



crne gore

**INFORMACIJA  
O TELEVIZIJSKIM  
PROGRAMSKIM SADRŽAJIMA  
ZA DJECU**



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**  
**Broj: 02-633/24-311**  
**Podgorica, 07.03.2024.godine**

## **Polazne osnove**

U današnje vrijeme svjedoci smo snažne ekspanzije medijskih sadržaja i u kvalitativnom i u kvantitativnom smislu. Medijske poruke, putem različitih izvora, prisutne su u svim društvima, a primaoci i kreatori poruka su u međusobno vrlo živom, dinamičnom i kompleksnom odnosu. Mediji su sastavni dio naših života i to u svim fazama, uključujući čak i najraniju dob.

Posebnu pažnju široke javnosti i stručnjaka izaziva odnos masovnih medija i djece kao najosjetljivijeg segmenta populacije. 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. Drugim riječima, osposobe li se da kritički koriste medije, djeca će biti u stanju i sama prepoznati pozitivne, kvalitetne efekte, a odbaciti one negativne po njih. Kako procjena stepena štetnosti programskih sadržaja nije lak zadatak, apostrofira se ključna uloga roditelja.

Prema istraživanju „*Medijska pismenost – Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori*“<sup>1</sup>, koje je Agencija za elektronske medije (Agencija) sprovedla tokom 2022.g., najmlađa djeca, uzrasta od 4 do 11 godina najviše vole da gledaju dječiji program, dok 76% djece, uzrasta od 12 do 17 godina, svakodnevno gleda televiziju, a omiljeni TV sadržaji su prvenstveno zabavni sportski, filmski i programi dokumentarnog tipa. Pretežno ih nalaze na inostranim, kablovskim TV programima.

Komunikacija djece i adolescenata sa odraslima dobrim je dijelom zamijenjena korišćenjem medijskih sadržaja na različitim platformamam, vrlo često, bez kritičkog uvida roditelja. Važnost uključivanja roditelja posebno se naglašava kod mlađe djece, koja se tek upoznaju sa medijskom ponudom. Najprihvatljiviji pristup uključuje diskusiju kao model komunikacije, s namjerom da se djeci pomogne u vrednovanju sadržaja, uočavanju moralne poruke i shvatanju prirode medijskog sadržaja.

Prema pomenutom Istraživanju, većina roditelja redovno razgovara sa djecom o neadekvatnim sadržajima na internetu, TV i video igricama, a to potvrđuje skoro isti procenat (56%) djece uzrasta od 12 do 17 godina. Sa ubrzanim tehnološkim razvojem to se nametnulo kao potreba, jer je djeci, prema sprovedenom istraživanju, internet prvi izvor informacija (42% djece se informiše preko Google-a ili sličnog pretraživača).

<sup>1</sup> <https://www.medijskapismenost.me/istrazivanje-medijska-pismenost-djeca-roditelji-i-mediji-u-crnoj-gori-decembar-2022/>

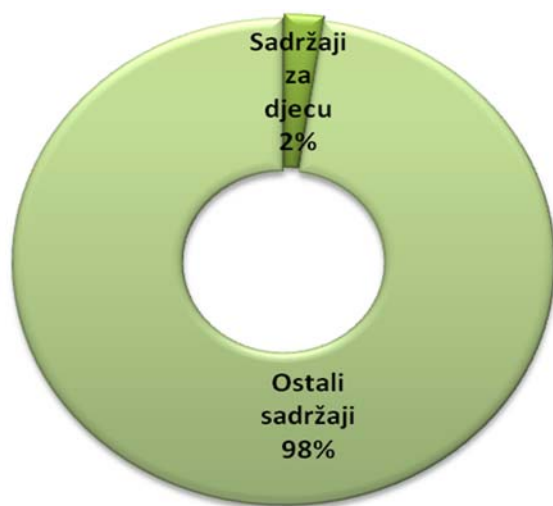
Zaštita najboljeg interesa djeteta ima prioritet u Konvenciji UN o pravima djeteta. Član 13 Konvencije garantuje pravo djeteta na slobodu izražavanja, koje uključuje slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja svake vrste, usmeno ili u pisanoj formi, putem štampe ili umjetničkim oblikovanjem ili drugim sredstvom prema izboru djeteta. Evropska medijska regulativa posebnu pažnju poklanja zaštiti djece na različitim područjima, i promocijom i praćenjem primjene različitih etičkih parametara informacionog društva i audiovizuelnih usluga koje pružaju nove informacione i komunikacione tehnologije.

