

PREDLOG



# Medijska strategija Crne Gore 2023 – 2027. sa Akcionim planom za 2023 – 2025.



oktobar 2022. godine

## **SADRŽAJ**

<b>SAŽETAK</b>	<b>2</b>
<b>SKRAĆENICE</b>	<b>4</b>
<b>UVOD</b>	<b>6</b>
<b>SVRHA I CILJ DONOŠENJA STRATEGIJE</b>	<b>9</b>
<b>ZAKONODAVNI OKVIR</b>	<b>20</b>
<b>INSTITUCIONALNI OKVIR</b>	<b>22</b>
<b>ANALIZA STANJA</b>	<b>24</b>
I SC - POBOLJŠAN KVALITET INFORMISANJA GRAĐANA	29
II SC - OSNAŽENA UREDNIČKA I FINANSIJSKA NEZAVISNOST JAVNIH EMITERA, ETIKE I PROFESIONALIZMA	42
III SC - UNAPRIJEĐEN AMBIJENTA ZA FER TRŽIŠNO POSLOVANJE MEDIJA	49
IV SC - UBRZAN PROCESA DIGITALIZACIJE I DIGITALNE TRANSFORMACIJE U MEDIJIMA	56
V SC - SIGURAN AMBIJENT ZA RAD NOVINARA OBEZBIJEĐEN	61
VI SC - POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA I SLOBODNIH NOVINARA/ FOTOREPORTERA UNAPRIJEĐEN	65
VII SC - OSNAŽENA MEDIJSKA PISEMNOSTI SVIH SEGMENTA DRUŠTVA	69
<b>AKCIONI PLAN 2023 – 2025</b>	<b>73</b>
<b>BUDŽET</b>	<b>104</b>
<b>IZVJEŠTAVANJE, MONITORING I EVALUACIJA.....</b>	<b>105</b>



# SAŽETAK

Mediji u Crnoj Gori su već duži niz godina pred ozbiljnih izazovima koji se ogledaju kroz politički i ekonomski uticaj i zavisnost, i koji direktno ugrožavaju održivost postojećih i dalji razvoj i pluralizam medija. Poslovanje medija na slobodnom tržištu, bez direktnog miješanja vlasti, uz puno poštovanje zakona i propisa koji onemogućavaju političke pritiske i uticaj na poslovanje medija i njihovo izvještavanje je minimum preduslova koje je potrebno uspostaviti kako bi se obezbijedili preduslovi za rad i djelovanje svih medija u Crnoj Gori, ali i ono što od nas očekuje Evropska unija na daljem putu ka punopravnom članstvu.

Opredjeljenje Vlade Crne Gore je da će se zalagati za dostupnost informacija, slobodu govora i slobodu medija. S tim u vezi, potrebno je da se unaprijede medijske slobode, poveća građanska participacija, generalno poboljšaju uslovi za rad medija, transparentnost, razvoj medijskog pluralizma i medijske pismenosti. Javnom servisu RTCG i lokalnim javnim emiterima neophodno je osigurati stabilno finansiranje i urednicku i novinarsku samostalnost, te unaprijediti kriterijume za izbor savjeta RTCG i lokalnih javnih emitera. Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske Unije iz 2017. godine ukazala je na slabo i polarizovano medijsko tržište sa visokim stepenom državne intervencije, nedosljednim i pravnim i institucionalnim okvirom sa preporukama punoj nezavisnosti i efikasnosti regulatora, fragmentiranom samoregulacijom, rizicima vezanim za integritet i bezbjednost novinara.

