



AUTOR:

Ranko Vujović

Izvršni sekretar, Medijski savjet za samoregulaciju

PLURALIZAM MEDIJA U CRNOJ GORI



Ovaj projekat finansira Ambasada SAD u Podgorici. Mišljenja, nalazi, zaključci ili preporuke koje su ovdje izneseni su stav autora i ne odražavaju nužno stav Stejt dipartmenta/Vlade SAD.

Kao što je pluralizam mišljenja ključan za slobodan razvoj svakog čovjeka tako je i pluralizam medija neophodan uslov za razvoj svakog demokratskog društva. Pluralizmi mišljenja i medija stoje naspram jedne istine i naspram kontrolisanih jednoobraznih i propagandnih medija. Društva sa jednom istinom i kontrolisanim medijima nijesu slobodna i demokratska društva.

Pluralizam medija je osnov i jedan od stubova svake razvijene demokratije. Crna Gora je malo medijsko tržište i faktički neodrživo za veći broj medija. Samim tim pluralizam medija u državi je konstantno ugrožen. Zbog svoje veličine država Crna Gora je primorana da interveniše na tržištu medija kako bi se sačuvala njegova raznolikost. To nije radila uvijek, ali je posljednjih godina napravljen ozbiljan pomak u formiranju medijskog fonda koji bi trebalo da pomogne održivosti jednog dijela medija.

Crnogorsko medijsko tržište je veoma izloženo velikim regionalnim tržištima, koje karakteriše zajednički jezik koji se govori u Crnoj Gori, Hrvatskoj, Srbiji i Bosni i Hercegovini. Prema Vibrant Barometru informacija iz 2024. godine¹, procijenjeni ukupni budžet za marketing komercijalnih medija u Crnoj Goriji je oko 11 miliona eura, dok u zemlji posluje trenutno oko 222 medija. Komercijalni mediji tvrde da bez značajne podrške države ne mogu zaraditi dovoljno sredstava na tržištu kako bi osigurali pluralizam. Pored ovoga od političkih promjena 2020. godine medijsku scenu je obilježio ulazak brojnih televizija iz susjedne države tako da trenutno u Crnoj Gori od komercijalnih televizija sa nacionalnom pokrivenošću postoji samo jedna crnogorska televizija uz javni medijski servis RTCG. Uz sve ovo treba dodati da ni jedan operator kablovske televizije nije iz Crne Gore, a da se brojni onlajn portali, koji targetuju Crnu Goru, uređuju izvan granica naše zemlje. Crnogorski medijski prostor je takođe izložen sadržajima sa velikih tehnoloških platformi na koje država nema nikakav uticaj, a koji u velikoj mjeri oblikuju informativni prostor posljednjih godina. Medijski sadržaji koji se plasiraju na tim platformama imaju veliki uticaj na javno mnjenje, a posebno su imali uticaja na predizborne kampanje i rezultate izbora posljednjih par godina.

Crna Gora je od 2003. godine vodila politiku potpune otvorenosti medijskog tržišta. Gotovo da nije postojala ni jedna mjera koja bi donekle usporavala ili onemogućavala rast broja medija koji djeluju na tako malom tržištu. Zakon o radiodifuziji iz 2002. godine, kao i Zakon o elektronskim medijima iz 2010. godine propisivali su da Agencija za elektronske medije (AEM) mora da raspíše tender za frekvencije u slučaju da postoji interes medija za njima. Ta norma je usloвила raspisivanje velikog broja tendera i raspodjelu gotovo svih resursa te vrste u prethodnoj deceniji. Ta zakonska odrednica je takođe značajno uskratila mogućnosti Agencije da koliko-toliko utiče na tržište radio i TV emitera u Crnoj Gori. Prelazak na digitalno emitovanje je kasnije ipak proširilo taj resurs tako da sada još uvijek ima neiskorišćenih fre-

