



South East European Network  
for Professionalization of Media

# VIŠE MEDIJA, VIŠE IZAZOVA ZA NOVINARE I NOVINARKE

Budućnost medija u Crnoj Gori  
– stanje i trendovi

Milica Bogdanović

**NAŠI MEDIJI:**

Inicijativa za unapređenje medijske pismenosti, dijalog i aktivizam



South East European Network  
for Professionalization of Media

## NAŠI MEDIJI:

Inicijativa za unapređenje medijske pismenosti, dijalog i aktivizam

## VIŠE MEDIJA, VIŠE IZAZOVA ZA NOVINARE I NOVINARKE

Budućnost medija u Crnoj Gori – stanje i trendovi

Autorka: Milica Bogdanović

Urednica, voditeljica regionalnog istraživanja: Brankica Petković

Istraživačica: Teodora Đurnić

Lektorka: Lida Vukmanović-Tabaš

Grafički dizajn: Špela Kranjec

Izdavači:

Institut za medije Crne Gore, Podgorica

Fondacija "Mediacentar", Sarajevo

Podgorica, januar 2025.



Institut za medije Crne Gore  
Montenegro Media Institute



**MEDIACENTAR**  
SARAJEVO



*Ova publikacija je urađena uz finansijsku podršku Evropske unije.  
Izradu je kofinansiralo Ministarstvo javne uprave Crne Gore. Sadržaj je isključivo  
odgovornost autorke i izdavača i ne odražava nužno stavove Evropske unije.*

# SADRŽAJ

<b>SAŽETAK</b>	<b>4</b>
<b>I. UVOD</b>	<b>6</b>
<b>II. OPŠTI PODACI O CRNOJ GORI</b>	<b>8</b>
<b>III. BUDUĆNOST NOVINARSTVA</b>	<b>9</b>
<b>IV. BUDUĆNOST MEDIJA</b>	<b>12</b>
4.1. KONCEPT MEDIJA	12
4.2. MEDIJSKO OKRUŽENJE	13
4.3. MEDIJSKO VLASNIŠTVO	14
4.4. FINANSIRANJE MEDIJA	16
4.5. MEDIJSKA REPREZENTACIJA	19
4.6. PARTICIPACIJA U MEDIJIMA	20
<b>V. BUDUĆNOST UPOTREBE MEDIJA I POVJERENJE U MEDIJE</b>	<b>21</b>
5.1. UPOTREBA MEDIJA	21
5.2. POVJERENJE U MEDIJE	23
<b>VI. BUDUĆNOST DEMOKRATIJE</b>	<b>25</b>
<b>VII. ZAKLJUČAK</b>	<b>28</b>
LITERATURA I IZVORI	30
O AUTORKI	32

# SAŽETAK

Izazovi s kojima se mediji širom svijeta suočavaju usljed ubrzanog razvoja tehnologije, promjene medijskih navika građana, pada povjerenja u medije, te krize novinarstva i rastućeg trenda dezinformacija, prisutni su i u Crnoj Gori. No, crnogorska specifičnost su i krizna politička dešavanja koja traju od 2020. godine, od smjene dugogodišnje vladavine Demokratske partije socijalista (DPS), antidemokratske i antievropske tendencije dijela vladajućih stranaka, jak uticaj Srpske pravoslavne crkve koji se odražava na cjelokupan politički i društveni ambijent. Medijska scena se suočava s nizom problema koji su prepoznati kroz ovo istraživanje:

- Procjenjuje se da u Crnoj Gori radi oko 1800 medijskih radnika. Tačan broj novinara i novinarki, kao ni broj onih koji su dobili otkaz ili napustili profesiju u posljednjih 10 godina, međutim, nije poznat. Nedostatak podataka otežava detaljan uvid u stanje u oblasti novinarstva, kao i izvođenje zaključaka o budućnosti medija.
- Više od polovine zaposlenih u medijima prima platu manju od prosječne (ispod 800 eura). No, novinari su sindikalno organizovani i, uz podršku medijskih organizacija, nastavljaju da se bore za bolji položaj, te imaju priliku da se dodatno edukuju.
- U 2023. godini zabilježeno je 16 napada na novinare/novinarke. Iako je fizičkih napada manje nego prije, povećao se broj onlajn prijetnji.
- Samoregulatorni mehanizmi su slabi i s ograničenim kapacitetima. Mediji su odnedavno obavezni da razviju internu samoregulaciju ukoliko žele novac iz Fonda za pluralizam medija. To može biti šansa za izgradnju jače samoregulacije.
- Procjenjuje se da trenutno ima oko 230 medija i da se taj broj skoro duplirao u odnosu na protekle godine. Dio stručne javnosti upozorava na to da pluralizam medija nužno ne predstavlja kvalitet, već da se novi mediji pokreću radi ostvarivanja političkog uticaja što je trend koji bi se mogao nastaviti.
- Medijska scena je pod jakim stranim uticajem, dominantno iz Srbije. Vlasnici četiri od pet televizija s nacionalnom frekvencijom su iz Srbije, dok su dvije od tri novina u stranom vlasništvu, što informativni prostor i malo crnogorsko medijsko tržište čini ranjivim na uticaj svega nekoliko kompanija i s njima povezanih političkih uticaja iz susjedne države.

- Vrijednost tržišta oglašavanja u Crnoj Gori procjenjuje se između 11,7 i 12 miliona eura. Najveći oglašivači su teleoperateri, a najveći udio, oko 50 odsto oglašavanja ide televizijama. To je trend koji se posljednjih godina ne mijenja. Komercijalni mediji, osim od oglašavanja, novac dobijaju iz Fonda za medijski pluralizam i kroz državnu pomoć. Ukupan iznos tih sredstava u 2023. bio je 1,23 miliona eura, što je više nego prethodnih godina.
- Javni servis Radio-televizije Crne Gore (RTCG) ima obezbijeđeno finansiranje iz državnog budžeta. Taj medij je pod jakim političkim uticajem vladajućih stranaka, a generalni direktor je, uprkos odlukama suda o nezakonitom izboru, reizabran na tu dužnost.
- Udio žena u upravljačkim tijelima RTCG i nacionalnog regulatora Agencije za audio-vizuelne medijske usluge (AMU)<sup>1</sup> je mali. Mediji manjinskih naroda finansiraju se novcem iz Fonda za zaštitu i ostvarivanje prava manjina, a njihov sadržaj je pod uticajem manjinskih organizacija.
- Preko polovine građana i građanki Crne Gore vjeruje onome što mediji objavljuju. Evidentan je trend pada povjerenja u medije.
- Crna Gora ima Medijsku strategiju i izmijenjene medijske zakone koji ne daju adekvatan odgovor na nekoliko ključnih izazova u medijskoj zajednici i nijesu u potpunosti usklađeni s evropskom regulativom, što znači da se uskoro mogu očekivati nove izmjene.
- AMU i organizacije civilnog društva bave se promocijom medijske pismenosti. Medijska pismenost je izborni predmet u osnovnim i srednjim školama. Preko 90 odsto građana i građanki smatra da je medijska pismenost važna.
- Međunarodna istraživanja koja prate stanje u oblasti demokratije, vladavine prava, percepcije korupcije i medijskih sloboda, pokazuju napredak u odnosu na prethodne godine, ali trenutno stanje u oblasti medija i novinarstva ne najavljuje svijetlu budućnost.

---

<sup>1</sup> Usvajanjem Zakona o audio-vizuelnim medijskim uslugama, Agencija za elektronske medije (AEM) je u septembru 2024. postala Agencija za audio-vizuelne medijske usluge.

# I.

## UVOD

Ubrzani razvoj tehnologije, promjene medijskih navika građana/građanki i način na koji se informišu, pad povjerenja u medije, kriza novinarstva i rastući trend dezinformacija koje su potpomognute razvojem alata vještačke inteligencije, nameće pitanje o budućnosti medija. Iako su to izazovi s kojima se trenutno suočavaju sve zemlje koje teže razvijenoj demokratiji, crnogorska stvarnost pogled u budućnost ne čini optimističnim.

