



Mediji u Crnoj Gori

u očima građana i novinara

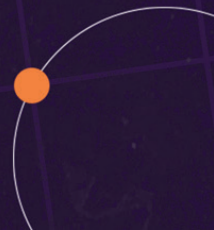


Kingdom of the Netherlands

B | T | D The Balkan Trust
for Democracy
A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND



Norwegian Embassy
Belgrade



Mediji u Crnoj Gori

u očima građana i novinara

Izdavač:

Centar za građansko obrazovanje (CGO)



Centar za građansko obrazovanje
Centre for Civic Education

Urednica:

Daliborka Uljarević

Autori:

Damir Nikočević

Vuk Čađenović

Damir Suljević

Saradnici/e:

Nikola Osekovac

Ivan Saveljić

Tamara Popović

Monika Mrnjačević

Dizajn i produkcija:

Centar za građansko obrazovanje (CGO)

Tiraž:

80 primjeraka

ISBN 978-9940-44-034-3

COBISS.CG-ID 17902340

Publikacija je dio projekta projekta „Mediji za mene!“, koji CGO sprovodi uz podršku ambasade Kraljevine Holandije, ambasade Kraljevine Norveške i Balkanskog fonda za demokratiju njemačkog Maršalovog fonda SAD (BTD).



Kingdom of the Netherlands

B | T | D The Balkan Trust
for Democracy
A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND



Norwegian Embassy
Belgrade

Sadržaj ove publikacije je isključiva odgovornost CGO-a i ni na koji način ne može biti interpretirana kao zvanični stav ambasade Kraljevine Holandije, ambasade Kraljevine Norveške ni Balkanskog fonda za demokratiju njemačkog Maršalovog fonda SAD (BTD).



Mediji u Crnoj Gori
u očima građana i novinara

Podgorica, 2021.

Sadržaj

4 Sadržaj

5 Uvod

6 Percepcija građana o medijima u Crnoj Gori -
Metodologija

6 Socio-demografske karakteristike uzorka

7 Percepcija građana o medijima u Crnoj Gori -
Nalazi

31 Percepcija novinara, urednika i vlasnika o medijima u Crnoj Gori

01 Uvod

Uporedo sa nastankom višepartijskog sistema u Crnoj Gori razvijala se i medijska scena kroz formiranje prvih privatnih medija. Ova paralela ne bi imala značaj u društvima sa razvijenim demokratskim i institucionalnim mehanizmima, ali ima u društvu u kojem su politička i medijska preplitanja intenzivna. Četvrta grana vlasti, kako se često neformalno nazivaju mediji, ima ulogu čuvara javnog interesa. U tom kontekstu, povjerenje građana je ključno za medije koji pretenduju da budu ozbiljan akter.

U opštem padu novinarskih standarda, praćenih rejtinzima koji se baziraju na *reality show* programima u kojima dominira nasilje i laka zabava, povjerenje je ono čemu mediji moraju da teže. U surovnoj borbi za opstanak, u kojoj marketinški prihod nerijetko prevladava nad objektivnim, profesionalnim i nezavisnim novinarstvom, lako se zaboravljaju osnovne funkcije ozbiljnih medija - informativna, kontrolna i edukativna.

Stoga, ne čude nalazi iz istraživanja javnog mnjenja da građani smatraju, u velikoj većini (87,2%), da su mediji u Crnoj Gori spremni ili donekle spremni da, radi povećanja tiraža i rejtinga, objavljuju senzacionalističke informacije koje nijesu uopšte ili su nedovoljno provjerene. Istovremeno, istraživanje percepcije građana o medijima ukazuje da skoro polovina (47,3%) cijeni da mediji u Crnoj Gori nisu nepristrasni, a skoro polovina da mediji koriste činjenice pomiješane sa glasinama.

Uloga novinara u čuvanju interesa građana je ogromna, a jedini pravi način da odgovore toj odgovornosti jeste da ostanu privrženi profesiji, bez obzira ko drži poluge moći. U vremenu dezinformacija i lažnih vijesti, novinar je regulator sadržaja koji se pruža javnosti. Ni najbolja samoregulatorna i regulatorna tijela nisu dovoljno jaki mehanizmi ukoliko nema novinara sa integritetom koji su spremni da zaštite dostojanstvo svoje profesije. Obaveza je novinara da se kredibilnim izvještavanjem suprotstave bilo kakvim unutrašnjim i spoljnim manipulacijama različitih interesnih grupa.

Pored empirijskog istraživanja, sproveli smo i 10 dubinskih kvalitativnih intervju sa novinarima, urednicima i vlasnicima medija, različitih generacija i pola, sa lokalnog i nacionalnog nivoa. Publikacija daje uvid i u njihove stavove o ambijentu za rad medija u Crnoj Gori, statusu novinara, poziciji medija u demokratizaciji društva, etici u novinarstvu, uticajima na rad medija (unutrašnjim i spoljnim), senzacionalizmu u medijima, istraživačkom novinarstvu, ekonomskoj održivosti medija, itd. Dodatna vrijednost ove publikacije je i u tome da se na jednom mjestu mogu porediti odgovori građana i medijskih poslenika u odnosu na identična pitanja.

Dubinske, kvalitativne intervju sa novinarima, urednicima i vlasnicima medija sproveli su i obradili istraživači Centra za građansko obrazovanje (CGO). Na drugoj strani, stručnu podršku u sprovođenju istraživanja javnog mnjenja od 20. do 25. marta 2021. godine, CAPI metodom, uz slučajni stratifikovani uzorak koji je činio 991 punoljetni ispitanik, pružila je agencija Damar. Slično istraživanje o stavovima građana agencija Damar je sprovela 2018. godine, čime je dobijen komparativni uvid za jedan set pitanja koji može biti dragocjen za razumijevanje kompleksnosti situacije u medijskoj sferi i za planiranje daljih medijskih politika, ali i kao pokazatelj promjena u određenim aspektima koje ovo istraživanje obuhvata.

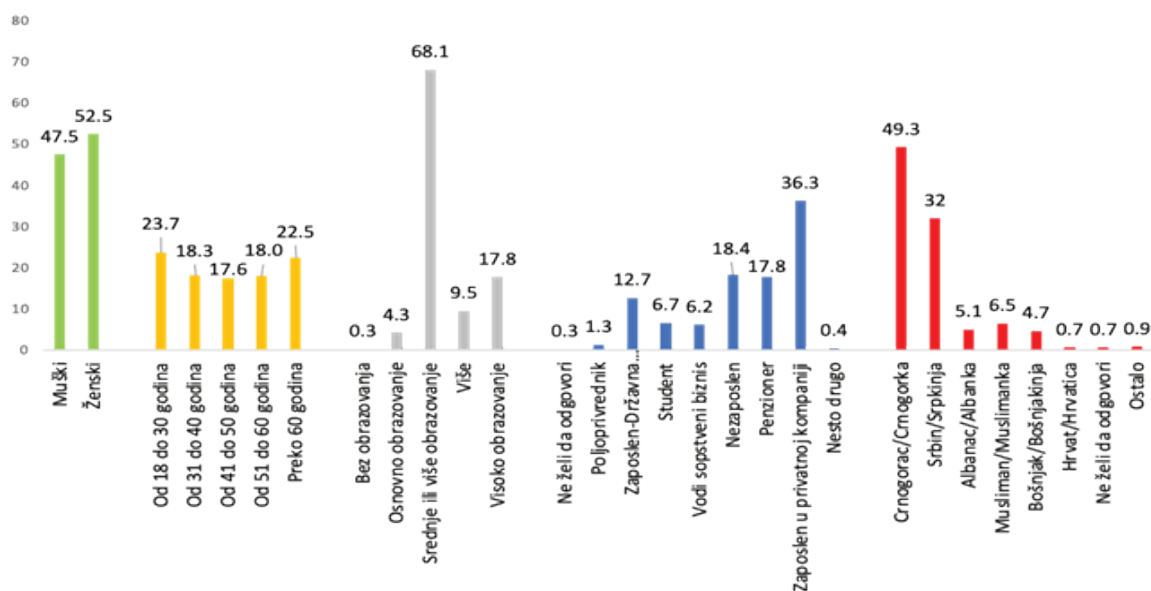
Posebnu zahvalnost dugujemo ambasadi Kraljevine Holandije, ambasadi Kraljevine Norveške i Balkanskog fonda za demokratiju njemačkog Maršalovog fonda SAD (BTD) koji su podržali izradu ove publikacije kroz projekat „Mediji za mene“ koji sprovodi CGO.

02 Percepcija građana o medijima u Crnoj Gori - metodologija

Realizacija:	Prikupljanje podataka obavljeno u periodu od 20. do 25. marta 2021. godine
Uzorački okvir:	Građani Crne Gore stariji od 18 godina po popisu iz 2011. godine
Veličina uzorka:	991
Tip uzorka:	Troetafni, stratifikovani, slučajni uzorak
	Prva etapa: Biračka mjesta
	Druga etapa: Domaćinstvo metodom slučajnog koraka
	Treća etapa: Član domaćinstva metodom rođendana
Tip istraživanja:	CAPI prosječne dužine 15 minuta

Grafik 1 – Opšte metodološke napomene

03 Socio-demografske karakteristike uzorka



Grafik 2 – Socio-demografske karakteristike uzorka

04 Percepcija građana o medijima u Crnoj Gori - nalazi

Koliko često pratite sljedeće medije?

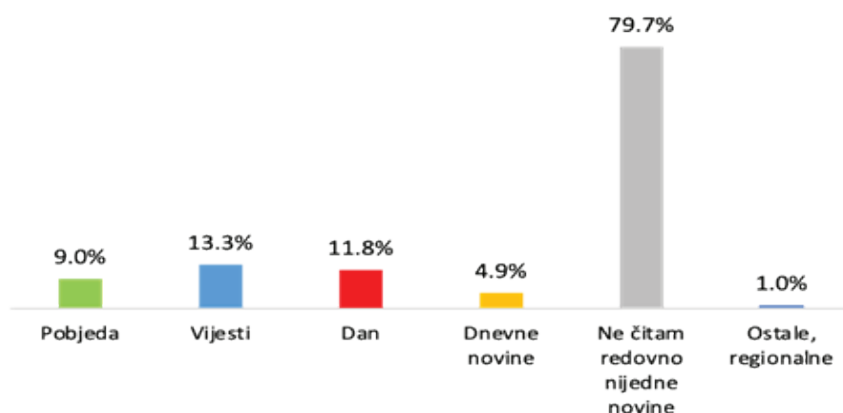
Građani Crne Gore, od medija najviše (često i veoma često) prate TV - 75,3%, zatim Internet portale 61% i društvene mreže 60.1%.

2021	Nikada	Veoma rijetko	Rijetko	Često	Veoma često
Štampani mediji	44.0%	19.4%	16.3%	12.7%	7.6%
Radio	31.9%	14.7%	18.6%	20.7%	14.1%
TV	2.0%	3.9%	18.7%	37.2%	38.1%
Internet portali	20.4%	6.2%	12.4%	27.0%	34.0%
Društvene mreže	25.4%	3.5%	10.9%	25.0%	35.1%
2018	Nikada	Veoma rijetko	Rijetko	Često	Veoma često
Štampani mediji	25.7%	17.2%	23.6%	23.2%	10.3%
Radio	19.5%	14.7%	24.4%	32.4%	9.0%
TV	6.1%	5.4%	18.8%	45.5%	24.2%
Internet portali	20.4%	7.9%	13.1%	36.6%	22%
Društvene mreže	28.8%	7.6%	11.9%	29%	22.7%

Grafik 3 – Praćenost medija (po tipu medija) - 2021 vs 2018

U odnosu na 2018. godinu, došlo je do značajnog smanjenja praćenja štampanih medija (za 13.2%), ali i do porasta popularnosti društvenih mreža (za 8.4%) i televizije (za 5.6%). Takođe, čitanost Internet portala, u protekle tri godine, porasla je za 2.4%, dok je pala praćenost radija za 6.6%.

Koje dnevne novine redovno čitate?¹



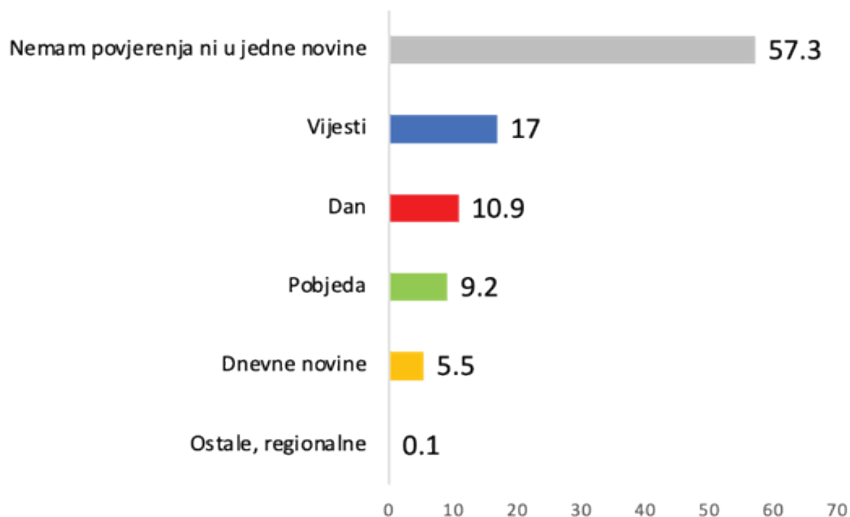
Grafik 4 – Čitanost dnevnih novina

Ogroman je broj građana Crne Gore koji ne čitaju redovne nijedne novine (skoro 80%), dok među

¹ Bilo je moguće dati više odgovora, pa je suma odgovora veća od 100%

onima koji čitaju novine, najviše je njih okrenuto ka *Vijestima* (13.3% redovnih čitalaca), a slijedi *Dan* (11.8%) i *Pobjeda* (9%), dok su u začelju *Dnevne novine* (4.9%).

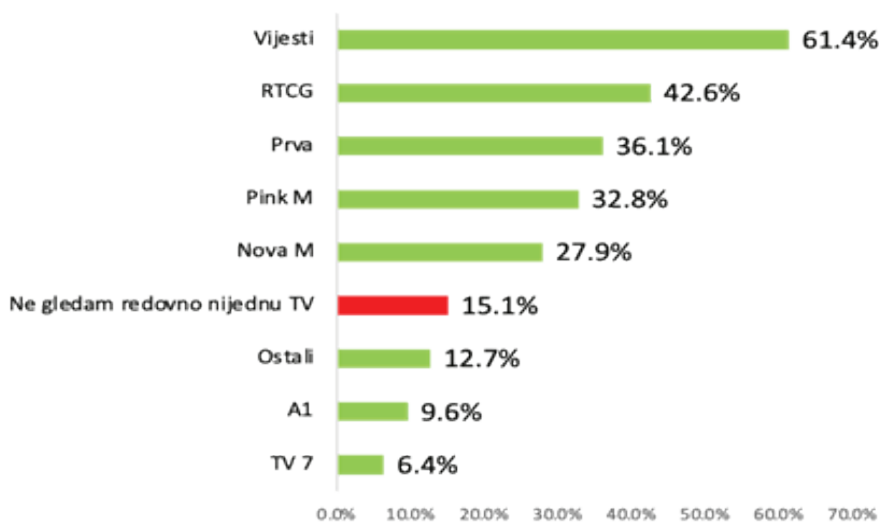
U koju dnevnu novinu imate najveće povjerenje?



Grafik 5 – Povjerenje u dnevne novine

Indikativno je da čak 57.3% građana Crne Gore nema povjerenje ni u jedne novine. I u ovom dijelu, novina *Vijesti* prednjači sa 17% onih koji im vjeruju, a slijedi *Dan* sa 10.9%, *Pobjeda* sa 9.2%, pa *Dnevne novine* sa 5.5%.

Koju TV redovno gledate? ²

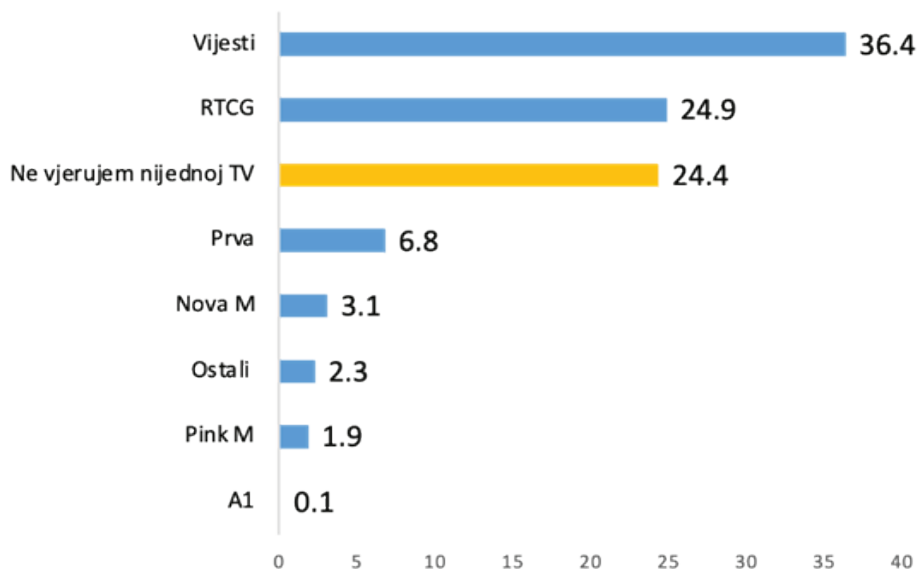


Grafik 6 – Gledanost TV stanica

Televiziju *Vijesti* redovno gleda 61.4% građana Crne Gore, Javni servis *RTCG* redovno prati 42.6%, a *Prvu* 36.1% građana. Oko osmine (12.7%) anketiranih prati neku od ostalih televizija, među kojima su najgledaniji filmski kanali koje redovno gleda petina od onih koji su izabrali opciju *Ostalo*. S druge strane, nešto malo više od šestine građana Crne Gore (15.1%) ne gleda redovno nijednu TV.

² Bilo je moguće dati više odgovora, pa je suma odgovora veća od 100%

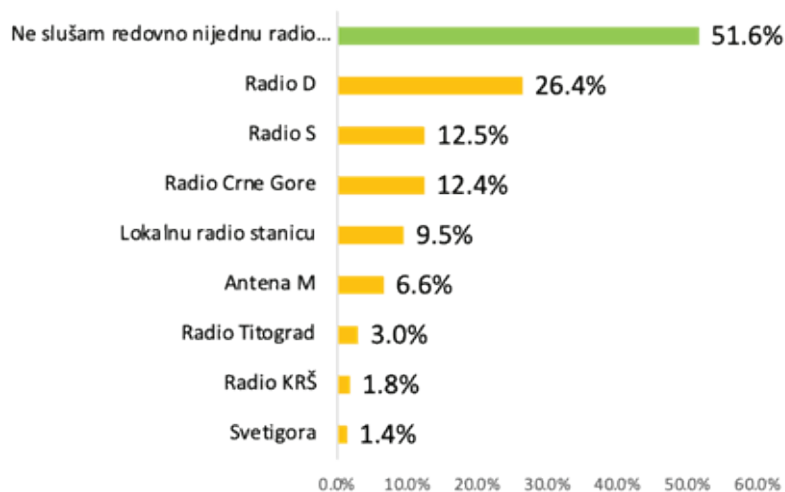
U koju TV imate najveće povjerenje?



