



SNAŽNI:

Mediji bez mržnje i dezinformacija

POLITIČKO-EKONOMSKE OSNOVE MEDIJA I KOMUNIKACIJA U CRNOJ GORI KOJE ŠIRE MRŽNJU, PROPAGANDU I DEZINFORMACIJE

Milica Bogdanović

CRNA GORA

SNAŽNI: Mediji bez mržnje i dezinformacija

Regionalni projekat „RESILIENCE: Inicijativa civilnog društva za reafirmaciju slobode medija i suzbijanje dezinformacija, propagande i govora mržnje na Zapadnom Balkanu i u Turskoj“ realizuju partnerske organizacije [SEENPM](#), [Albanski medijski institut](#), [Mediacentar Sarajevo](#), [Kosovo 2.0](#), [Institut za medije Crne Gore](#), [Makedonski institut za medije](#), [Novosadska novinarska škola](#), [Mirovni institut](#) i [Bianet](#), uz finansijsku podršku Evropske unije.

Info: <https://seenpm.org/>

Kontakt: admin@seenpm.org

POLITIČKO-EKONOMSKE OSNOVE MEDIJA I KOMUNIKACIJA U CRNOJ GORI KOJE ŠIRE MRŽNJU, PROPAGANDU I DEZINFORMACIJE

CRNA GORA

Autorka: Milica Bogdanović

Istraživačica: Milica Lipovac

Urednica, voditeljica regionalnog istraživanja: Brankica Petković

Lektorica: Lida Vukmanović

Grafički dizajn: Špela Kranjec za Filip Kranjec s.p., Ljubljana, Slovenija

Izdavači: SEENPM, Tirana, Mirovni institut, Ljubljana i Institut za medije Crne Gore

Ljubljana, avgust 2020

© SEENPM, Mirovni institut, Institut za medije Crne Gore i autorka



South East European Network
for Professionalization of Media



Ovaj dokument izrađen je uz finansijsku podršku Evropske unije.
Sadržaj publikacije predstavlja isključivo odgovornost autora i izdavača
i ne odražava nužno stavove Evropske unije.

SADRŽAJ

1. UVOD 4

2. MEDIJSKO OKRUŽENJE I PRAKSA U CRNOJ GORI 6

- 2.1. Jako prisustvo medija iz regiona 6
- 2.2. U etabliranim medijima nema lažnih narativa 7
- 2.3. Neuređen onlajn prostor 8
- 2.4. Društvene mreže izvor neetičkog sadržaja 9
- 2.5. Regulator osporavan, samoregulacija neadekvatna 9
- 2.6. Nema strateškog pristupa borbi protiv dezinformacija 10
- 2.7. Polovinom medija rukovode žene 10

3. MAPIRANJE KONKRETNIH PRIMJERA MEDIJA I KOMUNIKACIJE 11

- 3.1. Regionalni izvori mržnje i dezinformacija 11
- 3.2. Regionalni izvor propagande 14
- 3.3. Crnogorski izvori dezinformacija i propagande 15
- 3.4. Fejsbuk stranice kao kanali za mržnju 17
- 3.5. Mržnja i dezinformacije u komentarima etabliranih medija 18

4. ZAKLJUČCI 22

5. PREPORUKE 24

Literatura 25

O autorki 29

POLITIČKO-EKONOMSKE OSNOVE MEDIJA I KOMUNIKACIJA U CRNOJ GORI KOJE ŠIRE MRŽNJU, PROPAGANDU I DEZINFORMACIJE

Milica Bogdanović

1. UVOD

Razvoj tehnologije, te globalna politička i ekonomska dešavanja uticala su na promjenu načina informisanja i poslovanje medija i učinili ih ranjivim na govor mržnje, dezinformacije i propagandu. Sadržaj, koji često ne ispunjava ni minimalne profesionalne standarde, utiče na mišljenje građana, na način donošenja odluka i indirektno podriva temeljne vrijednosti na kojima počivaju demokratska društva. U suočavanju s izazovom „infodemije“ koja zahvata cijeli svijet, važno pitanje postaje ko posjeduje i finansira različite vrste medija i komunikacijskih praksi koje kreiraju ili doprinose širenju govora mržnje, propagande i dezinformacije¹, te koji ih centri moći osnivaju, kontrolišu ili utiču na njihov rad i sadržaj koji plasiraju.

U Crnoj Gori mediji se suočavaju s problemom finansijske održivosti i padom profesionalnih standarda², što ih čini ranjivim na govor mržnje, dezinformacije i propagandu. Uz to, na medijskom prostoru ove zemlje postoji snažno prisustvo medija iz susjednih država, koje zahvaljujući zajedničkom jeziku plasiraju sadržaj koji često ne zadovoljava ni osnovne novinarske standarde.

Na medijskom prostoru
ove zemlje postoji
snažno prisustvo medija
iz susjednih država.

Mreža za profesionalizaciju medija Jugoistočne Evrope (SEENPM), kroz projekat „SNAŽNI – Mediji bez mržnje i dezinformacija“ koji finansira Evropska

¹ Širenje govora mržnje je krivično djelo izazivanja nacionalne, rasne i vjerske mržnje i netrpeljivosti, ali i izraz koji se koristi za društveno neprihvatljiv javni govor koji širi predrasude, stigmatizuje i omalovažava pojedine društvene grupe, naročito manjinske i ranjive grupe, ne poznaje granice. Pavlović, Pavle, Etičke dileme u izvještavanju o izbornim kampanjama koje sadrže elemente govora mržnje, Institut za medije Crne Gore, 2018. Dostupno na: <https://bit.ly/2AFzZma>. Pristupano: 18. 6. 2020.

Dezinformacije su medijski izvještaji koji kombinuju činjenice i netačan ili poluistinit sadržaj. Metodologija platforme za provjeru činjenica Raskrinkavanje.me. Dostupno na: <https://www.raskrinkavanje.me/metodologija>. Pristupano: 18. 6. 2020.

Propaganda predstavlja svaki vid smišljenih i organizovanih djelatnosti koje se sprovode u cilju uticanja na stavove, mišljenja ili osjećanja javnosti, grupe ili pojedinaca, radi njihovog pridobijanja za ideje, shvatanja i program društvene ili političke organizacije koja ovu djelatnost sprovodi. Ščekić, Radenko, Osvrt na razvoj propagande, Podgorica, Matica crnogorska, 2017. Dostupno na: <https://bit.ly/3fEtMWr>. Pristupano: 18. 6. 2020.

² IREX, Media sustainability index 2019, Vašington, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2XkNi2w>. Pristupano: 26. 6. 2020.

unija, a u Crnoj Gori ga sprovodi Institut za medije, odlučila je da analizira političko-ekonomske aspekte različitih tipova medija i komunikacijskih praksi koji kreiraju i šire govor mržnje, dezinformacije i propagandu. Istraživanje se, na osnovu jedinstvene metodologije, koju je razvio Mirovni institut iz Ljubljane, sprovodi u sedam zemalja Zapadnog Balkana i u Turskoj.

Mediji i komunikacijske prakse koje šire ovaj sadržaj identifikuju se na osnovu nekoliko aspekata – vlasničke strukture, načina finansiranja, odnosa s publikom, uredničke i novinarske strukture, sadržaja koji plasiraju.

Za svaki od ovih aspekata pripremljeni su kriterijumi koji nam daju odgovor na pitanje – kakve su političko-ekonomske podloge za širenje govora mržnje, dezinformacija i propagande u medijima i komunikacijskim platformama.

Cilj ove analize jeste da se institucijama, organizacijama civilnog društva, medijskoj zajednici i građanima da bolji uvid u tipove i modele medija i komunikacijskih praksi kroz čiji sadržaj se širi govor mržnje, dezinformacije i propaganda, te da se javnosti pruži vjerodostojna analiza koja će biti osnova za dalje aktivnosti mreže SEENPM na polju izgradnje otpornosti društva na ovakve pojave.

Analiza je rađena kroz nekoliko faza:

- prva faza – opis medijskog okruženja u Crnoj Gori s naglaskom na tipove i modele medija i komunikacijskih praksi koje šire govor mržnje, dezinformacije i propagandu
- druga faza – mapiranje konkretnih primjera tipova i modela ovih medija i komunikacijskih praksi, te analiza pojedinačnih primjera i izrada zaključaka i preporuka za unapređenje.

Ova analiza obuhvatila je uglavnom dešavanja na medijskoj sceni Crne Gore i regiona u posljednjih godinu dana. Za ovu analizu nije sproveden poseban monitoring sadržaja već smo zaključke bazirali na javno dostupnim relevantnim istraživanjima međunarodnih i domaćih institucija i organizacija, na odlukama regulatornih tijela i nalazima platformi koje se bave provjerom činjenica.

U namjeri da podstaknemo raspravu i refleksiju o pitanjima koja istažujemo, analizu primjera tipova i modela medija i komunikacijskih praksi koje šire govor mržnje, propagandu i dezinformacije, temeljimo na intervjuima sa sagovornicima koji imaju novinarsko i uredničko iskustvo ili civilnim aktivistima s dugogodišnjim iskustvom u oblasti medija. Njima smo predstavili kriterijume na osnovu kojih procjenjujemo medije, te prikupili njihove poglede i iskustvo³.

³ Intervjuisali smo: Milku Tadić-Mijović (predsjednica Centra za istraživačko novinarstvo), Milicu Babić (urednica Jutarnjeg programa RTCG), Darka Šukovića (glavni i odgovorni urednik Antene M), Jadranku Vojvodić (pomoćnica direktora Agencije za elektronske medije), Gorana Đurovića (direktor Media centra). Intervjui su organizovani u Podgorici, u periodu od 3. do 12. juna 2020. godine.