Sve su ovo razlozi za donošenje Medijske strategije Crne Gore 2023 – 2027, sa pratećim

Akcionim planom za 2022. i 2023. godinu. Dalja razmišljanja o reformi medijskog sektora usmerena su ka promovisanju suštinske ulogu kvalitetnog novinarstva za pravovremene, tačne i relevantne informacije, kao i rešenja za njegovu održivost. S toga je i cilj Medijske strategije 2023 – 2027 kreiranje povoljnog ambijent za puno ostvarivanje prava na slobodu izražavanja i slobodu medija u Crnoj Gori. U skladu sa usvojenim strateškim dokumentom ovaj cilj će se dostići kroz 7 strateških ciljeva i 15 operativnih ciljeva:

#### STRATEŠKI CILJ I – POBOLJŠAN KVALITET I

Operativni cilj 1.1	Povećan kvalitet i obim sad
Operativni cilj 1.2	Obezbijedena podrška kon javnog interesa kroz Fond z
Operativni cilj 1.3	Ojačani mehanizmi za uznemiravanja i dezinforma
Operativni cilj 1.4	Prilagođen medijskih sadrž invaliditetom, LGBTIQ, oso , žene koje su žrtve porodič

#### STRATEŠKI CILJ II – OSNAŽENA UREDN EMITERA, ETIKE I PROFESIONALIZMA

Operativni cilj 2.1	Unaprijeđena nezavisnost j
Operativni cilj 2.2	Uspostavljena adekvatna sa
Operativni cilj 2.3	Usaglašen nacionalni regu Evropske unije
Operativni cilj 2.4	Poboljšana infomisanost g medija

#### STRATEŠKI CILJ III – UNAPRIJEĐEN AMBIJE

Operativni cilj 3.1	Osiguran jednak tretman sv
---------------------	----------------------------

Operativni cilj 3.2 Uspostavljeno sistemsko prikupljanje relevantnih podataka o medijskom tržištu

#### STRATEŠKI CILJ IV – UBRZAN PROCESA DIGITALIZACIJE I DIGITALNE TRANSFORMACIJE U MEDIJIMA

Operativni cilj 4.1 Unaprijeđeni tehničko-tehnološki i produkioni kapaciteti medija

#### STRATEŠKI CILJ V – SIGURAN AMBIJENT ZA RAD NOVINARA OBEZBIJEĐEN

Operativni cilj 5.1 Uspostavljeni mehanizmi za odvracanje od ugrožavanja i narušavanja fizičkog integriteta novinara i povećana odgovornost nadležnih institucija

#### STRATEŠKI CILJ VI – POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA I SLOBODNIH NOVINARA/FOTOREPORTERA UNAPRIJEĐEN

Operativni cilj 6.1 Osnažena socio-ekonomska pozicija zaposlenih u medijima i slobodnih novinara

Operativni cilj 6.2 Unaprijeđena nezavisnost i kapaciteti novinara i drugih zaposlenih u medijima

#### STRATEŠKI CILJ VII – OSNAŽENA MEDIJSKA PISEMNOSTI SVIH SEGMENTA DRUŠTVA

Operativni cilj 7.1 Podignut nivo medijske pismenosti svih građana sa fokusom na mlade

Kao rezultat **devetomjesečnog** rada Radne grupe za razvoj strategije, i dobijanja pozitivnog mišljenja GSV-a, te sugestija i komentara od strane Savjeta Evrope i Evropske Komisije, predlog strategije je poslat Vladi. Medijska strategija 2023 – 2027 usvojena je na **Sjednici vlade.....**, sa Akcionim planom 2023 – 2025. Ukupan budžet za realizaciju Medijske strategije procijenjen je na **..** EUR.

## SKRAĆENICE

AEM	Agencija za elektronske medije
AV	Audio-vizuelno
AVM	Audion-vizuelni mediji
AVMSD	<i>Audiovisual Media Services Directive</i> – Direktiva EU o audiovizuelnim medijskim uslugama
BDP	Bruto društveni proizvod
CDT	NVO Centar za demokratsku tranziciju
CEDAW	<i>Committee on the Elimination of Discrimination against Women</i> – Komitet za eliminaciju diskriminacije žena
CEDEM	Centar za demokratiju i ljudska prava
CG	Crna Gora
CIRT	Tim za odgovor na računarsko bezbjednosne incidente u sajber prostoru Crne Gore, u nadležnosti Direkcije za zaštitu tajnih podataka
CRPS	Centralni registar privrednih subjekata
ECRI	<i>European Commission against Racism and Intolerance</i> - Monitoring tijelo Evropske komisije protiv rasizma i netolerancije
EK	Evropska komisija
EKIP	Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost
EKLJP	Evropska Konvencija o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda
EU	Evropska Unija
HRA	NVO Akcija za ljudska prava
IP	Adresa Internet protokola
IREX	<i>International Reseach and Exchange Board</i> – Međunarodna NVO Odbor za međunarodno istraživanje i razmjenu
JMS	Javne medijske stanice
JUFREX	„ <i>Reinforcing Judicial Expertise on Freedom of Expression and the Media in South-East Europe</i> “ Program Savjeta Evrope i Evropske Unije – Jačanje sudske ekspertize o slobodi izražavanja i medija u Jugoistočnoj Evropi“
KEI	Kancelarija za Evropske intergacije