Značajna uloga institucija savremenog društva je da svakodnevnim naporima obezbijede djeci i mladima siguran razvojni ambijent. Polazeći od aktuelnog trenutka, u kojem taj ambijent u velikoj mjeri oblikuju i elektronski mediji, neophodno je kontinuirano praćenje sadržaja kojima su djeca i mladi svakodnevno izloženi.

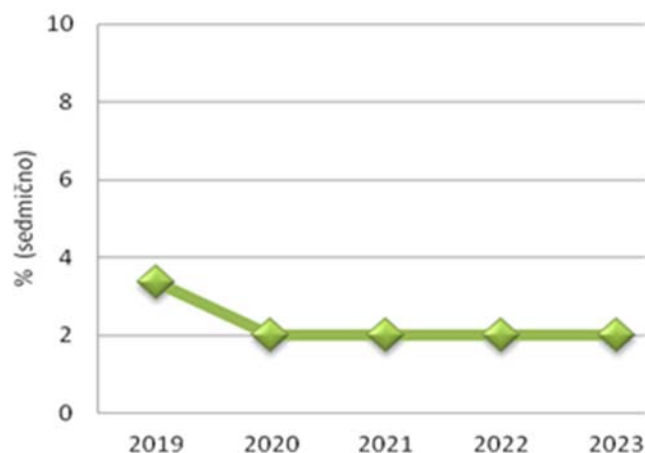
Imajući navedeno u vidu, ova informacija ima za cilj da prikaže dostupne podatke o tome kakva je ponuda televizijskih sadržaja za djecu na televizijama u Crnoj Gori, da preporuke za proizvodnju kvalitetnog sadržaja za djecu i ukaže na važnost aktivne uloge društva u cilju zaštite od potencijalno štetnih sadržaja.

## Sadržaji namijenjeni djeci

Tokom jedne sedmice na programu 17 opštih televizijskih programa u Crnoj Gori **u prosjeku** se emituje 2%<sup>2</sup> dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovani sadržaj. Ovaj podatak je identičan u posljednje tri godine i niži za 40% u odnosu na podatke iz 2019. godine.



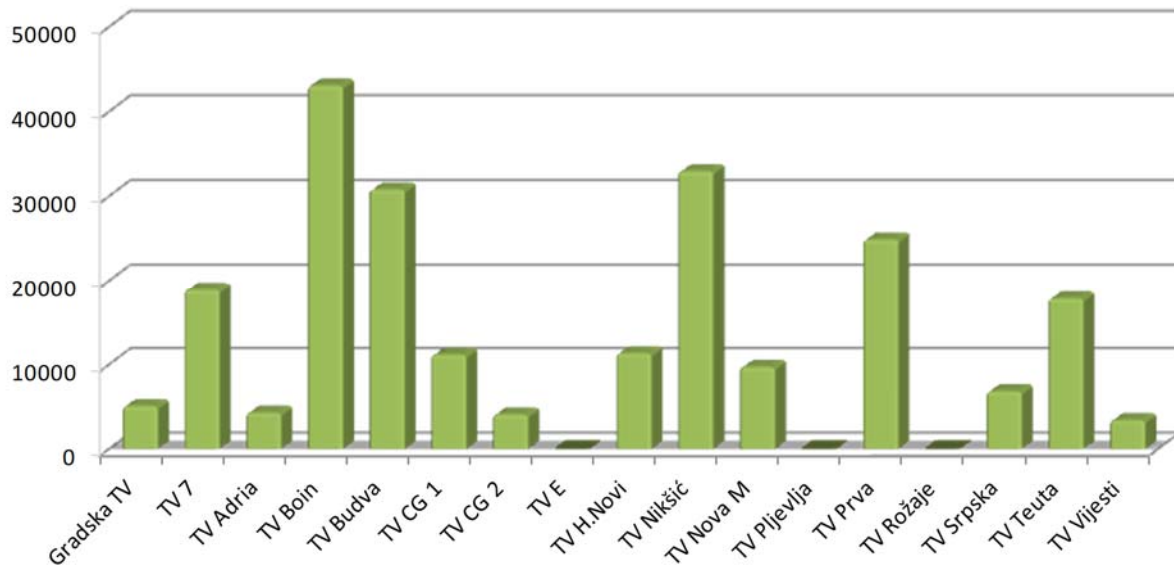
Grafik 1: Učešće sadržaja za djecu (prosjek) – 2023.g.



