drugim subjektima preko kojih se zakupljivao prostor u medijima ili su se na druge, posredne načine vršile uplate medijima i novinarima od strane Agencije uz tačne iznose i specifikaciju troškova. 	Usvojen
<p>3. NVO „Media Centar“, 27.05.2022.¹³⁴ / informacije-dokumenti koji se odnose na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pregled dugovanja elektronskih medija u odnosu na plaćanja za naknadu za emitovanje (predviđena članom 44 Zakona o elektronskim medijima); - pregled otpisanih dugovanja elektronskih medija po obavezi plaćanja naknade za emitovanje u 2021. i 2020. godini (predviđena članom 44 Zakona o elektronskim medijima); - pregled iznosa dugovanja po osnovu naknade za emitovanje za emitere koji su zbog stečaja prestali sa radom u prethodne tri godine (2021, 2020, 2019); - pregled ispunjenosti obaveze elektronskih medija u prethodne dvije godine (2021, 2020) u vezi sa stavom 4 člana 59 Zakona o elektronskim medijima. - pregled pokrenutih postupka prema emiterima zbog nepoštovanja člana 59 Zakona o elektronskim medijima u prethodne dvije godine (2021, 2020), uz precizno navođenje zakonskog osnova tj. povrede stava od 1 do 4 člana 59; 	Odbijen zbog toga što su podaci dostupni na veb-sajtu Agencije ili ih Agencija ne posjeduje

132 Rješenje Agencije br. 02-130/1 od 01.02.2022.g.

133 Rješenje Agencije br. 02-274/1 od 11.03.2022.g.

134 Rješenje Agencije br. 02-866/1 od 03.06.2022.g.

<ul style="list-style-type: none"> - pregled ispunjenosti obaveza elektronskih medija iz odobrenja za emitovanje u vezi sa sopstvenom produkcijom sadržaja u prethodne dvije godine (2021, 2020); - pregled pokrenutih postupka u prethodne dvije godine (2021, 2020) na osnovu člana 110 Zakona o elektronskim medijima prema emiterima zbog nepoštovanja obaveza iz odobrenja za emitovanje (propisanih u članu 104 Zakona o elektronskim medijima) i obavezi proizvodnje sopstvenog sadržaja na osnovu procenata utvrđenim u odobrenju za emitovanje; - pregled pokrenutih postupaka prema emiterima u prethodne dvije godine (2021, 2020) zbog nepoštovanja člana 58 Zakona o elektronskim medijima u vezi sa promjenom strukture programa; - pregled ispunjenosti obaveza emitera iz člana 61 Zakona o elektronskim medijima i učešću evropskih audiovizuelnih djela u sadržajima emitera u prethodne dvije godine (2021, 2020). - pregled izdatih naloga za usaglašavanje rada pružalaca AVM usluga na osnovu člana 139 Zakona o elektronskim medijima u prethodne dvije godine (2021, 2020), sa preciznim navođenjem osnova za izdavanje naloga; - pregled izrečenih mjera upozorenja pružaocima AVM usluga, privremenog ili trajnog oduzimanja odobrenja za emitovanje na osnovu člana 140 Zakona o elektronskim medijima u prethodne dvije godine (sa preciznim navođenjem osnova za izdavanje naloga); - pregled broja prigovora u prethodne dvije godine (2021, 2020) u vezi sa kršenjem člana 36 Zakona o medijima; - pregled prigovora i odluka AEM-a u prethodne dvije godine (2021, 2020) u vezi sa kršenjem profesionalnih standarda u elektronskim medijima utvrđenih u Pravilniku o programskim standardima u elektronskim medijima; - pregled pokrenutih prekršajnih postupaka i naplaćenih novčanih kazni u prethodne dvije godine (2021, 2020) na osnovu člana 146 Zakona o elektronskim medijima (sa preciznim navođenjem osnova za pokretanje prekršajnog postupka i nazivom pružaoca AVM usluga); - pregled planiranih i realizovanih troškova AEM-a za 2021. godinu. 	<p>Odbijen</p> <p>zbog toga što su podaci dostupni na veb-sajtu Agencije ili ih Agencija ne posjeduje</p>
<p>4. NVO „MANS”, 14.10.2022.¹³⁵ / informacije–dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija emitovanih programskih sadržaja od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za lokalne izbore, u skladu sa Pravilnikom o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini Glavnog grada Podgorica, skupštinama opština Bar, Bijelo Polje, Danilovgrad, Zeta, Kolašin, Plav, Plužine, Pljevlja, Rožaje, Šavnik i Žabljak, koji će biti održani 23. oktobra 2022. godine i za prijevremene izbore za odbornike u Skupštinama opština Budva i Tivat, koji će biti održani 23. oktobra 2022. godine, a koje se za odnose za period od 03. do 09.10.2022. godine.</p>	<p>Usvojen</p>
<p>5. NVO „MANS”, 17.10.2022.¹³⁶ / informacije–dokumenti koji se odnose na kopije evidencija emitovanih programskih sadržaja od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za lokalne izbore, u skladu sa Pravilnikom navedenim u tački 4, a koje se za odnose za period od 10. do 16.10.2022. godine.</p>	<p>Usvojen</p>
<p>6. NVO „MANS”, 31.10.2022.¹³⁷ / informacije–dokumenti koji se odnose na kopije svih evidencija emitovanih programskih sadržaja od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje za lokalne izbore, u skladu sa Pravilnikom navedenim u tački 4, a koje se za odnose za period od 17. do 21.10.2022. godine.</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.