Grafik 7 – Povjerenje u TV stanice

Televiziji *Vijesti* vjeruje više od trećine građana, dok svaki četvrti vjeruje RTCG-u, a svaki četrnaesti Prvoj TV. Skoro četvrtina građana nema povjerenja ni u jednu TV kuću.

Koju radio stanicu redovno slušate? ³

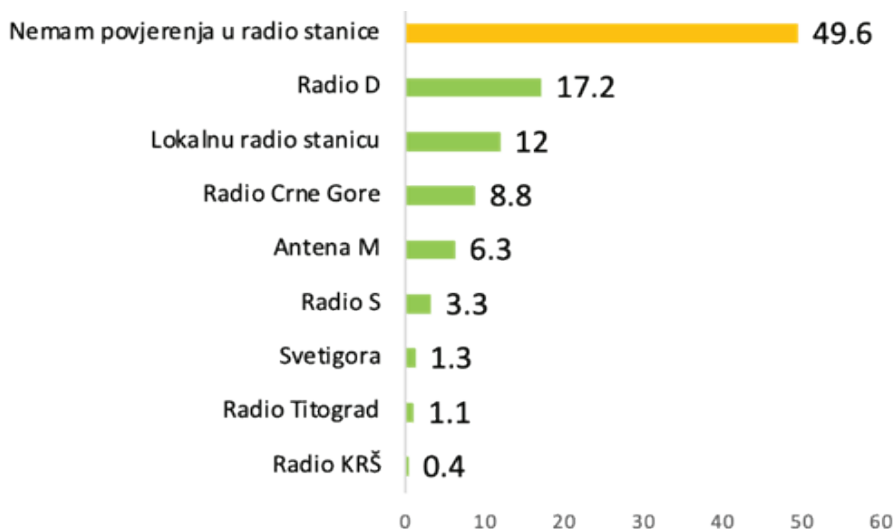


Grafik 8 – Slušanost radio stanica

Više od polovine građana Crne Gore ne sluša redovno nijednu radio stanicu. Za one koji, pak, slušaju radio stanice kao najpopularniji se ističe *Radio D* (26.4%), zatim *Radio S* i *Radio Crne Gore* koje redovno sluša gotovo identičan procenat ispitanika (12.5% i 12.4% respektivno). Lokalne radio stanice sluša skoro svaki deseti građanin CG.

³ Bilo je moguće dati više odgovora, pa je suma odgovora veća od 100%

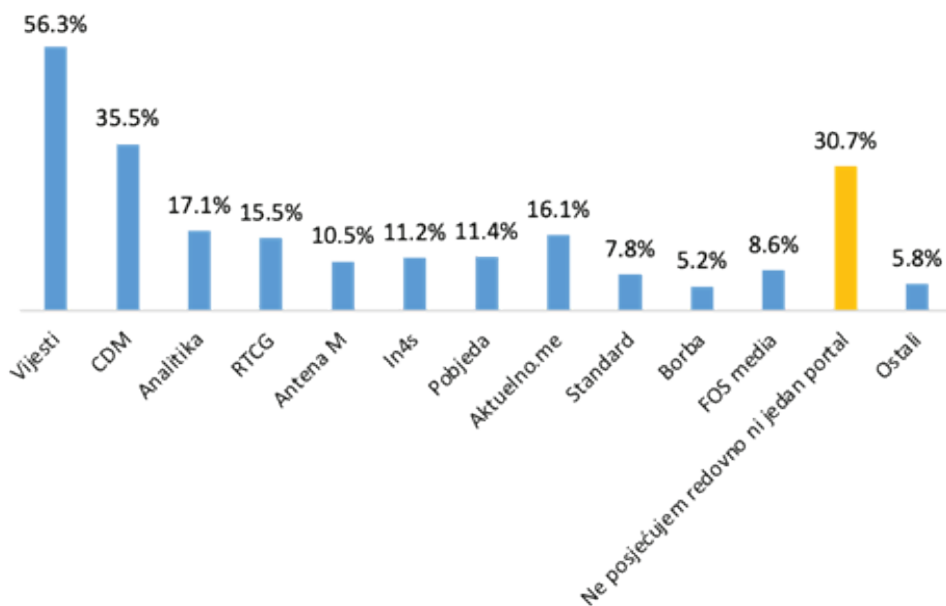
U koju radio stanicu imate najveće povjerenje?



Grafik 9 – Povjerenje u radio stanice

Gotovo polovina građana Crne Gore nema povjerenje ni u jednu radio stanicu. *Radio D* ima povjerenje oko šestine (17.2%) ispitanika, dok osmina (12%) vjeruje lokalnim radio stanicama, a *Radiju Crne Gore* 8.8% ispitanika.

Koji portal redovno posjećujete? ⁴

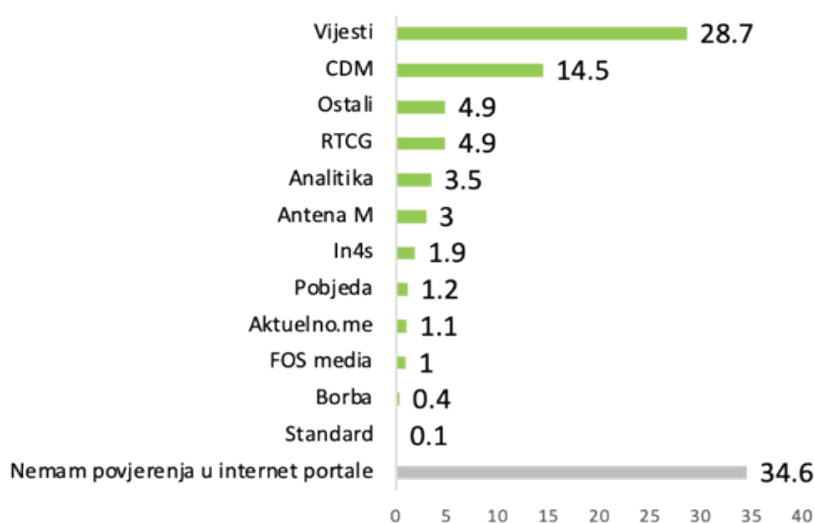


Grafik 10 – Posjećenost internet portala

Portal *Vijesti* redovno posjećuje natpolovična većina (56.3%) građana Crne Gore, dok portal *CdM* ima 35.5% posjetilaca, a portal *Analitika* 17.1%. Svaki treći građanin nema naviku da redovno posjećuje Internet portale.

⁴ Bilo je moguće dati više odgovora, pa je suma odgovora veća od 100%

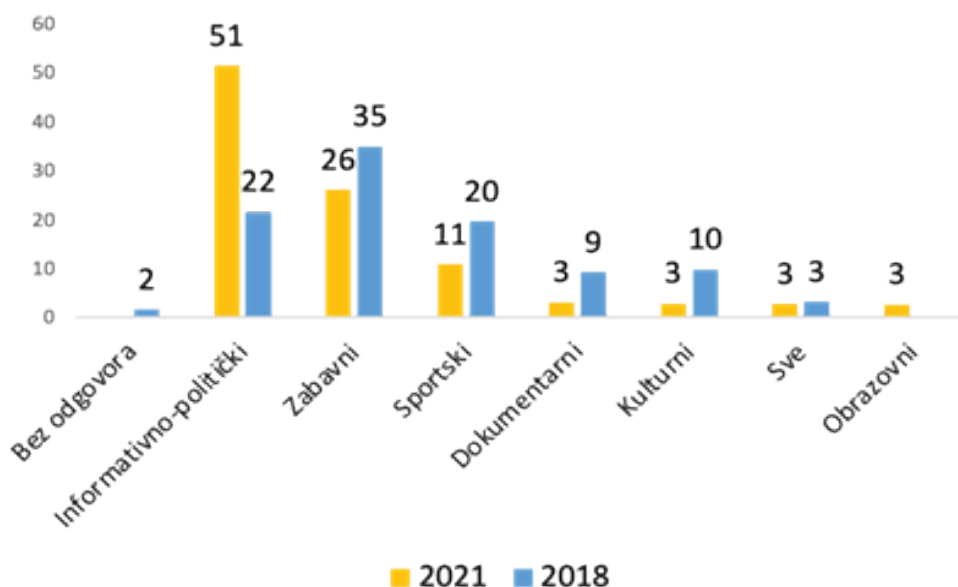
U koji portal imate najveće povjerenje?



Grafik 11 – Povjerenje u internet portale

Portalu *Vijesti* se najviše vjeruje (28,7%) među portalima, dok je na drugom mjestu *CdM*, kom vjeruje 14,5% građana, dok je na dalekom trećem mjestu po povjerenju portal *RTCG* (4,9%). Nešto više od trećine građana nema povjerenja u informacije koje dobija putem Internet portala.

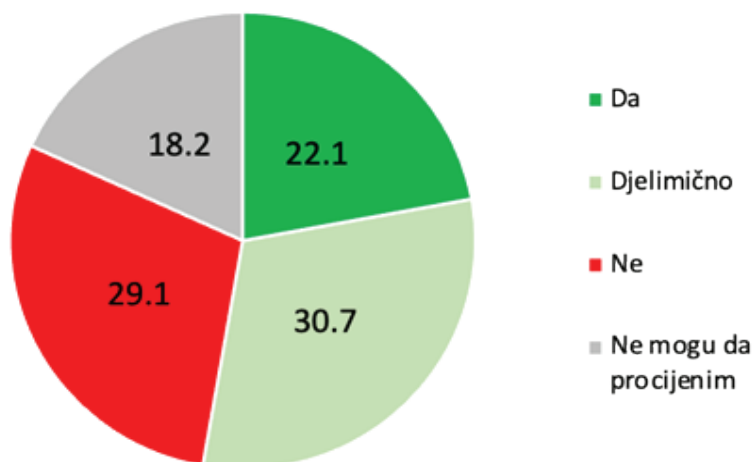
Kojoj vrsti medijskih sadržaja (informativno-politički, zabavni, sportski, dokumentarni, kulturni, ...) poklanjate najviše pažnje?



Grafik 12 – Medijski sadržaji kojima građani poklanjaju najviše pažnje

Više od polovine građana najviše zanima informativno politički sadržaj, što predstavlja rast od čak 29% u odnosu na 2018. godinu. Zabavni sadržaji najviše zaokupljaju pažnju oko četvrtine ispitanika, dok sportski sadržaj prati 11% građana.

Da li, po Vašem mišljenju, javni servis RTCG ispunjava misiju medija koji izvještava u interesu javnosti?



Grafik 13 – Stavovi građana o RTCG-u kao servisu koji izvještava u interesu javnost

Oko petine (22%) građana smatra da javni servis RTCG u potpunosti, a oko trećine (30%) da djelimično ispunjava misiju medija koji izvještava u interesu javnosti. Da RTCG to ne čini mišljenja je skoro trećina (29.1%) građana, a značajan je broj i onih koji nemaju stav o ovom pitanju.

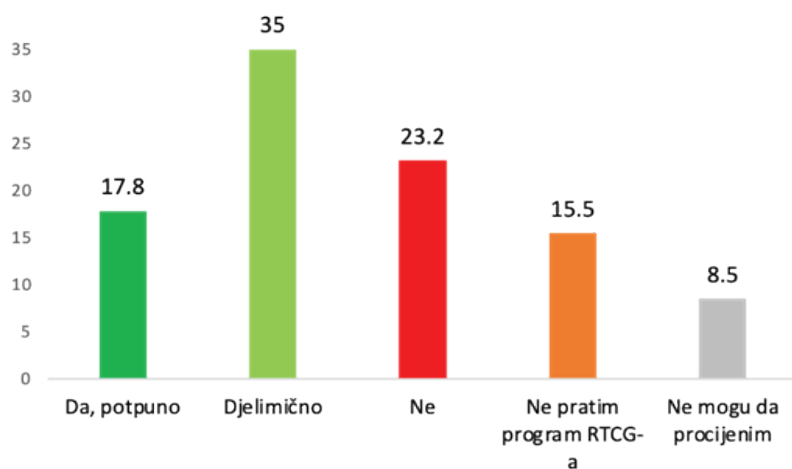
		Da	Djelimično	Ne	Ne mogu da procijenim
POL	Muški	20.0%	31.4%	32.7%	15.9%
	Ženski	24.0%	30.0%	25.8%	20.2%
Starost	Od 18 do 29 godina	13.6%	28.5%	26.0%	31.9%
	Od 30 do 39 godina	16.0%	29.8%	37.6%	16.6%
	Od 40 do 49 godina	19.5%	32.8%	32.8%	14.9%
	Od 50 do 59 godina	29.8%	32.6%	25.3%	12.4%
	60 i više godina	31.8%	30.5%	25.6%	12.1%
OBRAZOVANJE	Bez obrazovanja	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%
	Osnovno obrazovanje	34.9%	23.3%	20.9%	20.9%
	Srednje obrazovanje	21.8%	32.6%	28.4%	17.2%
	Više obrazovanje	21.3%	35.1%	21.3%	22.3%
	Visoko obrazovanje	20.5%	23.3%	36.9%	19.3%
NACIONALNOST	Crnogorac/Crnogorka	29.2%	33.5%	19.2%	18.0%
	Srbin/Srpkinja	6.0%	24.9%	54.6%	14.5%
	Albanac/Alбанка	19.6%	31.4%	3.9%	45.1%
	Musliman/Muslimanka	32.8%	40.6%	12.5%	14.1%
	Bošnjak/Bošnjakinja	46.8%	34.0%	2.1%	17.0%
	Hrvat/Hrvatica	57.1%	14.3%	28.6%	0.0%
	Ne želi da odgovori	0.0%	14.3%	28.6%	57.1%
	Ostalo	0.0%	11.1%	66.7%	22.2%

Grafik 14 – Stavovi građana o RTCG-u kao servisu koji izvještava u interesu javnost u odnosu na pol, starost, obrazovanje, nacionalnost

Da RTCG, kao javni servis ispunjava (u potpunosti i djelimično) misiju medija koji izvještava u interesu javnosti, pretežno smatraju žene (54%), zatim stariji od 60 godina (njih 62.3%), ispitanici sa višim stepenom obrazovanja (56.4%), a u nacionalnom smislu su to većinski (80.8%) građani koji se izjašnjavaju kao Bošnjaci.

S druge strane, da javni servis ne ispunjava svoju ulogu smatraju više od prosjeka muškarci (32.7%), ispitanici starosti od 30 do 39 godina (37.6%), oni koji su fakultetski obrazovani (36.9%), kao i oni koji se nacionalno izjašnjavaju kao Srbi (54.6%).

Vjerujete li informacijama koje se emituju kroz informativni program RTCG?



Grafik 15 – Povjerenje u informativni program RTCG-a

Informacijama koje se emituju kroz informativni program RTCG-a u potpunosti vjeruje manje od šestine (17.8%) građana, dok nešto više od trećine djelimično vjeruje tim informacijama.

Takođe, gotovo četvrtina ispitanika ne vjeruje informacijama koje dobija putem informativnih emisija RTCG-a. Informativni program ovog medija ne prati 15.5% građana, dok 8.5% nije moglo da procjeni nivo povjerenja u informacije koje RTCG kroz informativni program pruža građanima Crne Gore.

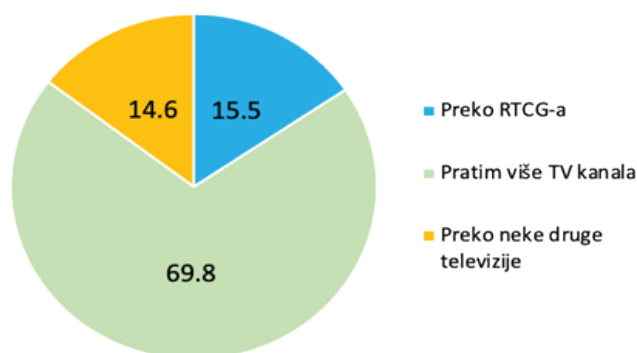
		Da, potpuno	Djelimično	Ne	Ne pratim program RTCG-a	Ne mogu da procijenim
POL	Muški	17.0%	33.1%	26.1%	15.9%	7.9%
	Ženski	18.5%	36.7%	20.6%	15.2%	9.0%
Starost	Od 18 do 29 godina	10.6%	31.1%	21.7%	23.0%	13.6%
	Od 30 do 39 godina	11.6%	32.6%	29.8%	18.2%	7.7%
	Od 40 do 49 godina	14.9%	35.6%	27.6%	15.5%	6.3%
	Od 50 do 59 godina	25.3%	36.5%	17.4%	13.5%	7.3%
	60 i više godina	26.5%	39.5%	20.6%	7.2%	6.3%
OBRAZOVANJE	Bez obrazovanja	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%
	Osnovno obrazovanje	32.6%	30.2%	16.3%	11.6%	9.3%
	Srednje obrazovanje	16.7%	36.7%	22.7%	15.6%	8.3%
	Više obrazovanje	20.2%	37.2%	16.0%	21.3%	5.3%
	Visoko obrazovanje	16.5%	29.0%	30.1%	13.6%	10.8%

NACIONALNOST	Crnogorac/Crnogorka	24.3%	39.1%	15.5%	12.1%	9.0%
	Srbin/Srpkinja	2.2%	26.5%	42.9%	20.8%	7.6%
	Albanac/Albanka	15.7%	37.3%	5.9%	29.4%	11.8%
	Musliman/Muslimanka	28.1%	46.9%	15.6%	1.6%	7.8%
	Bošnjak/Bošnjakinja	46.8%	36.2%	2.1%	8.5%	6.4%
	Hrvat/Hrvatica	28.6%	42.9%	0.0%	28.6%	0.0%
	Ne želi da odgovori	0.0%	0.0%	14.3%	71.4%	14.3%
	Ostalo	0.0%	33.3%	33.3%	22.2%	11.1%

Grafik 16 – Povjerenje u informativni program RTCG-a u odnosu na pol, starost, obrazovanje, nacionalnost

U strukturi ispitanika koji ne vjeruju infromativnom programu RTCG iznad prosjeka su muškarci (26.1%), ispitanici starosti od 30 do 39 godina, zatim visoko obrazovani građani i oni građani koji se nacionalno izjašnjavaju kao Srbi.

Kada se desi neki važan događaj u Crnoj Gori putem koje TV se informišete?



Grafik 17 – Informisanje građana o važnim događajima putem TV stanica

Kada se u Crnoj Gori desi neki važan događaj, najveći broj građana (69.8%) se informiše prateći informacije više TV kuća. Preko RTCG se, u ovakvim slučajevima, informiše 15.5% građana, a putem ostalih televizija 14.6% (od ovog broja, 79.3% građana je navelo televiziju Vijesti).