2. MEDIJSKO OKRUŽENJE I PRAKSA U CRNOJ GORI

U Crnoj Gori radi oko 150 elektronskih, onlajn i štampanih medija.⁴ Medijsko tržište je malo i teško održivo.⁵ Mnogi privatni, ali i javni mediji u kontinuitetu se suočavaju s teškom finansijskom situacijom. Tržište komercijalnog oglašavanja posljednjih godina procjenjuje se na oko 11 miliona eura, pri čemu nema preciznih podataka o tome koliki dio kontrolišu državna i lokalna administracija, ali kompanija Direct Media iz Crne Gore procjenjuje da su državna sredstva u oglašavanju oko dva miliona.⁶ Sam prihod od oglašavanja ne može osigurati održivost medija – TV stanicama ide polovina novca za oglašavanje, 25 odsto se daje za ulično oglašavanje, 10 odsto za onlajn, dok ostatak ide štampi i manjim medijima.⁷

Civilni sektor je ukazivao na problem netransparentnog reklamiranja koji medije dovodi u neravnotežan položaj jer se državna sredstva za oglašavanje u većoj mjeri usmjeravaju ka medijima koji nijesu kritički nastrojeni prema vlasti⁸. Novinari i dalje zarađuju manje od prosječne plate na nivou države, a čak svaki treći novinar mjesečno primi manje od 400 eura neto.⁹ Najviše zaposlenih (723) u medijskom sektoru ima Javni servis Radio-televizija Crne Gore, koji je prošle godine raspolagao s budžetom od preko 14 miliona eura.¹⁰ Država je medije povremeno pomagala kroz otpisivanje dugova privatnih emitera prema Radio-difuznom centru.¹¹ Pomoć medijskom sektoru u Crnoj Gori predviđena je i zbog saniranja ekonomskih posljedica izazvanih pandemijom koronavirusa.¹² Šira javnost nije obaviještena o dijalogu predstavnika Vlade i medija o oblicima subvencija i pomoći medijima.

2.1. Jako prisustvo medija iz regiona

Poslovanje medija u Crnoj Gori otežava to što na tržište utiče jaka konkurencija iz susjednih zemalja i polarizacija između tržišnih aktera iz različitih djelova političkog spektra.¹³ Zajednički jezik u više država s prostora

4 IREX, *Media sustainability index 2019*, Vašington, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2XkNi2w>.
Pristupano: 23. 5. 2020.

5 JUFREX, *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije, 2017.*, Evropska unija i Savjet Evrope. Dostupno na: <https://bit.ly/2ZvfDWL>.
Pristupano: 23. 5. 2020.

6 IREX, *Media sustainability index 2019*, Vašington, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2XkNi2w>.
Pristupano: 23. 5. 2020.

7 Ibid.

8 Nenezic, Ana, Vuković, Dragoljub, *Jednake šanse za sve medije u CG – Godišnji izvještaj za 2016, CGO, 2017*. Dostupno na: <https://bit.ly/2zZhbh0>.
Pristupano: 23. 5. 2020.

9 Sindikat medija Crne Gore, *Indikator nivoa medijskih sloboda i bezbjednosti novinara (Crna Gora), 2018*. Dostupno na: <https://bit.ly/2uc5Ur9>.
Pristupano: 23. 5. 2020.

10 Predrag Nikolić, *Opstanak medija u doba korone – Od lošeg ka gore, Institut za medije Crne Gore, 8. 5. 2020*. Dostupno na: <https://bit.ly/2A2zWjs>.
Pristupano: 23. 5. 2020.

11 Vlada Crne Gore, *Informacija o pomoći komercijalnim i lokalnim radio i TV emiterima, usvojena na sjednici Vlade Crne Gore od marta 2017*. Dostupno na: <https://bit.ly/3ekNW7f>.
Pristupano: 24. 5. 2020.

12 RTCG, „Više od 250.000 eura za podršku medijima“, 20. 3. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2Xopknd>.
Pristupano: 24. 5. 2020.

13 JUFREX, *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori s preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije 2017*. Dostupno na: <https://bit.ly/2ZvfDWL>.
Pristupano: 23. 5. 2020.

bivše Jugoslavije i neograničeni onlajn prostor, medijima iz drugih država u regionu omogućava da plasiraju svoj sadržaj publici u Crnoj Gori i da se na medijskom tržištu nametnu kao bitni akteri. Kurir.rs je sedmi najposjećeniji sajt u Crnoj Gori, dok je Espresso.rs na 15, a Alo.rs na 20. mjestu. Ovi mediji su u analizama platformi za provjeru činjenica prepoznati kao izvori i prenosioci dezinformacija, govora mržnje i propagande.¹⁴ Informer, Kurir i Alo su, uz Srpski telegraf, najčitaniji tabloidi u Srbiji koji su tokom 2019. objavili najmanje 945 lažnih i neutemeljenih tvrdnji samo na naslovnim stranama¹⁵.

Uz to, Agencija za elektronske medije iz Crne Gore početkom 2020. ograničila je na tri mjeseca reemitovanje pojedinih programskih sadržaja televizija iz Srbije TV Happy i TV Pink jer „promovišu mržnju, netrpeljivost i diskriminaciju prema pripadnicima crnogorske nacionalnosti“.¹⁶

Mediji iz regiona koji šire dezinformacije nerijetko su izvor desno orijentisanim portalima iz Crne Gore (in4s.net i borba.me) koji prenose njihove objave bez prethodne provjere tačnosti. Dešava se i obratno da desno orijentisani mediji iz Crne Gore proizvode neprovjereni sadržaj koji dalje prenose mediji iz regiona koji šire dezinformacije. Tako se omogućava da dezinformacije stignu do velikog broja ljudi u zemljama regiona.

Analize platformi za provjeru informacija tokom 2019. godine ukazale su na to da se dezinformacije rijetko dešavaju u crnogorskim tradicionalnim medijima – u štampi, na televiziji i na radiju uz pretpostavku da novinari u ovim medijima imaju više vremena za provjeru informacija, te da tu i dalje postoje jasno definisane uređivačke procedure.¹⁷

Dezinformacije se dominantno javljaju u onlajn prostoru koji u Crnoj Gori nije regulisan.

Dezinformacije se dominantno javljaju u onlajn prostoru koji u Crnoj Gori nije regulisan.¹⁸ Stoga se u ovoj analizi dominantno bavimo medijima i platformama iz onlajn prostora.

2.2. U etabliranim medijima nema lažnih narativa

Onlajn prostor koji definiše zajednički jezik, utiče na to da svaka informacija iz Crne Gore za svega nekoliko minuta stigne do medija u drugim državama regije i obratno. U tom prenosu informacija, bez provjere njihove tačnosti i kredibilitnosti izvora, dešava se i da crnogorski etablirani mediji objave neku neprovjerenu informaciju i da tako učestvuju u procesu širenja dezinformacija.

¹⁴ Analize platformi za provjeru činjenica Raskrinkavanje.ba. Dostupno na: www.raskrinkavanje.ba. Pristupano: 23. 5. 2020.

¹⁵ Krik, Najmanje 945 lažnih vesti na naslovnicama četiri tabloida u 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2XISldM>. Pristupano: 23. 5. 2020.

¹⁶ Agencija za elektronske medije, Savjet ograničio reemitovanje pojedinih programskih sadržaja TV Happy i TV Pink M, 10. februar 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2HsW0nH>. Pristupano: 23. 5. 2020.

¹⁷ Dragan Koprivica, Milica Bogdanović, Infekcija manipulacijama, CDT, 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2LWbdQo>. Pristupano: 23. 5. 2020.

¹⁸ Ibid.

Analize domaćih platformi za provjeru informacija ne prepoznaju crnogorske etablirane medije¹⁹ kao kreatore dezinformacija, govora mržnje ili propagande.²⁰ Ipak, dešava se i da crnogorski etablirani mediji prenesu neku informaciju bez provjere tačnosti i kredibilnosti izvora i da tako učestvuju u procesu širenja dezinformacija.

Dio naših sagovornika vidi „Radio-televiziju Crne Gore kao primjer propagande vladajuće partije“. Međunarodne institucije i dio crnogorske javnosti godinama ukazuju na problem nedozvoljenog političkog uticaja na Javni servis.

Krizne situacije u Crnoj Gori tokom 2020. godine, poput izvještavanja o događajima povodom usvajanja Zakona o slobodi vjeroispovijesti, pokazale su da je u crnogorskim etabliranim medijima češće pristrasno izvještavanje i nedovoljno poštovanje etičkih standarda, nego namjerno kreiranje dezinformacija i lažnih narativa. Tokom pandemije koronavirusa u njihovom radu bilo je nekoliko propusta koji su nastali zbog greške, nedostatka uredničkih kapaciteta ili potrebe za većom čitanošću, a ne iz želje da se stvaraju određeni lažni narativi ili lažna predstava stvarnosti.²¹

2.3. Neuređen onlajn prostor

Širenju dezinformacija, govora mržnje i propagande u onlajn prostoru pogoduje i to što onlajn mediji u Crnoj Gori nemaju jasnu obavezu da se registruju. Agencija za elektronske medije vodi registar elektronskih publikacija, no registracija je i dalje na dobrovoljnoj osnovi.

Za razliku od onlajn medija, za elektronske medije postoji ne samo obavezna registracija nego i zakonska obaveza da podatke o vlasničkoj strukturi dostavljaju Agenciji za elektronske medije. U tom segmentu, ekspertski tim Evropske unije i Savjeta Evrope ukazao je na to da postoje neslaganja između javno objavljenih podataka i realnog stanja na terenu.²² U najvećim i najuticajnijim crnogorskim medijima postoji znatan udio stranog vlasništva.²³

Za dva onlajn medija u Crnoj Gori, koji su u stručnim analizama prepoznati kao platforme koje šire dezinformacije i propagandu, ne može se jasno utvrditi

19 Etablirane medije definišemo kao medije koji su kroz duži period produkcije medijskog sadržaja postali relevantan izvor informacija i mjesto rasprave o temama od javnog interesa. Mediji koji imaju značajnu publiku, uticaj i resurse. Za potrebe ove analize u tu kategoriju uvrstili smo televizije RTCG, TV Vijesti, Prva TV i Nova M, dnevne novine Pobjeda, Dan, Vijesti, Dnevne novine, onlajn mediji Vijesti, portal Analitika, portal AntenaM.

20 Bogdanović, Milica, Koprivica, Dragan, *Infekcija manipulacijama*, CDT, 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2LWbdQo> Pristupano: 23. 5. 2020.

21 Dragan Koprivica, Milica Kovačević, Tijana Velimirović, *Mreža dezinformacija i neadekvatna reakcija države*, CDT, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2zZ5U0a>. Pristupano: 23.05.2020

22 JUFREX, *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori s preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije 2017*. Dostupno na: <https://bit.ly/2ZvfDWL>. Pristupano: 23. 5. 2020.