LGBTIQ	<i>Lesbian, gay, bisexual, transgender/transsexual, intersex and queer/questioning</i> – lezbejke, gej, biseksulane, transrodne/transeksualne, interseksualne i queer
LJE	Lokalni javni emiteri
MASE	Medijska asocijacija Jugoistočne Evrope
MKiM	Ministarstvo kulture i medija
MONSTAT	Uprava za statistiku Crne Gore
MP	Ministarstvo prosvjete
MUP	Ministarstvo unutrašnjih poslova
NATO	Organizacija Sjevernoatlantskog sporazuma
NSMP	Nacionalni savjet za medijsku pismenost
NVO	Nevladina organizacija
OEBS	Organizacija za evropsku bezbjednost i sigurnost
OSI	Osobe sa invaliditetom
PAM	Prava autora muzike Crne Gore
PDV	Porez na dodatnu vrijednost
PSSE	Parlamentarna skupština Savjeta Evrope
RCG	Radion Crne Gore
RDC	Radio-difuzni centar
RTCG	Radion televizija Crne Gore
SAD	Sjedinjene Američke Države
SE	Savjet Evrope
SLAPP	<i>Directive on strategic lawsuits against public participation</i> – Direktiva EU o strateškim tužbama protiv učešća javnosti
TV	Televizija
TVCG SAT	Televizija Crne Gore satelitski program
TVCG	Televizija Crne Gore
VDT	Vrhovno državno tužilaštvo
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i> – Organizacije Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu
UNICEF	<i>United Nations International children's fund</i> – Međunarodni dječji fond Ujedinjenih nacija za hitne slučajeve
ZoM	Zakon o medijima

## UVOD

Crna Gora, kako iz ugla pristupanja Evropskoj uniji, tako i snažne posvećenosti demokratskom uređenju društva unapređuje slobodu izražavanja kao temeljno ljudsko pravo i osnov demokratskog društva. Važnu ulogu u tom procesu imaju mediji, kao glavni komunikacioni kanal, sa zadatkom da svojim izvještavanjem informišu građane o svim aktivnostima na domaćem i inostranom planu. Sloboda izražavanja i nezavisni mediji su temeljne vrijednosti Evropske unije i važni elementi procesa evropskih integracija Crne Gore, a posebno kreiranje profesionalnih, odgovornih, transparentnih, ali i finansijski održivih mediji, koji predstavljaju okosnicu svakog demokratskog društva.

Oblast slobode medija u Crnoj Gori, shodno strateškim ciljevima pristupanja Evropskoj uniji, mehanizmima institucionalnog i normativnog unapređenja i održivosti medijskog ambijenta, koncipirana je na principima slobode izražavanja, usklađenosti sa najvišim međunarodnim standardima, tumačenja odredbi medijskih zakona shodno Evropskoj konvenciji o ljudskim pravima i praksom Evropskog suda za ljudska prava, nezavisnosti regulacije i samoregulacije medijske industrije, nezavisnosti javnih emitera, medijskog pluralizma i raznovrsnosti, transparentnosti medijskog vlasništva, transparentnosti oglašavanja i finansiranja medija iz javnih sredstava. Država je dužna da ovu oblast uredi shodno strateškim ciljevima pristupanja Evropskoj uniji i da unaprijedi principe slobode izražavanja, održivosti medija, kao i koncepte nezavisne regulacije i samoregulacije medija. Osnovni izazovi u Crnoj Gori tiču se profesionalnosti novinara i njihove sigurnosti, ekonomske održivosti medija, uredničke i finansijske nezavisnosti, unapređenja medijske pismenosti i kreiranja sistema za otpornost društva na govor mržnje i dezinformacije.