Posljednjih godina crnogorsko društvo se suočava s nestabilnom političkom situacijom koja podstiče širenje dezinformacija, propagande i govora mržnje. Medijsko tržište, inače malo, odnedavno je karakteristično po jakom stranom uticaju u vlasničkim strukturama najuticajnijih medija. Medijska strategija i izmijenjeni medijski zakoni usvojeni su tokom 2024. godine. Ti dokumenti nijesu adekvatno tretirali pitanje stranog uticaja u medijima niti problem širenja dezinformacija. Evropska komisija (EK) naglasila je da treba obezbijediti dosljednu primjenu svih medijskih zakona u vezi s medijima i insistirati na politici nulte tolerancije prema bilo kojem obliku pritiska ili uznemiravanja novinara/novinarke, uključujući pritisak od javnih zvaničnika.<sup>2</sup> Slabe tačke u oblasti medija i dalje ostaju neučinkovita samoregulacija, loš socio-ekonomski položaj medijskih radnika i neriješeni napadi na novinare/novinarke i medije. EK je upozorila na to da se Radio-televizija Crne Gore (RTCG) mora zaštititi od bilo kakvog oblika neprimjerenog uticaja na uredničku, institucionalnu ili finansijsku nezavisnost, te da mora u potpunosti poštovati zakon i najviše standarde profesionalnog integriteta i odgovornosti.<sup>3</sup>

Stoga je Institut za medije Crne Gore proveo istraživanje u oblasti medija kroz nekoliko segmenata – budućnost novinarstva, budućnost medija kroz sam koncept, okruženje, vlasništvo, finansiranje, predstavljanje i participaciju, te budućnost korišćenja medija i povjerenje. Svaki segment sadržao je pitanja koja daju uvid u trenutno stanje i trendove u toj oblasti.

S obzirom na to da je stanje u oblasti medija direktno povezano s ukupnim stanjem u oblasti demokratije, jedan od segmenata za analizu budućnosti medija je i razvoj demokratije koji smo ocjenjivali kroz grupu indikatora.

**Crnogorsko medijsko tržište je malo i odnedavno je karakteristično po jakom stranom uticaju u vlasničkim strukturama najuticajnijih medija.**

2 Evropska komisija, Izvještaj o napretku Crne Gore, 2024. Dostupno na: <https://shorturl.at/RVGEL>

3 *Ibid.*

Istraživanje se sprovodi na sljedeći način:

Prva faza – prikupljanje podataka u periodu april – avgust 2024. godine koji se odnose na period do 2023. godine. Podaci i informacije prikupljeni su kroz analizu propisa, etičkih kodeksa, javno dostupnih relevantnih istraživanja i analiza međunarodnih i domaćih institucija i organizacija u oblasti medija i demokratije, kao i odluka regulatornih i samoregulatornih tijela. Takođe, podaci su prikupljeni kroz upite institucijama u oblasti medija i demokratije, medijskim organizacijama, regulatornim i samoregulatornim tijelima i medijima. U ovoj fazi, istraživači su od institucija nesmetano dobili tražene informacije, dok mediji na upite nijesu odgovorili. Izostanak odgovora može ukazati i na manjak svijesti medija o važnosti analitičkog sagledavanja njihove pozicije u budućnosti.

Druga faza – prikupljene podatke i analizu, istraživači će koristiti tokom 2025. godine kao polazište za kvalitativno istraživanje o budućnosti medija koje će biti dopunjeno nalazima iz intervjua i fokus grupa s medijskim profesionalcima i drugim relevantnim akterima iz Crne Gore.

Ovaj kratak pregled prati opsežan skup podataka koji je prikazan zasebno<sup>4</sup>, a može istraživačima i aktivistima u ovoj oblasti poslužiti kao dokaz i inspiracija za buduće aktivnosti i inicijative. Naš je cilj da ovom analizom damo doprinos raspravi o budućnosti medija i razvoju demokratije u Crnoj Gori. Ovo istraživanje je značajno za jačanje kapaciteta medijskih organizacija civilnog društva i drugih medijskih aktera posvećenih rješavanju izazova u medijskom sektoru. Istraživanje o budućnosti medija sprovedeno je istovremeno u svim zemljama Zapadnog Balkana i u Turskoj radi identifikacije i analize trenutnog stanja i novih trendova u medijima, novinarstvu i demokratiji.

U prvom dijelu istraživanja, sprovedenom od aprila do septembra 2024. godine, prikupljen je i analiziran veliki set podataka o novinarstvu, medijskom ambijentu, vlasništvu i finansijama, medijskoj reprezentaciji i participaciji, korišćenju medija, povjerenju u medije i demokratiji na nivou svake zemlje. Identifikovani trendovi, rizici i mogućnosti biće dalje analizirani kroz intervjue i fokus grupe s različitim akterima u drugom dijelu istraživanja 2025. godine, što će rezultirati preporukama za očuvanje novinarstva, medija i demokratije. Istraživanje je dio regionalnog projekta „Naši mediji – Inicijativa za unapređenje medijske pismenosti, dijalog i aktivizam“, koji sprovodi devet medijskih organizacija sa Zapadnog Balkana, iz Turske i iz Slovenije u periodu od 2023. do 2026. godine.

---

4 Skup svih podataka koji se odnose na medije u Crnoj Gori dostupan je na stranici.

## II.

# OPŠTI PODACI O CRNOJ GORI

Crna Gora ima 633.158 stanovnika. U ukupnoj populaciji mladi od 15 do 27 godina čine 21 odsto. Više od pola stanovništva ima završenu srednju školu, dok 17 odsto ima više ili visoko obrazovanje. Nepismeno je 1,5 odsto populacije starije od 10 godina. Više je nepismenih žena nego muškaraca. Bruto domaći proizvod po stanovniku u 2023. godini iznosio je 10.998 eura, dok je u 2022. godini iznosio 9.598 eura. Prosječna bruto zarada iznosi 1.018 eura, dok je neto 814. U odnosu na isti period 2022. prosječna neto plata uvećala se za 12 odsto. Ekonomski stručnjaci upozoravaju na to da brzi rast plata može uticati na inflaciju i destabilizovati javne finansije u Crnoj Gori.

Tabela 1: **OPŠTI PODACI O DRŽAVI**

<b>Ukupan broj stanovnika u 2023.</b>	633.158
<b>Stopa pismenosti stanovništva u 2023.</b>	nepismeni čine 1,5% populacije starije od 10 godina
<b>BDP po glavi stanovnika u 2023.</b>	11.700 EUR
<b>Prosječna plata u 2023.</b>	814 EUR (neto)

Izvori: Uprava za statistiku, Popis stanovništva, 2023; Epale Crna Gora, Nepismenost – Izazov 21. vijeka, 2017; Uprava za statistiku, Kvartalni bruto domaći proizvod Crne Gore, 2023; Uprava za statistiku, Prosječne zarade, 2023. Višnjić, Borislav, Rizik od inflacije zbog brzog rasta plata, BIRN Crna Gora, 30. 10. 2024.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Za detaljnu listu podataka, pogledajte bazu podataka dostupnu na:



### III.

# BUDUĆNOST NOVINARSTVA

U Crnoj Gori je 2023. godine radilo oko 1800 medijskih radnika. U evidenciji Zavoda za zapošljavanje Crne Gore trenutno je 10 nezaposlenih novinara, dok na posao čeka 87 osoba školovanih u oblasti sportskog novinarstva, komunikacija i sličnih profesija. Taj broj se u posljednje tri godine formalno nije značajno mijenjao. Međutim, medijske organizacije godinama pokušavaju utvrditi stvarno stanje – tačan broj zaposlenih, broj novinara koji je napustio profesiju u posljednjih deset godina i broj onih koji su dobili otkaz. Međutim, statistika Uprave za statistiku i statistika Poreske uprave se razlikuju, a mediji odbijaju da saopšte ove podatke. Zbog nedostatka podataka nije moguć detaljan uvid u stanje u oblasti novinarstva, a izvođenje zaključaka o budućnosti je otežano.