23 Pregled podataka o transparentnosti vlasništva pružalaca AVM usluga u Crnoj Gori, Agencija za elektronske medije. Dostupno na: <https://bit.ly/2A2XpkJ>. Pristupano: 23. 5. 2020.

imaju li udio stranog vlasništva. Podaci u objavljenom impresumu in4s.net ne korespondiraju s imenom osobe koja se u javnosti pominje kao urednik ovog medija.²⁴ Borba.me u impresumu navodi da je vlasnik i osnivač nevladina organizacija Zapis Podgorica i ovlašćeni zastupnik Dražen Živković.²⁵

2.4. Društvene mreže izvor neetičkog sadržaja

Društvene mreže, koje su važan izvor informisanja za građane Crne Gore,²⁶ istovremeno su i izvor informacija medijima koji objavljuju dezinformacije, govor mržnje i propagandu. Mreže su ujedno i platforma gdje ti mediji plasiraju sadržaj koji građani dijele i tako omogućavaju da etički sporan sadržaj stigne do što većeg broja korisnika.

U kriznim situacijama poput dešavanja koja su pratila donošenje Zakona o slobodi vjeroispovijesti i pandemije koronavirusa, društvene mreže postale su mjesto na kojem se šire mržnja, dezinformacije, teorije zavjere, savjeti koji nijesu naučno utemeljeni i koji mogu biti štetni po zdravlje ljudi.²⁷ Takve informacije širile su se i na aplikacijama za komunikaciju poput Vajbera. U doba pandemije Fejsbuk, Jutjub, Tviter i Instagram počeli su s uklanjanjem postova dezinformatora i s ovih prostora²⁸.

Društvene mreže, koje su važan izvor informisanja za građane Crne Gore, istovremeno su i izvor informacija medijima koji objavljuju dezinformacije, govor mržnje i propagandu.

2.5. Regulator osporavan, samoregulacija neadekvatna

Aktivnosti regulatora u suzbijanju širenja govora mržnje zabilježene su početkom 2020. kad je Agencija za elektronske medije, na period od tri mjeseca, ograničila reemitovanje pojedinog sadržaja sa TV Happy i TV Pink iz Srbije.

Civilni sektor u Crnoj Gori tvrdio je da „Savjet Agencije godinama toleriše ozbiljna kršenja profesionalnih standarda na račun protivnika crnogorske vlasti u emisijama televizije Pink M, pribjegavajući, nakon brojnih žalbi, samo mjerama upozorenja, koje su ponavljane do u beskraj, iako je u dispozitivu svake odluke stajalo da će sljedeća mjera biti oštrija“.²⁹ Ta oštrina, ipak, nije ispoljena do momenta kad su neke televizije svoj neprofesionalizam počele demonstrirati i na račun vlasti u Crnoj Gori.³⁰

²⁴ Podaci o portalu in4s.net objavljeni na zvaničnoj stranici. Dostupno na: <https://www.in4s.net/impresum/>. Pristupano: 23. 5. 2020.

²⁵ Podaci o portalu Borba.me objavljeni na zvaničnoj stranici. Dostupno na: <https://borba.me/impresum/>. Pristupano: 23. 5. 2020.

²⁶ NDI, Istraživanje javnog mnjenja, novembar 2018, Vašington. Dostupno na: <https://bit.ly/2E2dzJA>. Pristupano: 23. 5. 2020.

²⁷ Koprivica, Dragan, Kovačević, Milica, Velimirović, Tijana, Mreža dezinformacija i neadekvatna reakcija države, CDT, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2zZ5U0a>. Pristupano: 23. 5. 2020.

²⁸ Ibid.

²⁹ Vuković, Duško, Uljarević, Daliborka, Mediji u Crnoj Gori – između zagrljaja vlasti i borbe za profesiju, CGO, 2020. Dostupno: <https://bit.ly/36pm3l6>. Pristupano: 23. 5. 2020.

³⁰ Ibid.

Medijska zajednica je podijeljena i to je uticalo na mogućnost funkcionalnog rada kolektivnog samoregatornog tijela. Nekoliko medija ima instituciju medijskog ombudsmana.

2.6. Nema strateškog pristupa borbi protiv dezinformacija

Crna Gora nema strategiju za borbu protiv dezinformacija.

Zbog krivičnog djela izazivanja panike i nereda objavljivanje lažne vijesti bez prethodne provjere informacija početkom 2020. uhapšena je novinarka portala FOS media³¹, te urednici portala in4s.net i borba.me Gojko Raičević i Dražen Živković³².

Prisutan je i trend da institucije preuzimaju ulogu „fact-checkera“ koju uglavnom imaju platforme za provjeru činjenica i da, umjesto demantija, javno saopštavaju da su određene medijske objave lažne vijesti.

2.7. Polovinom medija rukovode žene

Istraživanja pokazuju da žene čine većinu zaposlenih u etabliranim medijima u Crnoj Gori i da se polovina njih nalazi na vodećim pozicijama, ali da nemaju potpunu samostalnost u donošenju odluka u odnosu na vlasnike medija koji su muškarci.³³

Na mjestima direktorki, ali i na nižim pozicijama glavnih i odgovornih urednica je 50 odsto žena, dok je na nižim pozicijama – urednice redakcija, 60 odsto.³⁴ Iako žene rukovode medijima, tekstovi i prilozi i dalje sadrže stereotipe i podržavaju rodne uloge primjerene patrijarhatu te ne doprinose dovoljno uspostavljanju jednakosti u društvu.³⁵

U medijima koji objavljuju govor mržnje, dezinformacije i propagandu nerijetko se dešavaju predrasude na osnovu roda i uznemiravanja žena. Takođe, žene su često meta uvredljivog govora i uznemiravanja koje se dešava u komentarima u onlajn medijima te na društvenim mrežama.

31 Čađenović, Ivan, Nikolić, Biljana, *Određeno zadržavanje: Novinarka FOS-a osumnjičena za izazivanje panike i nereda*, Vijesti online, 6. 1. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3eu0Tff>. Pristupano: 24. 6. 2020.

32 Čađenović, Ivan, Raičević i Živković pušteni da se brane sa slobode, Vijesti online, 13. 1. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3hYu2RS>. Pristupano: 24. 6. 2020.

33 Pejović, Duška, *Položaj novinarki u crnogorskim medijima*, Društvo profesionalnih novinara Crne Gore, 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2Nwj1t9>. Pristupano: 26. 6. 2020.

34 Ibid.

35 Pejović, Duška, *Rodno ogledalo medija u Crnoj Gori*, UNDP, 2016. Dostupno na: <https://bit.ly/3ewm4NP>. Pristupano: 26. 6. 2020.

3. MAPIRANJE KONKRETNIH PRIMJERA MEDIJA I KOMUNIKACIJE

Imajući u vidu tipične elemente mržnje, dezinformacija i propagandnih modela medija i medijskih komunikacija koje smo analizirali na osnovu niza indikatora, prepoznali smo više tipova medija i komunikacijskih praksi u Crnoj Gori. Prvoj grupi pripadaju mediji iz regiona koji su čitani u Crnoj Gori, zatim desno orijentisani onlajn mediji iz Crne Gore i Fejsbuk stranice koje su „rasadnik“ govora mržnje. U drugu grupu svrstali smo onlajn medije iz Crne Gore, čije su platforme za objavu komentara čitalaca, postale prostor za širenje govora mržnje i dezinformacija.

3.1. Regionalni izvori mržnje i dezinformacija

Mediji iz drugih država u regionu, čija su onlajn izdanja veoma čitana u Crnoj Gori, u kontinuitetu izvještavaju o dešavanjima u Crnoj Gori često bazirajući svoj sadržaj na govoru mržnje, dezinformacijama i propagandi. Prema medijskim navodima iz februara 2020, Evropska služba za vanjske poslove konstatovala je da su dezinformacije u vezi s usvajanjem Zakona o slobodi vjeroispovijesti dovele do jačanja tenzija, a većina lažnih vijesti o tome došla je iz medija iz Srbije. Takođe, navode da izvori lažnog izvještavanja uključuju medije iz Srbije, od kojih su neki i u državnom vlasništvu, ruski medij na srpskom jeziku Sputnik i nekoliko portala iz Crne Gore.³⁶

U periodu izbijanja pandemije COVID-19, mediji u Srbiji su „privremeno obustavili kampanju protiv Crne Gore“, ali se ona intenzivno nastavila u vrijeme 14. godišnjice proglašenja crnogorske nezavisnosti, kao i nakon odluke crnogorskih vlasti da, između ostalih država, i građanima Srbije ne bude dopušten ulazak u Crnu Goru u toku pandemije koronavirusa, dok god njihove države ne ispune epidemiološke kriterijume.³⁷

Dezinformacije o Crnoj Gori plasiraju tabloidi iz Srbije i njihova onlajn izdanja, među kojima su u Crnoj Gori najposjećeniji Alo.rs i Kurir.rs³⁸. Dnevna novina Alo i njeno onlajn izdanje Alo.rs od 2017. godine privatno je vlasništvo firme Alo media system i Saše Blagojevića. Vlasnik je beogradskog medija RTV StudioB od 2018, posredstvom svoje firme Global media technology. Javnost Srbije ne zna mnogo o njemu jer je relativno nov učesnik na medijskom tržištu, ali su mediji u Srbiji objavili da je Saša Blagojević blizak vladajućoj Srpskoj naprednoj stranci.³⁹ Alo dnevno prodaje 45.652 primjeraka.⁴⁰

36 RTCG, EU prepoznala i osudila kampanju dezinformacija, 20. 2. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2NJJ7ZD>. Pristupano: 30. 6. 2020.

37 Gluhonjić, Dinko, *Tabloidni napadi na Crnu Goru*, Institut za medije, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2BdYlhk>. Pristupano: 30. 6. 2020.

38 *Pregled najposjećenijih sajtova u Crnoj Gori* <https://www.similarweb.com/top-websites/montenegro>. Pristupano: 24. 6. 2020.