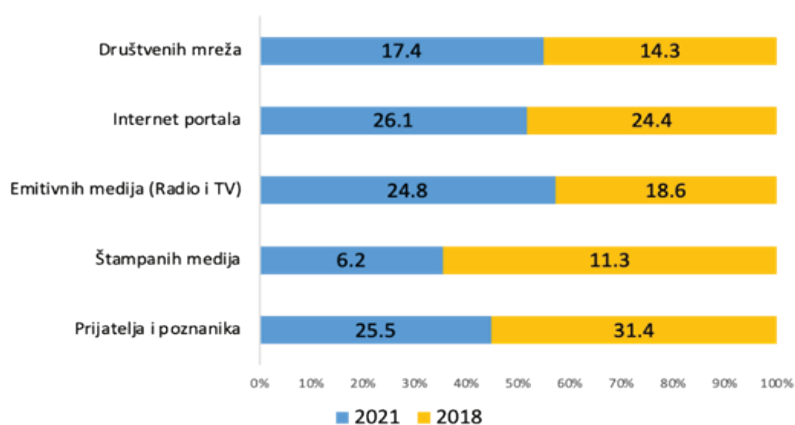
		Preko RTCG-a	Pratim više TV kanala	Preko neke druge televizije
POL	Muški	15.5%	71.1%	13.4%
	Ženski	15.6%	68.7%	15.8%
Starost	Od 18 do 29 godina	11.5%	74.5%	14.0%
	Od 30 do 39 godina	7.7%	74.6%	17.7%
	Od 40 do 49 godina	12.6%	71.3%	16.1%
	Od 50 do 59 godina	14.6%	71.3%	14.0%
	60 i više godina	29.1%	58.7%	12.1%
OBRAZOVANJE	Bez obrazovanja	33.3%	66.7%	0.0%
	Osnovno obrazovanje	27.9%	51.2%	20.9%
	Srednje obrazovanje	15.7%	69.3%	15.0%
	Više obrazovanje	14.9%	78.7%	6.4%
	Visoko obrazovanje	11.9%	71.6%	16.5%

NACIONALNOST	Crnogorac/Crnogorka	20.2%	68.9%	10.8%
	Srbin/Srpkinja	2.5%	73.2%	24.3%
	Albanac/Alбанка	21.6%	76.5%	2.0%
	Musliman/Muslimanka	20.3%	71.9%	7.8%
	Bošnjak/Bošnjakinja	42.6%	51.1%	6.4%
	Hrvat/Hrvatica	42.9%	42.9%	14.3%
	Ne želi da odgovori	0.0%	71.4%	28.6%
	Ostalo	0.0%	66.7%	33.3%

Grafik 18 – Informisanje građana o važnim događajima putem TV stanica u odnosu na pol, starost, obrazovanje, nacionalnost

Primjetne su i razlike u odnosu na starost ispitanika i nivo obrazovanja, pa se preko RTCG o važnim događajima najviše informišu građani stariji od 60 godine, kao i oni čiji je stepen obrazovanja niži od srednjeg.

Odakle uglavnom dobijate novosti koje su Vam od izuzetne koristi u svakodnevnom profesionalnom i privatnom životu?



Grafik 19 – Izvor informisanja građana - 2021 vs 2018

Nešto više od tri četvrtine građana te informacije dobija od različitih medija, prvenstveno preko internet portala (26.1%), zatim od emitivnih medija (radio i TV – 24.8%), te društvenih mreža (17.4%), a najmanje od štampanih medija (6.2%). No, četvrtina ispitanika korisne informacije uglavnom dobija od prijatelja i poznanika, a ne putem medija.

U poređenju sa istraživanjem koje je realizovano 2018. godine, primjetno je da su se građani o važnim informacijama više informisali putem radio i TV (rast od 6.2%) stanica, zatim društvenih mreža (rast od 3.1%), i Internet portala (rast od 1.7%). Nešto manje su se informisali iz štampanih medija (pad od 5.1%) i kroz razmjenu informacija sa prijateljima i poznanicima (pad od 5.9%).

Da li ste saglasni sa dolje navedenim tvrdnjama o medijima u Crnoj Gori?

U ovom pitanju bilo je ponuđeno 14 tvrdnji, od čega pola sa pozitivnim, a pola sa negativnim preznakom, a radi lakšeg pregleda nalazi su i razdvojeni po tom osnovu.

	Da	Donekle	Ne	Ne znam
Mediji u Crnoj Gori vode računa o interesima građana	17.8%	48.5%	25.7%	8%
Mediji u Crnoj Gori štite demokratiju	16.5%	45.9%	25%	12.5%
Medijima u Crnoj Gori je istina na prvom mjestu	15.1%	41%	37.9%	6%

Mediji u Crnoj Gori su nepristrasni	8.9%	34.9%	47.3%	8.9%
Mediji u Crnoj Gori se pridržavaju etičkog kodeksa	12%	48.7%	25.3%	13.9%
Mediji temeljno provjeravaju činjenice koje objavljuju	11.4%	41.9%	34.8%	11.9%
Mediji u Crnoj Gori štite pravo na privatnost žrtava nasilja i djece	27.4%	42.8%	14.3%	15.4%

Grafik 20 – Saglasnost građana sa pozitivnim tvrdnjama

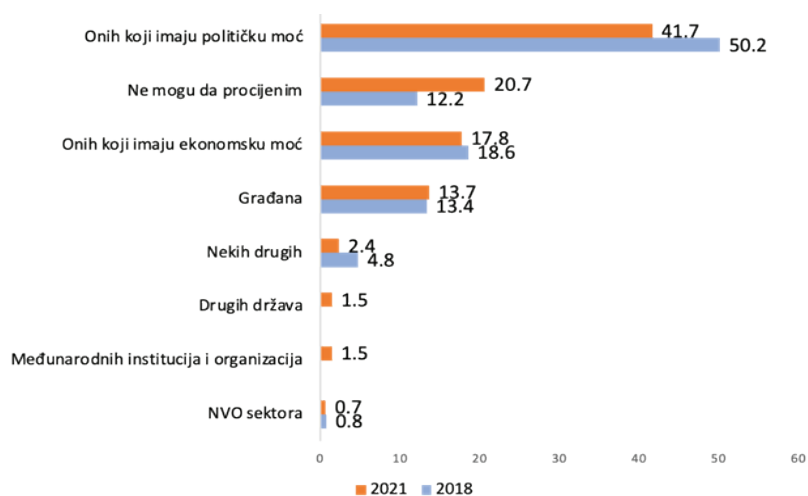
Kada je riječ o pozitivnim tvrdnjama, građani su najviše saglasni (suma odgovora *Da* i *Donekle*) sa tvrdnjom da mediji u Crnoj Gori štite pravo na privatnost žrtava nasilja i djece (70.2%), zatim da vode računa o interesima građana (66.3%) i da štite demokratiju (62.4%). Međutim, nešto manje od polovine (47.3%) građana smatra i da mediji nijesu nepristrasni, a više od trećine (37.9%) da im istina nije na prvom mjestom.

	Da	Donekle	Ne	Ne znam
Mediji u Crnoj Gori koriste činjenice pomješane sa glasinama	44.8%	36.4%	8.9%	9.9%
Mediji u Crnoj Gori teže senzacionalizmu i pretjerivanju	38.5%	38.2%	11.5%	11.7%
Mediji u Crnoj Gori često presuđuju prije suda	43.5%	34%	11.6%	10.9%
Mediji u Crnoj Gori nanose štetu demokratiji	18.2%	41.8%	22%	18.1%
Mediji u Crnoj Gori su neetični	19.3%	43.1%	22.1%	15.5%
Na uređivačku orijentaciju medija u velikoj mjeri utiče politička orijentacija vlasnika medija	49.8%	34.4%	5.7%	10.1%
Vlast i državni organi ometaju istraživačko novinarstvo	43.7%	35%	8.7%	12.6%

Grafik 21 – Saglasnost građana sa negativnim tvrdnjama

Kada je riječ o tvrdnjama sa negativnom konotacijom, ogromna većina (84.2%) građana smatra da na uređivačku orijentaciju medija u velikoj mjeri utiče politička orijentacija vlasnika medija, zatim da mediji u Crnoj Gori koriste činjenice pomiješane sa glasinama (81.2% građana je tog stanovišta), kao i da vlast i državni organi ometaju istraživačko novinarstvo (78.7% građana to cijeni).

Do kojih interesa je medijima u Crnoj Gori, na prvom mjestu, stalo?



Grafik 22 – Stavovi građana na pitanje u čijem interesu ponajviše mediji rade - 2021 vs 2018

Da je medijima u Crnoj Gori, na prvom mjestu, stalo do interesa onih koji imaju političku moć stav je 41.7% građana (što je pad u odnosu na 2018. godinu kada je više od polovine ispitanika bilo tog

stava). Svaki peti ispitanik ne može da procjeni prema čemu se mediji najviše orijentišu, dok manje od petine (17.8%) smatra da je medijima najviše stalo do interesa onih grupacija koje imaju ekonomsku moć. Svega 13.7% ispitanika smatra da je medijima stalo do interesa građana.

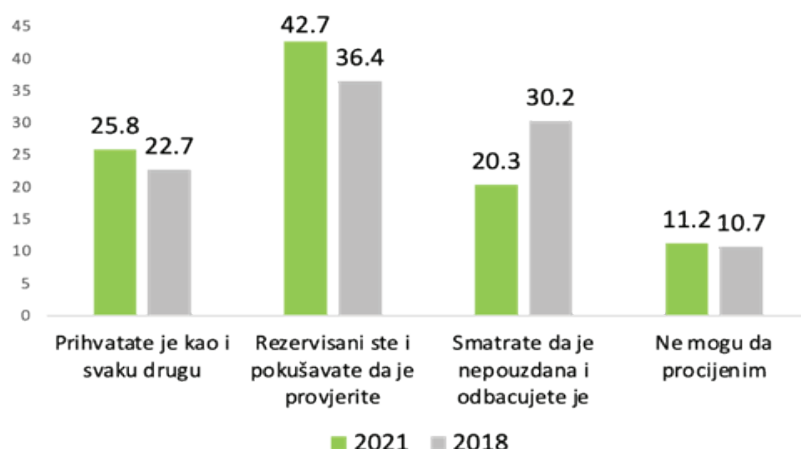
Dakle, u odnosu na nalaze iz 2018. godine, nije bilo značajnih odstupanja osim kada je u pitanju percepcija građana o uticaju političkih centara moći. Vrijedi podvući i da percepcija građana ukazuje da je sada medijima manje stalo do interesa političke elite nego prije četiri godine.

		Građana	Onih koji imaju političku moć	Onih koji imaju ekonomsku moć	NVO sektora	Međunarodnih institucija i organizacija	Drugih država	Ne mogu da procijenim	Nekih drugih
POL	Muški	12.1%	43.1%	21.2%	0.6%	1.9%	2.3%	15.9%	2.8%
	Ženski	15.2%	40.4%	14.6%	0.8%	1.2%	0.8%	25.0%	2.1%
Starost	Od 18 do 29 godina	11.9%	38.3%	17.9%	1.3%	1.7%	1.7%	24.7%	2.6%
	Od 30 do 39 godina	12.2%	41.4%	19.3%	1.1%	1.1%	1.1%	23.2%	0.6%
	Od 40 do 49 godina	8.6%	42.5%	21.8%	0.6%	2.3%	1.7%	19.0%	3.4%
	Od 50 do 59 godina	16.9%	43.8%	16.3%	0.0%	1.7%	0.6%	17.4%	3.4%
	60 i više godina	18.4%	43.0%	14.3%	0.4%	0.9%	2.2%	18.4%	2.2%
	Bez obrazovanja	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
OBRAZOVANJE	Osnovno obrazovanje	18.6%	34.9%	11.6%	0.0%	0.0%	0.0%	34.9%	0.0%
	Srednje obrazovanje	14.5%	41.9%	18.4%	0.7%	1.9%	1.2%	19.1%	2.2%
	Više obrazovanje	14.9%	43.6%	14.9%	0.0%	0.0%	2.1%	22.3%	2.1%
	Visoko obrazovanje	8.5%	40.9%	18.8%	1.1%	1.1%	2.8%	22.7%	4.0%
NACIONALNOST	Crnogorac/ Crnogorka	17.0%	41.3%	17.2%	0.6%	1.2%	1.2%	18.8%	2.7%
	Srbin/ Srпкиnja	10.7%	46.1%	21.5%	0.6%	1.9%	0.9%	17.0%	1.3%
	Albanac/ Albanka	13.7%	35.3%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	45.1%	0.0%
	Musliman/ Muslimanka	7.8%	40.6%	14.1%	1.6%	1.6%	3.1%	25.0%	6.3%
	Bošnjak/ Bošnjakinja	12.8%	23.4%	19.1%	2.1%	2.1%	6.4%	31.9%	2.1%
	Hrvat/ Hrvatica	0.0%	42.9%	14.3%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	14.3%
	Ne želi da odgovori	14.3%	28.6%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	0.0%
	Ostalo	0.0%	55.6%	11.1%	0.0%	11.1%	0.0%	11.1%	11.1%

Grafik 23 – Stavovi građana na pitanje u čijem interesu ponajviše mediji rade u odnosu na pol, starost, obrazovanje, nacionalnost

Među onima koji smatraju da je medijima na prvom mjestu stalo do interesa onih koji imaju političku moć, u procentima većim od prosjeka (prosjek 41.7%) su muškarci, stariji od 40 godina, zatim oni sa srednjim i višim stepenom obrazovanja, kao i ispitanici koji se nacionalno izjašnjavaju kao Srbi.

Kakav je Vaš stav prema informaciji čiji izvor medij ne otkriva iz bilo kojih razloga (npr. "kako saznajemo iz pouzdanih izvora")?



Grafik 24 – Povjerenje u informacije čiji izvor mediji ne otkrivaju - 2021 vs 2018

Najveći procenat ispitanika (42,7%) rezervisan je prema informacijama čiji izvor medij ne otkriva iz bilo kojih razloga (npr. "kako saznajemo iz pouzdanih izvora"). Svaki četvrti građanin takvu informaciju prihvata kao i svaku drugu, dok je svaki peti smatra nepouzdanom i odbacuje je. U odnosu na 2018. godinu, mogu se uočiti određena kretanja koja ukazuju da se smanjilo nepovjerenje u ovaj tip informacija, ali i da su građani skloniji provjeri takvih informacija.

		Prihvata je kao i svaku drugu	Rezervisani ste i pokušavate da je provjerite	Smatrate da je nepouzdana i odbacujete je	Ne mogu da procijenim
POL	Muški	24.2%	46.1%	21.9%	7.9%
	Ženski	27.3%	39.6%	18.8%	14.2%
Starost	Od 18 do 29 godina	16.2%	45.5%	25.1%	13.2%
	Od 30 do 39 godina	23.8%	41.4%	22.1%	12.7%
	Od 40 do 49 godina	22.4%	49.4%	15.5%	12.6%
	Od 50 do 59 godina	27.5%	43.3%	20.8%	8.4%
	60 i više godina	39.0%	35.0%	17.0%	9.0%
OBRAZOVANJE	Bez obrazovanja	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%
	Osnovno obrazovanje	51.2%	18.6%	14.0%	16.3%
	Srednje obrazovanje	28.7%	40.4%	18.8%	12.0%
	Više obrazovanje	13.8%	53.2%	25.5%	7.4%
NACIONALNOST	Visoko obrazovanje	14.2%	51.7%	25.0%	9.1%
	Crnogorac/Crnogorka	27.2%	44.4%	20.0%	8.4%
	Srbin/Srpkinja	22.1%	44.8%	18.6%	14.5%
	Albanac/Alбанка	21.6%	49.0%	23.5%	5.9%
	Musliman/Muslimanka	23.4%	34.4%	28.1%	14.1%
	Bošnjak/Bošnjakinja	46.8%	23.4%	10.6%	19.1%
	Hrvat/Hrvatica	28.6%	14.3%	57.1%	0.0%
Ne želi da odgovori	14.3%	28.6%	14.3%	42.9%	
Ostalo	22.2%	33.3%	44.4%	0.0%	

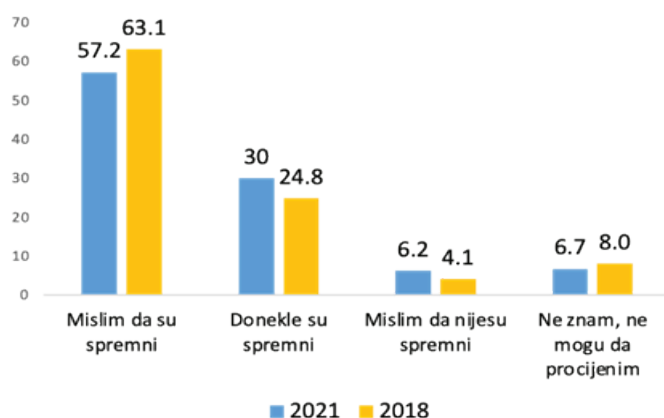
Grafik 25 – Povjerenje u informacije čiji izvor mediji ne otkrivaju u odnosu na pol, starost, obrazovanje, nacionalnost

Veći je procenat ispitanika koji ove informacije prihvata kao svake druge među ženama, starijima od 60 godina, te ispitanicima sa srednjim i manjim stepenom obrazovanja.

Među rezervisanima prema ovim informacijama, u procentima većim od prosjeka (prosjek 42.7%), su muškarci, ispitanici od 40 do 49 godina starosti, zatim oni sa višim i visokim obrazovanjem.

Najveći je procenat ispitanika koji ove informacije smatra nepouzdanim i odbacuje ih među muškarcima, mladima (do 29 godina), kao ispitanicima sa višim i visokim obrazovanjem.

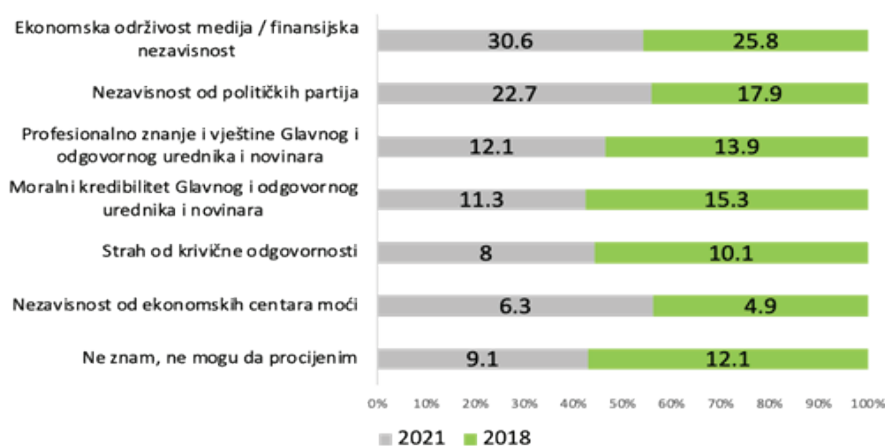
Koliko su, po Vašem mišljenju, mediji u Crnoj Gori spremni da, radi povećanja tiraža i rejtinga, objavljuju senzacionalističke informacije koje nijesu uopšte ili su nedovoljno provjerene?



Grafik 26 – Stavovi građana o spremnosti medija da objavljuju senzacionalističke i neprovjerene informacije zarad povećanja rejtinga - 2021 vs 2018

Kumulativno, ogromna većina anketiranih građana (87.2%) smatra da su mediji u Crnoj Gori spremni ili donekle spremni da, radi povećanja tiraža i rejtinga, objavljuju senzacionalističke informacije koje nijesu uopšte ili su nedovoljno provjerene, pri čemu nema značajnih razlika u odnosu na različite kategorije.

Šta je za Vas najjača garancija da će neki medij pisati/izvještavati istinito, sveobuhvatno i politički nepristrasno?