Savjet Evrope u Deklaraciji o slobodi izražavanja i informisanja Komiteta ministara obavezuje države članice, među kojima je i Crna Gora, da: *„...države imaju obavezu da spriječe narušavanje slobode izražavanja i informisanja i da usvoje politiku koja podstiče, u najvećoj mogućoj mjeri, raznovrsnost medija i mnogobrojnost izvora informacija, čime se omogućava pluralizam ideja i mišljenja.“*

Imajući u vidu prethodno navedeno, te posvećenost Vlade Crne Gore da se crnogorskoj medijskoj zajednici pruži snažna podrška kroz unaprjeđenje medijskog okruženja, kako bi se osigurali uslovi za nesmetan rad i afirmaciju slobode medija, konstatovana je potreba za pripremom Medijske Strategije za period 2023-2027.

Ovom Strategijom jasno će se definisati ciljevi, pravci razvoja, i budući planovi kako bi se obezbijedilo povoljno okruženje za slobodu informisanja, protok ideja i mišljenja u ostvarivanju javnog interesa, kao i za uređeno medijsko tržište. Na ovaj način stvoriće se uslovi za rad, koji će doprinijeti unapređenju ambijenta za slobodno i profesionalno novinarstvo, odnosno da građanima bude omogućeno pravo na istinitu, pravovremenu i cjelovitu informaciju.

## PROCES DONOŠENJA STRATEŠKOG DOKUMENTA

Nakon parlamentarnih izbora u avgustu 2020. godine, i osnivanja Ministarstva javne uprave, digitalnog društva i medija<sup>1</sup>, novodefinisane nadležnosti<sup>2</sup> ovog ministarstva su, između ostaloga, priprema predloga propisa iz oblasti medijskog zakonodavstva, medijski i radio-difuzni sistem, informativna djelatnost u domenu štampe, radija, televizije i drugih medija, unapređivanje i razvoj međunarodne kulturne i medijske saradnje, i ostalo.

Programom Vlade za 2021. godinu, usvojenog u aprilu iste godine, planirano je donošenje Medijske strategije sa Akcionim planom za III kvartal 2021. godine sa sledećim ciljem „jasno će se definisati ciljevi, pravci razvoja i budući planovi kako bi se obezbijedilo povoljno okruženje za slobodu informisanja, protok ideja i mišljenja u ostvarivanju javnog interesa, a koje će dovesti do uređenog medijskog tržišta. Na ovaj način se žele stvoriti uslovi za održiv rad, koji će doprinijeti unapređenju medijske saradnje, profesionalizacije i bolje samoregulacije“<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Pređašnje Ministarstvo javne uprave

<sup>2</sup> „priprema predloga propisa iz oblasti medijskog zakonodavstva; medijski i radio-difuzni sistem; informativnu djelatnost u domenu štampe, radija, televizije i drugih medija; medijsku koncentracijum štampanih medija; pristupanje i korišćenje međunarodnih fondova za razvoj medija; ostvarivanje zajemčenih prava građana na informisanje po osnovu programskih sadržaja od značaja za razvoj nauke, obrazovanja i kulture; ostvarivanje informisanja lica oštećenog sluha i vida; ostvarivanje informisanja pripadnika manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica; unapređivanje i razvoj međunarodne kulturne i medijske saradnje; saradnju sa regionalnim i međunarodnim organizacijama, institucijama i strukovnim asocijacijama iz oblasti medija; razmjenu i prenošenje medijskih programa i informacija; koordinaciju aktivnostima iz svoje nadležnosti u procesu pregovora sa Evropskom unijom i usklađivanje domaćih propisa iz okvira svoje nadležnosti sa pravnom tekovinom Evropske unije; saradnju sa međunarodnim i regionalnim organizacijama iz oblasti javne uprave; vođenje propisanih evidencija; upravni nadzor u oblastima za koje je ministarstvo osnovano; kao i druge poslove koji su mu određeni u nadležnost“.