39 BIRN, *Media Ownership Monitor, Beograd, 2017*. Dostupno na: <https://bit.ly/3hYSy5h>. Pristupano: 24. 6. 2020.

40 Hodžić, S. and Petković, B. (2020). *Sustainability of Professional Journalism in the Media Business Environment of the Western Balkans. Report submitted for publication. Skopje: EU TACSO 3 Project.*

Kurir je 2003. godine osnovao Radisav Rodić. Ovaj list igra važnu ulogu u procesu tabloidizacije medija u Srbiji, izmišljajući političke afere i šireći netačne informacije.⁴¹ Sada je ovaj dnevni list i njegovo onlajn izdanje Kurir.rs dio Adria Media Group koji je zvanično u vlasništvu Igora Žeželja. Kurir je od osnivanja više puta mijenjao uređivačku politiku, ali je uglavnom ostajao glas Vlade Srbije.⁴²

Udruženje novinara Srbije (UNS) utvrdilo je da su Adria media magazin i Adria Media grupa izdavači ukupno 28 medija koji su upisani u Registar medija. Osim ovih medija, u vlasništvu Adria Media grupe je još 13 medija koji nijesu registrovani u Agenciji za privredne registre (APR).⁴³ Vlasnik Kurira aktivan je i u drugim sektorima privrede (farmacija i medicinska oprema)⁴⁴. Kurir u Srbiji prodaje 41.223 primjeraka, dok onlajn izdanje ima 2,43 miliona pregleda.⁴⁵

Kad je u pitanju transparentnost vlasništva i uredničke strukture, i Alo⁴⁶ i Kurir⁴⁷ na svojim sajtovima objavljuju informacije o urednicima i novinarima, te informacije o firmi koja je vlasnik ovih medija.

Izvori finansiranja ova dva medija povezani su s državnim novcem. Sistem dodjele novca putem javnih konkursa u Srbiji, omogućio je, kako tvrdi stručna javnost, da država utiče na uređivačku politiku i finansijsku održivost medija⁴⁸ i da oni, uprkos konstantnom neprofesionalnom izvještavanju, dobijaju milionske iznose na konkursima za finansiranje medijskih sadržaja.⁴⁹

Prema analizi Udruženja novinara Srbije, tabloidi su u prvoj polovini 2019. godine dobili ukupno 27,5 miliona dinara, što čini blizu 250 hiljada eura, dok je Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS) saopštilo da je 2019. godine u Srbiji objavljeno 155 konkursa za sufinansiranje javnog informisanja, na kojima je raspodijeljeno više od 1,6 milijardi dinara, od čega je većina otišla prorežimskim medijima.⁵⁰

Važan izvor prihoda tabloida u Srbiji su ugovori s javnim preduzećima, agencijama i upravama za oglašavanje i marketing. Npr. izdavač tabloida Alo je u 2019. godini imao najmanje 15 ugovora vrijednih nešto više od 28 miliona

41 BIRN, *Media Ownership Monitor, Beograd, 2017*. Dostupno na: <https://bit.ly/3ezlKOM>.
Pristupano: 24. 6. 2020.

42 Ibid.

43 Pešić, J., Igor Žeželj preuzeo 41 medij u Srbiji, *Udruženje novinara Srbije*, 18.1.2019. Dostupno na: <https://bit.ly/31aH0pH>.
Pristupano: 24. 6. 2020.

44 Hodžić, S. and Petković, B. (2020). *Sustainability of Professional Journalism in the Media Business Environment of the Western Balkans. Report submitted for publication*. Skopje: EU TACSO 3 Project.

45 Ibid.

46 Zvanična veb stranica Alo. Dostupno: <https://bit.ly/3hRbVNT>.
Pristupano: 24. 6. 2020.

47 Zvanična veb stranica Kurir. Dostupno na: <https://www.kurir.rs/impressum>.
Pristupano: 24. 6. 2020

48 Popović, Peđa, *Mediji: Kako Srbija sponzorise nasilje i laž*, Noizz.rs, 16. 1. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3846YNe>.
Pristupano: 24. 6. 2020.

49 Ibid.

50 *Danas.rs, Istraživanje UNS-a: Novac na konkursima i dalje ide medijima koji krše etiku, UNS, 25. maja 2020*. Dostupno na: <https://bit.ly/31dl7q2>.
Pristupano: 24. 6. 2020.

dinara (blizu 240 hiljada eura).⁵¹ Kurir je dobio nešto manje od 13 miliona dinara (oko 110 hiljada eura), najviše preko ugovora s Elektroprivredom Srbije i RTS-om.⁵²

Urednici i novinari ovih medija ne poštuju profesionalne standarde i često krše Etički kodeks, što pokazuje monitoring Savjeta za štampu Srbije.⁵³

Sudeći po sadržaju koji objavljuju, rad ovih medija je propagandistički. Njihov sadržaj je predmet čestih analiza platformi za provjeru informacija u nekoliko zemalja bivše Jugoslavije. Često objavljuju informacije koje su neutemeljene ili vijesti čije je navode nemoguće provjeriti, te vijesti u kojima se izostavljaju činjenice važne za razumijevanje konteksta, teorije zavjere i objave u kojima je jedini izvor tvrdnji anonim. Na meti ovih medija često su pripadnici različitih manjinskih grupa, politički i ideološki protivnici, aktivisti civilnog društva, te međunarodni akteri poput NATO, EU, Ambasade SAD... S druge strane, civilno društvo koje radi analize medijskog sadržaja i monitoring medija ukazuje na to da ovi mediji dominantno pozitivno izvještavaju o predsjedniku Srbije Aleksandru Vučiću, te predsjedniku Rusije Vladimiru Putinu.⁵⁴

Na meti ovih medija često su pripadnici različitih manjinskih grupa, politički i ideološki protivnici, aktivisti civilnog društva, te međunarodni akteri poput NATO, EU, Ambasade SAD...

Alo je poznat i po propagandi rata. U čak dvije trećine naslova o sukobu Srba i Albanaca ovaj medij sugerše neophodnost policijskih, vojnih ili paramilitarnih intervencija. Prošle godine je na 358 naslovnih strana, ovaj mediji objavio najmanje 237 lažnih ili manipulativnih vijesti. Neke od najistaknutijih lažnih vijesti su najave Trećeg svjetskog rata, ali i nekoliko atentata na predsjednika Srbije Aleksandra Vučića, kao i neprestana upozorenja da Albanci spremaju rat i napade na Srbiju.⁵⁵ U kontinuitetu ovi mediji NATO bombardovanje i slične istorijske događaje plasiraju na manipulativan način.

Ovi mediji nerijetko šire dezinformacije o Crnoj Gori, njenim institucijama i o javnim funkcionerima. Objavljivanje namjerno netačnih informacija intenzivira se u kriznim situacijama poput pandemije koronavirusa ili dešavanja usljed usvajanja Zakona o slobodi vjeroispovijesti.⁵⁶

51 Radojević, Vesna, Više od pola miliona evra za tabloide koji šire lažne vesti, Raskrivanje.rs, 13. 2. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2B32k50>. Pristupano: 24. 6. 2020.

52 Ibid.

53 Đurić, Vanja, Savet za štampu: U drugoj polovini 2019. oko 5.000 slučajeva kršenja kodeksa, Danas online, 19. 2. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/31bu6rB>. Pristupano: 24. 6. 2020.

54 Krik, Najmanje 945 lažnih vesti na naslovnica četiri tabloida u 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2XISldM>. Pristupano: 23. 5. 2020.

55 FakeNews Tragač, "Alo" na naslovnim stranama objavio 237 lažnih vesti za godinu dana. Dostupno na: <https://bit.ly/37WQCpk>. Pristupano: 23. 5. 2020.

56 Analize platforme za provjeru činjenica Raskrivanje.me. Dostupno na: <https://www.raskrivanje.me/medij/alo> i <https://www.raskrivanje.me/medij/kurir>. Pristupano: 26. 6. 2020.

3.2. Regionalni izvor propagande

Stručna javnost Sputnik Srbija prepoznaje kao glavni kanal ruskog uticaja u medijskom prostoru Zapadnog Balkana koji dopire do publike koja govori bosanskim – hrvatskim – crnogorskim - srpskim jezikom i njegove objave često prenose lokalni mediji.⁵⁷

Sputnik Srbija dio je informativne agencije Sputnik koja ima sjedište u Rusiji, a čiji je osnivač državna medijska grupa „Rusija sevodnja“.⁵⁸ Sputnik ima svoj internet portal, radio program i multimedijalne sadržaje. Regionalna predstavništva Sputnjika postoje u Vašingtonu, Pekingu, Parizu, Berlinu, Beogradu, Kairu, Londonu, Edinburgu, Montevideu, Rio de Žaneiru itd.⁵⁹ Agencija Sputnik je nasljednik agencije RIA Novosti i radija Glas Rusije⁶⁰. Redakcija u Beogradu zapošljava 40 ljudi, a prema riječima urednice Ljubinke Milinčić finansira se državnim ruskim novcem i ne mora se oslanjati na komercijalni prihod.⁶¹ Precizne podatke o finansijama nije moguće pronaći na sajtu ovog medija.

Sputnik objavljuje znatnu količinu informacija na dnevnom nivou, a lokalnim medijima koji imaju ograničene resurse na raspolaganju je foto i video sadržaj. Zbog toga je Sputnik vrlo često izvor lokalnim medijima bez obzira na njihovu uređivačku politiku u odnosu prema spoljnoj politici.⁶²

U analizi Atlantskog saveza Crne Gore koju je objavio Strateški komunikacijski centar izvrsnosti NATO-a navodi se da Sputnik promovise narative poput „Zapadni Balkan je nestabilan i postoji visoki rizik od nastanka sukoba“, „EU je hegemon“, „zemlje Zapadnog Balkana su slabe i korumpirane“, „ljudska prava su ugrožena“, „EU i NATO su slabi i nijesu ujedinjeni“, „NATO je agresivan i širi provokacije“, „Crna Gora želi da revidira istoriju, članstvo u NATO nije korisno“.⁶³

Nakon što je objavljen ovaj izvještaj u kojem se navodi da Sputnik pokušava da naglasi da je „ovaj region podijeljen na prozapadnu i proistočnu stranu“, glavna urednica ovog medija Ljubinka Milinčić negirala je to tvrdeći da je „uticaj NATO-a maligan, a ne Sputnjika“.⁶⁴ Ona je u izjavi za Udruženje novinara

57 Atlanski savez Crne Gore, *Russia's Narratives Toward the Western Balkans: Analysis of Sputnik Srbija*, NATO Stratcom, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2Nn67xD>. Pristupano: 24. 6. 2020.

58 Zvanični sajt Sputnik Srbija. Dostupno na: https://rs-lat.sputniknews.com/docs/about/o_nama.html. Pristupano: 30. 6. 2020.

59 *Ibid.*

60 Nešić, Milan, Dončeva: *Rusija svojim narativom teži produbljivanju podela na Balkanu*, Glas Amerike. Dostupno: <https://bit.ly/3hWs2d0>. Pristupano: 12. 5. 2020

61 Vučićević, Bojan, *The growing influence of global media in the region*, Media Observatory, 29. 6. 2016. Dostupno: <https://bit.ly/3i3TAGL>. Pristupano: 24. 6. 2020.