Novinari se školuju na Univerzitetu Crne Gore (UCG) – Fakultet političkih nauka, i na Univerzitetu Donja Gorica (UDG) – Fakultet za komunikacije i medije. Na ove fakultete se u 2023. upisao 51 student. Na UDG-u je od 2012. godine diplomiralo 33 studenta, dok je na UCG od 2014. godine diplomiralo njih 290. Socio-ekonomski položaj zaposlenih u medijima je loš. Više od polovine zaposlenih u medijima prima platu manju od prosječne, što znači da primaju manje od 800 eura. Nema podataka o tome da li se plata u javnim medijima razlikuje od prosječnih plata u privatnim medijima. Samo Radio-televizija Crne Gore (RTCG) i lokalna radio-televizija Budva imaju kolektivni ugovor za zaposlene. Više od polovine medijskih radnika u Crnoj Gori, uključujući i radnike RTCG, ali i nekih od najvećih privatnih medija, sindikalno su organizovani i učlanjeni u Sindikat medija Crne Gore. Sindikat medija i Društvo profesionalnih novinara imaju dostupne servise podrške i pomoći medijskim radnicima. Institut za medije Crne Gore i druge organizacije civilnog društva često organizuju programe za usavršavanje novinara/novinarki.

**Socio-ekonomski položaj zaposlenih u medijima je loš, više od polovine njih prima platu manju od prosječne.**

Nesigurno okruženje godinama opterećuje rad novinaran. U 2023. godini zabilježeno je 16 napada na novinare/novinarke. Nije bilo fizičkih napada, ali zato raste broj onlajn prijetnji. Novinarke su sve češće meta napada. SLAPP tužbe nijesu prepoznate u crnogorskom pravnom sistemu, niti postoji mehanizam za zaštitu od njih. Ipak, postoje slučajevi protiv novinara koji se mogu opisati kao SLAPP. Ti slučajevi često uključuju nepravedne tužbe sa ciljem da učutkaju kritičare i obeshrabre slobodu medija. U Crnoj Gori nedostaje adekvatna pravna zaštita za novinare suočene s ovim problemom.

Samoregulacija počiva na Kodeksu novinara i novinarki Crne Gore koji prihvataju svi mediji. Kodeks je zastario i ne daje smjernice medijima kako da se izbore s izazovima u digitalnom okruženju, poput moderacije sadržaja i upravljanja društvenim mrežama, borbe protiv dezinformacija, provjere istinitosti u reklamnom sadržaju, vještačke inteligencije i s mnogim drugim pitanjima. Samoregulacija nije adekvatna. Postojeća samoregulatorna tijela, u skladu sa svojim ograničenim kapacitetima, trude se da doprinose promociji i poštovanju Kodeksa novinara i novinarki. Godinama primaju relativno mali broj žalbi. Rijetko su proaktivni i javnost ih još nije prepoznala kao samoregulatorne autoritete u medijskoj zajednici.

Nedavnim izmjenama Zakona o medijima, mediji će biti u obavezi da razviju samoregulatorne mehanizme ako žele aplicirati za novac kod Fonda za medijski pluralizam. Ukoliko se ova odredba bude kvalitetno primjenjivala u praksi, mogla bi doprinijeti jačoj samoregulaciji u budućnosti. Međutim, postoji opravdana bojazan da će mediji ovu odredbu sprovoditi pro forme da bi dobijali novac iz budžeta. Dodatan izazov predstavlja i nedostatak volje i kapaciteta unutar medijske zajednice za uspostavljanjem jače samoregulacije koju bi građani prepoznali kao autoritet i kojoj bi s povjerenjem upućivali žalbe. Nedavnim izmjenama Zakona o medijima propisana je bolja zaštita novinarskih izvora. Za razliku od prethodnog kritikovanog rješenja po kojem je novinar na zahtjev tužilaštva u određenim situacijama dužan da otkrije izvor, sada je dužan da to uradi samo na zahtjev suda.

Međutim, pitanja poput zaštite od praćenja i ugradnje softvera za nadzor u digitalnim uređajima i alatima koje novinari koriste nijesu predmet rasprave u novinarskoj zajednici. Još nijesu počele opsežne rasprave ni o drugim pitanjima važnim za rad medijske zajednice, poput novog zakonodavstva EU u oblasti medija i vještačke inteligencije.

Tabela 2: **PODACI O NOVINARIMA I NOVINARSTVU**

<b>Ukupan broj novinara u 2023.</b>	1.800 medijskih radnika
<b>Broj nezaposlenih novinara u 2023.</b>	10
<b>Broj studenata novinarstva (i komunikologije i medijskih studija) u školskoj u 2023/2024. godini</b>	51
<b>TREND u posljednje tri godine (rastući, opadajući, ostao je isti broj studenata)</b>	ostaje isti
<b>Prosječna plata novinara u 2023.</b>	450–830 EUR
<b>Broj napada na novinare (i medije) u zemlji u 2023 (uključujući prijetnje, intimidaciju, kampanje difamacije, fizičke napade)</b>	16
<b>TREND u posljednje tri godine (rastući, opadajući, ostao je isti broj napada na novinare)</b>	rastući
<b>TREND u posljednje tri godine (broj žalbi relevantnim samoregulatornim tijelima povećava se, smanjuje ili ostaje isti)</b>	ostaje isti

Izvori: IREX, Vibrant Information Barometer, 2023; Dnevni list *Dan*, Novinari u kandžama ekonomske i fizičke nesigurnosti, 2023; Bogdanović, Milica, Slabi mehanizmi i zastarjeli Etički kodeks, Institut za medije, 2023; Odgovor Zavoda za zapošljavanje Crne Gore na upit iz juna 2024; Odgovor Sindikata medija na upit iz juna 2024; Odgovor samoregulatornog tijela i medijskih ombudsmana na upit iz juna 2024; Odgovor Univerziteta Donja Gorica i Fakulteta političkih nauka na upit iz juna 2024; Đukić, Đorđe, SLAPP tužbe – šamar čuvarima javne riječi, Autonomija, 2023.

## IV.

# BUDUĆNOST MEDIJA

### 4.1. KONCEPT MEDIJA

Zakon o medijima sadrži definiciju medija kao pružaoca usluga proizvodnje i širenja medijskog sadržaja namijenjenog neodređenom broju ljudi, koji imaju uređivačku kontrolu ili nadzor nad tim sadržajem i prate profesionalne i etičke standarde. Širenje medijskog sadržaja podrazumijeva svaki oblik njegovog emitovanja, objavljivanja ili distribucije, bez obzira na tehnološku platformu, dok se medijskim sadržajem smatra sadržaj koji je objavljen u mediju u obliku informacije, analize, komentara, mišljenja, kao i autorskog rada u tekstualnom, audio, audio-vizuelnom ili drugom obliku, radi informisanja i zadovoljavanja kulturnih, obrazovnih i drugih potreba javnosti.

Takođe, Zakon prvi put definiše i novinara kao fizičko lice koje se bavi prikupljanjem, obradom, oblikovanjem, razvrstavanjem, uređivanjem ili drugom vrstom intervencije na informacijama koje se objavljuju u medijima, a koje novinarsku djelatnost obavlja kao zaposleni ili na drugi način angažovani u mediju ili kod osnivača medija u Crnoj Gori ili inostranstvu ili koje tu djelatnost obavlja kao slobodno zanimanje. Dio stručne javnosti smatrao je da nije potrebno zakonski definisati ko je novinar.