¹³⁵ Rješenje Agencije br. 02-1653/1 od 28.10.2022.g.

¹³⁶ Rješenje Agencije br. 02-1661/1 od 31.10.2022.g.

¹³⁷ Rješenje Agencije br. 02-1817/1 od 14.11.2022.g.

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

**Vodič za pristup informacijama u posjedu
Agencije za elektronske medije
(br. 02 – 40 od 12.01.2023.g.)
dostupan na veb adresi Agencije
www.aemcg.org**

FINANSIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA AGENCIJE U 2022. GODINI

8.

Zakon o elektronskim medijima propisuje izvore finansiranja Agencije za elektronske medije, kao i s tim povezana prava i obaveze pružalaca audiovizuelnih medijskih (AVM) usluga.

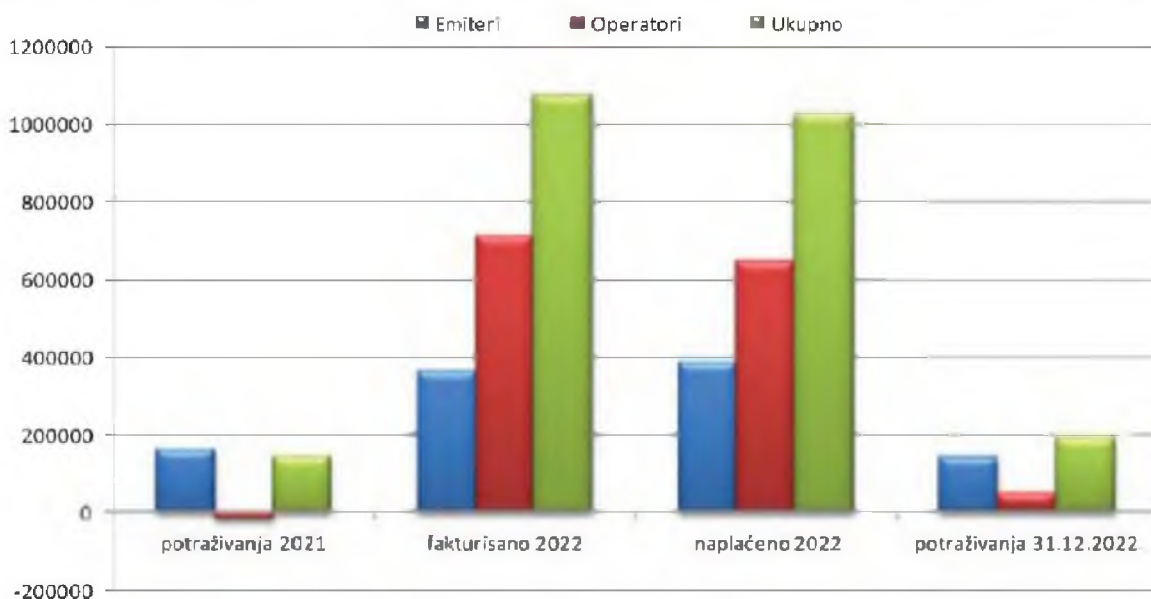
Saglasno članu 40 Zakona o elektronskim medijima, na sjednici održanoj 27.09.2021. godine, Savjet Agencije za elektronske medije je donio Odluku o usvajanju Finansijskog plana Agencije za elektronske medije za 2022. godinu¹³⁸.