62 Bogdanović, Milica, Kovačević, Milica, *Analiza narativa – Svemoćno rusko oružje*, 2019. Dostupno: <https://bit.ly/2B4GYVQ>. Pristupano: 24. 6. 2020.

63 Atlanski savez Crne Gore, *Russia's Narratives Toward the Western Balkans: Analysis of Sputnik Srbija*, NATO Stratcom, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2Nn67xD>. Pristupano: 24. 6. 2020.

64 Pešić, J., Milinčić: *Uticaj NATO-a je maligan, a ne Sputnjikov*, Cenazolovka.rs, 28. 5. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2Z2z6Mx>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Srbije (UNS) kazala da je to „paušalna ocjena“ i da je cijeli izvještaj napisan bez ijednog dokaza.⁶⁵

U proteklih nekoliko godina Gugl, Fejsbuk i Tviter sprovodili su sankcije protiv Sputnjika – od zabrane oglašavanja, pa sve do deplatformiranja. Fejsbuk je početkom 2019. uklonio 289 stranica i 75 naloga zbog širenja dezinformacija, a koji su dovedeni u vezu sa Sputnjikom.⁶⁶

3.3. Crnogorski izvori dezinformacija i propagande

Na osnovu analiza platformi za provjeru činjenica, te intervju s predstavnicima stručne javnosti, desno orijentisane onlajn medije – in4s.net i borba.me prepoznali smo kao domaće izvore širenja dezinformacija i propagande u Crnoj Gori.

Ovi mediji nijesu registrovani kao elektronske publikacije kod Agencije za elektronske medije. Na sajtu borba.me piše da je osnivač nevladina organizacija Zapis Podgorice, a ovlašćeni zastupnik Dražen Živković. Za potrebe ovog istraživanja Živković je kazao da je „nevladina organizacija Zapis samo vlasnik domena borba.me“, te da je ovaj portal „jedna vrsta njegovog ličnog bloga i da trenutno nije registrovan kao medij“.⁶⁷

Živković je, s funkcionerima i aktivistima anti-NATO orijentisanog Demokratskog fronta, uhapšen na protestima koje je 2015. godine, uoči učlanjenja Crne Gore u NATO, organizovao ovaj opozicioni savez. Od pokretanja portala borba.me, mediji su izvještavali da je više puta saslušan u tužilaštvu zbog objavljenih tekstova. Početkom 2020. godine uhapšen je zbog sumnje da je „izvršio krivično djelo izazivanje panike i nereda objavljivanjem lažnih vijesti da je u vili Gorica, u Podgorici odjeknula eksplozija, bez prethodne provjere informacije“. Uprava policije je, s druge strane, saopštila da ta informacija nije tačna i da je to bio „manji elektro kvar koji je ubrzo saniran“. Zbog sumnje da je počinio isto krivično djelo, uhapšen je i Gojko Raičević, glavni i odgovorni urednik portala in4s.net. Raičević je hapšen i u jesen 2015. godine, tokom prekida protesta DF-a ispred Skupštine Crne Gore, kada je, prema navodima medija, brutalno pretučen.⁶⁸

Za potrebe ovog istraživanja Raičević je kazao da je „portal in4s.net 2008. godine osnovala grupa prijatelja, a da je nevladina organizacija IN4s osnovana 2010. godine, te da je u oba slučaja odgovorno lice i glavni i odgovorni urednik portala“.⁶⁹ U impresumu na sajtu ovog portala njegovo ime nije objavljeno.

65 *Ibid.*

66 Brezar, Aleksandar, PROPAGANDNE MREŽE LAŽI (II): Mediji pod političkim uticajem plasiraju najviše dezinformacija, Analiziraj.ba, 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2YCjBvU>. Pristupano: 26. 6. 2020.

67 Intervju sa Draženom Živkovićem organizovan je onlajn, 30. 6. 2020.

68 PCNEN, Božović: Policija brutalno pretukla urednika portala In4S, 17. 10. 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/2Vza6Ll>. Pristupano: 1. 7. 2020.

69 Intervju s Gojkom Raičevićem organizovan je putem mobilne aplikacije Viber, 30. 6. 2020.

Raičević je, kao predsjednik pokreta „Ne u NATO, ne u rat“ aktivno učestvovao u kampanji protiv učlanjenja Crne Gore u NATO 2015. Na optužbe zagovornika članstva da se „određene nevladine organizacije finansiraju za potrebe anti-NATO kampanje“, Raičević je kazao da njegovu organizaciju ne finansira Rusija niti bilo koja druga strana država.⁷⁰

Nema javno dostupnih podataka o eventualnim subvencijama, grantovima i sponzorstvima niti finansijskih izvještaja objavljenih na sajtovima ova dva medija. Na sajtu borba.me vidljivo je komercijalno reklamiranje. Živković kaže da „nema oglašivače i da su to baneri njegovih rođaka, kumova i prijatelja koji imaju svoje djelatnosti i koji se besplatno reklamiraju“.⁷¹

Borba.me, kako tvrdi Živković, nema redakciju niti svoje prostorije. Tvrdi da se finansira od novca koji je dobio u sudskom sporu kad je tužio dnevni list Dan u kojem je ranije radio.⁷² S druge strane, Raičević kaže da „in4s.net ima prostorije i studio, ali ih ne koriste zbog pritiska policije i tužilaštva“.⁷³ Na ovom portalu postoji prostor za komercijalno oglašavanje, ali Raičević tvrdi da nema oglašivača. Prema njegovim navodima, IN4s je imao poslovni ugovor s preduzećem M-tel, Ministarstvom spoljnih poslova Srbije (Kancelarija za dijasporu) i Ministarstvom kulture Srbije.⁷⁴ Ovaj portal je dobio novac i na konkursu za podsticanje javnog informisanja na srpskom jeziku u zemljama u okruženju koji je raspisao 2018. Pokrajinski sekretarijat za kulturu, javno informisanje i odnose s vjerskim zajednicama Autonomne pokrajine Vojvodine.⁷⁵

U sadržaju se, prema mišljenju naših sagovornika iz stručne javnosti, može prepoznati podsticanje mržnje prema određenim manjinskim grupama, manipulacija činjenicama i fotografijama, revizionizam istorijskih činjenica, kampanje protiv određenih ciljnih grupa i pojedinaca.

In4s.net, koji je među najposjećenijim sajtovima u Crnoj Gori, objavljuje sadržaj koji je često kombinacija različitih novinarskih formi gdje nijesu jasno odvojene činjenice od komentara. U sadržaju se, prema mišljenju naših sagovornika iz stručne javnosti, može prepoznati podsticanje mržnje prema određenim manjinskim grupama, manipulacija činjenicama i fotografijama, revizionizam istorijskih činjenica, kampanje protiv određenih ciljnih grupa i pojedinaca.

Metu su različite manjine (etničke ili vjerske), politički i ideološki protivnici, civilni aktivisti, borci za ljudska prava, internacionalni akteri poput EU, NATO, SAD... Plasiranje ovog sadržaja intenzivira se u predizbornom periodu i prilikom usvajanja nekih važnih političkih odluka ili pitanja koja polarizuju društvo kao što je bio slučaj s učlanjenjem Crne Gore u NATO ili usvajanjem Zakona o slobodi vjeroispovijesti.

70 Portal Analitika, Raičević: Ne finansira nas Rusija, nastavice sa anti-NATO kampanjom, 29. april 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/3dADdVu>. Pristupano: 24. 6. 2020.

71 Intervju s Draženom Živkovićem organizovan je putem mobilne aplikacije Viber, 30. 6. 2020.

72 Ibid.

73 Intervju s Gojkom Raičevićem organizovan je putem mobilne aplikacije Viber, 30. 6. 2020.

74 Ibid.

75 Rezultati konkursa Pokrajinskog sekretarijata za kulturu, javno informisanje i odnose s vjerskim zajednicama Autonomne pokrajine Vojvodine, 2018. Dostupno na: <https://bit.ly/3dOUUpqf>. Pristupano: 1. 7. 2020.

Platforme za provjeru činjenica često dokazuju da u tekstovima in4s.net ima falsifikovanja istorijskih činjenica i izvrtanja istorijskih podataka. Izvor ovih neprovjerenih informacija su ponekad i funkcioneri ili aktivisti političkih partija.

S druge strane, na portalu borba.me često se objavljuju tekstovi koji se baziraju na anonimnim izvorima i ne nude dovoljno informacija da bi se tvrdnje koje su iznesene u toj objavi mogle provjeriti.

Sagovornici uključeni u ovo istraživanje percipiraju ove medije kao medije povezane s opozicionim partijama. Živković to negira tvrdeći da je „borba.me povezana isključivo s njim koji je opoziciono i kritički nastrojen novinar“, dok Raičević tvrdi da „nema saradnje između opozicionih stranaka i in4s.net, ali da je opravdano razmišljanje da su bliži opozicionim nego režimskim strankama“.

U prostoru za komentarisanje sadržaja, bez dodatnog filtriranja, čitaoci vode rasprave koje obiluju problematičnim sadržajem. Prema mišljenju naših sagovornika koje smo intervjuisali kao predstavnike stručne javnosti, dodatno širenje dezinformacija i propagande može biti organizovano i koordinisano od strane različitih interesnih grupa.

Uz to, važan kanal za plasiranje objavljenih informacija su im društvene mreže. In4s.net na Fejsbuku ima oko 30 hiljada pratilaca, a Borba.me oko 13 hiljada. Njihov sadržaj mahom dijele zvanične Fejsbuk stranice opozicionih partija ili stranice sa srpskim ili ruskim predznakom⁷⁶, gdje se ovaj sadržaj dalje komentariše bez moderacije.

3.4. Fejsbuk stranice kao kanali za mržnju

Naši sagovornici iz stručne javnosti ukazuju na problem širenja govora mržnje, dezinformacija i propagande na društvenim mrežama. Njihovo intenzivno korišćenje, posljednjih godina je otvorilo nove kanale za plasiranje sadržaja bez ikakve odgovornosti. Takođe, istraživanja organizacija civilnog društva pokazuju da su posebno u periodu pandemije koronavirusa društvene mreže bile podrška dezinformatorima.⁷⁷ U mnoštvu stranica koje objavljuju problematični sadržaj ističe se nekoliko njih koje nerijetko šire uvredljivi govor ili etiketiraju pojedince. To su, na primjer, fejsbuk stranice poput Starog liberala⁷⁸, Nemojmo politizovati proteste⁷⁹, It was very unpleasant/Psalam 118⁸⁰, Dnevna doza crnogorskih dubioza⁸¹, Milonegro⁸² itd.