Tabela 3: **PODACI O KONCEPTU MEDIJA**

Definicija medija utvrđena je u nacionalnoj regulativi. DA/NE	DA
Definicija/koncept medija i pravne obaveze proizašle iz pravne definicije medija bile su predmet javne rasprave i osporavanja argumenata. DA/NE	NE

Izvor: Član 3 Zakona o medijima („Službeni list CG“, broj 054/2024 od 11. 6. 2024. godine)

## 4.2. MEDIJSKO OKRUŽENJE

Broj medija u Crnoj Gori duplirao se u posljednje tri godine, a procjena je da ih trenutno ima oko 230. Dio stručne javnosti upozorava da taj pluralizam medija nužno ne predstavlja kvalitet već da se novi mediji, u vrijeme kontinuirane političke krize, pokreću radi ostvarivanja političkog uticaja te da je to trend koji bi se u području medija u Crnoj Gori mogao nastaviti. Javnih medija (Radio-televizija Crne Gore i lokalne radio i TV stanice) ima 27, dok je komercijalnih radio i TV stanica 41. Broj dnevnih novina se u odnosu na 2022. smanjio, jer je jedan list ugašen 2022. godine i sad izlaze tri (*Dan, Pobjeda, Vijesti*). Postoje dva nedjeljnika i 20 regionalnih listova. Trenutno osam televizija (RTCG s tri kanala, *Vijesti, Adria, Prva, Nova M, TV E, TV Pljevlja, TV Nikšić*) ima nacionalnu pokrivenost što je duplo više nego 2021. godine. Uz to, postoji i 10 radio-stanica koje imaju nacionalnu pokrivenost (RTCG s dva programa, *D plus, Elmag, Play, Arena Radio, TDI, Srpski, Fatih, Svetigora*). Broj onlajn medija kontinuirano raste tako da sad postoji oko 120 registrovanih. Procjene su da još približno 15 medija radi bez evidencije. Neki od njih prepoznati su kao izvor dezinformacija i spornog govora. Ne postoji institucija koja je nadležna za monitoring onlajn medija. Da bi se ograničio prostor za djelovanje neregistrovanih medija, Zakonom o medijima propisana je zabrana institucijama i državnim kompanijama da se oglašavaju u neregistrovanim medijima.

Tabela 4: **PODACI O MEDIJSKOM OKRUŽENJU**

Ukupan broj medija u zemlji u 2023.	oko 230
TREND u posljednje tri godine (rastući, opadajući ili ostaje isti broj medija u zemlji)	raste
Ukupan broj javnih medija u zemlji (nacionalno, lokalno) u 2023.	27
Ukupan broj privatnih, komercijalnih medija u zemlji u 2023.	41 (radio i TV)
Ukupan broj neprofitnih medija u zemlji u 2023.	3 (radio)
Ukupan broj dnevnih novina u zemlji u 2023.	3
TREND u posljednje tri godine (raste, opada ili ostaje isti ukupan broj dnevnih novina)	opada

Ukupan broj TV kanala s nacionalnom pokrivenošću, s informativnim sadržajem, u zemlji u 2023.	8
TREND u posljednje tri godine (raste, opada ili ostaje isti ukupan broj TV kanala s nacionalnom pokrivenošću)	raste
Ukupan broj onlajn medija u zemlji u 2023.	120
TREND u posljednje tri godine (raste, opada ili ostaje isti ukupan broj onlajn medija)	raste

Izvor: TV E, emisija „Građanski ugao“ iz 2024. godine; Odgovor Sindikata medija iz juna 2024. godine; Odgovor Ministarstva kulture i medija iz juna 2024. godine; Odgovor Agencije za elektronske medije iz juna 2024.

### 4.3. MEDIJSKO VLASNIŠTVO

Medijsko vlasništvo u Crnoj Gori jedno je od najizazovnijih pitanja koja opterećuju medijsku zajednicu. Zakon propisuje obavezu da se podaci o vlasničkoj strukturi objavljuju, ali odsustvo regulacije kojom bi se ograničilo strano vlasništvo u medijima ima negativan uticaj na tržište i demokratiju u Crnoj Gori. Malo crnogorsko tržište postalo je plodno tlo za strane vlasnike, u najvećoj mjeri iz Srbije. U stranom vlasništvu su dvije od tri novine i četiri od pet televizija s nacionalnom frekvencijom, što informativni prostor i crnogorsko medijsko tržište čini ranjivim na uticaj svega nekoliko kompanija i s njima povezanih političkih uticaja iz susjedne države. Vlasnici dvije najveće grupacije su United Media Group (Dragan Šolak iz Srbije) – vlasnik TV *Vijesti* i nezavisnog dnevnika *Vijesti* koji uključuje dnevnu novinu i portal *Vijesti onlajn*, dok je vlasnik dnevnog lista *Pobjeda*, portala *CDM* i *Analitika* Petros Stasis, biznismen iz Grčke. Vlasnik *Nove M* je indirektno United Media Group preko njihove firme Direct Media, dok je vlasnik *Prve TV* Kopernikus (Srđan Milovanović iz Srbije). Informacije o vlasnicima dostupne su na stranici nacionalnog regulatora, ali istraživači ukazuju na to da za nekoliko krajnjih vlasnika ne postoje javno dostupne informacije o njihovim biografijama, niti su poznati javnosti, što izaziva sumnju u vezi s prikrivanjem vlasništva.

Tabela 5: **PODACI O MEDIJSKOM VLASNIŠTVU**

<b>Imena tri najveća vlasnika medija (vlasnika najvećeg broja medija i/ili medija s najvećim uticajem i udjelom u oglašivačkom tržištu) i informacije o zemlji porijekla</b>	Dragan Šolak (Srbija) Petros Stasis (Grčka) Srđan Milovanović (Srbija)
<b>TREND u posljednje tri godine: lista tri najveća vlasnika medija u zemlji se promijenila. DA/NE</b>	DA
<b>Koncentracija vlasništva medija je regulisana u zemlji. DA/NE</b>	DA
<b>Transparentnost medijskog vlasništva je regulisana zakonom? DA/NE</b>	DA
<b>Vlasništvo medija je transparentno u zemlji (objavljene su kredibilne informacije o tome ko posjeduje medije). DA/NE/DJELIMIČNO</b>	DJELIMIČNO

Izvor: Član 14 Zakona o medijima („Službeni list CG“, broj 054/2024 od od 11. 6. 2024); BIRN, Monitoring medijskog vlasništva u Crnoj Gori, 2023.

#### 4.4. FINANSIRANJE MEDIJA

RTCG finansirala se iz državnog budžeta sa 0,3 odsto BDP-a, što je u 2023. iznosilo 17,2 miliona eura. Nedavnim izmjenama Zakona taj procenat povećan je na 1,34% tekućeg budžeta. Ovaj javni servis je pod snažnim političkim uticajem vladajućih stranaka što je pokazalo usvajanje finalne verzije Zakona o RTCG. Ministarstvo kulture i medija predložilo je pooštrene kriterijume za izbor generalnog direktora javnog servisa, ali je kabinet predsjednika Vlade u finalnoj verziji koja je dostavljena Parlamentu izmijenio taj prijedlog i snizio kriterijume. Sudovi su u posljednje četiri godine donijeli sedam presuda da je izbor generalnog direktora RTCG Borisa Raonića bio nezakonit, ali ga je Savjet ove medijske kuće, na osnovu novog Zakona o RTCG, ponovo izabrao na tu funkciju. EK je upozorila na to da se javni servis mora zaštititi od bilo kakvog oblika neprimjerenog uticaja na uredničku, institucionalnu ili finansijsku nezavisnost, te da mora u potpunosti poštovati zakon i najviše standarde profesionalnog integriteta i odgovornosti.<sup>6</sup>

Nema objektivnih i metodološki usklađenih podataka o vrijednosti tržišta oglašavanja i udjelu različitih vrsta medija.

Lokalni javni servisi finansiraju se iz budžeta lokalnih samouprava, ali objedinjeni podaci o finansijama kojima raspolažu nijesu dostupni. Novim izmjenama Zakona propisan je udio budžeta lokalnih samouprava za lokalne javne servise.<sup>7</sup>

Komercijalni mediji, osim od oglašavanja, dobijaju novac iz Fonda za medijski pluralizam (koji dijeli Agencija za elektronske medije i Ministarstvo kulture i medija) i kroz državnu pomoć. Ukupan iznos ovih sredstava u 2023. bio je 1,23 miliona eura i veći je nego ranijih godina.