<sup>3</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/d727eb95-678f-4d44-96dc-116a65d1ad99>

Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija je u oktobru 2021. godine formiralo Radnu grupu za izradu strategije sa ukupno 18 članova. U radnoj grupi se nalaze predstavnici<sup>4</sup> državnih organa, sudstva, tužilaštva, nezavisnih regulatora, medijskih udruženja, Sindikata medija i nevladinih organizacija. Ukupno je održano 12 sjednica radne grupe, a javna rasprava je otvorena 11. marta 2022 i trajala je 40 dana<sup>5</sup>, a Ministarstvo je organizovalo dane Otvorenih vrata (8 dana) tokom mjeseca marta aprila, i pozvalo zainteresovanu javnost (građane, naučnu i stručnu javnost, državne organe, strukovna udruženja, političke subjekte nevladine organizacije, međunarodne organizacije, medije) da dostave primjedbe, predloge i sugestije na Nacrt Medijske Strategije 2023-2027. Svi zainteresovani su biti u mogućnosti da direktno kontaktiraju i neposredno dodju u Direktorat i zajedno sa nadležnima razgovaraju o samom unapredjenju strateškog dokumenta (ukupno je dobijeno 16 primjedbi/komentara tokom javne rasprave). Dodatno, kreirana je mailing lista sa svim medijima i NVO koji su redovno dobijali materijal vezano za izradu strateškog dokumenta.

Prvi predlog strategije je poslat Savjetu Evrope 11. marta na mišljenje, te nakon dobijenih komentara i sugestija, iste su inkorporirane i izrađen je drugi nacrt strateškog dokumenta.

Nakon dodatnih političkih promjena u Vladi Crne Gore, u aprilu 2022 godine došlo je do sledeće izmjene političke većine, te izmjene organizacije Vlade CG, samim tim i novih podjela i reorganizacije ministarstava. U sklopu nove 43. Vlade osnovano je Ministarstvo kulture i medija koje vrši poslove uprave koji se odnose na, pored oblasti kulture: pripremu predloga propisa iz oblasti medijskog zakonodavstva; ostvarivanje zajemčenih prava građana na informisanje po osnovu programskih sadržaja od značaja za razvoj nauke, obrazovanja i kulture; ostvarivanje informisanja lica oštećenog sluha i vida; ostvarivanje informisanja pripadnika manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica; razmjenu i prenošenje medijskih programa i informacija; usklađivanje domaćih propisa iz okvira svoje nadležnosti sa pravnom tekovinom Evropske unije; upravni nadzor u oblastima za koje je ministarstvo osnovano; i ostalo. U sklopu Ministarstva, osnovan je Direktorat za medije.

Drugi nacrt u zreloj fazi je poslat Savjetu Evrope i Evropskoj Komisiji na mišljenje. Finalno, predlog Medijske strategije 2023-2027 je usvojen.....

---

<sup>4</sup> Kancelarije za evropske integracije, Generalni sekretarijat Vlade, Univerzitet Crne Gore, Predstavica iz RTCG, Ministarstvo finansija, Direkcija za zaštitu ličnih podataka, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, Ministarstvo prosvjete nauke kulture i sporta, Ministarstvo pravde, Vrhovni sud, Osnovno državno tužilaštvo, Agencija za elektronske medije i 5 članova NVO-a.

<sup>5</sup> Do 21. aprila 2022 godine

**SVRHA**

# SVRHA I CILJ DONOŠENJA STRATEGIJE

Medijska strategija donosi se sa ciljem usvajanja i primjene najviših međunarodnih standarda u oblasti slobode izražavanja, usklađivanja sa politikama Evropske unije i kreiranja povoljnog ambijenta za nesmetan rad medija i za slobodno, profesionalno i odgovorno novinarstvo koje garantuje medijski pluralizam i nesporno ispunjava cilj da crnogorski građanin bude istinito i sveobuhvatno informisan. Istovremeno cilj je pružiti adekvatan odgovor na širenje govora mržnje i dezinformacija, kao globalno izraženu prijetnju koja je itekako zastupljena i u Crnoj Gori.