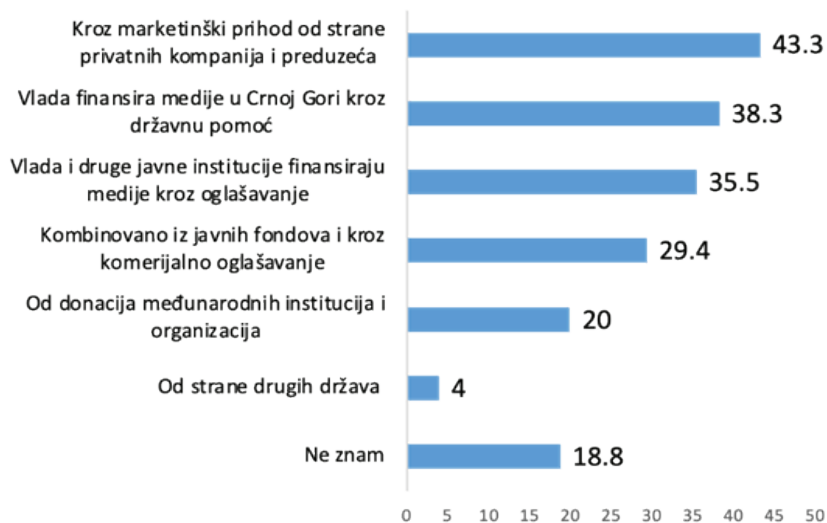


Grafik 27 – Stavovi građana o uslovima da će neki mediji izvještavati istinito, sveobuhvatno i politički nepristrasno - 2021 vs 2018

Gotovo trećina ispitanika (30.6%) procjenjuje da je ekonomska održivost medija najjača garancija da će neki medij pisati/izvještavati istinito, sveobuhvatno i politički nepristrasno.

Na drugom mjestu, po frekvenciji odgovora, pozicionira se nezavisnost medija od političkih partija (22.7%), a na trećem profesionalno znanje i vještine glavnog i odgovornog urednika i novinara (12.1%). U ovom dijelu nema većih odstupanja u odnosu na percepcije građana u 2018. godini.

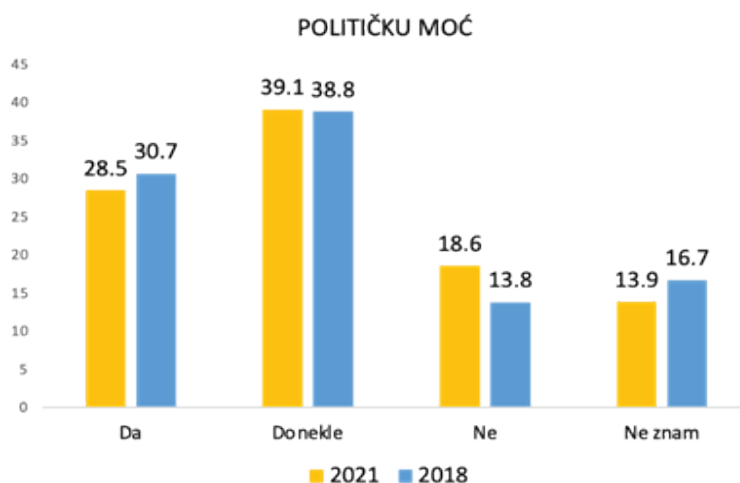
Kako se, po Vašem mišljenju, finansiraju mediji u Crnoj Gori⁵:



Grafik 28 – Stavovi građana o finansiranju medija u Crnoj Gori

Da se mediji u Crnoj Gori finansiraju kroz marketinški prihod od strane privatnih kompanija i preduzeća smatra 43.3% građana Crne Gore, dok više od trećine cijeni da tu presudno finansiranje od strane Vlade putem državne pomoći (38.3%), odnosno da Vlada i druge javne institucije finansiraju medije putem oglašavanja (35.5%).

Da li mediji u Crnoj Gori, po Vašem mišljenju, ispunjavaju društvenu ulogu kontrolora onih koji imaju:



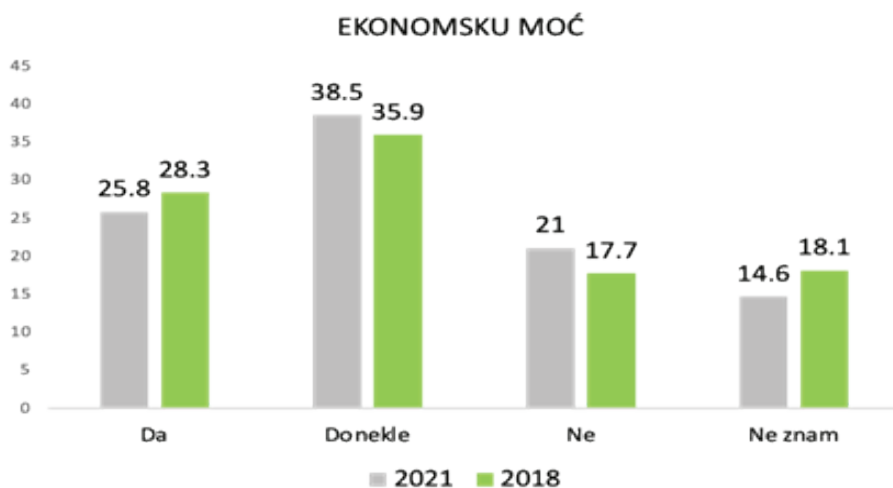
Grafik 29 – Stavovi građana o ulozi medija kao kontrolora onih koji imaju političku moć - 2021 vs 2018

⁵ Bilo je moguće dati više odgovora, pa je suma odgovora veća od 100%

Da mediji u Crnoj Gori ispunjavaju društvenu ulogu kontrolora onih koji imaju političku moć eksplicitan je stav 28.5% građana, dok 39.1% smatra da oni to čine djelimično. Dakle, posmatrano ukupno, može se zaključiti da 67.6% građana smatra da mediji potpuno ili uglavnom vrše ulogu kontrolora onih subjekata koji imaju političku moć, što je skoro na nivou 2018. godine.

U odnosu na rezultate istraživanja iz 2018. godine, jedino značajno odstupanje se ogleda u tome što je sada više (za 4.8%) građana koji smataju da mediji ne vrše tu ulogu, dok se povećao procenat (za 2.8%) onih koji nemaju jasan stav o ovom pitanju.

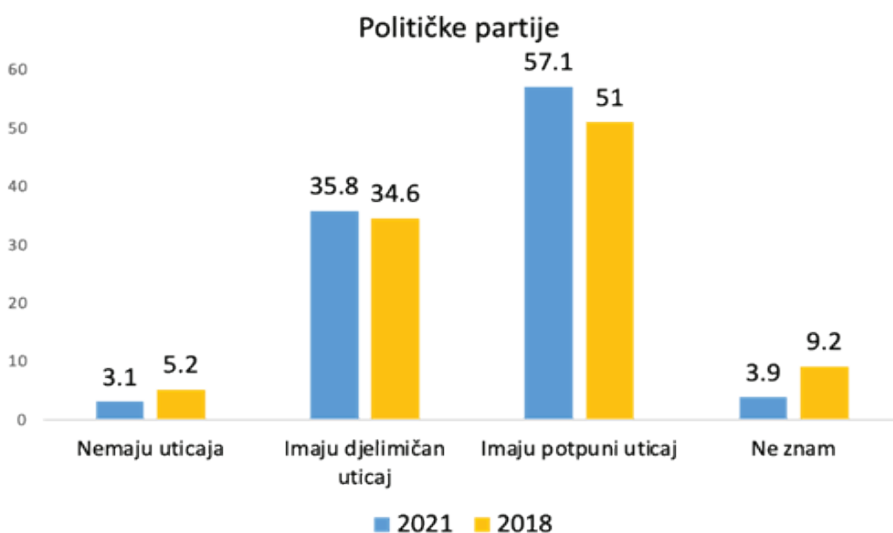
Da mediji u Crnoj Gori ispunjavaju (potpuno ili djelimično) društvenu ulogu kontrolora onih koji imaju ekonomsku moć stav je 64.3% građana Crne Gore (suma odgovora *Da* i *Djelimično*). Suprotnog stava je 21% ispitanika, dok stav o ovom pitanju nema njih 14.6%.



Grafik 30 – Stavovi građana o ulozi medija kao kontrolora onih koji imaju ekonomsku moć - 2021 vs 2018

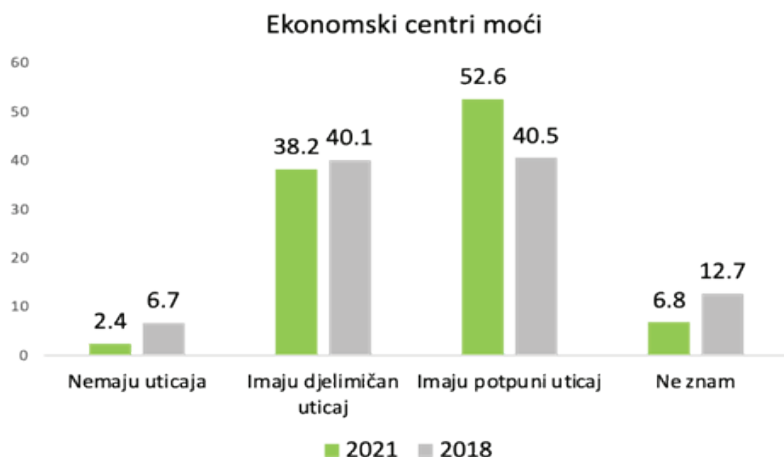
U odnosu na rezultate istraživanja iz 2018. godine, ovdje nema značajnijih odstupanja.

Koliko, po Vašem mišljenju, političke partije imaju uticaja na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori?



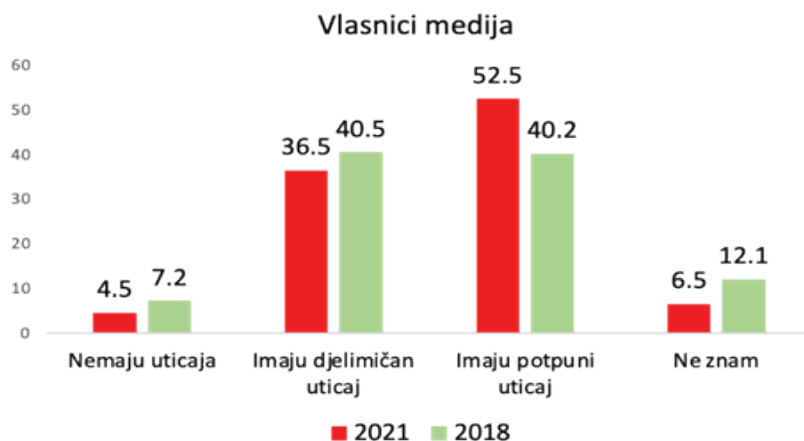
Grafik 31 – Uticaj političkih partija na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori - 2021 vs 2018

Ubjedljiva većina građana (57.1%) smatra da političke partije imaju potpun uticaj na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori, a u odnosu na 2018. godinu došlo je do porasta broja onih koji su saglasni sa ovim stavom (rast od 6.1%). Nešto više od trećine ispitanika stava je da je taj uticaj političkih partija ograničen, vrlo je mali broj (3.1%) onih koji ne prepoznaju uticaj političkih partija nemaju na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori.



Grafik 32 – Uticaj ekonomskih centara moći na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori - 2021 vs 2018

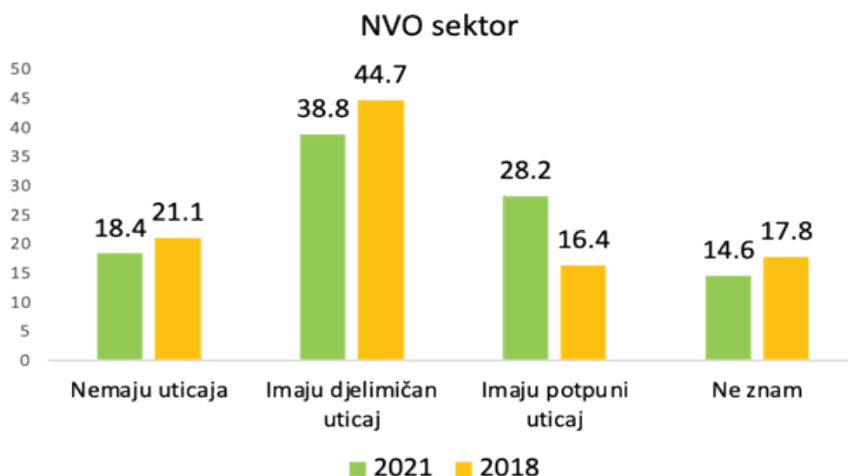
Da ekonomski centri moći imaju potpuni uticaji na uređivačku politiku medija stav je više od polovine (52.6%) anketiranih građana, a indikativan je rast od čak 12.1% u odnosu na 2018. godinu. Takođe, 38.2% građana smatra da ekonomski centri moći imaju djelimičan uticaj, pri čemu je iznimno malo onih koji ne



vide nikakav uticaj ekonomskih aktera na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori (svega 2.4%).

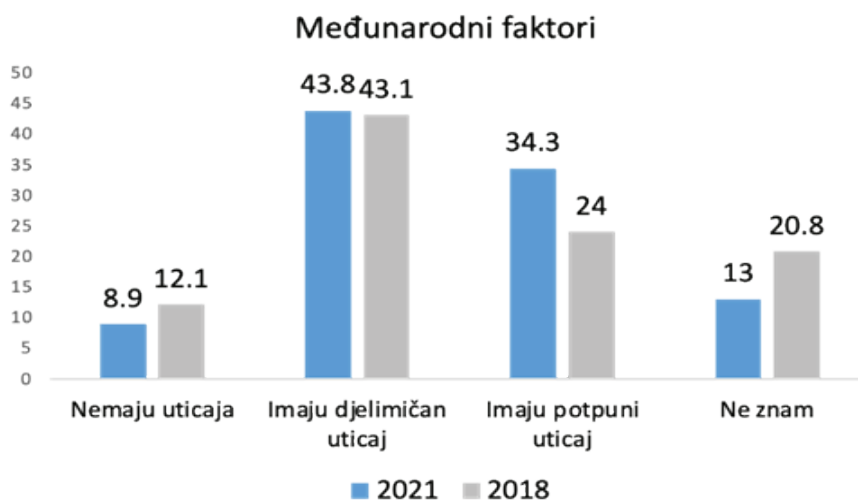
Grafik 33 – Uticaj vlasnika medija na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori - 2021 vs 2018

Takođe, više od polovine građana (52.5%) smatra da vlasnici medija u potpunosti utiču na uređivačku politiku medija, i tu se bilježi rast od 12.3% u odnosu na 2018. godinu. Da je uticaj vlasnika medija djelimičan mišljenje je nešto više od trećine (36.5%) ispitanika, a samo 4.5% je onih koji cijene da vlasnici medija nemaju uticaja u medijima.



Grafik 34 – Uticaj NVO sektora na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori - 2021 vs 2018

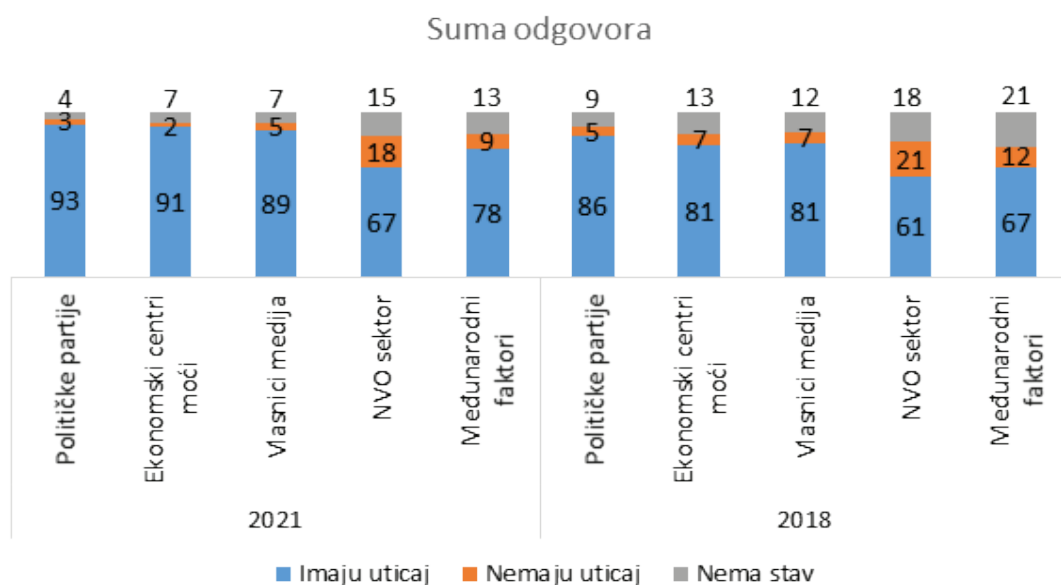
Interesantno je da 28,2% anketiranih građana procjenjuje da nevladine organizacije imaju potpuni uticaj na uređivačku politiku medija, a što je i za 11,8% više u odnosu na 2018. godinu. Dodatno, više od trećine (38,8%) smatra da NVO sektor ima djelimičan uticaj, a manje od petine (18,4%) da nema uticaja NVO sektora na uređivačku politiku medija.



Grafik 35 – Uticaj međunarodnih faktora na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori - 2021 vs 2018

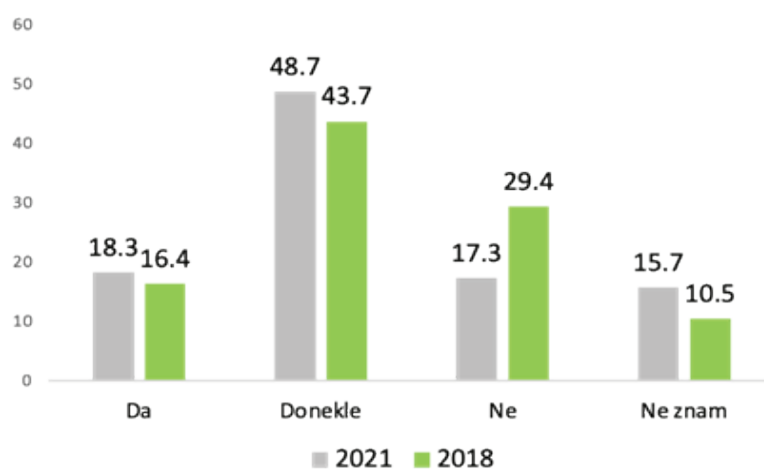
Nešto više od trećine građana je mišljenja da međunarodni faktori imaju potpuni uticaj na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori, što je za 10,3% više u odnosu na prije tri godine. Da ovi subjekti imaju djelimičan uticaj stav je 43,8% građana, dok 8,9% ispitanika smatra da nemaju uticaj.

Generalno posmatrajući podatke za svih pet subjekata, može se zaključiti da se promijenila percepcija građana o ovom pitanju u odnosu na 2018. godinu u pravcu da danas građani smatraju da su brojni i isprepleteni uticaji na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori.



Grafik 36 – Uticaj različitih aktera na uređivačku politiku medija u Crnoj Gori (suma odgovora) - 2021 vs 2018

Da li mediji u Crnoj Gori daju dovoljno prostora za javnu debatu radi donošenja najboljih odluka ili postizanja kompromisa oko važnih društvenih pitanja?