Dio medija finansira se i od donacija međunarodnih donatora. Jednostavnom pretragom veb stranica medija nijesmo uspjeli pronaći informacije o međunarodnim donacijama. Dostupna istraživanja pokazuju da je za razvoj medija i podršku novinarstvu u 2023. donirano 327.198 dolara kroz nekoliko programa.

Nema objektivnih i metodološki usklađenih podataka o vrijednosti tržišta oglašavanja i udjelu različitih vrsta medija. No, interna procjena vodeće marketinške agencije u Crnoj Gori pokazuje da je vrijednost tržišta između 11,7 i 12 miliona eura. Ta procjena uključuje sve lokalne medije i kanale oglašavanja, ali ne i troškove oglašavanja na globalnim platformama Google i Meta koji bi mogli iznositi i preko pola miliona eura. Tržište oglašavanja je nakon velikog pada tokom epidemije koronavirusa 2020. i 2021, u posljednje dvije godine ostvarilo trend rasta 5–10 odsto, a procjena je stručnjaka da

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> Član 49 Zakona o audio-vizuelnim medijskim uslugama („Službeni list CG“, broj 054/24 od 11. 6. 2024).



će se taj trend nastaviti. Najveći oglašivači su teleoperateri (Mtel, Telekom, One). Najveći udio, oko 50 odsto oglašavanja ide televizijama i taj trend se posljednjih nekoliko godina ne mijenja.

Institucije imaju zakonsku obavezu da objavljuju informacije o sredstvima iz javnih prihoda koja su dodijelili medijima za sponzorisanje medijskih sadržaja, oglašavanje i pružanje drugih ugovorenih usluga. Ukupan iznos koji je potrošen na ove usluge u 2023. godini iznosio je preko 6,8 miliona, što pokazuje trend rasta u odnosu na raniju godinu. U 2023. godini smanjio se broj medija koji su u skladu sa zakonom dostavili podatke Ministarstvu kulture i medija.

Tabela 6: **PODACI O FINANSIRANJU MEDIJA**

<b>Ukupna vrijednost tržišta oglašavanja (uključujući sve vrste medija) u 2023.</b>	11–12 miliona EUR
<b>TREND u posljednje tri godine: raste, opada ili ostaje isti u ukupnoj vrijednosti tržišta oglašavanja</b>	raste
<b>Udio televizije u vrijednosti tržišta oglašavanja u 2023.</b>	oko 50%
<b>TREND u posljednje tri godine: raste, opada ili ostaje isti udio televizije u vrijednosti tržišta oglašavanja</b>	ostao je isti
<b>Ukupan budžet nacionalnog javnog servisa u 2023. godini, u EUR (iz budžeta i ostali prihodi)</b>	21,1 milion EUR
<b>TREND u posljednje tri godine: raste, opada ili ostaje isti ukupan budžet javnog servisa</b>	raste
<b>Udio ukupnog budžeta nacionalnog javnog servisa u 2023. godini koji je dobio iz državnog budžeta</b>	81%
<b>Ukupan iznos javnog novca – donacije i subvencije (nacionalno, lokalno) za medije u zemlji u 2023. godini</b>	1,23 milion EUR
<b>TREND u posljednje tri godine: raste, opada ili ostaje ista ukupna suma javnog finansiranja – donacije i subvencije (nacionalno, lokalno) za medije u zemlji</b>	raste

Obaveze javnih tijela, institucija i kompanija da objavljuju podatke o finansiranju medija regulisane su zakonom. DA/NE	DA
Podaci o dodijeljenim iznosima javnog finansiranja medijskim kućama su objavljeni. DA/NE	DA
Ukupna suma državnog oglašavanja (oglašavanje državnih tijela, institucija i državnih preduzeća) u medijima u zemlji u 2023. godini	6,8 milion EUR
TREND u posljednje tri godine: raste, opada ili ostaje ista ukupna suma državnog oglašavanja u medijima u zemlji	raste
Ukupna suma međunarodnog donatorskog finansiranja za medije u zemlji u 2023. godini	nema podataka
TREND u posljednje tri godine: raste, opada ili ostaje ista ukupna suma međunarodnog donatorskog finansiranja za medije u zemlji	nema podataka

Izvor: Interna procjena vodeće crnogorske marketinške agencije može se koristiti za potrebe ovog istraživanja; Članovi 17–25 Zakona o medijima („Službeni list CG“, broj 054/2024 od 11. 6. 2024. godine); Odgovor Ministarstva kulture i medija na upit iz juna 2024; Ministarstvo kulture i medija, Godišnji izvještaj o transparentnosti finansiranja medija iz javnih prihoda, 2023. godine; Globalni forum za razvoj medija, Mapiranje programa pomoći medijima i podrške novinarstvu u regionu Zapadnog Balkana, 2024. godine.

## 4.5. MEDIJSKA REPREZENTACIJA

Podaci o broju novinarki koje rade u crnogorskim medijima nijesu dostupni. Posljednje istraživanje rađeno je 2015. godine i tada je u medijima bilo 61 odsto žena. Nije poznato ni koliki je udio žena u uredničkim i upravljačkim pozicijama, jer ključne TV i radio-stanice i dnevne novine nijesu odgovorile na naš upit. Nijesu odgovorili ni koliki je udio pripadnika manjinskih naroda i osoba mlađih od 40 godina u uredničkim i upravljačkim pozicijama. Podaci o udjelu žena u upravljačkim tijelima RTCG i nacionalnog regulatora dostupni su na njihovim stranicama i pokazuju njihov izuzetno mali udio. Izostanak odgovora medija otežava utvrđivanje stanja u ovoj oblasti, kao i mogućnost da se izvedu zaključci o trendovima koji se mogu očekivati u budućnosti.

Ministarstvo kulture i medija koje vodi evidenciju medija, nema posebnu kategoriju koja se odnosi na medije manjina, stoga nije poznato ni kakvo je brojčano stanje u toj oblasti. Mediji manjinskih naroda finansiraju se iz Fonda za zaštitu i ostvarivanje prava manjina i njihov sadržaj je pod uticajem manjinskih organizacija. Iz budžeta Fonda u 2023. finansirale su se *Srpske novine*, radio *Dux* – glas Hrvata u Crnoj Gori, časopis *Hrvatski glasnik*, portali muslimanski.net i bošnjački.net, časopis *Almanah*.

Tabela 7: **PODACI O MEDIJSKOJ REPREZENTACIJI**

Udio žena u upravnom/nadzornom tijelu nacionalnog javnog servisa u 2023. godini	37%
Udio žena u upravnom odboru nacionalnog regulatornog tijela za medije u 2023. godini	20%
Udio osoba mlađih od 40 godina u upravnom odboru nacionalnog regulatornog tijela za medije u 2023. godini.	20%
Mediji manjina su podržani javnim finansiranjem u 2023. godini. DA/NE	DA
Programi na jezicima manjina dio su programa nacionalnog javnog servisa u 2023. godini. DA/NE	DA

Izvor: Zvanična stranica RTCG rtcg.me i nacionalnog regulatora Agencije za elektronske medije amu.me; Fond za zaštitu i ostvarivanje manjinskih prava, Odluka o raspodjeli sredstava za finansiranje projekata za podršku aktivnostima u skladu sa Zakonom o manjinskim pravima i slobodama za 2023. godinu

## 4.6. PARTICIPACIJA U MEDIJIMA

Većina medija u Crnoj Gori koristi nekoliko mehanizma za komunikaciju s publikom. Najčešći oblici učešća publike u medijima jesu komentari čitalaca/čitateljki na koje se primjenjuje stroga zakonska regulativa kako bi se spriječilo širenje govora mržnje. Drugi najčešći oblik participacije jesu komentari čitalaca/čitateljki na nalogima medija na društvenim mrežama koji posljednjih godina postaju izvor nezakonitog i nedozvoljenog govora. Iako postoji kao mogućnost uticanja na medijski sadržaj, građani žalbe ombudsmanima rijetko koriste. Nije uočeno da su mediji, generalno gledano, posvećeni razvijanju novih oblika uključivanja publike u kreiranje sadržaja niti koriste prednosti novih tehnologija da podstaknu građane na veću interakciju, učešće u radu medija i tako jačaju povjerenje u medijske kuće.