**VIZIJA**

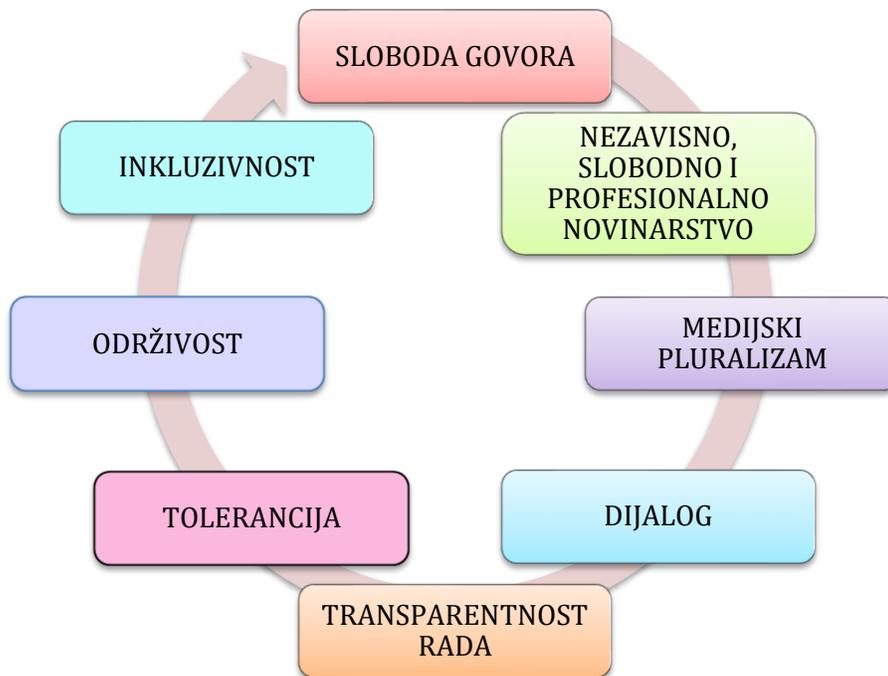
Medijska strategija je prvi korak ka uspostavljanju slobodne, odgovorne i održive medijske scene koja će značiti da će za 10 godina Crna Gora dominantno imati medije kojima se vjeruje, koji se bave temama od javnog interesa poštujući profesionalne standarde i javni prostor postoje mehanizmi ograničavanja uticaja i zaštite od govora mržnje i dezinformacija.

**CILJ**

**KREIRANJE POVOLJNOG AMBIJENT ZA PUNO OSTVARIVANJE  
PRAVA NA SLOBODU IZRAŽAVANJA I SLOBODU MEDIJA U  
CRNOJ GORI**

Na ovaj način, Vlada Crne Gore pokazuje punu spremnost i posvećenost da zajedno sa svim zainteresovani stranama, medijskom zajednicom i partnerima iz civilnog sektora stvara nezavisne i kompetentne medije, koji pospešuju funkcionalnost demokratije.

Principi na kojima počiva Medijska strategija su:



## HORIZONTALNA PITANJA

### *Rodna ravnopravnost*

Ustav Crne Gore, najviši pravni akt u državi, Zakon o rodnoj ravnopravnosti, Zakon o zabrani diskriminacije, čine normativnu osnovu u kojoj se definišu pitanja rodne ravnopravnosti u crnogorskom pravnom sistemu. Rodni stereotipi i predrasude o rodnim ulogama muškaraca i žena, kao i predrasude prema osobama drugačijih polnih i rodnih identiteta prisutne su na svim nivoima društva.