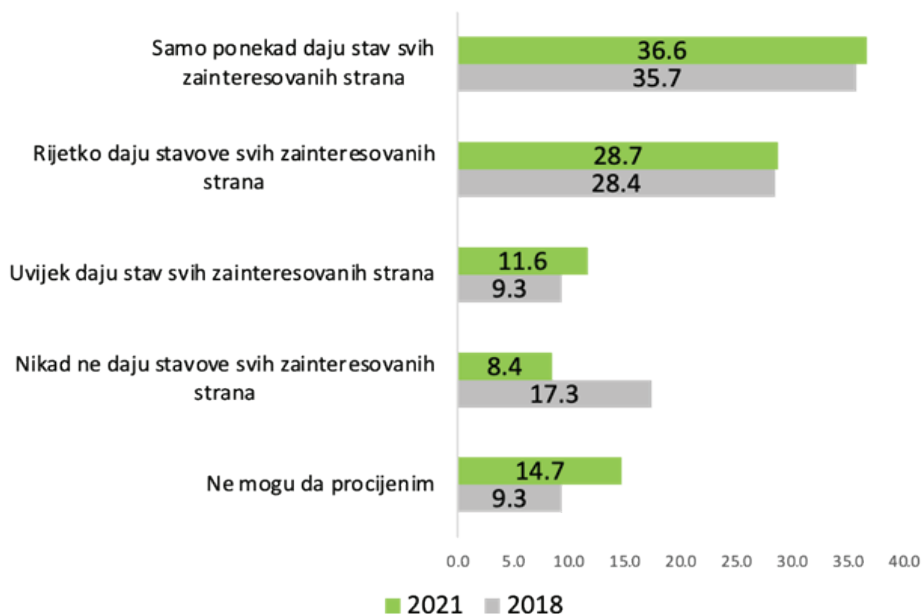


Grafik 37 – Obezbeđivanje prostora za javnu debatu oko važnih društvenih pitanja - 2021 vs 2018

Najveći procenat anketiranih građana (67%) je mišljenja da mediji u Crnoj Gori *potpuno* (18.3) ili *donekle* (48.7%) obezbeđuju dovoljno prostora za javnu debatu radi donošenja najboljih odluka ili postizanja kompromisa oko važnih društvenih pitanja.

U odnosu na 2018. godinu, percepcija građana o ovom pitanju je promijenjena u pozitivnom smjeru za medije, jer je sada veći procenat (za 6.9%) onih koji smatraju da mediji u Crnoj Gori obezbeđuju prostor za javnu debatu.

Kada izvještavaju o nekom kontroverznom događaju, mediji u Crnoj Gori:



Grafik 38 – Stavovi građana o zastupljenosti svih zainteresovanih strana - 2021 vs 2018

Preko trećine građana (36.6%) smatra da mediji, kada izvještavaju o nekom kontroverznom događaju, samo ponekad daju stav svih zainteresovanih strana. Kada se ovom doda da je 28.7% onih koji cijene da mediji rijetko svima daju prostor u tim situacijama, dolazimo do podatka da dvije trećine (65.3%) građana smatra da mediji ne pristupaju izbalansirano. S druge strane, 11.6% anketiranih građana smatra da mediji uvijek daju stav svih zainteresovanih strana, dok je 8.4% ispitanika sa pozicijom da mediji nikada ne daju stavove svih strana. Upravo je ovdje primjetna značajna razlika u odnosu na 2018. godinu, kada se za ovaj odgovor odlučilo 17.3% građana. Dakle, značajno manji broj građana (za 8.9%) smatra da mediji nikada ne daju stavove svih zainteresovanih strana kada izvještavaju o nekom kontraverznom događaju.

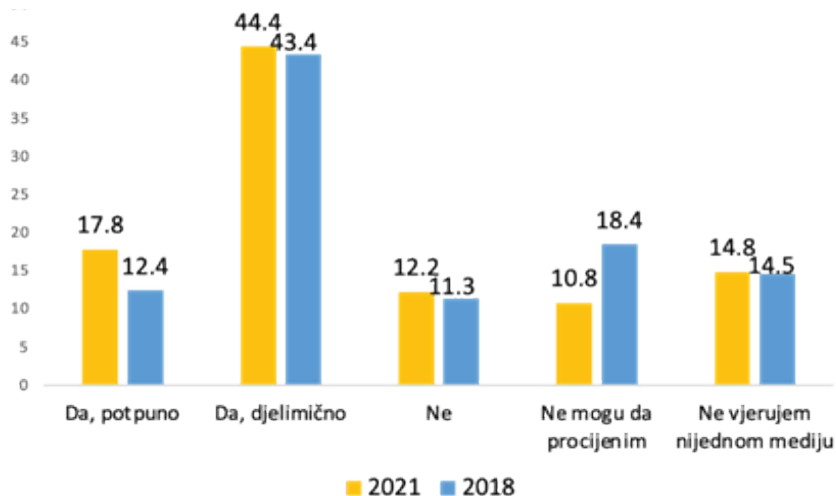
Generalno ocjenjujući, da li mislite da su mediji u Crnoj Gori nezavisni/objektivni?

2021	Da	Djelimično	Ne	Ne mogu da procijenim
Štampani mediji	8.9%	36.4%	35.8%	18.9%
Radio	11.3%	34.5%	33.0%	21.2%
TV	14.1%	41.5%	38.0%	6.4%
Internet portali	10.5%	35.7%	36.7%	17.1%
2018	Da	Djelimično	Ne	Ne mogu da procijenim
Štampani mediji	11.8%	38.1%	39.2%	10.9%
Radio	15.0%	35.6%	35.6%	13.8%
TV	11.4%	37.3%	41.5%	9.8%
Internet portali	12.7%	35.8%	36.1%	15.4%

Grafik 39 – Stavovi građana o nezavisnosti i objektivnosti medija - 2021 vs 2018

U odnosu na istraživanje iz 2018. godine, kada je najveći procenat ispitanika smatrao da mediji u Crnoj Gori nijesu ili su samo djelimično nezavisni/objektivni, ni ovogodišnje istraživanje ne donosi pozitivniju sliku građana o ovom pitanju. Naprotiv, pa tako sada građani i u nešto manjem procentu kod određenih kategorija medija (štampani, radio, portali) cijene da su mediji djelimično nezavisni i objektivni, dok rast povjerenja u ovom smislu doživljava samo TV.

Da li je medij, u koji imate najveće povjerenje, nezavisan/objektivan?



Grafik 40 – Stavovi građana o nezavisnosti medija u koje imaju najveće povjerenje - 2021 vs 2018

Najveći procenat anketiranih građana (44.4%) smatra da je medij u koji imaju najveće povjerenje zapravo djelimično nezavisan/objektivan, a manje od petine (17,8%) da je potpuno nezavisan/objektivan. Svaki deseti ispitanik nije mogao da procijeni u kojoj mjeri je medij u koji ima najveće povjerenje nezavisan/objektivan.

Kada uporedimo podatke sa 2018. godinom, konstatuje se rast procenta građana koji smatraju da su mediji u koje oni imaju najveće povjerenje istovremeno nezavisni odnosno objektivni.

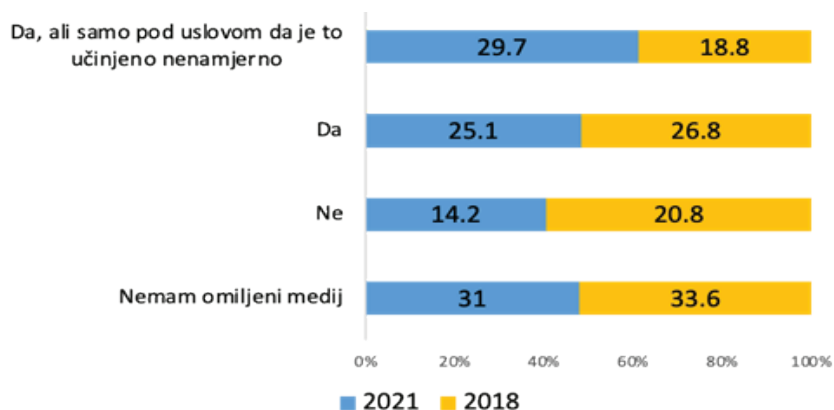
Anketirani koji imaju povjerenje u sljedeće medije:		Da, potpuno	Da, djelimično	Ne	Ne mogu da procijenim	Ne vjerujem nijednom mediju
Štampani mediji	Pobjeda	35.2%	46.2%	3.3%	12.1%	3.3%
	Vijesti	20.8%	58.3%	7.1%	10.7%	3.0%
	Dan	21.3%	49.1%	10.2%	10.2%	9.3%
	Dnevne novine	18.2%	54.5%	7.3%	7.3%	12.7%
	Nemam povjerenja ni u jedne novine	13.2%	38.2%	16.0%	11.1%	21.5%
	Ostale, regionalne	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
TV	RTCG	28.7%	38.5%	9.7%	12.1%	10.9%
	Vijesti	19.1%	56.2%	12.2%	9.1%	3.3%
	Prva	14.9%	50.7%	9.0%	9.0%	16.4%
	Nova M	12.9%	71.0%	6.5%	6.5%	3.2%
	Pink M	10.5%	52.6%	15.8%	21.1%	0.0%
	TV 7	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	A1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	Nemam povjerenja ni u jednu TV	5.0%	28.1%	16.9%	13.2%	36.8%
	Ostali	34.8%	34.8%	0.0%	0.0%	30.4%

Internet portal					
Vijesti	14.1%	56.3%	15.5%	8.8%	5.3%
CDM	18.1%	47.9%	10.4%	9.0%	14.6%
Analitika	28.6%	42.9%	11.4%	8.6%	8.6%
RTCG	26.5%	38.8%	10.2%	10.2%	14.3%
Antena M	6.7%	40.0%	23.3%	6.7%	23.3%
In4s	10.5%	26.3%	31.6%	5.3%	26.3%
Pobjeda	25.0%	41.7%	25.0%	8.3%	0.0%
Aktuelno.me	9.1%	54.5%	18.2%	18.2%	0.0%
Standard	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
Borba	25.0%	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%
FOS media	10.0%	10.0%	30.0%	0.0%	50.0%
Nemam povjerenja u internet portale	19.0%	36.4%	8.2%	13.7%	22.7%
Ostali	24.5%	44.9%	4.1%	14.3%	12.2%

Grafik 41 – Stavovi građana o nezavisnosti medija u koje imaju najveće povjerenje po medijima

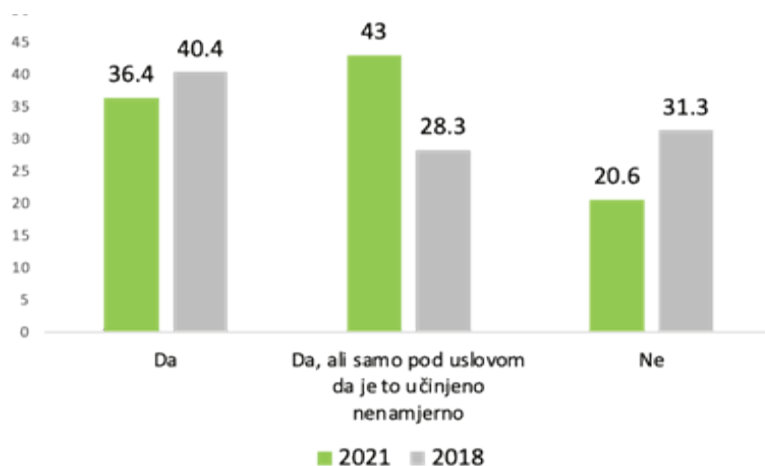
Mišljenje da je njihov omiljeni medij potpuno ili djelimično nezavisan/objektivan, kreće se, za štampane medije, u intervalu od 70.4% (*Dan*) do 81.4% (*Pobjeda*); za TV u intervalu od 63.1% (*Pink M*) do 83.9% (*Nova M*) i za Internet portale u intervalu od 20% (*FOS media*) do 71.5% (*Portal Analitika*).

Da li ste spremni da oprostite Vašem omiljenom mediju ako iznese neistinu o nekome ko Vam se, iz bilo kojih razloga, ne dopada?



Grafik 42 – Spremnost građana da oprostite neistinu omiljenom mediju - 2021 vs 2018

Ako se iz ovih rezultata izuzmu oni koji su izjavili da nemaju omiljeni medij, dobija se sljedeća slika:



Grafik 43 – Spremnost građana da oprostite neistinu - 2021 vs 2018 (izuzeti građani koji nemaju omiljeni medij)

Znači, više od trećine onih koji imaju omiljeni medij su spremni da oprostite tom mediju ako iznese neistinu o nekome ko mu se, iz bilo kojih razloga, ne dopada, a manje od polovine (43%) je spremno da oprostite pod uslovom da to nije učinjeno namjerno. Svaki peti ispitanik koji ima omiljeni medij nije spreman da oprostite tom mediju za iznesene neistine.

Upoređujući sa podacima iz 2018. godine, zaključuje se da je više građana (za oko 15%) spremno da oprostite svom omiljenom mediju iznošenje neistina, ali pod uslovom da je to učinjeno nenamjerno, dok se smanjio procent (za 4%) onih koji su spremni da oprostite bezuslovno. Takođe, smanjio se i broj onih (za oko 11%) koji ne bi oprostili svom omiljenom mediju iznošenje neistina.

Naredna tabela daje distribuciju odgovora uz korelaciju sa povjerenjem ispitanika u određene medije.

	Anketirani koji imaju povjerenje u sljedeće medije:	Da	Da, ali samo pod uslovom da je to učinjeno nenamjerno	Ne
Štampani mediji	Pobjeda	35.4%	46.2%	18.5%
	Vijesti	40.0%	44.2%	15.8%
	Dan	40.0%	36.3%	23.8%
	Dnevne novine	23.8%	50.0%	26.2%
	Nemam povjerenja ni u jedne novine	36.2%	42.6%	21.3%
TV	RTCG	35.4%	46.4%	18.2%
	Vijesti	43.2%	42.1%	14.7%
	Prva	33.3%	46.7%	20.0%
	Nova M	44.4%	40.7%	14.8%
	Pink M	47.1%	23.5%	29.4%
	Nemam povjerenja ni u jednu TV	16.7%	42.6%	40.7%
Internet portal	Ostali	38.5%	38.5%	23.1%
	Vijesti	38.3%	42.8%	18.9%
	CDM	41.0%	35.2%	23.8%
	Analitika	25.9%	63.0%	11.1%
	RTCG	47.2%	22.2%	30.6%
	Antena M	17.6%	41.2%	41.2%
	In4s	35.7%	42.9%	21.4%
	Pobjeda	72.7%	27.3%	0.0%
	Aktuelno.me	42.9%	42.9%	14.3%
	Borba	25.0%	25.0%	50.0%
	FOS media	0.0%	66.7%	33.3%
	Nemam povjerenja u internet portale	31.5%	49.3%	19.2%
Ostali	41.9%	41.9%	16.1%	

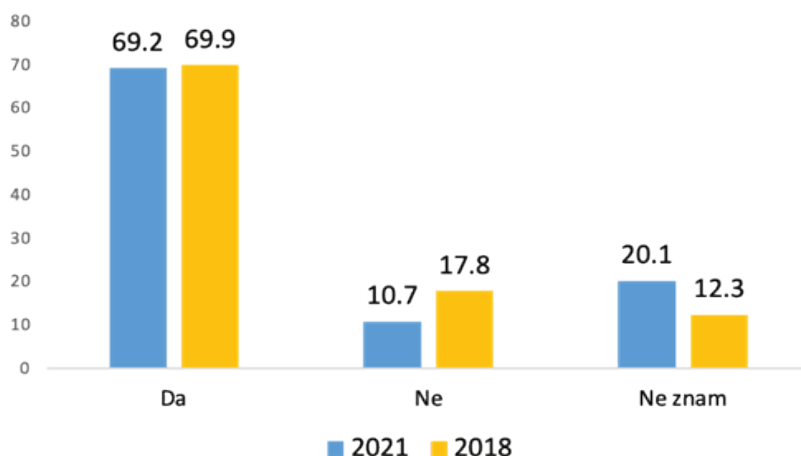
Grafik 44 – Spremnost građana da oprostite neistinu omiljenom mediju po mediju

Čitaoci lista *Dan i Vijesti* su najspremniji da ovom listu oprostite za iznešenu neistinu, dok tu spremnost najmanje izražavaju čitaoci lista *Dnevne novine*.

Gledaoci *TV Vijesti* su najspremniji da ovoj TV oprostite za iznešenu neistinu, a najmanje su na to spremni gledaoci Prve TV.

Posjetioci portala RTCG su najspremniji da ovom mediju oprostite za iznešenu neistinu, dok su najmanje spremni to da oprostite pratioci portala Antena M.

Smatrate li da bi, radi ukupnog poboljšanja rada i slobode medija, država trebala da finansijski pomaže medije koji ispunjavaju svoju društvenu ulogu?



Grafik 45 – Stavovi građana o finansijskoj pomoći države medijima -2021 vs 2018

Najveći procenat anketiranih građana (69.2%) smatra da bi, radi ukupnog poboljšanja rada i slobode medija, država trebala da finansijski pomaže medije koji ispunjavaju svoju društvenu ulogu. Suprotnog je stava svaki deseti ispitanik, a svaki peti nema stav o ovom pitanju.

U odnosu na 2018.godinu smanjio se procenat (za oko 7%) onih koji smatraju da država ne treba da finansijski pomaže medije koji ispunjavaju svoju društvenu ulogu, a istovremeno se povećao procenat (za oko 8%) građana koji nemaju stav o ovom pitanju.

Da li ste saglasni sa sljedećim tvrdnjama?

2021	Da	Donekle	Ne	Ne znam
Novinari u Crnoj Gori treba da imaju licencu za rad	78.3%	12.1%	3.1%	6.5%
Zakonom o medijima treba definisati ko je novinar	79.9%	13%	2.2%	4.8%
Novinari u Crnoj Gori treba da se specijalizuju za uže tematske oblasti	74%	17%	4.4%	4.6%
Novinari u Crnoj Gori rade za interese vlasnika medija, a ne za interese građana	54.5%	28.9%	9.3%	7.4%
Novinari u Crnoj Gori imaju posljednju riječ u pogledu kreiranja svojih tekstova/priloga i sl.	23.9%	33.9%	27.9%	14.3%
Novinari u Crnoj Gori moraju biti časne i moralne osobe	73.7%	17.6%	5.3%	3.4%
Novinari i imovina medija u CG su bezbjedni	20.2%	29.7%	38.5%	11.6%
Novinari u Crnoj Gori su adekvatno plaćeni za svoj posao	16.4%	26.6%	34.2%	22.7%
Novinari u Crnoj Gori su podložni korupciji	33.4%	36.3%	10%	20.3%

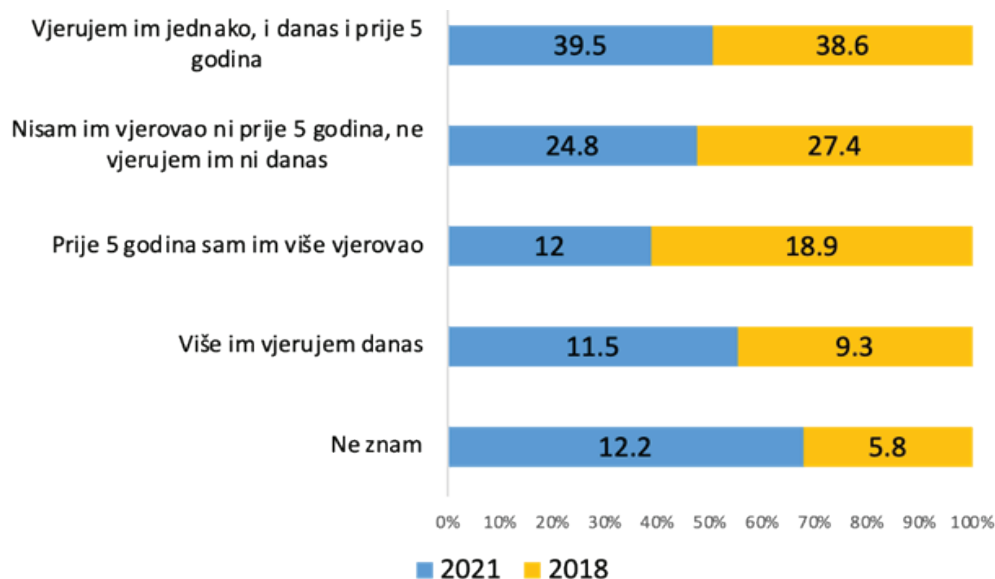
2018	Da	Donekle	Ne	Ne znam
Novinari u Crnoj Gori ne treba samo da ukazuju na probleme, već i da ispituju i traže moguća rješenja i/li odgovore	51.8%	29.8%	8.7%	9.8%
Novinari u Crnoj Gori treba da imaju licencu za rad	80,8%	12,6%	4,1%	2,5%
Zakonom o medijima treba definisati ko je novinar	78,6%	10,6%	5,7%	5,1%
Novinari u Crnoj Gori treba da se specijalizuju za uže tematske oblasti	74,3%	15,4%	4,5%	5,8%
Novinari u Crnoj Gori rade za interese vlasnika medija, a ne za interese građana	57,4%	25,5%	12,1%	5,0%
Novinari u Crnoj Gori imaju posljednju riječ u pogledu kreiranja svojih tekstova/priloga i sl.	26,3%	26,3%	35,9%	11,5%
Novinari u Crnoj Gori moraju biti časne i moralne osobe	70,7%	16,1%	8,7%	4,5%
Novinari i imovina medija u CG su bezbjedni	15,0%	25,4%	50,4%	9,2%
Novinari u Crnoj Gori su adekvatno plaćeni za svoj posao	14,4%	17,2%	37,7%	30,7%
Novinari u Crnoj Gori su podložni korupciji	45,2%	26,2%	6,8%	21,8%
Novinari u Crnoj Gori ne treba samo da ukazuju na probleme, već i da ispituju i traže moguća rješenja i/li odgovore	62,5%	22,2%	6,9%	8,4%

Grafik 46 – Saglasnost građana sa tvrdnjama - 2021 vs 2018

Gotovo konsenzualna većina (93%) građana je, u potpunosti ili djelimično, saglasna sa tvrdnjom da Zakonom o medijima treba definisati ko je novinar, ali i da novinari moraju biti časne i moralne osobe (91.3%). Velika je većina (74%) i onih građana koji smatraju da novinari u Crnoj Gori treba da se specijalizuju za uže tematske oblasti.