Tabela 8: **PODACI O PARTICIPACIJI U MEDIJIMA**

<b>Većina medija u zemlji obezbjeđuje mehanizme za učešće i interakciju s građanima/čitaocima, slušateljima, gledaocima (sekcije za komentare, pisma uredniku, forumi, blogovi, urednik čitatelja, ombudsman, drugi tipovi mehanizama za pritužbe, članstvo, prakse, fokus grupe...).</b> DA/NE	DA
<b>TREND u posljednje tri godine: broj mehanizama za učešće u medijima u zemlji raste, opada ili ostaje isti (npr. zatvaranje ili otvaranje sekcija za komentare, uspostavljanje ili ukidanje ombudsmana itd.)</b>	ostaje isti
<b>Tri najčešća mehanizma učešća građana u radu medija u zemlji</b>	sekcije za komentare, komentari na stranicama na društvenim mrežama i žalbe poslate samoregulatornom tijelu i medijskim ombudsmanima

Izvor: Istraživački tim Instituta za medije, Uvrede i mržnja u crnogorskim medijima, 2023; Bogdanović, Milica, Slabi mehanizmi i zastarjeli Etički kodeks, Institut za medije, 2023.

## V.

# BUDUĆNOST UPOTREBE MEDIJA I POVJERENJE U MEDIJE

## 5.1. UPOTREBA MEDIJA

Televizija je u Crnoj Gori godinama glavni izvor informisanja za većinu opšte populacije, dok su društvene mreže drugi najčešći izvor informacije. Iako skoro 78 odsto građana u istraživanjima kaže da svakodnevno gleda televiziju, primjetan je trend pada u odnosu na 2021. kad je TV gledalo skoro 88 odsto i 2020. kad je taj procenat iznosio 91 odsto. Društvene mreže svakodnevno koristi 63 odsto populacije i to je stabilan procenat u posljednje četiri godine. Iz onlajn medija se na dnevnoj osnovi informiše 56 odsto građana. Podaci ukazuju na lagani trend pada korišćenja onlajn portala, a udio građana koji svakodnevno koriste portale smanjio se za oko 10 odsto u odnosu na 2020. godinu. Radio sluša skoro 50 odsto građani, dok štampane medije čita skoro trećina populacije. Štampani mediji iz godine u godinu bilježe trend pada, dok se procenat onih koji svakodnevno slušaju radio u posljednje dvije godine stabilizovao. Mladi, od 15 do 29 godina, informišu se najčešće putem društvenih mreža. Istraživanja pokazuju da su najpopularnije mreže među mladima Snapchat, TikTok, X i Instagram, dok od aplikacija za komunikaciju mladi najviše koriste Telegram, WhatsApp i Viber.

U Crnoj Gori postoji interes među institucijama i organizacijama koje se bave temom medija i obrazovanja da različitim aktivnostima doprinose boljoj medijskoj pismenosti. No, prema indeksu Medijske pismenosti, Crna Gora zauzima 33. od 41 mjesta. Od školske 2023/2024. godine u završne razrede osnovne škole medijska pismenost je uvedena kao izborni predmet, dok gimnazijalci tu mogućnost izbora imaju od 2011. godine. No, nijesu rađena istraživanja koja pokazuju koliko su mladi kroz obrazovni sistem izgradili vještine kritičkog razmišljanja i otpornost na dezinformacije kojima su izloženi putem društvenih mreža. Preko 90 odsto građana smatra da je medijska pismenost važna.

**Postoji interes među institucijama i organizacijama koje se bave temom medija i obrazovanja da različitim aktivnostima doprinose boljoj medijskoj pismenosti.**

Tabela 9: UPOTREBA MEDIJA

Tip medija koji građani najčešće koriste kao izvor vijesti i informacija u 2023. godini	TV
TREND u posljednje tri godine: tip medija koji su građani najčešće koristili kao izvor vijesti i informacija promijenio se u posljednje tri godine. DA/NE. Ako jeste, koji tip?	nema promjena
Koji tip medija je bio najčešće korišćen izvor vijesti i informacija za mlade (uzrast između 15 i 29 godina) u zemlji u 2023. godini?	društvene mreže
Doseg publike za tip medija „televizija“ u zemlji u 2023. godini	77,9%
Top tri najpopularnije (najčešće korišćene, posjećene) društvene mreže u zemlji u 2023. godini	Fejsbuk, Instagram, X
Top tri najpopularnije (najčešće korišćene, posjećene) društvena mreža među mladima (uzrast između 15 i 29 godina) u zemlji u 2023. godini	Snapchat, Tiktok, X i Instagram
Top tri najpopularnija (najgledanija) TV informativna programa u zemlji u 2023. godini	emisija „Načisto“ (TV Vijesti)
Indeks medijske pismenosti za zemlju u 2023. godini	33. mjesto od 41
TREND u posljednje tri godine: indeks medijske pismenosti raste, opada ili ostaje isti.	opada
Medijska pismenost je poseban predmet u osnovnim ili srednjim školama. DA/NE	DA, kao izborni predmet

Izvor: Digitalni forenzički centar, Povjerenje u medije, medijska pismenost i građani Crne Gore – istraživanje javnog mnjenja, maj 2023; Ipsos agencija, Medijska pismenost u Crnoj Gori – istraživanje javnog mnjenja, 2023; MAJE, Informisanje mladih II – istraživanje javnog mnjenja, avgust 2023; Odgovori samoregulatornih tijela na upite iz juna 2024; Institut za otvoreno društvo Sofija, Indeks medijske pismenosti, 2023.

## 5.2. POVJERENJE U MEDIJE

Preko polovine građana Crne Gore uglavnom ili u potpunosti vjeruje onome što objavljuju mediji, dok oko dvije petine nema povjerenje u medije. Podaci o povjerenju u medije ukazuju na trend pada. Kad su u pitanju vrste medija, građani kontinuirano najviše vjeruju televizijama, zatim onlajn medijima i radiju. Tradicionalni mediji su po pitanju povjerenja uobičajno iznad društvenih mreža, kojima građani najmanje vjeruju. U odnosu na druge društvene aktere, medijima i političkim partijama manje se vjeruje. Nije poznato koliko se vjeruje novinarima niti kako se ova profesija rangira u odnosu na druge važne profesije u društvu.

Tabela 10: POVJERENJE U MEDIJE

Nivo povjerenja u medije u zemlji u 2023. (u procentima)	54%
TREND u posljednje tri godine: nivo ukupnog povjerenja u medije u zemlji raste, opada ili ostaje isti.	opada
Top 3 tipa medija kojima se najviše vjeruje u zemlji u 2023.	TV (60%), onlajn (47%), radio (45%)
TREND u posljednje tri godine: redosljed top 3 tipa medija kojima se najviše vjeruje u zemlji se promijenio. DA/NE. Koji tipovi medija su promijenili mjesta među top 3?	NE, nema promjene
Na kojem su mjestu mediji po rangiranju aktera kojima se najviše vjeruje u zemlji u 2023.	na posljednjem mjestu, uz političke stanke
TREND u posljednje tri godine: rangiranje medija među akterima kojima se najviše vjeruje u zemlji raste, opada ili ostaje isto	ostaje isto

<b>Na kojem su mjestu novinari u rangiranju profesija kojima se najviše vjeruje u zemlji u 2023.</b>	nema podataka
<b>TREND u posljednje tri godine: rangiranje novinara među profesijama kojima se najviše vjeruje u zemlji raste, opada ili ostaje isto.</b>	nema podataka
<b>Građani koriste samoregulatorne mehanizme za podnošenje žalbi kad primijete kršenje profesionalnog ponašanja medija i novinara. DA/NE/DJELIMIČNO</b>	djelimično
<b>TREND: Broj građana koji koriste samoregulatorne mehanizme za podnošenje pritužbi kad primijete kršenje profesionalnog ponašanja medija i novinara raste, opada ili ostaje isti.</b>	ostaje isti

Izvor: Digitalni forenzički centar, Povjerenje u medije, medijska pismenost i građani Crne Gore – istraživanje javnog mnjenja, maj 2023; Ipsos agencija, Medijska pismenost u Crnoj Gori – istraživanje javnog mnjenja, 2023; MAJE, Informisanje mladih II – istraživanje javnog mnjenja, avgust 2023; Odgovori samoregulatornih tijela na upite iz juna 2024.