kvencija iz tog opsega. Kako je Crna Gora u potpunosti pokrivena infrastrukturom kablovskih operatera tako je i interesovanje za digitalne frekvencije smanjeno posljednjih godina, a istovremeno otvoren gotovo neograničen resurs za emitovanje brojnih televizijskih kanala preko tih platformi. Poseban problem je nastao kada su pojedini mediji koji imaju sjedište van Crne Gore uspjeli da postanu dio liste mjerenja gledanosti u našoj zemlji i samim tim stekli pravo da učestvuju u raspodjeli ionako malog marketinškog kolača koji se dijeli za crnogorske medije. U tom kontekstu vrijedno je napomenuti i da Crna Gora nema marketing buying agenciju na svojoj teritoriji već se raspodjela sredstava obavlja preko agencija iz Beograda koje dijele sredstva i za televizije koje se nalaze u digitalnim multiplexima, kao i za one koje se emituju isključivo preko kabl operatera.

Posljednjim izmjenama Zakona o javnom servisu u junu 2024. godine ponovo je ugrožen medijski pluralizam u zemlji, jer je vraćena norma koja zabranjuje Javnom servisu RTCG da emituje reklame u prime time, odnosno između 20 i 22 h, što je bila norma u prethodnoj verziji zakona. Na taj način su još jednom ugroženi prihodi komercijalnih televizija, a favorizovan RTCG koji već ionako ima prihode iz budžeta od skoro 22 miliona eura, a koji nekoliko puta nadmašuju pojedinačne prihode komercijalnih televizija i stvara nelojalnu konkurenciju prema njima.

Javni servis RTCG koji bi trebalo da bude promoter nezavisne i raznovrsne uređivačke politike zbog svoje pristrasnosti u izvještavanju i bliskosti vladajućim strukturama potkopava ionako krhki medijski pluralizam.

Pluralizam medija je jedan od osnovnih uslova za slobodu izražavanja u svakoj zemlji. Zato se toj temi posvećuje velika pažnja u Evropi. Uz transparentnost medijskog vlasništva medijski pluralizam je osnov za slobodne i nezavisne medije u svakoj državi pa i Crnoj Gori.

Savjet Evrope i Evropska Unija su u prethodnim decenijama usvojili čitav niz obavezujućih i neobavezujućih zakonskih tekstova koji imaju za cilj zaštitu pluralizma medija na kontinentu.

Član 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima od država traži da obezbijede da građani imaju pristup nepristrasnim i tačnim informacijama, ali i nizu mišljenja i komentara, koji odražavaju različitosti političkih stavova u državi. Član 11 Povelje o osnovnim pravima Evropske Unije je izričit da se: "Sloboda i pluralizam medija moraju poštovati."

Evropski sud za ljudska prava izrekao je nekoliko presuda koje objašnjavaju šta ovo načelo znači u praksi, dok je Komitet ministara Savjeta Evrope dao više preporuka po tom pitanju.

- Podsticati povoljno okruženje za slobodu izražavanja oflajn i onlajn, u kome svako može da izrazi svoje pravo na slobodu izražavanja i da učestvuje u javnoj debati.

- Nacionalni zakonodavni i politički okviri treba da čuvaju uredničku nezavisnost i operativnu autonomnost svih medija.

- Država treba da garantuje slobodu i pluralizam medija zbog njihovog doprinosa javnim debatama u kojima se raznolikost cijelog društva može formulirati, istražiti i održati.

- Obezbjediti redovno i nezavisno praćenje i vrednovanje stanja medijskog pluralizma u državi.

- Implementirati do kraja odredbe Zakona o medijima koje se odnose na transparentnost vlasništva i finansiranje iz javnih prihoda.

- Jačanje nezavisnosti regulatornih tijela i javnih emitera.

- Povećanje transparentnosti u vlasništvu nad medijima i dosljedna implementacija postojećih rješenja može spriječiti neprimjeren uticaj i promovirati raznolikost.

- Sprovođenje mjera zaštite novinara od prijetnji i uznemiravanja je ključno za osiguranje slobodnog i nezavisnog izvještavanja.

- Razvoj regulatornog okvira za digitalne medije može unaprijediti borbu protiv dezinformacija.