Preko trećine ispitanika nije saglasno sa tvrdnjom da su novinari i imovina medija u Crnoj Gori bezbjedni, niti da su novinari adekvatno plaćeni za svoj posao.

Da li više vjerujete medijima danas ili prije pet godina?



Grafik 47 – Povjerenje građana u medije u posljednjih pet godina - 2021 vs 2018

Skoro dvije petine ispitanika (39,5%) odgovara da medijima danas vjeruje isto kao i prije pet godina, dok jedna četvrtina (24,8%) navodi da medijima nisu vjerovali ni prije pet godina ni danas.

05 Percepcija novinara, urednika i vlasnika o medijima u Crnoj Gori

Tim CGO-a sproveo je i 10 intervjua sa pojedincima koji pokrivaju različite pozicije u medijima, a što je uključilo novinare, urednike i vlasnike medija. Imajući u vidu epidemiološku situaciju, tokom sprovođenja ove aktivnosti, te nemogućnost neposrednog kontakta uslijed restrikcija u međugradskom saobraćaju, dio intervjua realizovan je uz pomoć digitalnih servisa. Intervjui su imali za cilj da se, kroz neposrednu komunikaciju sa ljudima angažovanim u medijima, detaljnije sagleda medijska slika u Crnoj Gori, problemi sa kojima se mediji i medijski poslenici suočavaju, ali i moguće mjere intervencije kako bi se položaj medija u Crnoj Gori unaprijedio. Konkretnije, intervjui su se fokusirali na procjenu ambijenta za rad medija u Crnoj Gori, status novinara/ki, ulogu medija u demokratizaciji društva, etiku u novinarstvu, uticaj na rad medija (unutrašnji i spoljni), senzacionalizam u medijima, istraživačko novinarstvo, ali i ekonomsku održivost medija.

U dijelu rodne strukture, među intervjuisanima dominiraju muškarci (70%). Prosječna starost intervjuisanih bila je 39 godina (najmlađi intervjuisani imao je 21, a najstariji 59 godina), a svi su visokoobrazovani. Takođe, vodilo se računa o regionalnoj zastupljenosti, pa je tako sedmero intervjuisanih bilo iz centralne regije, jedan iz sjeverne, a dva iz južne regije. Četvoro je angažovano u lokalnim, a šestoro u medijima sa nacionalnom pokrivenošću, dok je tip medija u kojem su intervjuisana lica ostvarivala svoj angažman bio različit.

Kada je riječ o njihovim pozicijama, 40% intervjuisanih bili su novinari, 40% urednici, a 20% vlasnici medija. Različita je bila i dužina trajanja angažmana tih lica u medijima, varirajući od najmanje jedne do četiri godine (10%), zatim od pet do devet godina (30%), pa od 10 do 19 godina (30%) i nešto manje od trećine njih u medijima je bilo duže od 19 godina (30%). Jedan sagovornik je želio da njegovi odgovori ostanu anonimizirani, dok su ostali bili saglasni da tim da im se odgovori objave pod punim imenom.

Analizirajući finansijski aspekt bavljenja novinarskim poslom, svim intervjuisanim licima je upućeno pitanje oko eventualnih promjena u njihovoj zaradi. To je aktuelizovano u svijetlu ekonomske situacije u državi, pandemije COVID-19 virusa, ali i drugih promjena u društveno - političkim odnosima, kao i izmjena zakonskih propisa, ili najave istih, a koje bi mogle uticati na status medija i angažovanih u medijima.

Svi ispitanici su naveli da im je zarada ostala ista. Međutim, jedan od sagovornika, angažovan na poziciji novinara u jednom od štampanih medija, istakao je kako postoji „*najava umanjenja zarada i otpuštanja radnika*“.



„Štampana izdanja danas ne mogu ostvariti jednak uspjeh kao portali.“

Govoreći o mediju u kojem radi i finansijskom položaju, Marko Vešović, urednik u dnevnom listu *Dan*, objašnjava kako se u prethodnom periodu „*radilo na tome da se očuva tiraž štampanog izdanja*“, konstatujući da na to trenutno u „*najvećoj mjeri utiču čitulje koje se objavljuju u novinama*“. On je najavio i da će taj medij uskoro pokrenuti portal „*iz razloga što štampana izdanja danas ne mogu da ostvare jednak uspjeh kao portali*“, dodajući i „*da portali često preuzimaju tekstove iz štampanih izdanja*“.

Na pitanje koliko sati prosječno dnevno rade, polovina navodi da je to obično do osam sati (50%), nešto manje od polovine preko osam sati (40%), a svega 10% navodi kako radi do 4 sata dnevno.

Upitnikom je bio predviđen i određeni broj tvrdnji sa kojima su intervjuisana lica mogla izraziti određeni stepen (ne)saglasnosti.

Tako je 80% intervjuisanih donekle saglasno sa konstatacijom da mediji u Crnoj Gori vode računa o interesima građana, a 20% je u potpunosti saglasno sa tim. Dalje, 60% ispitanika je saglasno ili donekle saglasno da mediji u Crnoj Gori štite demokratiju.

U kontekstu ove grupe pitanja, Željko Ivanović, predsjednik Borda direktora *Vijesti*, objašnjava da kategorija 'donekle' nije odgovarajuća u odnosu na postojeće stanje, te da bi bilo preciznije reći kako to važi za 'pojedine' medije u Crnoj Gori.

Ogromna većina (80%) intervjuisanih smatra da je medijima u Crnoj Gori istina na prvom mjestu, dok petina nije saglasna sa tim. Istovremeno, svi ispitanici cijene da mediji u Crnoj Gori koriste činjenice pomiješane sa glasinama.

U komentaru na ovo pitanje, Danilo Ajković, novinar TV *Vijesti*, ističe kako je „češći slučaj da mediji u Crnoj Gori koriste činjenice pomiješane sa ličnim stavovima“. Marko Vešović, iz *Dana*, dodaje i da „jedan dio medija ima klasičnu političku agendu i njima je to važnije nego istina“.



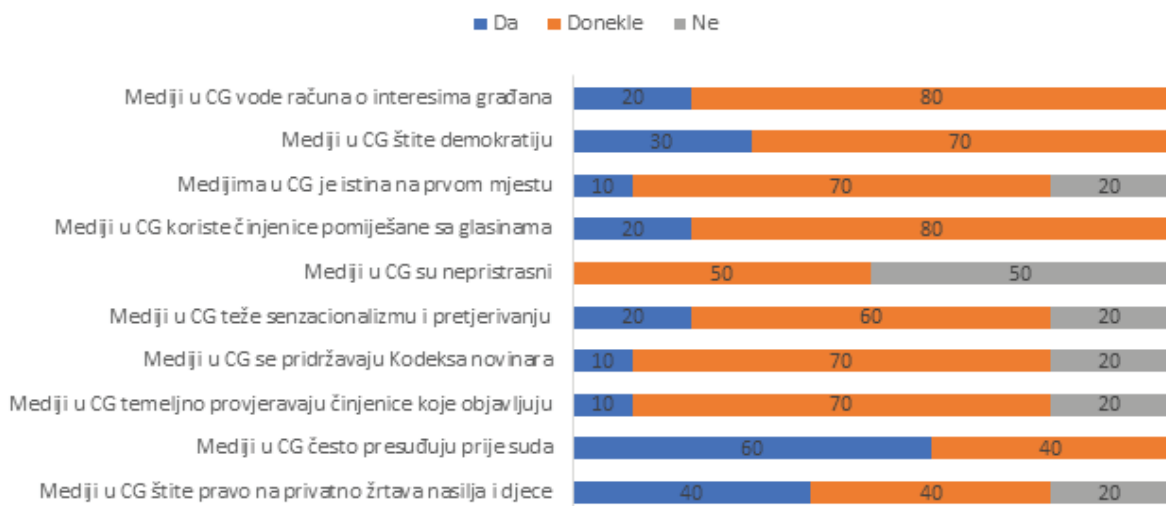
„Češći je slučaj da mediji u Crnoj Gori koriste činjenice pomiješane sa ličnim stavovima.“

Podijeljeno je mišljenje o tome da li su mediji u Crnoj Gori nepristrasni, ali velika većina (80%) cijeni da se *Kodeks novinara* donekle ili u potpunosti poštuje, pri čemu se kao problematična kategorija prepoznaje *prezumpcija nevinosti*.



„Svijest među novinarima i urednicima u vezi sa profesionalnim izvještavanjem sada je veća nego prije 10 godina.“

Jedan od sagovornika štampanog medija pojašnjava da je „to ono što predviđa *Etički kodeks*, ali i drugi akti, a što na konkretnom primjeru znači da se određeno lice pri izvještavanju o nekom ubistvu ne može označiti kao neko ko je počinio ubistvo, već jedino kao lice osumnjičeno za izvršenje tog krivičnog djela.“ Ipak, preovlađuje utisak „da je i svijest među novinarima i urednicima u vezi sa profesionalnim izvještavanjem sada veća nego što je bila prije 10 godina.“



Grafik 48 – Da li ste saglasni sa navedenim tvrdnjama (dio datih tvrdnji)

U nizu ponuđenih tvrdnji, nalazila se i ona o kojoj su se izjašnjavali isključivo novinari sa kojima je rađen intervju, odnosno ista nije bila ponuđena i urednicima i vlasnicima. Tako su svi novinari saglasni da na uređivačku orijentaciju medija u velikoj mjeri utiče politička orijentacija vlasnika medija.

Sa tvrdnjom da su ranija vlast i državni organi ograničavali istraživačko novinarstvo saglasni su svi intervjuisani, bilo da je to u potpunosti (70%) ili donekle (30%). Podijeljena su mišljenja o novoj vlasti, pa je tako polovina intervjuisanih je bila rezervisana (50%) i bez procjene, navodeći da je kratak period od uspostavljanja nove vlasti za takvu procjenu (u trenutku kada su intervjui rađeni to je bilo oko četiri mjeseca). Međutim, nešto manje od trećine ispitanika cijeni da ni nova vlast nema drugačiju praksu, dok je petina suprotnog stava.

U komentaru na tu tvrdnju, sagovornik iz štampanog medija navodi kako „*najveći problem po istraživačko novinarstvo predstavlja ćutanje administracije po zahtjevima za slobodan pristup informacijama.*“ U suštini, kako ističe, „*sve se to radi kako na kraju, kada priča bude objavljena, ne bude jedne strane, i kako bi se moglo reći da priča nije obrađena adekvatno.*“



„*Sve se to radi kako na kraju, kada priča bude objavljena, ne bude jedne strane, i kako bi se moglo reći da priča nije obrađena adekvatno.*“

Da ranija vlast, odnosno njeni zvaničnici, nisu bili dovoljno otvoreni prema medijima, i da su rijetko kad davali intervju ili gostovali kod novinara koji su bili kritički prema njima orijentisani, u potpunosti je saglasno 7 od 10 medijskih poslenika, dok je 30% donekle saglasno sa tom tvrdnjom. Na tvrdnju identične sadržine, koja se ovaj put odnosila na novu vlast i njihovu otvorenost ili zatvorenost prema medijima, 60% intervjuisanih cijeni da ni nova vlasti ne pokazuje dovoljnu otvorenost prema medijima, 30% je suprotnog stava, a 10% ne može da procjeni argumentujući to time da nije bilo dovoljno vremena da to nova vlast i pokaže.

Sagovornik iz štampanog medija mišljenja je da se „*nova vlast poziva na transparentnost od početka*“, ali da je „*za mnoge stvari čak i gora od prethodne vlasti*“, ilustrujući to primjerom kada su u nekim pitanjima od značaja po javno zdravlje nailazili na „*zid ćutanja*“ od strane nove vlasti.

Sa druge strane, Marko Vešović, iza Dana, kaže kako je „*ranija vlast bila neprijatelj istraživačkog novinarstva*“, a da je „*teško komentarisati zbog kratkog vremenskog perioda da li će se nova koaliciona većina moći postaviti kao neki kredibilan partner medijima*“. On smatra da je ono što nova vlast može uraditi uglavnom svedeno na tri stvari: „*pokušaj pravljenja dodatnog zamaha u istragama za ranije slučajeve napada na novinare, pogotovo na Duška Jovanovića, zatim izmjena Zakona o slobodnom pristupu informacijama i Zakona o tajnosti podataka, kao i suštinski rad na transparentnosti kroz ulaganje u službe za odnose sa javnošću unutar državnih institucija, a da bi se ti ljudi učinili kompetentijim i spremnijim da odgovaraju na upite novinara.*“



„*Ranija vlast bila je neprijatelj istraživačkog novinarstva.*“

Govoreći o prethodnim političkim strukturama i stanju u medijima tokom perioda u kojem su ostvarivale vlast, on kaže kako, „*gledajući zemlje regiona, pa i šire od regiona, koje imaju veću demokratsku tradiciju od Crne Gore, gdje se od pada Berlinskog zida vlast promijenila prvi put tek prošle godine, nije nezadovoljan kako je to izgledalo, jer je u Crnoj Gori uvijek postojala kritička masa*“, aludirajući na dio medija koji su održali kritički odnos tokom čitavog tog perioda.

Komentarišući otvorenost ranije vlasti prema medijima, Duška Pejović, urednica na Radio televiziji Crne Gore (RTCG), kaže kako su raniji zvaničnici bili otvoreni prema medijima onda kada im je to

odgovaralo: „Kada su im odgovarale određene prilike u zemlji, onda su se otvarali više nego inače, a kada je bilo potrebno o nečemu ne razgovarati, dakle držati pod tepihom, ili neke teme ukloniti iz fokusa javnosti, onda nisu bili raspoloženi za razgovor, niti da dolaze da gostuju u emisijama.“ Ona dodaje i to da je uloga medija da preispituju, odnosno da su zapravo mediji psi čuvari demokratije. „Oni su tu da ukažu da javni zvaničnici imaju obavezu, a ne izbor ili alternativu, da se obrate javnosti, i da, za određene stvari za koje su oni odgovorni, i obrazlože.“



„Uloga medija je da preispituju, jer su mediji zapravo psi čuvari demokratije.“

Da je, ne specificujući da li se radi o novoj ili staroj vlasti, „bilo teško doći do izjava zvaničnika, osim pred izbore“, potvrđuje i Nenad Pavićević, novinar RTV Budva. Vlast u toj opštini se u kratkom vremenskom intervalu mijenjala više puta.

Ogromna većina (9 od 10 intervjuisanih) navodi da medij u kojem su angažovani nije spreman da radi povećanja rejtinga objavljuje senzacionalističke informacije koje nisu uopšte ili su nedovoljno provjerene, dok se samo jedan medijski poslenik izjasnio kako misli da je njihov medij donekle spreman na to. Pitanje iste sadržine, koje se ticalo generalno medija u Crnoj Gori i njihove spremnosti da objavljuju neprovjerene tekstove radi senzacionalizma, takođe je upućeno intervjuisanim licima, a na njega se 30% intervjuisanih izjasnilo kako misli da su mediji u Crnoj Gori spremni na to, dok je 70% izjavilo kako misli da su mediji u Crnoj Gori donekle spremni na to.

Koliko je, po Vašem mišljenju, medij u kojem ste angažovani spreman da, radi povećanja tiraža i rejtinga, objavljuje senzacionalističke informacije koje nijesu uopšte ili su nedovoljno provjerene?



■ Mislim da je spreman ■ Donekle je spreman
■ Mislim da nije spreman ■ Neznam

Koliko su, po Vašem mišljenju, mediji generalno u Crnoj Gori spremni da, radi povećanja tiraža i rejtinga, objavljuju senzacionalističke informacije koje nijesu uopšte ili su nedovoljno provjerene?



■ Mislim da su spremni ■ Donekle su spremni
■ Mislim da nisu spremni ■ Neznam

Grafik 49 – Usporedna analiza dva pitanja



„Mediji u Crnoj Gori u manjoj mjeri teže senzacionalizmu nego što je to slučaj sa medijima u drugim zemljama.“

Branko Čupić, novinar iz Nikšića, angažovan na lokalnom portalu *Indirekt*, uz odgovor na to pitanje navodi i „kako mediji u Crnoj Gori u manjoj mjeri teže senzacionalizmu i pretjerivanju, nego što je to slučaj sa medijima u drugim zemljama.“

Na pitanje o tome šta su najveće garancije da će neki medij pisati ili izvještavati na bazi činjenica, sveobuhvatno i politički nepristrasno, mišljenja su podijeljena. Tako dio intervjuisanih lica smatra da je takvo stanje moguće *jedino uz finansijsku stabilnost medija*, drugi dio odgovor pronalazi u *kapacitetima lica angažovanih u medijima, kao i njihovom integritetu, posebno misleći na urednike i novinare*. Treći dio, pak, smatra da garancije počivaju *na zakonskim rješenjima i njihovom sprovođenju*.

Kako navodi Jelena Kavarić, urednica na radiju *Krš*, garancija za nešto takvo je, prije svega *„zakonska regulacija, uz mogućnost zakonske sankcije.“* Ističe i da je *„prisutan veliki broj masovnih medijskih platformi koje nisu ni registrovane u Crnoj Gori ili koje uopšte nisu registrovane, zbog čega i ne postoji mogućnost bilo kakve sankcije.“* Ona ukazuje i na finansijsku nezavisnost kao uslov za nepristranost medija, navodeći kao primjer medij u kojem je angažovana, i to da *„kao medij nisu željeli da prihvate različite projekte ni finansiranje iz različitih političkih partija, kako bi sačuvali nezavisnost, a što u kontinuitetu donosi i egzistencijalne probleme.“*



“Najveća garancija jeste zakonska regulacija, uz mogućnost zakonske sankcije.”