# VI.

# BUDUĆNOST DEMOKRATIJE

Prema Indeksu demokratije britanskog *Ekonomista*, Crna Gora je zemlja s manjkavom demokratijom. U 2023. godini našla se na 52. mjestu od 167 zemalja, s indeksom koji iznosi 6,67 bodova, što je napredak za deset pozicija u odnosu na prethodnu godinu. Najslabije ocijenjena oblast u Crnoj Gori je politička kultura. Na osnovu indeksa vladavine prava u našoj zemlji koji iznosi 0,56, smjestila se na 57. poziciju od 142 zemlje. Povjerenje građana u pravosuđe u 2023. godini povećalo se za deset posto i iznosi 44 odsto.

Indeks percepcije korupcije koji rangira države po njihovom percipiranom nivou korupcije u javnom sektoru, smjestio je Crnu Goru na 63. mjesto liste kojom je obuhvaćeno 180 zemalja svijeta. U odnosu na prošlogodišnji izvještaj, koeficijent Crne Gore uvećan je za jedan indeksni poen, a položaj je za dvije pozicije bolji. Po indeksu medijskih sloboda Crna Gora je u 2023. napredovala za 24 mjesta na ljestvici, ali u izvještaju Reportera bez granica nije detaljno objašnjeno na osnovu čega se temelji toliki napredak.

Međunarodni posmatrači izborni proces ocjenjuju kao fer i slobodan, uz prateće neregularnosti koje nijesu mogle uticati na rezultate. Lokalne organizacije civilnog društva ukazuju na višegodišnji problem nedostatka političke volje da se unaprijede izborni zakoni i izborni ambijent. Istraživanja pokazuju da 58 odsto građana vjeruje da su izbori fer i slobodni. Posljednji održani izbori pokazuju manji interes građana za glasanje. Na vanrednim parlamentarnim izborima 2023. glasalo je 56,4 odsto birača što je najmanje od uvođenja višestranačja.

Građani imaju nisko povjerenje u ključne političke institucije, Skupštinu i Vladu. Na vrhu ljestvice aktera kojima se najviše vjeruje su obrazovni sistem, Srpska pravoslavna crkva i zdravstveni sistem.

U oblasti zaštite slobode izražavanja i pristupa informacijama, Crna Gora ima propise koji su usklađeni s međunarodnim standardima. Međutim, njihova primjena često nije dosljedna. U posljednjih nekoliko godina zabilježen je trend porasta govora mržnje, verbalnih prijetnji i uvreda na račun novinara i građanskih aktivista. Meta političara su i kritički nastrojeni mediji, ali i aktivisti i članovi akademske zajednice koji kritikuju aktuelnu vlast i njima blisku Srpsku pravoslavnu crkvu.

Tabela 11: DEMOKRATIJA

Indeks demokratije u zemlji u 2023.	6,67
TREND u posljednje tri godine: indeks demokratije u zemlji raste, opada ili ostaje isti.	raste
Koji je indeks vladavine prava u zemlji u 2023. godini? (prema Svjetskom pravosudnom projektu)	0,56
TREND u posljednje tri godine: indeks vladavine prava u zemlji raste, opada ili ostaje isti.	nema podataka
Nivo indeksa percepcije korupcije za zemlju u 2023. godini.	63 od 180 rangiranih zemalja
TREND u posljednje tri godine: indeks percepcije korupcije za zemlju raste, opada ili ostaje isti	opada
Koji je indeks slobode medija u zemlji u 2023. godini?	39 od 180 rangiranih zemalja
TREND u posljednje tri godine: indeks slobode medija u zemlji raste, opada ili ostaje isti	aste
Postoji li transparentnost i otvoren javni pristup podacima o trošenju javnih sredstava? DA/NE/DJELIMIČNO	djelimično
Zakon o slobodnom pristupu informacijama je usklađen s međunarodnim standardima. DA/NE	DA
Postoji funkcionalna i kredibilna nezavisna institucija koja nadzire sprovođenje Zakona o slobodnom pristupu informacijama, uključujući žalbe i u vezi s odbijenim pristupom. DA/NE	djelimično

Da li je u 2023. godini bilo članova Vlade ili Skupštine pod optužbom za korupciju ili druge krivične optužbe? DA/NE	NE
Dozvoljava li zakonodavstvo vlasništvo političkih partija u medijima u zemlji? DA/NE	NE
Jesu li političke stranke vlasnici medija u zemlji (tj. vlasništvo grupe medija istih ili različitih tipova, ili medijske kuće s velikom publikom ili tržišnim udjelom ili snažnim uticajem na javno mnjenje)? DA/NE	NE

Izvori: Vijesti onlajn, Indeks demokratije prema *The Economistu*: Crna Gora postiže najviše ocjene od sticanja nezavisnosti, ali još uvijek je manjkava demokratija, 2024; WJP, Indeks vladavine prava, 2023; *Transparency International*, Indeks percepcije korupcije, 2023; CEMI, Javno povjerenje u pravosudni sistem se blago povećava, 2023; Reporteri bez granica, Crna Gora napreduje za 24 mjesta na Indeksu slobode medija, 2023.

## VII.

# ZAKLJUČAK

Od sredine 2020. godine kad je došlo do smjene dugogodišnje vlasti DPS-a, crnogorsko društvo suočava se s političkim krizama. Česti izborni ciklusi i nestabilnost u vladajućim većinama utiču na brzinu i kvalitet integracija Crne Gore u EU, kao i na rad i funkcionisanje institucija i generalni društveni i politički ambijent. Nakon rekonstrukcije 44. Vlade Crne Gore, pojavljuju se antidemokratske i antievropske tendencije koje se ogledaju u zagovaranju zakonodavstva kojem je cilj promjena ustavnog uređenja jezika i državljanstva, gušenje kritike iz civilnog sektora i narušavanje odnosa sa susjednom Hrvatskom, članicom EU. To prati i pad povjerenja u ključne političke institucije, te cjelokupna politička kultura koja nije zadovoljavajuća.

Iako niz međunarodnih istraživanja koja prate stanje u oblasti demokratije, vladavine prava, percepcije korupcije i medijskih sloboda, pokazuju napredak u odnosu na ranije godine, trenutno stanje u oblasti medija i novinarstva nije ohrabrujuće. Institucije su posljednjih godina nastojale da strateški uredi oblast medija donošenjem Medijske strategije i izmjenom medijskih zakona. Međutim, ti propisi nijesu adekvatno odgovorili na neka od ključnih pitanja koja opterećuju medijsku scenu (transparentnost medijskog vlasništva, jaki strani uticaj u vlasničkim strukturama u medijima, neregistrovani portali, borba protiv dezinformacija...) niti su implementirali novu evropsku regulativu u ovoj oblasti. Sve to ukazuje na to da će se medijski zakoni ponovo mijenjati.

Značajno povećanje broja medija nije dovelo do medijskog pluralizma niti povećanja novinarskih standarda. Crnogorsko medijsko tržište je malo i pokretanje novih nema ekonomsko opravdanje. Medijska scena je pod jakim stranim uticajem, dominantno iz Srbije. Vlasnici četiri od pet televizija s nacionalnom frekvencijom jesu kompanije ili biznismeni iz Srbije, dok su u stranom vlasništvu dvije od tri dnevne novine. Kako ovi mediji imaju neizbježan uticaj na javno mnjenje i koriste se za širenje političkog uticaja, neupitno će uticati na kvalitet medijskog izvještavanja i opstanak medija koji su u lokalnom vlasništvu.