- Potrebno je vratiti u Zakonu odredbu da RTCG nema pravo reklamiranja u najgledanijem terminu između 20 i 22 sata.

- Unaprijediti medijsku pismenost kako bi pojedinci mogli da dobiju informacije i steknu kritičku svijest koja im je neophodna da pristupe različitim informacijama.

Evropski parlament je nedavno usvojio Zakon o slobodi medija koji se takođe posebno bavi značajem medijskog pluralizma.

Crna Gora trenutno ima oko 220 medija, ali sami taj kvantitet nije garant izraženog pluralizma u medijskom sektoru. Novim Zakonom o medijima² iz juna 2024. godine u članu 1 se kaže da se tim zakonom između ostalog uređuju osnovni principi slobode medija, slobode izražavanja, slobodnog osnivanja medija, transparentnosti vlasničke strukture medija, transparentnosti

oglašavanja u medijima, zaštite medijskog pluralizma...³

U tom zakonu se nalazi Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija koji ima za cilj da zaštiti pluralizam medija u državi. Pored osnivanja fonda Zakon o medijima sadrži čitav niz mjera koje treba da zaštite pluralitet medija i transparentnost medijskog vlasništva.

Iako Crna Gora na papiru ima dobra zakonska rješenja za zaštitu pluralizma, u praksi je medijska scena opterećena različitim izazovima koji direktno ugrožavaju opstanak različitih medija i stvaraju nelojalnu konkurenciju

među njima. Na pluralizam medija ne utiče samo njihov kvantitet, već i čitav niz činilaca koji kreiraju ukupan medijski ambijent u jednoj državi. Od stepena nezavisnosti medija, njihove održivosti pa do sigurnosti novinara, kvaliteta zakonske regulative, ukupnog ekonomskog ambijenta, dostupnosti informacija, koncentracije medijskog vlasništva, postoji čitav niz faktora koji utiču na pluralizam medija i medijskih sadržaja u jednoj državi.

Razvoj interneta i pojava velikih tehnoloških platformi sve više ovu diskusiju usmjeravaju u pravcu borbe za pluralizam informacija i sadržaja. Pojava algoritama i njihova upotreba u selekciji sadržaja koji su nam dostupni na velikim platformama usložnjava dodatno ovaj problem. Isto važi i za velike pretraživače i njihove algoritme koji odlučuju do kojih sadržaja i informacija možemo doći u pretragama, a do kojih ne. Na žalost, Crna Gora je još daleko od usvajanja regulative koja bi mogla da pomogne u rješavanju problema koje donose velike tehnološke kompanije, algoritmi, vještačka inteligencija, itd.

Smjernice Savjeta Evrope za očuvanje medijskog pluralizma

Savjet Evrope još od 1991. godine apeluje na države članice kroz različite smjernice, rezolucije, deklaracije i preporuke da stvore mehanizme koji će garantovati pluralizam medija.

Tako se u Preporuci Komiteta ministara (99)¹ o mjerama za unapređenje medijskog pluralizma iz 1999. godine pozivaju: "zemlje-članice da razmotre mogućnost donošenja zakonskih propisa koji bi imali za cilj sprečavanje ili borbu protiv koncentracije koja bi mogla da ugrozi medijski pluralizam na nacionalnom, regionalnom ili lokalnom nivou".⁴ Takođe se apeluje na članice ove organizacije da: "razmotre mogućnost definisanja praga – u zakonu kojim se uređuju izdavanje dozvola, dodjela licenci i drugi slični postupci – kako bi se ograničio uticaj koji jedno komercijalno preduzeće ili grupa može imati u jednom medijskom sektoru ili više njih. Takvi pragovi bi na primjer mogli biti određeni u vidu maksimalnog udjela u gledalištu/slušalištu ili bi mogli biti zasnovani na prihodu/obrtu komercijalnih medijskih kuća. Takođe se mogu razmotriti ograničenja za učešće u kapitalu komercijalnih medijskih kuća. Ako se uvedu ti pragovi, zemlje-članice bi trebalo da uzmu u obzir veličinu medijskog tržišta i raspoloživi nivo resursa na tim tržištima. Medijske kuće koje su već dosegle dopustivi prag na relevantnom tržištu ne bi trebalo da budu nagrađene dodatnim radiodifuznim licencama za to tržište."⁵