Grafik 2: Učešće sadržaja za djecu 2019-2023. g.

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

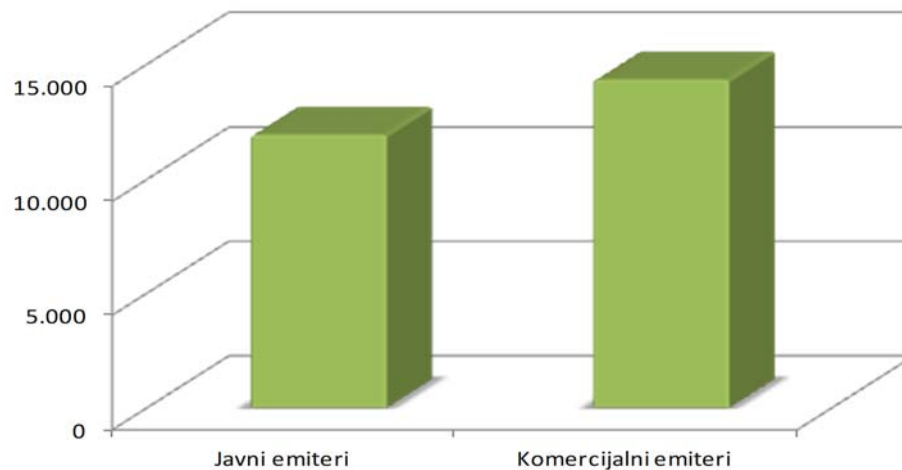
<sup>2</sup> Podaci su prikupljeni u periodu septembar – decembar 2023. godine.



Grafik 3: Sadržaji za djecu u televizijskim programima (sekunde, sedmično)

Od posmatranih 17 televizijskih emitera, tri (TV E, TV Pljevlja i TV Rožaje) nije imalo sadržaja namijenjenih djeci, a osam emitera imaju manje od 2% (koliko iznosi prosjek).

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



Grafik 4: Sedmični prosjek emitovanih sadržaja za djecu

Posmatrajući produkcijski izvor sadržaja namijenjenih djeci, veća je zastupljenost kupljenih od sadržaja iz sopstvene produkcije emitera. Od 14 televizijskih programa koji emituju sadržaj za djecu, svega četiri (TVCG 1, TV Vijesti, Adria TV i TV Teuta) ima sadržaje za djecu u sopstvenoj produkciji. Kada je u pitanju reemitovani program samo jedan emiter (TV Nikšić) ima sadržaj takve vrste i to u trajanju od 13 minuta.



*Grafik 5: Sopstvena produkcija VS kupljeni sadržaj VS reemitovani sadržaj (prosjeak)*

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, 59%, čine crtani filmovi.

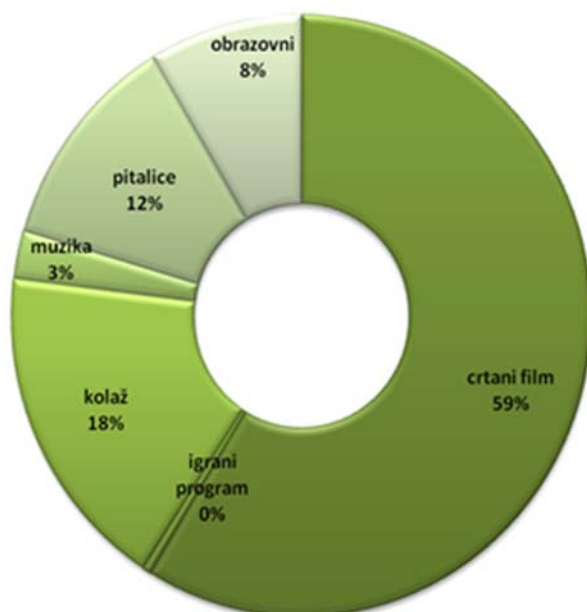
Na drugom mjestu, po učešću, je kategorija – kolažni programi. Ona obuhvata emisije koje obrađuju više oblasti interesantnih najmlađoj populaciji, a gdje je učešće djece značajno, kako u ulozi gostiju, tako i u ulozi prezentera. Nerijetko je angažovanje stručnih lica, saradnika (pedijatar, ljekara, biologa, sportista i sl.) koji u komunikaciji sa djecom iznose svoje savjete i zapažanja na zadatu temu.