76 Nalazi sajta <https://www.crowdtangle.com/>

77 Velimirović, Tijana, *Koriste se vanredne prilike za širenje opasnih narativa, Raskrinkavanje.me*, 2020. Dostupno: <https://bit.ly/3hTfXoS>. Pristupano: 24. 6. 2020.

78 <https://www.facebook.com/StariLiberal/>

79 <https://www.facebook.com/politizovanje/>

80 <https://www.facebook.com/desnarukaAmfilohija/>

81 <https://www.facebook.com/Dnevna-doza-crnogorskih-dubioza-456398734742710/>

82 <https://www.facebook.com/milolunja/>

Te stranice civilni sektor prepoznaje i kao učesnike u kampanji dezinformisanja koja je organizovana povodom usvajanja Zakona o slobodi vjeroispovijesti. One su dijelile tzv. mim sadržaj gdje se „karikaturnim pristupom poruka kompresuje i bez kritičkog sagledavanja daje na konzumaciju, i služile koordinaciji protesta“.⁸³

Sadržaj na ovim stranicama usmjeren je protiv javnih ličnosti – političara i civilnih aktivista protiv kojih se vodi kontinuirana kampanja praćena vizuelnim sadržajem i tekstom koji sadrži uvredljive poruke. Nerijetko se na ovim stranicama nađe i govor mržnje usmjeren protiv etničkih manjina i žena. Takav primjer dogodio se pred kraj pandemije koronavirusa kad je pomoćnik direktora Instituta za javno zdravlje dr Senad Begić „preživio Internet linč“ zbog svog imena i angažmana.⁸⁴

Nije poznato koje organizacije/strukture stoje iza ovih stranica, u čijem su vlasništvu i kako se finansiraju

Ove Fejsbuk stranice u prosjeku imaju od sedam do 22 hiljade pratilaca. Njihove objave korisnici intenzivno dijele i komentarišu što povećava njihovu vidljivost na društvenim mrežama. U komentarima njihovih objava, koji se ne filtriraju, dodatno se širi govor mržnje.

Nije poznato koje organizacije/strukture stoje iza ovih stranica, u čijem su vlasništvu i kako se finansiraju. Prema mišljenju naših sagovornika, na osnovu sadržaja koji plasiraju može se prepoznati da dijele stavove i ideje dominantno desno orijentisanih opozicionih partija i interesnih grupa. Nije poznato da li ih neke partije ili interesne grupe plaćaju.

3.5. Mržnja i dezinformacije u komentarima etabliranih medija

U uredničkom sadržaju etabliranih medija u Crnoj Gori, smatraju naši sagovornici iz stručne javnosti, nema očiglednog govora mržnje. Agencija za elektronske medije posljednje četiri godine izrekla je samo četiri upozorenja zbog uvredljivog govora elektronskim medijima.⁸⁵ Jedan od razloga zašto se etablirani elektronski mediji ne upuštaju u objavljivanje ovakvog sadržaja može biti i stroga regulativa u ovoj oblasti.

S druge strane, u sadržaju etabliranih medija, prema mišljenju dijela naših sagovornika povremeno se širi uvredljivi, provokativni, zapaljivi govor koji se nerijetko bazira i na ličnim uvredama, a koji je često prisutan u formi stava ili komentara autora u medijima. Na takve, pojedinačne slučajeve, ukazivale su i

83 RCTG, Naježda lažnih vijesti, Digitalni forenzički centar, 6. 1. 2020. Dostupno: <https://bit.ly/2VeBgrb>. Pristupano: 24. 6. 2020.

84 Kovačević, Milica, Koprivica Dragan, Mreža dezinformacija i neadekvatna reakcija države, CDT, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2VduRwF>. Pristupano: 24. 6. 2020.

85 Odgovor Agencije za elektronske medije od 4. juna 2020.

organizacije civilnog društva.⁸⁶ Pomoćnica direktora AEM Jadranka Vojvodić o tom pitanju kaže:

“Svi najčitaniji onlajn mediji imaju tekstove koji su provokativnih naslova jer to privlači pažnju. Međutim, granica dozvoljenog govora i ulazak u zonu govora mržnje se rijetko prelazi. Može 'kosa na glavi' da vam se diže kakav je urednički sadržaj, ali kada detaljno testirate formu, kontekst, namjeru i povod, ne možete reći da to nije politički govor ili doprinos debati. I to nije više pitanje koje tretira regulator već bi se takvim sadržajem trebala baviti samoregulacija.”⁸⁷

Međutim, u Crnoj Gori nema jedinstvene samoregulacije i dovoljno odluka samoregulatornih tijela na osnovu kojih bismo mogli suditi koliko etablirani crnogorski mediji poštuju profesionalne standarde. Mišljenje svih naših sagovornika je da etablirani mediji u Crnoj Gori ne uspijevaju da budu dosljedni punoj primjeni profesionalnih standarda.

Iako ne često, dešava se da i oni budu pod lupom platformi koje provjeravaju činjenice.⁸⁸ U poređenju s desno orijentisanim onlajn medijima u Crnoj Gori ili medijima iz regiona, broj „prekršaja“ etabliranih medija je pet do deset puta manji i uglavnom je nastao zbog prenošenja dezinformacija iz drugih izvora bez dodatne provjere tačnosti.

Dio naših sagovornika saglasan je u tome da se prenošenje dezinformacija u ovim medijima događa kao posljedica teške ekonomske situacije, potrebe za većom čitanošću, nedostatka ljudskih kapaciteta i vještina provjere informacija. Oni smatraju da nije u pitanju očigledno sistemsko kreiranje i širenje dezinformacija s jasnom namjerom da se manipuliše čitaocima.

Segment koji se prepoznaje kao najproblematičniji u radu etabliranih medija je neadekvatna moderacija komentara čitalaca u onlajn medijima koji su postali platforma na kojoj se anonimno šire dezinformacije i teorije zavjere. U sadržaju komentara nerijetko se pojavljuje uvredljiv govor na račun različitih etničkih, vjerskih i seksualnih manjina, lične uvrede na račun političkih ili ideoloških protivnika anonimnih komentatora.

Iako može biti organizovano i koordinisano od strane različitih interesnih grupa, nema jasnih dokaza da je komentarisanje na ovim platformama povezano s određenim centrima moći niti da ga podržava i plaća neka politička partija ili druge interesne grupe. Naši sagovornici ukazuju na to da se intenzitet ovih komentara povećava u predizbornom periodu i u kriznim situacijama kad se društvo polarizuje oko nekih važnih pitanja. Dio sagovornika smatra da, iako prisustvo velikog broja komentara može da doprinese povećanju čitanosti

86 Vijesti online, Media centar: Agencija za elektronske medije da zaustavi govor mržnje, 21. 1. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3etR2pX>, Pristupano: 24. 6. 2020.

87 Intervju Jadranka Vojvodić, pomoćnica direktora Agencije za elektronske medije.

88 Platforma Raskrinkavanje.me analizirala je sadržaj i utvrdila da su medijske manipulacije objavljivali i etablirani mediji – CDM – 19 puta, portal Analitika – 12 puta, Vijesti online – osam puta, Dan – osam puta, RTCG portal i TV – osam puta, Antena M – sedam puta, Pobjeda – tri puta. Dostupno na: <https://www.raskrinkavanje.me/mediji>. Pristupano: 23. 5. 2020.

onlajn medija, jedan od razloga zašto se ovakvi sadržaji nedovoljno filtriraju je i nedostatak ljudskih resursa u malim redakcijama.

S problemom širenja mržnje, dezinformacija i propagande u anonimnim komentarima čitalaca, prema mišljenju naših sagovornika, suočavaju se gotovo svi onlajn mediji, a mi ćemo prikazati primjere dva vodeća onlajn medija u Crnoj Gori.

Njihovo vlasništvo vezuje se uglavnom za tradicionalne, štampane medije, kojima oni predstavljaju dodatni interaktivni prostor za privlačenje većeg broja čitalaca.⁸⁹

Vijesti online, čiji je dnevni obim pregleda u odnosu na ostale onlajn medije 21%⁹⁰, posluje u okviru kompanije Daily press d.o.o., kao istoimeni dnevni list. Vijesti online je, tokom pandemije koronavirusa, s postmoderacije prešao i na predmoderaciju.

CafédelMontenegro (CdM), čiji je dnevni obim pregleda 6,5%⁹¹, osnovao je civilni aktivista Boris Darmanović, a kasnije ga je preuzela kompanija Media Nea „ izdavač dnevnih listova Dnevne novine i Pobjeda.⁹² Vlasnik kompanije Media Nea je od 2013. godine (99,9 odsto) kompanija First financial holdings, u vlasništvu grčkog biznismena Petrosa Statisa. Statis je vlasnik kompanije Adriatic Propertis-a i Universal Capital banke. Poznat kao investitor i menadžer nekih od najluksuznijih resorta svjetskog lanca Aman, među kojima i Aman Sveti Stefan i Aman Grand Kanal Venis.⁹³

S problemom širenja mržnje, dezinformacija i propagande u anonimnim komentarima čitalaca, prema mišljenju naših sagovornika, suočavaju se gotovo svi onlajn mediji.

Osnivači Vijesti (Miodrag Perović, Ljubiša Mitrović, Slavoljub Ščekić i Željko Ivanović) ostali su prisutni u vlasničkoj strukturi izdavačke kompanije Daily Press, a suvlasnici su se mijenjali, od njemačke medijske grupacije Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ), koja je držala 50 odsto udjela u kompaniji tokom 2003–2007, do američkog Media Development Investment Fund-a, koji je 2008. godine kupio 25 odsto kompanijskog udjela, i austrijske kompanije Styria Medien AG koja je takođe postala vlasnik 25 odsto udjela 2009. godine.⁹⁴ Nekoliko osoba koje se nalaze u vlasničkoj strukturi Daily press d.o.o. i TV Vijesti navode se i na listi akcionara Lovćen banke⁹⁵. Van medijskog sektora, jedan od vlasnika Miro Perović je osnivač firme „Water group“ u čijem je sastavu fabrika vode „Suza“ i „Bjelasica Rada“. ⁹⁶

89 Brkić, Daniela, *Slaba primjena regulative i nastavak kontrole nad medijima*, Institut za medije Crne Gore, 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/3dvXRWH>. Pristupano: 24. 6. 2020.