Preporuka Komiteta ministara Savjet Evrope (2007)²⁶ iz 2007. godine o medijskom pluralizmu i raznovrsnosti medijskog sadržaja preporučuje čitav niz mjera za države članice kojima bi se podržao strukturalni pluralizam medija. Posebno je naglašeno da, u okolnostima kada

globalizacija tržišta i transnacionalna koncentracija medija može negativno da utiče na očuvanje i konkurentnost domaćih medijskih kuća, treba usvojiti posebne mjere kojima bi se zaštitila različitost medija, a posebno lokalni mediji. U nastavku ove preporuke su navedene brojne mjere koje bi trebalo primijeniti, a koje se tiču: zakonskih propisa, javnih medijskih servisa, prakse regulatora, transparentnosti vlasništva, podsticanja lokalnih i manjinskih medija.

Da Savjet Evrope ovo pitanje shvata kao izuzetno značajno svjedoči i treća preporuka na ovu temu iz 2018. godine. Komitet ministara je te godine usvojio Preporuku (2018)¹ o medijskom pluralizmu i transparentnosti vlasništva nad medijima⁷. Kako i sam naslov kaže u ovoj preporuci je posebno naglašena veza između pluralizma medija i transparentnosti vlasništva u njima: "Pluralizam medija i transparentnost medijskog vlasništva imaju presudan značaj za funkcionisanje svakog demokratskog društva, jer obezbjeđuju dostupnost i raspoloživost raznovrsnih informacija i mišljenja, na osnovu kojih pojedinci mogu da oblikuju i izraze svoja mišljenja i razmjenjene informacije i ideje. Osim toga, transparentnost vlasništva nad medijima može doprinijeti djelotvornijem medijskom pluralizmu u tom smislu što vlasničku strukturu medija – koja može uticati na uređivačku politiku – približava javnosti i regulatornim organima".

U ovoj preporuci je dat i poseban osvrt na posljedice tehnološkog razvoja na medijski pluralizam: "Neprestani razvoj takođe izaziva zabrinutost za pluralizam medija. Internet posrednici stekli su i stiču sve veću kontrolu nad tokom, dostupnošću, mogućnošću pronalazjenja i raspoloživošću informacija i drugog onlajn sadržaja. To može da utiče na raznovrsnost medijskih izvora kojima su pojedinci izloženi."

"Selektivna izloženost medijskom sadržaju i ograničenja koja iz toga proističu u pogledu korišćenja tog sadržaja mogu dovesti do podjela i do još veće polarizacije u društvu. Takav personalizovani odabir i prezentacija medijskog sadržaja izazivaju posebnu zabrinutost onda kada individualni korisnici nisu svjesni tih procesa ili kada ih ne razumiju. Aktivnosti posrednika razlikuju se od aktivnosti tradicionalnih medija kada je riječ o izvještavanju. Međutim, širok spektar informacija koje oni distribuiraju, veliki auditorijum do koga dopiru i njihov potencijal za usko ciljano oglašavanje doprinijeli su tome da se prihvati od oglašavanja i marketinga preusmjere ka internetu. Te tendencije predstavljaju izazov za tradicionalne medijske poslovne modele i doprinose povećanju konsolidacije i konvergentnosti medija. Jedan medijski vlasnik ili mali broj vlasnika ili grupa mogu steći veliku moć, tako da odvojeno ili zajedno mogu da kreiraju agendu javne debate i bitno utiču ili oblikuju javno mnjenje, reprodukujući istovjetan sadržaj na svim platformama u kojima su prisutni", naglašava se u ovoj preporuci, kada se govori kako tehnološke inovacije mogu ugroziti kvantitet i kvalitet informacija i medijskih sadržaja."⁸