Milena Bujanja, iz portala *Radija Berane*, kaže kako ne vjeruje da postoji garancija, ali da bi *„trebalo da postoje preduslovi koji bi negdje doprinijeli toj garanciji da to i bude, a što je, prije svega, edukacija.“*

Mustafa Canka, vlasnik portala *UL info*, cijeni da je najveća garancija *„kredibilitet medija, ekonomska samostalnost i kadrovska, odnosno uređivačka struktura medija“*. Za razliku od dijela sagovornika, on smatra kako zakonodavstvo *„ne utiče u velikoj mjeri na slobodu medija i izvještavanja.“*

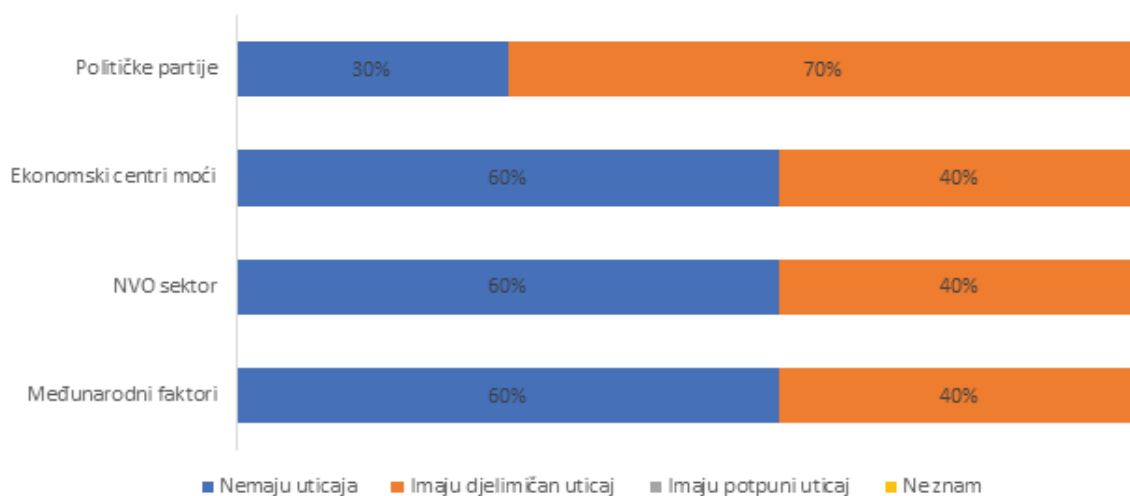
Na pitanje u kojoj mjeri medij u kojem su angažovani ispunjava društvenu ulogu kontrolora onih koji imaju političku moć, oko trećina (30%) sagovornika izjavljuje da medij u kojem rade apsolutno ispunjava tu ulogu, po petina (20%) da to čine više u odnosu na druge medije ili da to čine djelimično (20%), dok je petina (20%), takođe, stava da to čine manje u odnosu na druge medije, odnosno 10% da to apsolutno ne čine. Isto pitanje upućeno je i u vezi kontrole onih koji imaju ekonomsku moć, pri čemu petina (20%) cijeni da medij u kojem su angažovani apsolutno ispunjava tu ulogu, petina (20%) da to čini više u odnosu na druge medije, oko trećina (30%) da to čini djelimično ili petina (20%) da to čini manje u odnosu na druge medije, a 10% je izjavilo da to apsolutno ne čine.

Dio sagovornika objašnjava da je stepen kontrole onih koji imaju ekonomsku moć uslovljen oglašavanjem, pa da je s toga *teško kontrolisati i u negativni kontekst dovoditi privredno društvo koje donosi prihode mediju u kojem rade*.

U tom dijelu, Mustafa Canka ističe kako je disperzija prihoda jedan od glavnih razloga zašto medij čiji je vlasnik ispunjava ulogu društvenog kontrolora više od drugih medija. *„Ne zavisimo od jednog oglašivača, donatora, institucije, političke stranke... Imamo raznovrsnost prihoda, tako da nam ona daje samostalnost u odnosu na svaku instituciju, partiju, organ ili firmu“*, kaže on.

Okolo trećina (30%) angažovanih u medijima cijeni da političke partije nemaju uticaj, a čak 70% da imaju djelimični uticaj. Ekonomski centri moći, prema mišljenju 60% tih lica, nemaju uticaja, dok 40% smatra da imaju djelimični uticaj. Isto to važi i za uticaj NVO sektora, gdje 60% smatra da NVO sektor nema uticaja na uređivačku politiku medija u kojem rade, a 40% da ima djelimični uticaj, kao i za uticaj međunarodnih faktora, gdje ponovo 60% smatra da međunarodni faktori nemaju uticaj, a 40% da međunarodni faktori imaju djelimični uticaj.

Koliko, po Vašem mišljenju, imaju uticaja na uređivačku politiku medija u kojem ste angažovani:



Grafik 50 – Uticaj na uređivačku politiku medija u kojem ste angažovani

***na grafiku se ne nalazi kategorija vlasnika medija, koja je bila ponuđena novinarima i urednicima**

Željko Ivanović, iz *Vijesti*, smatra da se ne može govoriti o tome da NVO sektor utiče na uređivačku politiku u tom smislu, ali da teme koje oni prate kao medij prati i NVO sektor i da se „zato može reći da postoji neki uticaj, više u smislu saradnje i radu na zajedničkim temama“. Da se uticaj NVO sektora „ogleda kroz to što NVO sektor javno ukazuje na neke probleme“ cijeni i Nenad Pavićević, iz TV Budva, koji dodaje i da se „taj uticaj ne može okarakterisati kao neki uticaj iz pozadine“.

Govoreći o 2018. godini i projektu koji je CGO realizovao zajedno sa javnim servisom RTCG a ticao se istraživačkog novinarstva, i koji je iskorišten za smjenu generalne direktorice RTCG-a, Andrijane Kadije, Duška Pejović, urednica angažovana u tom mediju, kaže kako je RTCG u tih godinu i po dana pokazao da može da radi, da ima kadra i da ima kapaciteta da radi istraživačke teme.

Podsjećanja radi, zbog zajedničkog projekta CGO-a i RTCG-a, koji je finansirala EU, Andrijana Kadija, generalna direktorica RTCG-a je smijenjena 2018. godine uz obrazloženje da je projektnim ugovorom između CGO-a i RTCG-a omogućen neprimjeren uticaj CGO-a na uređivačku politiku RTCG-a. Kasnijim pravosnažnim presudama u korist Kadije, ali i u korist direktora TVCG-a, Vladana Mićunovića i urednika Prvog programa RTCG-a Aleksandra Mirkovića, pokazalo se da se radilo o političkoj manipulaciji i akciji u RTCG-u koja je i dalje predmet izvještaja Evropske komisije, radnih dokumenata za poglavlje 23 i 24, izvještaja State Department-a, brojnih relevantnih međunarodnih organizacija koje prate medije, institucija EU, država članica EU, autonomnih nevladinih udruženja u Crnoj Gori.

Posebno pitanje bilo je upućeno samo urednicima i novinarima koji su ispitani, a odnosilo se na uticaj vlasnika medija na uređivačku politiku medija u kojem su angažovani. Tu čak 50% intervjuisanih izjavljuje da vlasnici imaju potpun uticaj na uređivačku politiku medija u kojem su angažovani, 37,5% izjavljuje da imaju djelimični uticaj, a 12,5% izjavljuje da ne zna odgovor na to pitanje.

Marko Vešović tvrdi kako je „uticaj vlasnika medija pitanje zdrave logike, jer je upitno ko vlasniku može odrediti uticaj, ne govoreći o pravilima i zakonima“. Međutim, ističe i „da ne polazi od toga da su interesi vlasnika medija suprotni interesima građana.“

Ogromna većina (80%) intervjuisanih navodi da medij u kojem ostvaruju angažman obezbjeđuje dovoljno prostora za javnu debatu radi donošenja najboljih odluka ili postizanja kompromisa oko

važnih društvenih pitanja, dok 20% izjavljuje da je donekle sa tim saglasno. Samo 10% intervjuisanih smatra da država ne bi trebalo da finansijski pomaže medije koji ispunjavaju svoju društvenu ulogu, a radi poboljšanja rada i slobode medija, dok 90% smatra da bi država morala to činiti.

Kako kaže Mustafa Canka, iz portala *UL info*, „država bi trebalo da pomaže medije, ali bi ta finansijska pomoć morala da se ograniči i da ne bude veća od 10-15% od ukupnog prihoda medija“. Branko Čupić, iz portala *Indirekt*, izražava bojazan da bi finansijska pomoć države „mogla imati uticaja na uređivačku politiku kod nekih medija, možda upravo kod medija sa manjom finansijskom moći.“

Suprotno mišljenje ima sagovornik iz štampanog medija, koji smatra da „država ne bi trebalo da pomaže medije, ali da bi morala stvoriti uslove da mediji mogu poslovati finansijski pozitivno“, uvodeći primjer fondova kojima bi svi mediji imali pristup.



“Država ne bi trebalo da pomaže medije, ali bi morala stvoriti uslove da mediji mogu poslovati finansijski pozitivno.”

Ipak, postoji saglasnost kod većeg broja ispitanih da bi se to finansiranje, ukoliko bi ga bilo, moralo sprovesti „pod strogim kriterijumima“, da ne bi, kako navodi Milena Bubanja iz portala *Radija Berane*, „država mogla direktno uticati dajući novac određenim, sebi bliskim medijima.“

Dalje, 60% je saglasno sa tvrdnjom da novinari u Crnoj Gori treba da imaju licencu za rad, 10% je donekle saglasno sa tim, dok je 20% suprotnog stava i 10% nema stav. Devet od deset intervjuisanih je saglasno sa tvrdnjom da Zakonom o medijima treba definisati ko je novinar.

Milena Bubanja iz portala *Radija Berane* nije mišljenja „da možemo striktno definisati ko je novinar, ali treba definisati šta je to novinarski akt, odnosno čin“. Objasnjava „kako svako ko se bavi tim činom, odnosno, ko radi novinarski posao jeste novinar – bilo da se radi o nekome ko je freelancer ili sa stalnim zapošljenjem.“



“Svakoga mjeseca pojavljuju se praktično novi portali, za koje se niti zna ko je vlasnik, niti ko stoji iza njih, niti ko ih finansira.”

Da „nema jasne selekcije i da svako može biti novinar“ navodi Branko Čupić, koji konstatuje i da „portali niču kao pečurke i u tome nema nikakve kontrole“. Veliki broj novih portala, iako u kontekstu drugog pitanja, primjećuje i vlasnik *Vijesti*, Željko Ivanović, koji kaže „da se svakoga mjeseca pojavljuju praktično novi portali, za koje se niti zna ko je vlasnik, niti ko stoji iza njih, niti ko ih finansira.“

Čak 90% intervjuisanih smatra da novinari u Crnoj Gori treba da se specijalizuju za uže tematske oblasti. Međutim, komentarišući to, sagovornik iz štampanog medija kaže kako „skoro nijedna redakcija nema taj luksuz da specijalizuje novinare za određenu oblast“, na šta se nadovezuje i njegova priča o istraživačkom novinarstvu, za koje kaže kako u razvijenim zemljama „postoje redakcije koje se bave samo tim bave“, i da oni, ukoliko žele, „imaju luksuz da se bave jednom pričom i po godinu dana“, a što ovdje niko ne može.



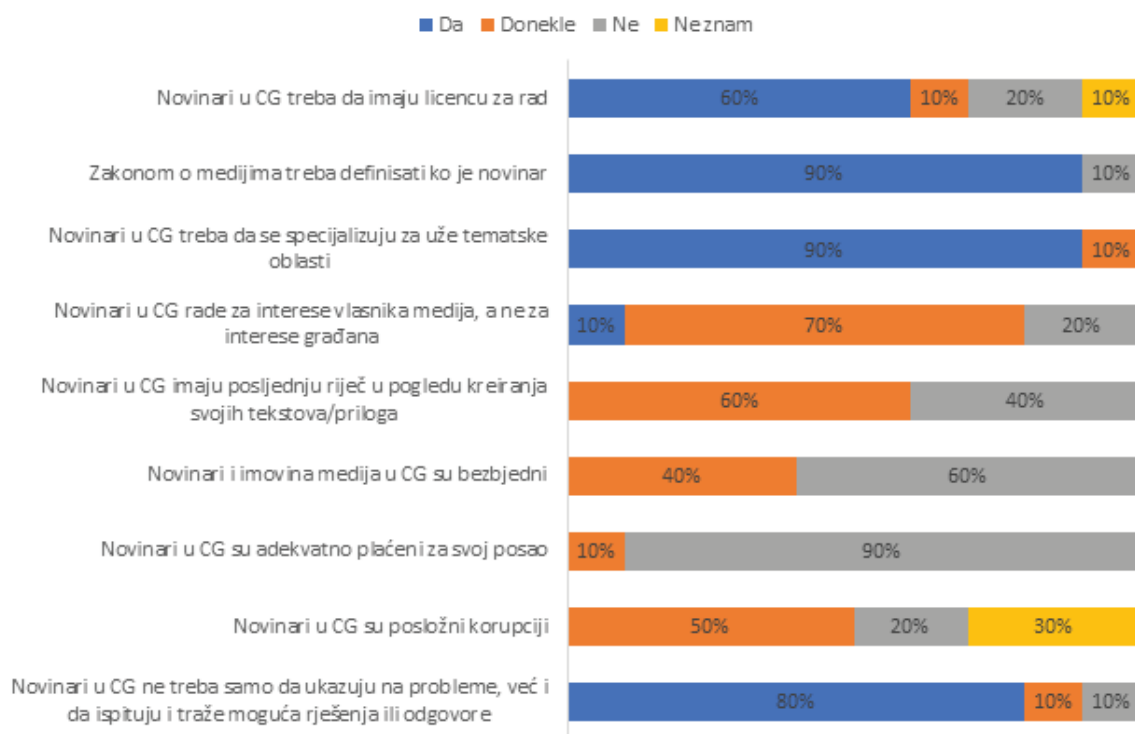
“Skoro nijedna redakcija nema taj luksuz da specijalizuje novinare za određenu oblast.”

Na konstataciju da novinari u Crnoj Gori rade za interese vlasnika medija, a ne za interese građana, 10% je izjavilo da je saglasno sa tim, 20% nije saglasno, dok 70% tvrdi je donekle sa glasno sa tom tvrdnjom. Da novinari u Crnoj Gori imaju posljednju riječ u pogledu kreiranja svojih tekstova i priloga, djelimično misli 60% intervjuisanih, dok 40% sa tim nije saglasno.

Da novinari i imovina medija u Crnoj Gori nijesu bezbjedni procjenjuje 60% intervjuisanih. Gotovo potpuna saglasnost postoji u vezi toga da novinari u Crnoj Gori nisu adekvatno plaćeni za svoj posao (90%). Da su novinari donekle podložni korupciji smatra 50% intervjuisanih, a 20% je protivno toj tvrdnji.

Konačno, velika većina (80%) intervjuisanih je saglasno ili donekle saglasno sa tvrdnjom da novinari u Crnoj Gori ne treba samo da ukazuju na probleme, već i da ispituju i traže moguća rješenja ili odgovore.

Da li ste saglasni sa sljedećim tvrdnjama?



Grafik 51 – Da li ste saglasni sa navedenim tvrdnjama?

Komentarišući tvrdnju o bezbjednosti novinara i medija u Crnoj Gori, Duška Pejović iz RTCG, navodi kako novinari „nemaju mogućnost da na neki način upotrijebe državni aparat da ih zaštiti, kao što to, primjera radi, imaju ministri ili ministarke i drugi ljudi na javnoj sceni.“ S tim je saglasna i Milena Bujanja iz portala Radija Berane, koja kaže kako misli da je „izuzetno važno zaštititi novinare, odnosno dati im položaj zaštićenog lica ili napad na novinare tretirati kao napad na službeno lice“. Ističe i da ih treba zaštititi tako „da napadi na novinare budu ozbiljnije kažnjeni i da napad na novinara ili novinarku ne bude tretiran jednako kao napad na bilo kog drugog.“



“Nemaš potrebu da korumpiraš novinara, ako imaš mogućnost da zovneš vlasnika da ti on to nešto uradi.”



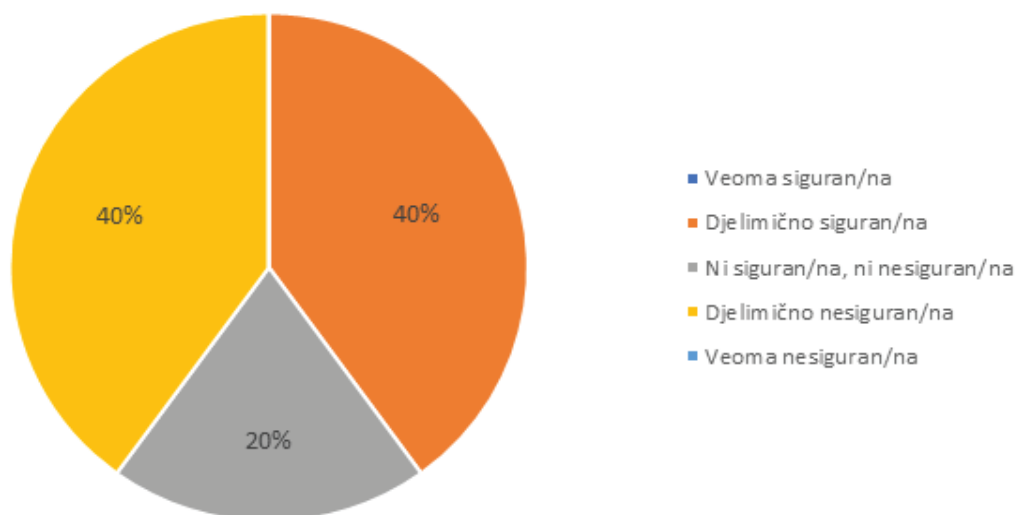
“Novinari nemaju mogućnost da na neki način upotrijebe državni aparat da ih zaštiti, kao što to, primjera radi, imaju ministri ili ministarke i drugi ljudi na javnoj sceni.”

Marko Vešović, iz Dana, kaže „da ne vjeruje da je korupcija raširena među novinarima i misli da bi se, u tako jednoj malo zemlji kao što je Crna Gora, takve stvari znale.“

Dodaje i da „nemaš potrebu da korumpiraš novinara, ako imaš mogućnost da zovneš vlasnika da ti on to nešto uradi.“

Ocjenjujući svoju sigurnost tokom vršenja posla, intervjuisani najčešće kažu da su djelimično sigurni (40%) i djelimično nesigurni (40%), dok 20% navodi da se ne osjećaju ni sigurno ni nesigurno.

Koliko se osjećate sigurnim obavljajući Vaš posao?



Grafik 52 – Koliko se osjećate sigurnim obavljajući Vaš posao?

Sigurnost novinara, medija i njihove imovine više intervjuisanih komentariše kao posebno važno pitanje, a nekoliko i dijeli i neprijatna iskustva sa napadima na njih ili njihove kolege.