Iz godine u godinu povećava se iznos novca iz javnih prihoda koji se raspodjeljuje medijima iz Fonda za medijski pluralizam, što je važno za njihovu održivost. Agencija za elektronske medije i Ministarstvo kulture i medija transparentno raspodjeljuju novac, ali je neophodno uspostaviti mehanizme za evaluaciju kvaliteta finansiranih projekata.

Nacionalni regulator Agencija za elektronske medije otvorenije komunicira s javnošću, a novim izmjenama Zakona proširena im je nadležnost što im

omogućava da izriču mjere različitog intenziteta. Iako je Agencija i dalje nadležna samo za elektronske medije, jasno je da postoji potencijal da se razvije u nezavisnog i profesionalnog regulatora koji dosljedno primjenjuje propise.

Trenutni samoregulatorni mehanizmi nijesu učinkoviti, ali potencijal za dalji razvoj je u novim izmjenama Zakona koji obavezuju medije da razviju internu samoregulaciju ukoliko žele novac iz Fonda za pluralizam medija. Primjenu ove zakonske odredbe mora pratiti i jačanje svijesti medija i novinara o značaju jake samoregulacije koju će građani prepoznati kao nezavisni autoritet koji može doprinijeti poboljšanju kvaliteta izvještavanja i kojem će s povjerenjem podnositi žalbe.

RTCG, koja je trenutno pod snažnim političkim uticajem vladajućih stranaka, ima zakonski garantovano finansiranje iz državnog budžeta. Međutim, za izgradnju profesionalnog i nezavisnog javnog servisa neophodno je zakonito obavljanje funkcije generalnog direktora i nezavisno donošenje odluka u upravljačkim tijelima.

Najveći izazov za izgradnju bolje budućnosti medija i novinarstva u Crnoj Gori je loše medijsko okruženje za rad novinara – njihov loš socio-ekonomski položaj, nedostatak kolektivnog ugovora, slaba zaštita od prijetnji i napada. To ovu profesiju čini sve manje atraktivnom za studente novinarstva. Ipak, zahvaljujući sindikalnom udruživanju i radu strukovnih i medijskih organizacija, novinari imaju mogućnost da se dodatno usavršavaju i da se zajedničkim naporom bore za bolji status u društvu.

Utvrđivanje detaljnih trendova o budućnosti novinarstva otežano je zbog nedostatka statistike u ovoj oblasti. Institucije ne raspolažu preciznim podacima, a mediji za potrebe istraživanja organizacija civilnog društva ne žele da dijele podatke o broju zaposlenih novinara, novinarki, pripadnika manjinskih naroda itd.

Dodatan izazov za budućnost medija i novinarstva je i to što građani medije ne prepoznaju kao društvene aktere od povjerenja. Bilježi se trend pada povjerenja građana u medije i negativna percepcija njihovog rada. Društvene mreže postaju sve češći kanal za informisanje, posebno kod mladih. Ovi trendovi dugoročno mogu uticati na to da tradicionalni mediji sve teže mogu ostvarivati svoju primarnu ulogu informisanja i edukacije građana.

Građani u velikoj mjeri prepoznaju važnost medijske pismenosti za društvo, zbog čega aktivna uloga institucija i civilnog sektora u ovoj oblasti dugoročno može biti značajna i uticajna. Osim što je Medijska pismenost uvedena kao izborni predmet u osnovne i srednje škole, pa mladi kroz obrazovni sistem razvijaju vještine kritičkog mišljenja, institucije moraju raditi i na tome da ostale grupacije u društvu izgrade otpornost na dezinformacije.

# LITERATURA I IZVORI

## ANALIZE, IZVJEŠTAJI I STUDIJE

BIRN, Monitoring vlasništva nad medijima u Crnoj Gori, 2023.

Bogdanović, Milica, Slabi mehanizmi i zastarjeli etički kodeksi, MMI, 2023.

CEMI, Povjerenje javnosti u pravosudni sistem lagano raste, 2023.

Digitalni forenzički centar, Povjerenje u medije, medijska pismenost i građani Crne Gore – istraživanje javnog mnjenja, maj 2023.

Epale Crna Gora. Nepismenost – Izazov 21. vijeka, 2017.

Evropska komisija, Izvještaj o napretku Crne Gore za 2024. godinu. Dostupno na: <https://shorturl.at/RVGEL>

Fond za zaštitu i ostvarivanje manjinskih prava, Odluka o raspodjeli sredstava za finansiranje projekata za podršku aktivnostima u skladu sa Zakonom o manjinskim pravima i slobodama za 2023. godinu.

Globalni forum za razvoj medija, Mapiranje programa podrške medijima i novinarstvu u regionu Zapadnog Balkana, 2024.

Istraživački tim IMCG, Uvredljivost i mržnja u crnogorskim medijima, 2023.  
IREX, Vibrant Information Barometer, 2023.

Ipsos agencija, Medijska pismenost u Crnoj Gori – istraživanje javnog mnjenja, 2023.

MAJE, Informisanje mladih II – istraživanje javnog mnjenja, avgust 2023.

Ministarstvo kulture i medija, Godišnji izvještaj o transparentnosti finansiranja medija iz javnih prihoda, 2023.

Reporteri bez granica, Crna Gora napredovala 24 mjesta na indeksu slobode medija, 2023.

Uprava za statistiku, Kvartalni bruto domaći proizvod Crne Gore, 2023.

Uprava za statistiku, Popis stanovništva, 2023.

Uprava za statistiku, Prosječna zarada, 2023.

Transparency International, Indeks percepcije korupcije, 2023.

WJP, Indeks vladavine prava, 2023.

## **ČLANCI I MEDIJSKI IZVJEŠTAJI**

Dnevne novine Dan, Novinari u čeljustima ekonomske i fizičke nesigurnosti, 2023.

Đukić, Đorđe, SLAPP tužbe – šamar čuvarima javne riječi, Autonomija, 2023.  
TV E, TV emisija „Građanski ugao“, oktobar 2024.

Višnjic, Borislav, Rizik od inflacije zbog brzog rasta plata, BIRN Crna Gora, oktobar 2024.

Vijesti Online, Indeks demokratije po Ekonomistu – Crna Gora ostvaruje najviše bodove od sticanja nezavisnosti, ali je i dalje manjkava demokratija, 2024.

## **ZAKONI I PROPISI**

Zakona o medijima („Službeni list CG“, broj 054/2024 od 2024. godine)

## O AUTORKI

**Milica Bogdanović** je po zanimanju diplomirana novinarka. Desetogodišnje radno iskustvo stekla je u medijima i nevladinom sektoru u Crnoj Gori. Ovo istraživanje je uradila kao saradnica Instituta za medije Crne Gore.



## VIŠE MEDIJA, VIŠE IZAZOVA ZA NOVINARE I NOVINARKE

### Budućnost medija u Crnoj Gori – stanje i trendovi

Ova publikacija je nastala kao rezultat istraživačkih aktivnosti na projektu „**Naši mediji: Inicijativa za unapređenje medijske pismenosti, dijalog i aktivizam**“. Tematski okvir druge serije istraživanja je BUDUĆNOST MEDIJA NA ZAPADNOM BALKANU I U TURSKOJ, s fokusom na 2024. godinu, prikupljajući podatke i analizirajući stanje i trendove u medijima i demokratiji u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Kosovu, Sjevernoj Makedoniji, Srbiji i Turskoj.

Projekat „**Naši mediji: Inicijativa za unapređenje medijske pismenosti, dijalog i aktivizam**“ zajedno realizuje devet organizacija koje se bave razvojem medija na Zapadnom Balkanu i u Turskoj, uz finansijsku podršku Evropske unije. Koordinator trogodišnjeg projekta je Mediacentar iz Sarajeva. Partneri na projektu su: Albanski medijski institut iz Tirane, Bianet iz Istanbula, Institut za medije Crne Gore iz Podgorice, Makedonski institut za medije iz Skoplja, Mirovni institut iz Ljubljane, Mreža Jugoistočne Evrope za profesionalizaciju medija (SEENPM), Novosadska novinarska škola iz Novog Sada i Savjet za štampu Kosova iz Prištine.



South East European Network  
for Professionalization of Media