Evropski akt o medijskim slobodama: Ključni korak u zaštiti medijskog pluralizma

Zaštita medijskog pluralizma je jedan od osnovnih ciljeva nedavno usvojenog Evropskog akta o medijskim slobodama⁹. U uvodnom dijelu ovog zakona se naglašava da: "... zaštita slobode medija i medijskog pluralizma kao dva glavna stuba demokratije i vladavine prava predstavlja suštinsku karakteristiku dobro funkcionalnog unutrašnjeg tržišta medijskih usluga. To tržište, uključujući audiovizuelne medijske usluge, radio i štampu, značajno se promijenilo od početka 21. vijeka, postajući sve digitalnije i međunarodno. Nudi mnoge ekonomske mogućnosti, ali se i suočava sa brojnim izazovima. Unija bi trebala pomoći medijskom sektoru kako bi mogao iskoristiti te prilike na unutrašnjem tržištu, istovremeno štiteći vrijednosti koje su zajedničke Uniji i njenim državama članicama, kao što je zaštita temeljnih prava".

Takođe se naglašava da su: "neke države članice kao odgovor na izazove medijskog pluralizma i slobode medija na internetu, preduzele regulatorne mjere, a druge države članice će to vjerovatno učiniti. To rizikuje dalje odstupanje u nacionalnim pristupima i ograničenjima slobodnog kretanja na unutrašnjem tržištu. Stoga je neophodno uskladiti određene aspekte nacionalnih pravila vezanih za pluralizam medija i uređivačku nezavisnost, čime se garantuju visoki standardi u toj oblasti."¹⁰

Kada je riječ o transparentnosti medijskog vlasništva u uvodnom tekstu stoji da je: "Ključno da primaoci medijskih usluga sa sigurnošću znaju ko je vlasnik i ko stoji iza medija kako bi mogli identifikovati i razumjeti potencijalne sukobe interesa. To je preduslov za formiranje stava na osnovu dobrog informisanja i samim tim, za aktivno učešće u demokratiji. Takva transparentnost je takođe djelotvoran alat za destimulaciju, a time i za ograničavanje rizika od uplitanja u uređivačku nezavisnost. Nadalje, (transparentnost vlasništva, pri.aut.) doprinosi otvorenom i pravednom tržišnom okruženju i povećava odgovornost medija prema primaocima medijskih usluga, na kraju doprinoseći kvalitetu medijskih usluga na unutrašnjem tržištu. Stoga je neophodno uvesti zajedničke zahtjeve za informacijama za pružaoce medijskih usluga širom Unije."¹¹

Evropska unija od 2013. godine finansira izvještaje o medijskom pluralizmu (MPM) u zemljama članicama, kao i zemljama kandidatima za članstvo u Evropskoj Uniji. Posljednji izvještaj¹² iz 2024. koji je uradio Centar za pluralizam i slobodu medija¹³ pokazuje da postoji i dalje visok rizik kada je u pitanju pluralizam tržišta. Ovi su izvještaji sveobuhvatni i analiziraju zahtjeve za pluralizmom medija i sloboda u svakoj od pomenutih država, postojanje efektivnih regulatornih zaštitnih mehanizma

za zaštitu slobode izražavanja i prava na traženje, primanje i prenošenje informacija; povoljnim uslovima za slobodno i nezavisno novinarstvo (u pogledu uslova rada i bezbjednosti novinara od fizičkog, verbalnog i pravnog uznemiravanja); prisustvo nezavisnih i efektivnih medijskih organa; i univerzalni pristup tradicionalnim medijima i pristup internetu. Područje se takođe fokusira na izazove za pluralitet medijskih pejzaža koji su postavljeni specifičnostima onlajn okruženja. MPM takođe procjenjuje i zaštitu slobode izražavanja na internetu, zaštitu podataka na mreži, sigurnost novinara na internetu, nivoe internetske povezanosti i implementacije evropskih obaveza oko neutralnosti mreža.¹⁴

Crna Gora

Crna Gora je Zakonom o medijima koji je usvojen jula 2020. godine¹⁵ u velikoj mjeri prepoznala značaj zaštite medijskog pluralizma i transparentnosti medijskog vlasništva. Taj zakon¹⁶ je donekle dorađen, dopunjen i usvojen u junu 2024. u nacionalnom parlamentu. Formiranje Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija jedan je od glavnih instrumenata tog zakona za zaštitu medijskog pluralizma. Najnovijim izmjenama iz 2024. godine taj Fond bi trebalo da bude uvećan na preko dva miliona eura, odnosno najmanje 0,20% od tekućeg budžeta Crne Gore utvrđenog godišnjim zakonom o budžetu.