Procenat od 12% odnosi se na kategoriju „pitalice“ u okviru koje djeca daju odgovore na unaprijed zadato pitanje.

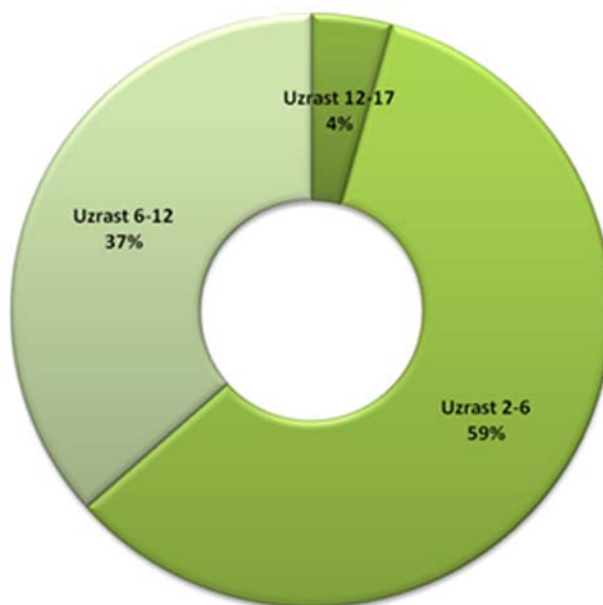
U odnosu na prethodnu godinu (9%), emitovano je nešto manje sadržaja za djecu koji imaju primarno obrazovni karakter (8%).

U posmatranom periodu emitovana je kratka igrana forma u trajanju od približno 20 minuta.

Iako u programu posmatranih emitera gotovo da nema posebnih sadržaja koji se bave muzikom ili muzičkim obrazovanjem, već je riječ o snimcima dječjih festivala ili drugih izvođenja, koji nerijetko predstavljaju „popunu“ programa i često nemaju svoje stalno mjesto u programskoj šemi, ohrabruje podatak da učešće kategorije „muzika“ nije imalo tendenciju rasta i isti je kao i u prethodnoj godini (3%).



Grafik 6: Struktura sadržaja namijenjenog djeci



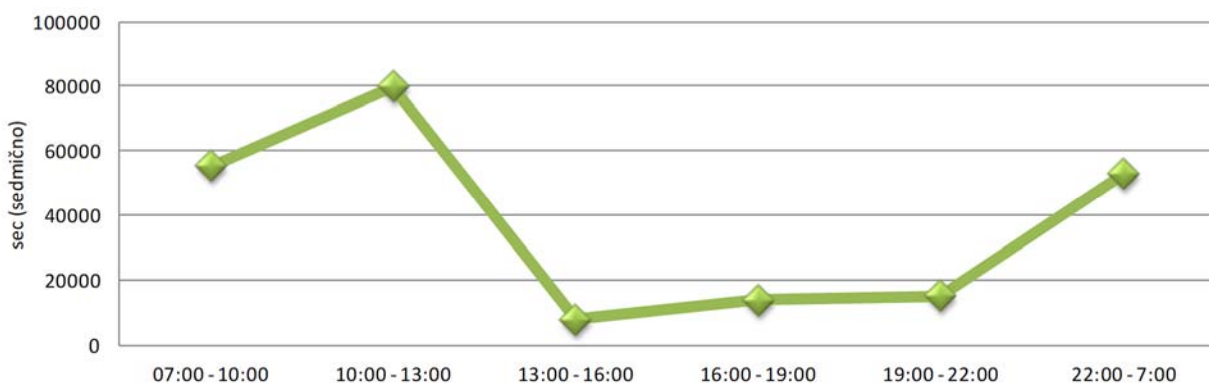
Grafik 7: Struktura sadržaja po uzrastu (procjena)

Najveći broj emisija za djecu prilagođen je uzrastu od 2 do 6 godina, 59% ukupno emitovanog sadržaja. Ovaj podatak je u korelaciji sa podatkom da od ukupno emitovanog programa za djecu najveći procenat čine crtani filmovi. Približno 37% sadržaja je prilagođeno uzrastu od 6 do 12 godina, dok sadržaja koji bi mogli biti namijenjeni maloljetnicima uzrasta od 12 do 17 godina ima vrlo malo, svega 4%. Ovaj podatak ukazuje na to da nedostaju originalne i kvalitetne emisije vezane za obrazovni proces starije djece, prvenstveno one uzrasta od 12 do 17 godina.