90 Hodžić, S. and Petković, B. (2020). *Sustainability of Professional Journalism in the Media Business Environment of the Western Balkans. Report submitted for publication*. Skopje: EU TACSO 3 Project.

91 Ibid

92 Brkić, Daniela, *Slaba primjena regulative i nastavak kontrole nad medijima*, Institut za medije Crne Gore, 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/3dvXRWH>. Pristupano: 24. 6. 2020.

93 Portal Analitika, Statis većinski vlasnik hotela „Maestral“, 7. 7. 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/3etUpwR>. Pristupano: 24. 6. 2020.

94 Ibid.

95 Akcionari Lovćen banke. Zvanični sajt: <https://bit.ly/2Nm5rZk>. Pristupano: 24.06.2020.

96 Mirjačić, Marija, „Suza“ se javila za Bjelasicu radu, *Vijesti online*, 2. 2. 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2B4DcMa>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Ekspertski tim Evropske unije i Savjeta Evrope ukazao je da unakrsna medijska koncentracija vlasništva predstavlja visok rizik u Crnoj Gori.⁹⁷ Bez obzira na to što su finansijski izvještaji nekih vodećih medija dostupni u javnim registrima, naši sagovornici ukazuju da na njihovim sajtovima nema preciznih podataka o vodećim oglašivačima, subvencijama ili sponzorstvima.

Vlada je tokom pandemije koronavirusa finansijski pomogla medije sa 310 hiljada eura direktne pomoći, 300 hiljada odgođenih ili oslobođenih obaveza, 600 hiljada kreditnog fonda u Investiciono-razvojnog fondu, te subvencijama zarada zaposlenih u medijima⁹⁸. Na listi medija koji su dobili pomoć nalaze se i najposjećeniji portali CDM i Vijesti. Nije naveden precizan iznos o pojedinačnoj pomoći koju su dobili. Portal Vijesti korisnik je i grantova EU.⁹⁹ Dnevni list Vijesti i portal Vijesti.me su 2018. ostvarili prihod od 3,08 miliona, pri čemu je udio od prodaje/oglašavanja 2,93 miliona. CDM.me je te godine imao prihod od 210 hiljada, koliko iznosi i udio od prodaje/oglašavanja.¹⁰⁰

Etablirani mediji, koji imaju transparentnu i ustaljenu vlasničku strukturu i ekonomsko poslovanje, i koji koriste javne domaće i međunarodne fondove, imaju dodatnu odgovornost da se ne samo odupiru praksama širenja dezinformacija i govora mržnje u svojim medijima nego da i u medijskoj zajednici predvode samoregulacijske i druge aktivnosti suprotstavljanja tim praksama i trendovima.

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ Vlada Crne Gore, *Vlada finansijski pomogla medijima u toku pandemije koronavirusa*, 14. 6. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2YuByfE>. Pristupano: 24. 6. 2020.

⁹⁹ Hodžić, S. and Petković, B. (2020). *Sustainability of Professional Journalism in the Media Business Environment of the Western Balkans. Report submitted for publication. Skopje: EU TACSO 3 Project.*

¹⁰⁰ *Ibid.*

4. ZAKLJUČCI

Političke, ekonomske i društvene prilike u Crnoj Gori, te komplikovani i kompleksni odnosi s pojedinim zemljama regiona, odrazili su se na medijski ambijent i komunikacijske prakse u ovoj zemlji.

Uz zastarjele propise, nepostojanje adekvatne samoregulacije i neuređeno tržište, u Crnoj Gori su u posljednjih nekoliko godina vidljivi rastući trendovi uvredljivog govora u javnom prostoru koji nerijetko prelazi u govor mržnje, širenje dezinformacija i propagandu.

Taj se sadržaj kreira i plasira kroz više kanala:

- medije koji posluju u zemljama regiona, koji su čitani u Crnoj Gori i koji plasiraju govor mržnje, dezinformacije i propagandu, a čiji sadržaj prenose pojedini onlajn mediji u Crnoj Gori i tako doprinose širokoj rasprostranjenosti neprofesionalnih objava
- pojedine desno orijentisane onlajn medije u Crnoj Gori koje su osnovali/uređuju pojedinci prepoznati kao anti-NATO aktivisti povezani s opozicionim partijama. Njihovi izvori finansiranja nijesu javno dostupni, što onemogućava jasno utvrđivanje veze između objavljenog medijskog sadržaja i izvora finansiranja
- stranice na društvenim mrežama koje u kontinuitetu plasiraju uvredljivi govor i govor mržnje prema javnim ličnostima iz Crne Gore, a za koje nije poznato koje organizacije/strukture stoje iza njih i ko ih finansira.

Imajući u vidu da su regionalni mediji koji objavljuju dezinformacije, govor mržnje i propagandu, ali i crnogorski desno orijentisani mediji među najposjećenijim sajtovima u Crnoj Gori, te da ovi tipovi medija i komunikacijskih praksi intenziviraju objavljivanje neprofesionalnog sadržaja u kriznim političkim i društvenim momentima, neupitan je njihov uticaj na formiranje javnog mnjenja.

S druge strane, otvorenog širenja govora mržnje u etabliranim crnogorskim medijima gotovo da nema, ali odjeljci za komentarisanje u onlajn medijima, uspostavljeni zbog nastojanja medija da se otvore i dopru do velikog broja čitalaca te postignu uspjeh na tržištu, postaju prostor za širenje govora mržnje, teorija zavjere i dezinformacija koje plasiraju anonimni čitaoci.

U odnosu na količinu informacija koju crnogorski mediji dnevno objave i u odnosu na sadržaj koji plasiraju mediji iz regiona koji su čitani u Crnoj Gori, te pojedini desno orijentisani mediji, može se zaključiti da namjerno kreiranje i plasiranje dezinformacija nije praksa etabliranih crnogorskih medija. Takve situacije su incidentne i ne mogu se smatrati namjernim plasiranjem lažnih narativa.

Međutim, nalazi i analize koji su korišćeni za ovo istraživanje, te razgovori s relevantnim sagovornicima iz oblasti medija koje je autorski tim sproveo za ovo istraživanje, ukazuju na to da je poštovanje profesionalnih standarda u etabliranim medijima u opadanju. To posebno dolazi do izražaja u kriznim društvenim i političkim momentima. Dodatan problem je to što dostizanje profesionalnih standarda nije uzročno-posljedično s odlukama oglašivača da se reklamira u nekom mediju.

Vidljivi nedostatak u funkcionisanju medija u Crnoj Gori je neostvarivanje principa pune upravljačke i finansijske transparentnosti.

Za elektronske medije postoji obaveza objavljivanja informacija o vlasničkoj strukturi, dok u pojedinim onlajn medijima nema podataka o vlasniku niti objavljenog impresuma. Iako su finansijski izvještaji etabliranih medija javno dostupni, mediji ne objavljuju precizne podatke o glavnim izvorima finansiranja, o ključnim oglašivačima u komercijalnim medijima, što onemogućava jasno utvrđivanje veze između objavljenog medijskog sadržaja i izvora finansiranja.

5. PREPORUKE

Da bi se trenutna situacija u oblasti funkcionisanja medija unaprijedila, Institut za medije Crne Gore, na osnovu ove urađene analize, izradio je listu preporuka za donosioce odluka, medijsku zajednicu i civilni sektor:

- **Institucije koje su nadležne za sprovođenje zakona** (najprije AEM i Ministarstvo kulture) treba da preduzmu neophodne radnje kako bi omogućile što efikasnije sprovođenje novih zakona i riješile eventualne nedoumice (monitoring onlajn medija, registracija onlajn medija, reakcija u slučaju neregistracije itd.).
- **Nadležne tužilačke institucije** treba da reaguju u slučajevima govora mržnje koji se u kontinuitetu dešava na društvenim mrežama i pojedinačnim Fejsbuk stranicama.
- **Nadležne institucije** treba da se angažuju u poduzimanju mjera protiv širenja dezinformacija i da nađu odgovarajuće rješenje umjesto neprihvatljivog hapšenja osumnjičenih za širenje dezinformacija i pasivnog pristupa problemu dezinformacija.
- Podijeljena **medijska zajednica** dugoročno treba da radi na formiranju jedinstvenog samoregulatornog tijela koje bi ukazalo na primjere širenja govora mržnje, dezinformacija i propagande, te radilo na promociji profesionalnih standarda.
- **Mediji** treba da unaprijede transparentnost i otvorenost – te da na svojim veb stranicama objave detaljne podatke o vlasničkoj strukturi, uredničkoj/novinarskoj strukturi, izvorima finansiranja.
- **Onlajn mediji** treba da preduzmu konkretne mjere kako bi unaprijedili sisteme moderacije komentara na svojim sajtovima i društvenim mrežama i da tako ograniče širenje govora mržnje, dezinformacija i propagande kroz komentare čitalaca.
- **Strukovna udruženja i profesionalne medijske organizacije** treba da kroz projektne aktivnosti pomognu jačanju kapaciteta medija za moderiranje komentara, prepoznavanje propagande, provjeru informacija.
- **Civilni sektor koji se bavi promocijom medijske pismenosti** treba da kroz edukativne kampanje i aktivnosti doprinese podizanju svijesti građana o važnosti profesionalnog medijskog izvještavanja i korišćenja profesionalnih i etičkih medija kao izvora informacija.
- **Platforme za provjeru činjenica** treba da nastave da daju svoj doprinos borbi protiv dezinformacija i propagande i da dodatno ojačaju svoje resurse kako bi mogli sprovesti intenzivniji monitoring i analizu sadržaja medija u Crnoj Gori.

Literatura

Agencija za elektronske medije, *Savjet ograničio reemitovanje pojedinih programskih sadržaja TV Happy i TV Pink M*, 10. februar 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2HsW0nH>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Analize platformi za provjeru činjenica Raskrinkavanje.ba. Dostupno na: www.raskrinkavanje.ba. Pristupano: 23. 5. 2020.

Ana Nenezić, Dragoljub Vuković, *Jednake šanse za sve medije u CG – Godišnji izvještaj za 2016*, CGO, 2017. Dostupno na: <https://bit.ly/2zZhbh0>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Atlanski savez Crne Gore, *Russia's Narratives Toward the Western Balkans: Analysis of Sputnik Srbija*, NATO Stratcom, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2Nn67xD>. Pristupano: 24. 6. 2020.