Taj Zakon ima posebno poglavlje (članovi 26-35) koje je nazvano Podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija, a u kome je obrađeno funkcionisanje Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. U tom poglavlju su detaljno opisani načini raspodjele sredstava fonda kao i načini na koje komercijalni mediji i samoregulatorna tijela mogu konkurisati za pomenuta sredstva.

Novi Zakon o medijima ima posebno poglavlje o transparentnosti finansiranja medija iz javnih Prihoda (članovi Zakona 17-25). U tom poglavlju su posebno navedene obaveze i državnih organa i medija u cilju ostvarivanja transparentnosti tog procesa. Tako se na primjer propisuje obaveza i javnim organima i medijima da Ministarstvu kulture i medija moraju dostaviti podatke o finansiranju medija, odnosno medijima da moraju dostaviti istom Ministarstvu informacije o sredstvima koja su mu dodijeljena od strane subjekata javnog sektora. Ovaj zakon striktno zabranjuje finansiranje osnivača medija koji nije upisan u Evidenciju medija i koji nije objavio impresum i podatke o vlasničkoj strukturi u skladu sa zakonom.

Takođe novi Zakon o AVM uslugama¹⁷ koji je usvojen u junu 2024. godine takođe ima poglavlje (članovi 132-138) o zaštiti medijskog pluralizma i raznovrsnosti AVM usluga. U tom poglavlju su detaljno obrađene obaveze emitera, pružalaca AVM usluga na zahtjev, distribute-

ra linearnih AVM usluga i pružalaca usluge platforme za razmjenu video sadržaja kada su u pitanju podaci o vlasništvu u tim medijskim servisima. Posebni člano-

vi zakona obrađuju postojanje medijske koncentracije, odnosno situacije kada je ta koncentracija dozvoljena, odnosno kada nije dozvoljena.

ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Crna Gora ima relativno dobar zakonski okvir kada je u pitanju zaštita medijskog pluralizma i različitosti medija. Kako smo prethodno naveli čak i pojedina zakonska poglavlja imaju u svom naslovu upravo ovu odrednicu. Po tome se ne bi moglo reći da država ne brine o zaštiti medijskog pluralizma. Ono pak što se dešava u realnosti ne odražava potpuno zakonske tekstove i namjere autora zakona.

Mediji u Crnoj Gori se većinom finansiraju od prihoda od oglašavanja, prodaje svoje produkcije i drugih izvora, dok država takođe pruža finansijsku pomoć za proizvodnju sadržaja koji promoviše obrazovanje, kulturu, ljudska prava i teme vezane za manjine.

Možemo reći da se u vremenima političke stabilnosti od 2002. do 2016. godine u Crnoj Gori nije poklanjalo previše pažnje temama poput medijskog pluralizma. Uljuljkane u toj stabilnosti političke elite uglavnom nijesu primjećivale različite tehnološke inovacije koje su se dešavale u sferi medija, a koje su kasnije značajno određivale i situaciju sa medijskim pluralizmom u zemlji. Fond iz koga su pomagani komercijalni mediji postojao je još od 2003. godine. Nažalost sa prodajom Telekoma 2007. godine ugašen je taj fond jer je novi vlasnik odbio da prikuplja sredstva preko računa za telefone iz kojih se finansirao tadašnji Fond. Na taj način su bez ikakve podrške ostali mnogi lokalni komercijalni mediji u zemlji i mnogi su se zbog toga i ugasili.