Novinar sa lokalne RTV Budva, Nenad Pavićević, navodi kao primjer situaciju kada je, tokom jednih demonstracija, bila napadnuta njegova koleginica, dok je bila na radnom zadatku. Naime, njegova koleginica, u pratnji snimatelja „bila je napadnuta od strane čovjeka koji je vršio blokadu, a koji je nasrtao na njih i njihov službeni automobil.“ I pored molbe upućene policajcu, koji se nalazio u blizini, da im pruži pomoć i sprovede ih do zgrade televizije, kaže da do toga nije došlo, jer je policajac rekao kako „za to mora provjeriti“. Zaključuje da je napad prijavljen nadležnima, ali ne zna da li je bilo rezultata u postupku po prijavi.

„Vrlo se nezaštićeno osjećam...“, navodi **Duška Pejović iz RTCG**, „...možda ne u potpunosti, ali mogu misliti kako se možda osjećaju neki drugi ljudi koji imaju porodice, djecu, neke ljude na koje moraju da misle i koji zavise od njih.“ Kaže i kako je „više puta u karijeri bila neko ko je pod paljbom govora mržnje, medijskog linča, uvreda, prijetnji...“



“Više puta u karijeri bila sam neko ko je pod paljbom govora mržnje, medijskog linča, uvreda, prijetnji...”



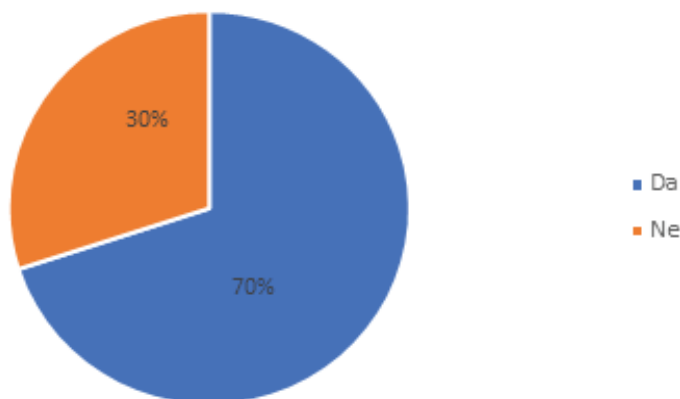
“Oni koji su, između suštinske slobode i sigurnosti, odabrali sigurnost, ne zaslužuju ni slobodu, ni sigurnost.”

Milena Bujanja navodi situaciju koja se dovodi u vezi sa ugroženom sigurnošću, a za koju objašnjava da joj se iz sadašnjeg položaja čini bezazlenom, iako to tada nije morala biti. „To je kad me je na mom ličnom Facebook profilu djevojka isprovizovala pitajući se šta ja tražim u praćenju litija, jer po njenom mišljenju meni nije mjesto tu, s obzirom da nisam istomišljenica sa grupom koja je šetala. Bukvalno mi je crtala metu na čelu, a ja znam da

to prati najmanje još stotinu ljudi sličnih njoj.“ Za razliku od dijela sagovornika, Mustafa Canka, iz UL info, kaže da „nikad u životu nije imao bilo kakvu nelagodnost, niti se smatrao ugroženim. Međutim, oni koji su, između suštinske slobode i sigurnosti, odabrali sigurnost, ne zaslužuju ni slobodu, ni sigurnost.“

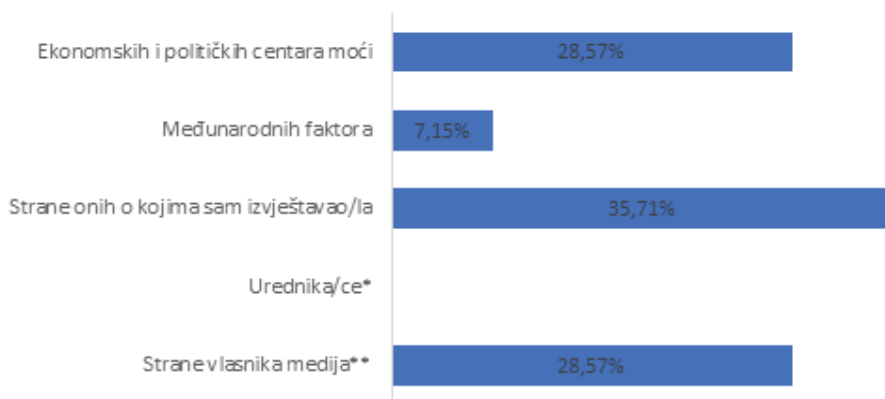
Većina (70%) intervjuisanih tvrdi da su tokom obavljanja posla bili izloženi pritiscima ili ucjenama da nešto urade drugačije nego što su smatrali ispravnim, dok 30% tvrdi da nisu bili u takvoj situaciji. Na pitanje od koga su ti pritisci dolazili, u odnosu na ponuđene odgovore i sa mogućnošću izbora više opcija, najveći broj odgovora vezuje se za one o kojima se izvještavalo (35,71%). Pritisci su, kako navode, dolazili i od strane ekonomskih i političkih centara moći (28,57%), ali i od vlasnika medija (28,57%), dok su u najmanjoj mjeri pritisci dolazili od međunarodnih faktora (7,15%). Niko od intervjuisanih ne navodi da su pritisci dolazili od strane urednika ili urednice medija.

Da li ste tokom obavljanja posla bili izloženi pritiscima ili ucjenama da nešto uradite drugačije nego što ste smatrali ispravnim?



Grafik 53 – Da li ste tokom obavljanja posla bili izloženi pritiscima ili ucjenama na nešto uradite drugačije nego što ste smatrali ispravnim?

Ukoliko ste bili izloženi pritiscima ili ucjenama, oni su dolazili od:



Grafik 54 – Ukoliko ste bili izloženi pritiscima ili ucjenama, od koga su dolazili?
 *pitanje upućeno samo novinarima
 **pitanje nije upućeno vlasnicima medija

Govoreći o pritiscima, Nenad Pavićević iz RTV Budva, kaže kako se događalo da „snimaju priloge o problemima u gradu, a da se već dan nakon emitovanja toga zove i urgira da se snimi neka izjava, ili neki prilog kako će taj problem biti riješen.“

Generalno ocjenjujući, Željko Ivanović kaže da „većina medija u Crnoj Gori isplaćuje minimalne plate, a da je to isto način da se pritiskaju i ucjenjuju novinari“. U prilog tome ide i komentar sagovornika iz štampanog medija, koji misli da je, nažalost, „dosta ljudi prinuđeno da radi taj posao i da ga radi samo zato što nema ništa drugo.“ Ipak, misli i da „ako neko smatra da taj posao ne može raditi kako treba, onda ga ne treba ni raditi.“



„Ako neko smatra da taj posao ne može raditi kako treba, onda ga ne treba ni raditi.“

Govoreći o tome u kolikoj mjeri pribjegavaju autocenzuri prilikom obavljanja svog posla, polovina intervjuisanih navodi kako to ne čini nikada (50%), 40% ispitanih kako to čini rijetko, dok 10% tvrdi da to čini često.

Sagovornik iz štampanog medija navodi kako često pribjegava autocenzuri, jer, kako kaže, „kada osoba radi za privatni medij, mora biti naučena da zna otprilike dokle može ići“. Duška Pejović, urednica na RTCG-u, ipak, kaže da nikada ne pribjegava autocenzuri, jer „ne želi da išta što je u javnom prostoru, a što dolazi od nje kao autorke, koja se potpisuje i koja stoji iza tog sadržaja, bude proizvod njene autocenzure.“

Radi procjene novinarske autonomije, svim novinarima je bilo upućeno pitanje koliko često njihovi tekstovi i prilozi trpe izmjene kroz uredničke intervencije, na šta su se svi izjasnili da se to čini rijetko (100%). Sa druge strane, urednicima je bilo upućeno pitanje o tome koliko često vrše izmjene novinarskih tekstova ili priloga, na šta se polovina urednika izjasnilo da to čini rijetko (50%), četvrtina da to čini veoma često (25%), dok je četvrtina bila bez odgovora (25%), iz razloga neprimjenjivosti pitanja zbog specifičnosti angažmana. I novinari, a i urednici su bili pitani da li su reagovali zbog toga, odnosno da li je neko od novinara reagovao zbog tih intervencija, na šta 75% novinara navodi da su reagovali na to, a 25% navodi da nisu. Od intervjuisanih urednika, svi koji su dali odgovor navode kako niko od novinara zbog toga nije reagovao, dok četvrtina urednika pitanje ne nalazi kao primjenjivo zbog prirode svog angažmana.

U komentaru na ovo pitanje, sagovornik iz štampanog medija, kaže kako ne reaguje na uredničke intervencije kada je u pitanju intervencija tehničkog karaktera, ali da, kada je sadržinski karakter u pitanju, zatraži pojašnjenje u vezi toga šta je problem, na šta i dobije odgovor.



„Ne reagujem kada je u pitanju urednička intervencija tehničkog karaktera.“

Izmjene u njihovim priložima, odnosno tekstovima, kako navodi i novinar Danilo Ajković, budu samo „stilske prirode“, što potvrđuje i novinar Branko Čupić, koji kaže da je „do sada imao iskustva samo sa sitnijim intervencijama koje se tiču nekog estetskog dijela, a da nije bilo izmjene konteksta i sadržaja teksta“. Da se izmjene „ne čine zbog sadržaja, već da su u pitanju izmjene gramatičke, tehničke ili informacione prirode“, iskustvo je i urednika Marka Vešovića.

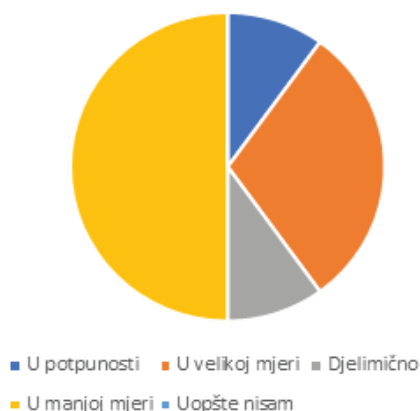
Analizirajući finansijske aspekte angažmana u medijima, 50% intervjuisanih navodi da su djelimično zadovoljni zaradom, 30% da uopšte nije, a svega 10% intervjuisanih je u potpunosti zadovoljno, dok je 10% zadovoljno u velikoj mjeri primanjima.

Odgovori na ovo pitanje značajno se razlikuju u odnosu na već navedene odgovore na pitanje koje se generalno bavilo pitanjem zarada u medijima u Crnoj Gori, gdje 90% intervjuisanih navodi da novinari nisu adekvatno plaćeni za svoj posao.

Odgovarajući na ovo pitanje, Mustafa Canka kaže da je djelimično zadovoljan svojom zaradom, ali i dodaje kako je situacija teška, i kako su „*ljudi angažovani u medijima primorani da rade još dva posla i druge honorarne poslove kako bi imali sredstava*“, jer drugačije, kako kaže, „*ako ste familijaran čovjek ne možete samo od jednog posla da živite.*“

Govoreći o tehničkim uslovima za rad u mediju u kojem su angažovani, 50% ispitanih svoje zadovoljstvo iskazuje u manjoj mjeri, 10% djelimično zadovoljstvo, a 40% je vrlo ili u potpunosti zadovoljno. Uslove za bavljenje istraživačkim novinarstvom u mediju u kojem su angažovani, najveći broj ocjenjuje kao loše, navodeći da uopšte nisu zadovoljni istima (30%) ili da su u manjoj mjeri (20%) zadovoljni tim uslovima, dok je isti broj onih koji su djelimično zadovoljni tim uslovima (20%). Svoje zadovoljstvo uslovima za bavljenje istraživačkim novinarstvom u potpunosti iskazuje svega 10% intervjuisanih, a 20% zadovoljstvo iskazuje u velikoj mjeri.

U kojoj mjeri biste izrazili zadovoljstvo tehničkim uslovima za rad u mediju u kojem ste angažovani?



Grafik 55 – U kojoj mjeri biste izrazili zadovoljstvo tehničkim uslovima za rad u mediju u kojem ste angažovani?

U kojoj mjeri biste izrazili zadovoljstvo uslovima za bavljenje istraživačkim novinarstvom u mediju u kojem ste angažovani?



Grafik 56– U kojoj mjeri biste izrazili zadovoljstvo uslovima za bavljenje istraživačkim novinarstvom u mediju u kojem ste angažovani?

Tehničkim uslovima za rad, sudeći po odgovorima, najviše su pogođena lica koja rade u lokalnim medijima. Novinar *Indirekta*, Branko Čupić govoreći o iskustvu na novom ali i ranijem poslu na drugom lokalnom portalu, kaže „*kako kao mali portal nisu imali mogućnost da imaju svoje prostorije, odnosno svoju kancelariju veći dio vremena, a koriste i svoja tehnička sredstva za obavljanje posla*“. Da se ne radi o izolovanom slučaju, potvrđuje i Milena Bubanja, koja kaže da nemaju terenski auto. „*Ako idemo na teren moram da koristim svoj automobil, do nedavno dok nijesmo dobili projekat nijesam imala računar, već sam morala da koristim svoj,*“ objašnjava ona i dodaje i da je mobilni telefon koji je koristila za snimanja bio njen lični. Zaključuje sa tim da je „*sve zavisilo od njene tehnike, jer ništa nije bilo kupljeno od strane radija.*“



“Do nedavno, dok nijesmo dobili projekat nijesam imala računar, već sam morala da koristim svoj.”



“Strah za ličnu bezbjednost i loše finansijsko stanje navodi novinare da izbjegavaju određene teme.”

Marko Vešović u uslovima za bavljenje istraživačkim novinarstvom problematizuje finansijski aspekt „*To vidim kod naših dopisnika koji rade u gradovima u Crnoj Gori odakle dolaze razne kontroverzne ličnosti iz svijeta kriminala i podzemlja, ili neki lokalni korumpirani političari*“

o čijim poslovima i aktivnostima bi se sigurno mnogo toga interesantnog moglo napisati, a što bi privuklo pažnju crnogorske javnosti," precizira on. Međutim, postavlja i pitanje - „kako da oni to rade kad oni imaju platu od 200 eura i da li je neko spreman da sa tim uslovima rizikuje život."

Novinari, urednici i vlasnici medija su imali priliku da kroz otvoren koncept pitanja ukažu na najveće probleme sa kojima se suočavaju mediji i novinari u Crnoj Gori. Odgovori na to pitanje su, po svemu sudeći, neiscrpnii, a nekoliko sagovornika sublimira ono što su najveći problemi.



“Izmjene zakonske regulative bi trebale ići u pravcu povećanja odgovornosti, a ne povećanja prava, kao do sada.”

Tako Danilo Ajković kaže da su problemi medija u Crnoj Gori „loša zakonska regulativa, povezanost sa izvorima finansiranja koji utiču na uređivačku politiku, nedovoljni stručni kapaciteti novinara“. On smatra i da bi „izmjene zakonske regulative trebale bi ići u pravcu povećanja odgovornosti, a ne do povećanja prava, kao do sada“.

Jelena Kavarić kao najveći problem prepoznaje „pritiske i uticaje sa strane, pri čemu nosioci vlasti nastoje da kroz medije infiltriraju svoju moć“, i da je i radio u kojem je ona angažovana „trpio pritiske od strane političkih partija.“

Mustafa Canka kaže kako su najveći problemi „polarizovano društvo, korupcija, malo tržište, ekonomska situacija, kao i uticaji vlasnika na rad“.

Polarizovanost i u medijima, Duška Pejović prepoznaje kao „strašno problematičnom, jer se ne može govoriti o stvaranju, doprinosu i promociji bilo koje vrijednosti koja doprinosi koheziji ako su oni sami razjedinjeni i na različitim polovima.“ Tu dodaje i kako je jedan poseban „problem što mnoge kolege ili kolegice neće da se dodatno edukuju i da se senzibiliju, pod izgovorom da nemaju vremena za to, a što je suprotno konceptu doživotnog sticanja znanja i radu na sebi.“ Problem je i taj, kako kaže, „što ne poznaju gdje je granica slobode izražavanja, i sa druge strane, govora mržnje.“

Kao jedna od mogućnosti prevencije polarizovanosti u medijima, pominjalo se i „jedinствeno samoreglativno tijelo“, imajući u vidu da u Crnoj Gori postoji nekoliko različitih samoreglativnih tijela. Da „nemamo dijaloških kapaciteta, a da je on preduslov“ misli i Duška Pejović, kao i da ga moramo imati, „bez obzira što nismo saglasni sa uređivačkim politikama jednih sa drugima - ne možemo da izvršimo samorefleksiju, ne možemo da djelujemo samokritički, ne možemo da uočimo naše sopstvene mane, a ako sve to ne radimo onda se dovodi u pitanje naša javna uloga nekoga ko radi u javnom interesu. Uređivačke politike su jedno, možemo da pričamo o tome ali moramo da vodimo dijalog“.

Željko Ivanović, jedan od intervjuisanih sa prilično dugim stažom u medijima, daje još jednu vrlo dimenziju stanja u medijima u Crnoj Gori. On ističe da su najveći problemi medija „novo i siromašno tržište, politički i ekonomski monopoli, ali i tradicionalno društvo i loša vlasnička struktura.“ Da je tržište siromašno, sugerije i **sagovornik iz štampanih medija**, koji procjenjuje da „ima i previše medija u državi, i obično bude svađa pri podjeli tog marketinškog kolača.“

Dalje komentarišući prilike u medijima, **Željko Ivanović** naglašava i kako „mediji nisu ti koji kreiraju medijski ambijent sami ili dominantno, već taj ambijent kreiraju nosioci izvršne i zakonodavne vlasti.“ Dodaje i da „sve dok ne postoji, što bi Brisel rekao, jaka i jasna politička volja da se tržište uredi na način da podstiče kvalitet, istraživačko novinarstvo, zatim ozbiljno i odgovorno novinarstvo, nemoguće je govoriti



“Sve dok postoje mediji koji imaju listu zaštićenih i nedodirljivih političara, kompanija ili biznismena, , ne može se govoriti o slobodi medija i profesionalnom novinarstvu.“

o normalnom radu medija.“ Kaže i kako je, „nažalost, sve ono negativno što je nastalo devedesetih godina, još u vrijeme rata, uz nastajanje organizovanog kriminala, užasno uticalo i na medijski sektor.“ Zaključuje sa tim „da sve dok u Crnoj Gori postoje mediji koji imaju listu zaštićenih ili nedodirljivih političara, ili zaštićenih ili nedodirljivih kompanija ili biznismena, ne može se govoriti o slobodi medija i o profesionalnom novinarstvu, već to može biti samo izuzetak.“ Govoreći o mjerama unaprjeđenja medijske scene u Crnoj Gori, kaže da se „vlasnička struktura mora učiniti transparentnom, što misli i o finansiranju medija, dok se postojeće zakonske odredbe samo trebaju ispoštovati, umjesto što se ne poštuju, ili što se to čini selektivno.“

Postoje određena zapažanja o izvještaju Reportera bez granica koji je ove godine registrovao pad slobode medija u Crnoj Gori. Kako navodi Mustafa Canka, taj izvještaj je „jako nepovoljan za nas. Mada su te ocjene možda opore i teške, ako smo ubjedljivo na lošem mjestu, onda je to alarm za nas sve koji radimo u medijima a posebno za donosiocje odluka.“ Ističe da je to alarm i za sve koji slobodno bitišu, jer „sloboda medija je kiseonik demokratije.“



„RTCG je javni, a ne državni servis.“

Duška Pejović objašnjava i kako je „RTCG javni, a ne državni servis.“ Ona navodi i kako je njen utisak da „javni servis na neki način često jeste pod uticajem određenih politika i političkih aktera. To je nešto što je zabilježeno u dokumentima međunarodnih organizacija i mislim da na tome treba mnogo da se radi“, zaključuje ona.