Sa druge strane istraživanje „Medijska pismenost – Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori“, koje je Agencija sproveda tokom 2022. godine, pokazalo je da djeca u medijima najviše prate filmove, muzičke programe, i traže da gledaju smiješne video klipove. Svako deseto dijete kaže da redovno ili često prati politiku, a malo veći procenat od toga čine djeca koja kažu da gledaju rijaliti programe, iako takvi programi najčešće imaju oznaku da su za 18+ populaciju.

Sadržaji namijenjeni djeci se uglavnom emituju u vikend blokovima od po nekoliko sati. Veoma je ograničen broj sadržaja za djecu koji se emituje tokom radne sedmice. Posmatrajući dnevnu dinamiku, najviše sadržaja se emituje u periodu od 10 do 13 časova, nakon čega broj emitovanih sadržaja opada.

Nešto više sadržaja se bilježi u periodu nakon 19 časova. Jedan broj sadržaja se emituje i nakon 22 sata, što zapravo govori da se ovi sadržaji koriste kao „popuna“ programske šeme.



*Grafik 8: Količina emitovanog sadržaja tokom dana*

Linearni karakter televizijskog emitovanja nije uvijek usklađen sa dnevnim ritmom obaveza i slobodnog vremena kod djeteta, i kao takav konkuriše sa obiljem sadržaja u svakom trenutku dostupnih djeci online ili putem različitih platformi za distribuciju. Generalna je ocjena da koncentrisanje sadržaja za djecu u nekoliko sati tokom jutra dodatno stavlja u drugi plan televiziju kao linearni medij u odnosu na online platforme, ali i opšte (domaće) programe u odnosu na specijalizovane programe koji emituju cjelodnevni program namijenjen djeci. Istraživanje „Medijska pismenost – Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori“, pokazalo je da gotovo svako dijete, uzrasta od 9 do 17 godina, posjeduje mobilni telefon, i gotovo svi imaju smartphone (pametni mobilni telefon). Takođe, gotovo svi elektronski komunikacioni uređaji koji postoje u domaćinstvu, dostupni su djeci u tim domaćinstvima. Veoma je mali procenat restrikcija, i prava je rijetkost da djeca nemaju pristup mobilnom telefonu, televizoru, kompjuteru/laptopu ili tabletu, ako tih uređaja ima u domaćinstvu.

Navedeno pokazuje da je došlo do velike promjene u načinu na koji najmlađi gledaoci pristupaju AVM sadržajima. Gledanost linearnog televizijskog programa (programa uživo) među djecom naglo je opala, jer su djeca stekla navike gledanja sadržaja na drugim medijskim platformama, odloženo u vremenu. Istovremeno, djeca u domaćinstvima sa niskim primanjima većinom će, ili isključivo, biti usmjerena na sadržaje u okviru linearne (ili free to air) televizije i na gledanje sadržaja uživo.

Obezbjedivanje visokokvalitetnih sadržaja dostupnih svoj djeci zahtijeva dodatni napor u cilju obezbjeđivanja raznovrsnije i inovativnije ponude sadržaja za svu djecu. 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.

Većina emitovanog dječijeg programa nema interaktivni karakter, ograničeno podstiče razmišljanje ili učestvovanje gledaoca 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, 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.

Preporuke za proizvodnju sadržaja za djecu koje je Agencija objavila 2020. godine i dalje su aktuelne i dostupne su na sajtu Agencije (<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/04/Preporuke-za-proizvodnju-sadrzaja-za-djecu-1024x948.jpg>). Ukratko, prema njima, sadržaji bi trebalo da:

- budu motivisani djetetom i njegovim potrebama;
- da budu podsticajni, prilagođeni uzrastu i privlačni za dijete;
- razumljivi ali izazovni za dijete;
- da podstiču mentalne vještine, ali i fizičko zdravlje;
- da promovišu razvoj socijalnih vještina i unapređuju međuljudske odnose;
- da podstiču aktivno bavljenje društvenim i fizičkim svijetom za razliku od pasivnog posmatranja;
- da zagovaraju inkluzivne vrijednosti;
- da aktivno promovišu nenasilje;
- da pomažu formiranju kulturnih i estetskih vrijednosti.