Operateri kablovske televizije ili kako se stručno zovu pružaoci AVM usluga na zahtjev već dugo vremena dominiraju crnogorskim medijskim tržištem i ni jedan nije domaći. Crna Gora se olako odrekla te vrste usluga i prepustila to tržište stranim kompanijama od kojih neke imaju direktnu budžetsku podršku iz zemlje porijekla. Takva situacija je pogodovala širenju najrazličitijih vrsta propagande preko tih platformi koje počinju da se direktno šire od 2019. godine.

Crna Gora nije dovoljno pažnje poklonila ni pojavi i razvoju onlajn medija. Ti su mediji u prethodnoj deceniji postali dominantni u informativnoj sferi. Bez ikakve podrške države domaći onlajn portali su se teško borili sa finansijski nekoliko puta jačom konkurencijom koja je dolazila iz inostranstva. Takođe se godinama toleriše rad pojedinih onlajn medija koji nijesu registrovani niti im je zvanično poznat vlasnik. Neki od tih medija su često bili promoteri najštetnijih medijskih sadržaja prepunih govora mržnje i dezinformacija. IN4S je jedan od otvorenih kanala ruske propagande u Crnoj Gori. Iako najnoviji Zakon o medijima zabranjuje finansiranje iz javnog sektora medija koji nijesu registrovani i čija vlasnička struktura je nepoznata, što je slučaj sa IN4S, na ovom portalu su i dalje prisutni reklamni baneri crnogorskih elektroenergetskih kompanija EPCG i CEDIS.

Sa osnivanjem Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija 2021. godine lokalni onlajn mediji su donekle podržani i donekle im je olakšano poslovanje.

Crna Gora je trenutno daleko od usvajanja Zakona o digitalnim uslugama pa samim tim i od regulacije i uticaja na bilo koju veliku tehnološku platformu. Te platforme su posljednjih godina postale dominantne u širenju štetnih medijskih sadržaja i Crna Gora je često bila meta medijskih napada upravo preko njih.

Od tri dnevna štampana medija koji izlaze u Crnoj Gori samo su dnevne novine Dan u vlasništvu lokalnih vlasnika. Slična situacija je i sa najuticajnijim televizijama koje imaju licencu za nacionalnu frekvenciju, Vijesti, TV Nova M, Adria TV i Prva TV su u stranom vlasništvu.

Jedino kada je riječ o radio emiterima možemo reći da kod te vrste medija preovlađuju domaći vlasnici i da je strani uticaj maltene zanemarljiv. Možda odgovor na ovo pitanje leži u slaboj slušanosti i popularnosti radija generalno.

PREPORUKE:

- Podsticati povoljno okruženje za slobodu izražavanja oflajn i onlajn, u kome svako može da izrazi svoje pravo na slobodu izražavanja i da učestvuje u javnoj debati;
- Nacionalni zakonodavni i politički okviri treba da čuvaju uredničku nezavisnost i operativnu autonomnost svih medija;
- Država treba da garantuje slobodu i pluralizam medija zbog njihovog doprinosa javnim debatama u kojima se raznolikost cijelog društva može formulirati, istražiti i održati;
- Obezbjediti redovno i nezavisno praćenje i vrednovanje stanja medijskog pluralizma u državi;
- Implementirati do kraja odredbe Zakona o medijima koje se odnose na transparentnost vlasništva i finansiranje iz javnih prihoda;
- Jačanje nezavisnosti regulatornih tijela i javnih emitera;
- Povećanje transparentnosti u vlasništvu nad medijima i dosljedna implementacija postojećih rješenja može spriječiti neprimjeren uticaj i promovirati raznolikost;
- Sprovedenje mjera zaštite novinara od prijetnji i uznemiravanja je ključno za osiguranje slobodnog i nezavisnog izvještavanja;
- Razvoj regulatornog okvira za digitalne medije kako bi se unaprijedila borba protiv dezinformacija;
- Potrebno je vratiti u Zakon o javnom servisu odredbu da RTCG nema pravo reklamiranja u najgledanijem terminu između 20 i 22h;
- Unaprijediti medijsku pismenost kako bi pojedinci mogli da dobiju informacije i steknu kritičku svijest koja im je neophodna da pristupe različitim informacijama.