Saglasno članu 32 Zakona o budžetu i fiskalnoj odgovornosti, Agencija za elektronske medije je u propisanom roku (do 30. septembra 2021. godine), Ministarstvu finansija dostavila utvrđeni Finansijski plan sa planom rada za 2022. godinu kao i akt o određivanju predstavnika Agencije za elektronske medije koji će učestvovati u skupštinskoj proceduri.

Na petoj sjednici drugog redovnog (jesenjeg) zasjedanja u 2021. godini, Skupština Crne Gore je 29. decembra 2021. godine donijela Odluku o usvajanju Finansijskog plana sa Planom rada Agencije za elektronske medije za 2022. godinu ("Sl. list Crne Gore", br. 140/21).

U toku 2022. godine Agencija je ostvarila ukupan prihod u iznosu od 1.170.182,48 €, rashodi su iznosili 975.972,60 €, što znači da je ostvarena pozitivna razlika u iznosu od 194.209,88 €.

Procenat naplativost prihoda po osnovu naknada za emitovanje ostvaren je na nivou od **73,2%**, dok je procenat naplativosti prihoda po osnovu naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev je iznosio **93,1%** što ukazuje da su ovi prihodi stabilni izvori finansiranja Agencije u toku 2021. godine.



Struktura i naplativost prihoda po osnovu izdatih odobrenja

Vrijednost **ukupne aktive**, na bazi bilansa stanja na dan 31.12.2022. godine je 3.398.934,28 €. Stalna imovina od 184.733,14 € iznosi 5,4% ukupne aktive, a sastoji se od nematerijalne imovine (32,0%) i materijalne imovine (68,0%).

Obrtna imovina u vrijednosti od 3.214.201,14 € čini 94,6% ukupne aktive i odnosi se na zalihe (0,1%), kratkoročna potraživanja (3,4%) i gotovinu i gotovinske ekvivalente (96,5%).

Ukupna potraživanja prenijeta iz 2021. godine iznosila su 71.817,18 €, dok ukupna potraživanja na dan 31.12.2022. godine iznose 108.806,96 €. Od tog iznosa, potraživanja od emitera i pružaiaca AVM usluga na zahtjev sa ispravkom vrijednosti čine 108.521,14 €, dok preostali dio čine potraživanja od zaposlenih po osnovu utvrđene razlike (manjka) nakon sprovedenog redovnog godišnjeg popisa sredstava, potraživanja i obaveza Agencije za elektronske medije, sa stanjem na dan 31.12.2022. godine, u iznosu od 285,82 €.

Ukupan promet žiro-računa u 2022. godini iznosio je 4.223.043,19 €, blagajne 1.168,93 €, deviznog računa 5.871,67 € i Visa kartice 5.005,37 €.

Ukupna pasiva je u vrijednosti od 3.398.934,28 €. Kapital Agencije iznosi 2.412.096,44 € i obuhvata:

- osnovni kapital 1,00 €,
- revalorizacione rezerve 42.531,67 €,
- neraspoređeni dobitak ranijih godina u iznosu od 2.175.353,89 € i
- neraspoređeni dobitak tekuće godine u iznosu od 194.209,88 €.