## Dobna prilagođenost sadržaja

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

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

Adekvatno raspoređivanje i označavanje sadržaja predstavlja prvi korak u izgradnji sistema koji štiti maloljetnike od potencijalno štetnih sadržaja na televiziji. Nije lako odrediti šta je štetni sadržaj. Njegova se definicija oslanja na psihološke i razvojne karakteristike djece i maloljetnika kao osoba u razvoju. Stoga se može utvrditi da su to sadržaji koji imaju stvarnu ili potencijalnu mogućnost da se dijete emocionalno uznemiri, uplaši, zbuni, dovede u fizičku ili neku drugu opasnost, te se time naruši, spriječi ili preusmjeri njegov sveobuhvatni razvoj.

Stoga je jasna potreba za unapređenjem 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 razvoj djeteta.



Sve navedeno ukazuje na važnost uloge roditelja u vezi sa navikama mlađe djece. Ta uloga mora podrazumijevati da roditelji:

- poznaju pravila vezana za označavanje sadržaja;
- budu svjesni uticaja štetnih sadržaja na njihovu djecu;
- vrše odabir sadržaja za svoju djecu;
- postavljaju ograničenja gledanja;
- razgovaraju o televizijskim sadržajima sa svojom djecom.

Tokom 2023. godine ukupno je sprovedeno devet postupaka radi utvrđivanja odgovornosti za kršenje pravila za označavanje i raspoređivanje sadržaja, od čega sedam po službenoj dužnosti, a dva po podnesenim prigovorima. Kada su u pitanju postupci po službenoj dužnosti, najveći broj njih (četiri) se odnosio na nedosljednost u pogledu primjene označavanja dobne primjerenosti. Preostala tri postupka odnosila su se na neadekvatno raspoređivanje i označavanje unutar filmskog i serijskog programa. Što se tiče podnesenih prigovora, jedan se odnosio na neadekvatno raspoređivanje repriznog emitovanja dokumentarnog programa, a drugi na neadekvatno raspoređivanje najave rijaliti programa emitovane tokom dana.

## Ocjene i zaključci

1. Tokom jedne sedmice na programu 17 opštih televizijskih programa u Crnoj Gori u prosjeku se emituje 2% dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovani sadržaj. Ovi podaci su isti u odnosu na period od 2020. do 2022. godine i niži za 40% u odnosu na podatke iz 2019. godine.

2. Posmatrajući produkcijski izvor sadržaja namijenjenih djeci, veća je zastupljenost kupljenih od sadržaja iz sopstvene produkcije emitera. Od 14 televizijskih programa koji emituju sadržaj za djecu, svega četiri (TVCG 1, TV Vijesti, Adria TV i TV Teuta) ima sadržaje za djecu u sopstvenoj produkciji. Samo jedan emiter (TV Nikšić) je imao reemitovani sadržaj namijenjen djeci.

3. Od ukupno emitovanog programa za djecu najveći procenat, 59%, čine crtani filmovi. Na drugom mjestu (18%) je kategorija kolažnih programa za djecu. Učešće muzičkih sadržaja je isto kao i u prethodnoj godini i iznosi 3%.

4. Najveći broj emisija za djecu prilagođen je uzrastu od 2 do 6 godina, 59% ukupno emitovanog sadržaja. Približno 37% sadržaja je prilagođeno uzrastu od 6 do 12 godina, dok je sadržaja koji bi mogli biti namijenjeni maloljetnicima uzrasta od 12 do 17 svega 4%.

5. 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.

6. Razlozi za usmjerenost djece ka internetu i televizijskim programima koji se distribuiraju putem kablova i drugih platformi za distribuciju sadržaja, mogu se tražiti i u promijenjenim navikama savremenih gledalaca i činjenici da linearni sadržaji vremenom gube na značaju kod određenih kategorija programa.

7. Unapređenje programa za djecu koji se emituje na programu domaćih televizija, bi značilo da se pored značajno veće količine programa, emituje raznovrsniji, savremeniji, interaktivniji, inkluzivniji, sadržaj za djecu, sa što većim učešćem sopstvene produkcije koja bi podržala autohtone kulturne vrijednosti u kojima rastu djeca u Crnoj Gori. Takođe, nedostaju originalne i kvalitetne emisije vezane za obrazovni proces starije djece, prvenstveno one uzrasta od 12 do 17 godina.

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

9. 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.