BIRN, *Media Ownership Monitor*, Beograd, 2017. Dostupno na: <https://bit.ly/3hYSy5h>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Brezar, Aleksandar, *PROPAGANDNE MREŽE LAŽI (II): Mediji pod političkim uticajem plasiraju najviše dezinformacija*, Analiziraj.ba, 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2YCjBvU>. Pristupano: 26. 6. 2020.

Brkić, Daniela, *Slaba primjena regulative i nastavak kontrole nad medijima*, Institut za medije Crne Gore, 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/3dvXRWH>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Čađenović, Ivan, Nikolić, Biljana, „*Određeno zadržavanje: Novinarka FOS-a osumnjičena za izazivanje panike i nereda*“, Vijesti online, 6. 1. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3eu0Tft>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Čađenović, Ivan, Raičević i Živković pušteni da se brane sa slobode, Vijesti online, 13. 1. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3hYu2RS>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Danas.rs, *Istraživanje UNS-a: Novac na konkursima i dalje ide medijima koji krše etiku*, UNS, 25. maja 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/31dl7q2>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Dragan Koprivica, Milica Bogdanović, *Infekcija manipulacijama*, CDT, 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2LWbdQo>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Koprivica, Dragan, Kovačević, Milica, Velimirović, Tijana, *Mreža dezinformacija i neadekvatna reakcija države*, CDT, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2zZ5U0a>. Pristupano: 23. 5. 2020

Vuković, Duško, Uljarević, Daliborka, *Mediji u Crnoj Gori – između zagrljaja vlasti i borbe za profesiju*, CGO, 2020. Dostupno: <https://bit.ly/36pm3l6>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Đurić, Vanja, Savet za štampu: *U drugoj polovini 2019. oko 5.000 slučajeva kršenja kodeksa*, Danas online, 19. 2. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/31bu6rB>. Pristupano: 24. 6. 2020.

FakeNews Tragač, „Alo“ na naslovnim stranama objavio 237 lažnih vesti za godinu dana. Dostupno na: <https://bit.ly/39Rpnhf>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Gluhonjić, Dinko, *Tabloidni napadi na Crnu Goru*, Institut za medije, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2BdYlhK>. Pristupano: 30. 6. 2020.

Hodžić, S. and Petković, B. (2020). *Sustainability of Professional Journalism in the Media Business Environment of the Western Balkans*. Report submitted for publication. Skopje: EU TACSO 3 Project.

IREX, *Media sustainability index 2019*, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2XkNi2w>. Pristupano: 23. 5. 2020.

JUFREX, *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori s preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije 2017*. Dostupno na: <https://bit.ly/2ZvfDWL>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Kovačević, Milica, Koprivica Dragan, *Mreža dezinformacija i neadekvatna reakcija države*, CDT, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2VduRwF>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Krik, *Najmanje 945 lažnih vesti na naslovnicama četiri tabloida u 2019*. Dostupno na: <https://bit.ly/2XlSldM>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Mirjačić, Marija, „Suza“ se javila za Bjelasicu radu, *Vijesti online*, 2. 2. 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2B4DcMa>. Pristupano: 24. 6. 2020.

NDI, *Istraživanje javnog mnjenja*, novembar 2018, Vašington. Dostupno na: <https://bit.ly/2E2dzJA>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Nešić, Milan, *Dončeva: Rusija svojim narativom teži produbljivanju podela na Balkanu*, Glas Amerike. Dostupno: <https://bit.ly/3hWs2d0>. Pristupano: 12. 5. 2020.

Pavlović, Pavle, *Etičke dileme u izvještavanju o izbornim kampanjama koje sadrže elemente govora mržnje*, Institut za medije Crne Gore, 2018. Dostupno na: <https://bit.ly/2AFzZma>. Pristupano: 18. 6. 2020.

PCNEN, Božović: *Policija brutalno pretukla urednika portala In4S*, 17. 10. 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/2Vza6Ll>. Pristupano: 1. 7. 2020.

Pejović, Duška, *Položaj novinarki u crnogorskim medijima*, Društvo profesionalnih novinara Crne Gore, 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/2Nwj1t9>. Pristupano: 26. 6. 2020.

Pejović, Duška, *Rodno ogledalo medija u Crnoj Gori*, UNDP, 2016. Dostupno na: <https://bit.ly/3ewm4NP>. Pristupano: 26. 6. 2020.

Pešić, J., *Igor Žeželj preuzeo 41 medij u Srbiji*, Udruženje novinara Srbije, 18. 1. 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/31aH0pH>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Pešić, J., *Milinčić: Uticaj NATO-a je malign, a ne Sputnjikov*, Cenzolovka.rs, 28. 5. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2Z2z6Mx>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Popović, Peđa, *Mediji: Kako Srbija sponzoriše nasilje i laž*, Noizz.rs, 16. 1. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3846YNe>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Portal Analitika, *Raičević: Ne finansira nas Rusija, nastavićemo sa anti-NATO kampanjom*, 29. april 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/3dADdVu>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Portal Analitika, *Statis većinski vlasnik hotela „Maestral“*, 7. 7. 2015. Dostupno na: <https://bit.ly/3etUpwR>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Predrag Nikolić, *Opstanak medija u doba korone – od lošeg ka gore*, Institut za medije Crne Gore, 8. 5. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2A2zWjs>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Radojević, Vesna, *Više od pola miliona evra za tabloide koji šire lažne vesti*, Raskrikavanje.rs, 13. 2. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3k1n53N>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Radio Slobodna Evropa, *Ambasada SAD: Tri medija u Crnoj Gori dezinformišu po nalogu Kremļa*, 19. novembar 2019. Dostupno na: <https://bit.ly/31u1307>. Pristupano: 23. 5. 2020.

RTCG, *Naježda lažnih vijesti*, Digitalni forenzički centar, 6. 1. 2020. Dostupno: <https://bit.ly/2VeBgrb>. Pristupano: 24. 6. 2020.

RTCG, *EU prepoznala i osudila kampanju dezinformacija*, 20. 2. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2NJJ7ZD>. Pristupano: 30. 6. 2020.

RTCG, *Više od 250.000 eura za podršku medijima*, 20. 3. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2Xopknd>. Pristupano: 24. 5. 2020.

Sindikata medija Crne Gore, *Indikator nivoa medijskih sloboda i bezbjednosti novinara (Crna Gora)*, 2018. Dostupno na: <https://bit.ly/2uc5Ur9>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Šćekić, Radenko, *Osvrt na razvoj propagande*, Podgorica, Matica crnogorska, 2017. Dostupno na: <https://bit.ly/3fEtMWr>. Pristupano: 18. 6. 2020.

Velimirović, Tijana, *Koriste se vanredne prilike za širenje opasnih narativa*, Raskrikavanje.me, 2020. Dostupno: <https://bit.ly/3hTfXoS>. Pristupano: 24. 6. 2020.

Vijesti online, *Media centar: Agencija za elektronske medije da zaustavi govor mržnje*, 21. 1. 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3etR2pX>, Pristupano: 24. 6. 2020.

Vijesti online, *Raičević i Živković pušteni da se brane sa slobode*, 13. januar 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/3esXEEB>. Pristupano: 27. 5. 2020.

Višnja Arandžević, *Da li se u Crnoj Gori zbog diskriminacije diskriminišu srpske televizije*, Cenzolovka.rs, 2020. Dostupno na: <https://bit.ly/2WVD9u7>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Vlada Crne Gore, *Informacija o pomoći komercijalnim i lokalnim radio i TV emiterima, usvojena na sjednici Vlade Crne Gore od marta 2017*. Dostupno na: <https://bit.ly/3ekNW7f>. Pristupano: 24. 5. 2020.

Vučićević, Bojan, *The growing influence of global media in the region*, Media Observatory, 29. 6. 2016. Dostupno na: <https://bit.ly/3i3TAgL>. Pristupano: 24. 6. 2020.

ONLINE REGISTRIRANI:

Pregled najposjećenijih sajtova. Dostupno na: <https://www.alexa.com/topsites/countries/ME>. Pristupano: 13. 5. 2020.

Pregled podataka o transparentnosti vlasništva pružalaca AVM usluga u Crnoj Gori, Agencija za elektronske medije. Dostupno na: <https://bit.ly/2A2XpkJ>. Pristupano: 23. 5. 2020.

Registar elektronskih medija Agencije za elektronske medije. Dostupno na: <https://aemcg.org/emiteri-operatori-i-publikacije/>. Pristupano: 23. 5. 2020.

POPIS INTERVJUA:

Darko Šuković, glavni i odgovorni urednik Antene M, Podgorica, 10. juna 2020.

Dražen Živković, glavni urednik portala Borba.me, putem mobilne aplikacije Viber, Podgorica, 30. juna 2020.

Gojko Raičević, glavni urednik portala in4s.net, putem mobilne aplikacije Viber, Podgorica, 30. juna 2020.

Goran Đurović, direktor Media centra, Podgorica, 12. juna 2020.

Jadranka Vojvodić, pomoćnica direktora Agencije za elektronske medije, Podgorica, 10. juna 2020.

Milica Babić, urednica Jutarnjeg programa RTCG, Podgorica, 5. juna 2020.

Milka Tadić-Mijović, predsjednica Centra za istraživačko novinarstvo), Podgorica, 3. juna 2020

O autorki

Milica Bogdanović je diplomirala novinarstvo na Fakultetu političkih nauka u Podgorici. Profesionalno iskustvo sticala je u medijima i nevladinom sektoru. Ovo istraživanje uradila je kao istraživačica Instituta za medije Crne Gore.

Ova publikacija nastala je kao rezultat istraživačkih aktivnosti na SNAŽNI projektu. Tematski okvir prve serije istraživanja jeste POLITIČKA EKONOMIJA MEDIJA KOJI ŠIRE GOVOR MRŽNJE I PROPAGANDU u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Kosovu, Crnoj Gori, Severnoj Makedoniji, Srbiji i Turskoj.

Projekat „SNAŽNI: Mediji bez mržnje i dezinformacija“ zajedno realizuje devet organizacija koje se bave razvojem medija na Zapadnom Balkanu i u Turskoj, uz finansijsku podršku Evropske unije. Koordinator trogodišnjeg projekta je Mreža Jugoistočne Evrope za profesionalizaciju medija (SEENPM). Partneri na projektu su: Albanski medijski institut iz Tirane, Mediacentar Sarajevo, Kosovo 2.0 iz Prištine, Institut za medije Crne Gore iz Podgorice, Makedonski institut za medije iz Skoplja, Novosadska novinarska škola iz Novog Sada, Mirovni institut iz Ljubljane i Bianet iz Istanbula.