Osnovni kapital Agencije iskazan u iznosu od 1,00 € evidentiran je u Statutu Agencije za elektronske medije¹³⁹ i isti je upisan u Centralnom registru privrednih subjekata u Podgorici.

Revalorizacione rezerve u iznosu od 42.531,67 € se sastoje od revalorizacionih rezervi po osnovu procjene nematerijalnih ulaganja u iznosu od 9.913,70 € i revalorizacionih rezervi po osnovu procjene opreme u iznosu od 32.617,97 € 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 31.12.2022. godine iznose 118.968,71 € i ista se odnose na rezervisanja po MRS 19 – Naknade zaposlenima, koja je izvršio ovlašćeni aktuar 9.02.2023. godine sa stanjem na dan 31.12.2022. godine, od čega se dio odnosi na rezervisanje po osnovu jubilarnih nagrada u iznosu od 26.835,79 €, a dio na rezervisanje po osnovu otpremnina prilikom odlaska u penziju u iznosu od 92.132,92 €.

Ukupne kratkoročne obaveze Agencije iznose 831.002,79 €, od čega se 2.698,24 € odnosi na primljene avanse od kupaca, sredstva Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija u dijelu koji se odnosi na potfond za komercijalne i neprofitne elektronske medije u iznosu od 825.299,79 €, obaveze prema dobavljačima u iznosu od 2.356,21 € i obaveze po osnovu ugovora o djelu i poreza i prireza na porez po osnovu ugovora o djelu u iznosu od 648,55 €.

Odredbama čl. 17-23 Zakona o medijima („Sl. list CG“, br. 82/20) regulisano je uspostavljanje, izvori i način raspodjele i korišćenja sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Fond se finansira u iznosu od najmanje 0,09% tekućeg budžeta Crne Gore utvrđenog godišnjim zakonom o budžetu (član 18). Raspodjelu sredstava iz Fonda vrši Savjet Agencije za elektronske medije (kao regulator za audiovizuelne medijske usluge) i to 60% sredstava, koja se usmjeravaju u potfond za komercijalne i neprofitne medije. Sredstva namijenjena potfonderu uplaćuju sa na poseban žiro-račun i pripadaju: 95% potfonderu i 5% za operativne troškove Agencije.

Ministarstvo finansija i socijalnog staranja je 29. decembra 2021. godine uplatilo na posebni žiro-račun Agencije za elektronske medije, otvoren za potrebe Fonda za podsticanje pluralizma i

¹³⁹ akt br. 01-691 od 20.04.2021.g.

raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima, sredstva u iznosu od 516.056,37 €. Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 28.02.2022. godine, usvojio Odluku o raspisivanju javnog konkursa za raspodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2021. godinu. Po osnovu tog konkursa raspodijeljena su sredstva u ukupnom iznosu od 221.183,17 €.

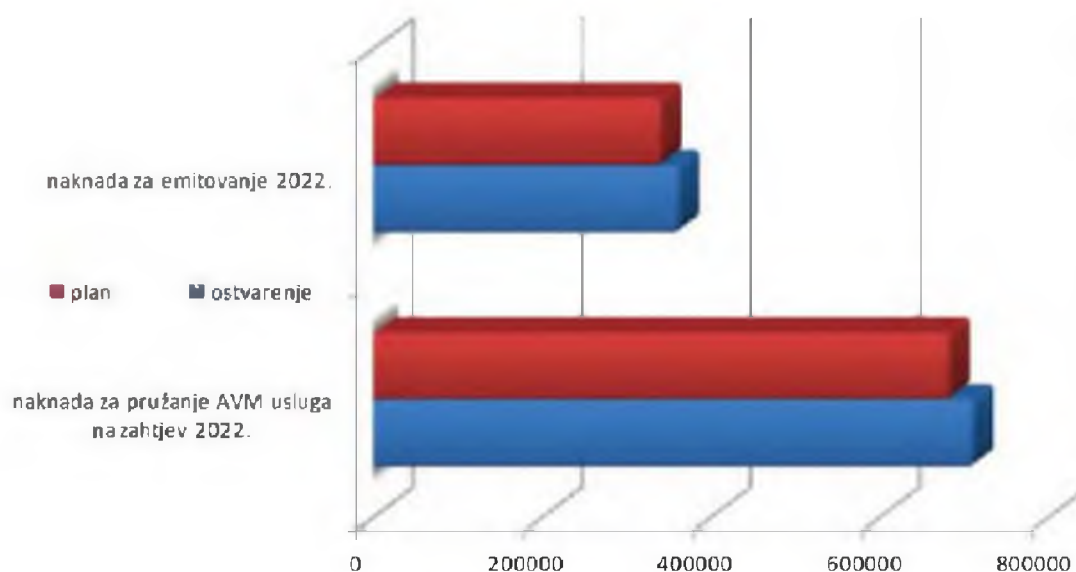
Ministarstvo finansija je 28. decembra 2022. godine uplatilo na žiro-račun Agencije za elektronske medije, otvoren za potrebe Fonda, sredstva u iznosu od 580.221,75 €. Navedena sredstva namjenjena su za realizaciju javnog konkursa za raspodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima za 2022. godinu.