REFERENCE

1. https://www.irex.org/sites/default/files/VIBE_2024_Montenegro.pdf
 2. <https://amu.me/wp-content/uploads/2024/07/Zakon-o-medijima.pdf>
 3. <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2024/07/Zakon-o-medijima.pdf>
 4. [https://search.coe.int/cm#{%22CoEIdentifier%22:\[%2209000016804fa377%22\],%22sort%22:\[%22CoEValidationDate%20Descending%22\]}](https://search.coe.int/cm#{%22CoEIdentifier%22:[%2209000016804fa377%22],%22sort%22:[%22CoEValidationDate%20Descending%22]})
 5. [https://search.coe.int/cm#{%22CoEIdentifier%22:\[%2209000016804fa377%22\],%22sort%22:\[%22CoEValidationDate%20Descending%22\]}](https://search.coe.int/cm#{%22CoEIdentifier%22:[%2209000016804fa377%22],%22sort%22:[%22CoEValidationDate%20Descending%22]})
 6. [https://search.coe.int/cm#{%22CoEReference%22:\[%22CM/Rec\(2007\)2%22\],%22sort%22:\[%22CoEValidationDate%20Descending%22\],%22CoEIdentifier%22:\[%2209000016805d6be3%22\]}](https://search.coe.int/cm#{%22CoEReference%22:[%22CM/Rec(2007)2%22],%22sort%22:[%22CoEValidationDate%20Descending%22],%22CoEIdentifier%22:[%2209000016805d6be3%22]})
 7. <https://rm.coe.int/ser-cm-rec-2018-1-media-pluralism-and-transparency-pdf/16809371eb>
 8. <https://rm.coe.int/ser-cm-rec-2018-1-media-pluralism-and-transparency-pdf/16809371eb>
 9. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401083
 10. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401083
 11. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401083
 12. <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/77028>
 13. <https://cmpf.eui.eu/>
 14. <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/77028>
 15. <https://amu.me/wp-content/uploads/2024/07/Zakon-o-medijima.pdf>
 16. <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2024/07/Zakon-o-medijima.pdf>
 17. <https://amu.me/wp-content/uploads/2024/07/Zakon-o-audiovizuelnim-medijskim-uslugama.pdf>
-

O AUTORU

Ranko Vujović je diplomirao svjetsku književnost i teoriju književnosti na Filološkom fakultetu u Beogradu. Radio je kao novinar u raznim medijima. Od TV do radija, novina i nedeljnika. Od 2000. godine je vodio Udruženje komercijalnih emitera Crne Gore. Bio je član Savjeta Agencije za elektronske medije i predsjednik istog. Trenutno obavlja poslove Izvršnog sekretara Medijskog savjeta za samoregulaciju.



DFC POLICY BRIEF

DFC Policy Brief-ovi analiziraju različite aspekte medijskog okruženja, borbu protiv dezinformacija, stranog malignog uticaja i drugih aktivnosti manipulacije informacijama, nudeći konkretne preporuke. Briefovi će biti kreirani u saradnji sa različitim stručnjacima iz zemlje i šireg regiona koji će pružiti dodatni uvid i perspektivu problematike, što će doprinijeti stvaranju i učvršćivanju mreže saradnika koja će održavati i širiti svijest o problemu. Novi broj će izlaziti na svaka 2 mjeseca u saradnji sa novim autorom. Drugo izdanje ove publikacije analizira bezbjednosne propuste korisnika prilikom kori-

šćenja interneta i društvenih mreža. Posebna pažnja je usmjerena na zamke kojima su izloženi građani u sajber prostoru, te opasnosti po njihove lične podatke. Brief teži da edukuje o efikasnim mjerama zaštite i upućuje na neophodnost snažnije informatičke osvještenosti crnogorskog društva u cjelini u sferi moderne digitalne tehnologije.

DFC Policy Brief izdaje Atlantski savez Crne Gore/Digitalni forenzički centar. Izneseni nalazi, stavovi i zaključci su stav autora i ne odražavaju nužno stav ASCG/DFC.