Pasivna vremenska razgraničenja u ukupnom iznosu 36.866,34 € odnose se na odložene prihode od sredstava koje pripadaju Agenciji za pokriće operativnih troškova, kao organa zaduženog za raspodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija namijenjenih komercijalnim i neprofitnim elektronskim medijima, u iznosu od 29.011,09 € i sredstva za pokriće troškova vezanih za promociju medijske pismenosti u iznosu od 7.855,34 €.

Dovodeći navedene obaveze u vezu sa vrijednošću obrtno imovine od 3.214.201,14 € može se zaključiti da je Agencija solventna, odnosno njena likvidnost nijednog momenta nije dovedena u pitanje.

Vrste prihoda	Plan	Ostvareno	Index
naknada za emitovanje	340.717,00	361.571,67	106,12
naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev	682.331,00	710.325,19	104,10
naknada za registraciju	-	1.303,78	-
ostali poslovni dobici	-	95.822,53	-
finansijski prihodi	-	1.159,31	-

Ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom



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

Upoređujući elemente ostvarenja prihoda u odnosu na planirane, može se konstatovati da je prihod od naknada za emitovanje ostvaren za 6,1% više od planiranog, dok je prihod od naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev za 4,1% viši od planiranog. Pri tome se misli na prihode koji se odnose na fakturisane naknade za pružanje AVM usluga u 2022. godini.

Upoređujući elemente ostvarenja prihoda u odnosu na planirane, može se konstatovati da je prihod od naknada za emitovanje ostvaren za 6,1% više od planiranog, dok je prihod od naknada za pružanje AVM usluga na zahtjev za 4,1% viši od planiranog. Pri tome se misli na prihode koji se odnose na fakturisane naknade za pružanje AVM usluga u 2022. godini.

Vrste rashoda	Plan	Ostvareno	Index
bruto zarade zaposlenih	531.655,00	521.807,84	98,15
bruto naknade članova Savjeta	84.613,00	91.694,76	108,37
ostala primanja i naknade	54.000,00	46.453,11	86,02
službena putovanja i članarine med. org.	19.000,00	24.853,44	130,81
rashodi za materijal i usluge	110.000,00	81.874,77	74,43
trošak održavanja osnovnih sredstava	41.500,00	14.426,35	34,76
ostala poslovna terećenja	112.000,00	57.190,20	51,06
trošak rezervisanja	-	62.545,06	-
trošak ispravke vrijednosti potraživanja	-	40.665,34	-
subvencije kamate	10.000,00	-	-
amortizacija	40.000,00	34.461,73	86,15
rezerva	20.055,00	-	-

Ključni pokazatelji poslovanja i njihovo poređenje sa planom

Detaljnije informacije o rezultatima finansijskog poslovanja Agencije za elektronske medije u 2022. godini mogu se naći u IZVJEŠTAJU O FINANSIJSKOM POSLOVANJU AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE ZA 2022. GODINU, dostupnom na veb-sajtu www.aemcg.org.

DIREKTORICA
Sunčica Bakić