U Zaključcima Evropske komisije protiv rasizma i netolerancije (ECRI)<sup>6</sup> usvojenim u junu 2017. godine, izražava se zabrinutost zbog činjenice da mediji prenose stereotipne ili čak ponižavajuće slike žena. ECRI upozorava na posebnu opasnost od širenja govora mržnje usmjerenog na žene zbog njihovog pola, seksualne orijentacije i rodnog identiteta, koji je često povezan sa jednom ili više drugih karakteristika (religija, starost ili etničko porijeklo), jer on direktno utire put nasilju. U skladu sa tim, mjere i aktivnosti u ovoj strategiji prepoznale su ovu ciljnu grupu. Mediji bi trebalo da obrate posebnu pažnju da ne održavaju rodne stereotipe, te da redovno, kroz svoju

<sup>6</sup> <https://rm.coe.int/second-report-on-montenegro/16808b5942>

uređivačku politiku, preduzimaju mjere za borbu protiv upotrebe seksističkog govora mržnje. Međutim, mediji često doprinose umnožavanju rodnih i drugih stereotipa, najviše usljed pada profesionalnih standarda, odustva adekvatne regulacije i samoregulacije, kao i nedovoljnog znanja o rodnoj ravnopravnosti. Sa druge strane, sve intenzivnije korišćenje društvenih mreža dovodi do umnožavanja rodnih stereotipa i sve većeg prisustva online nasilja, pri čemu su najčešće žrtve djevojčice, žene i osobe drugih rodnih identiteta. Zbog toga je važno da se kroz odgovarajuće zakone i javne politike koje se bave medijima, digitalnim uslugama i audio-vizuelnim uslugama direktno adresira ovaj problem.

U Crnoj Gori se ne vrši redovan monitoring programa javnih servisa i komercijalnih medija iz ugla moguće diskriminacije po osnovu pola i roda i diskriminacije višestruko marginalizovanih grupa. Sa druge strane, mediji nedovoljno pokrivaju teme vezane za rodnu ravnopravnost i višestruko marginalizovane i osjetljive grupe i nedosljedno primjenjuju zakonske odredbe vezane za rodno senzitivni jezik, zabranu diskriminacije po osnovu pola i roda i višestruku diskriminaciju, ili ih pokrivaju na neadekvatan način (kao, na primer, nasilje nad ženama), čime se problem samo uvećava.

Nacrtom Zakona o audiovizuelni medijskim uslugama predviđeno je da su javni emiteri (nacionalni, regionalni i lokalni) dužni da pružaju javne usluge proizvodnje i emitovanja radijskih i/ili televizijskih programa sa informativnim, kulturnim, umjetničkim, obrazovnim, naučnim, dječjim, zabavnim, sportskim i drugim programskim sadržajima, kojima se obezbjeđuje ostvarivanje prava i interesa građana i drugih subjekata u oblasti informisanja. Takođe je predviđeno da javna usluga, između ostalog znači i *“podsticanje i promocija principa rodne ravnopravnosti”*. Sa druge strane, odgovornost javnog emitera se, između ostalog, postiže *“stavljanjem na uvid javnosti putem veb sajta, najkasnije do kraja juna tekuće godine izvještaja o radu za prethodnu godinu, sa posebnim osvrtom na primjenu programskih standarda i ostvarivanje obaveza utvrđenih osnivačkim aktom”*. Saglasno tome, a imajući u vidu ulogu, prava i obaveze javnih emitera, posebno RTCG, oni bi trebalo da definišu i sprovode mjere kojima će se obavezati kako realizacija obaveza iz Zakona o rodnoj ravnopravnosti (dužni su da u svojim programima imaju rodno senzitivne sadržaje i da koriste rodno senzitivni jezik), tako i obavezu koja proizilazi iz njihovih osnivačkih akata.

Zakonom o medijima je propisano (član 17) da država iz budžeta Crne Gore finansira projekte u oblasti informisanja, obezbjeđivanjem finansijskih sredstava za pružanje javnih usluga preko Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija, kako bi se odstakao medijski pluralizam, a posebno proizvodnja i objavljivanje sadržaja koji su značajni, između ostalog, za *“zaštitu prava i dostojanstva manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica od diskriminacije, stereotipa i predrasuda”*. Organi zaduženi za sprovođenje javnih konkursa su Savjet regulatora za audiovizuelne medijske usluge i nezavisna komisija koju obrazuje ministarstva nadležnog za medije.

U oblasti medija, CEDAW Komitet preporučuje sljedeće:

- ~ Nastaviti sa senzibilisanjem medija o potrebi uklanjanja rodnih stereotipa promovisanjem pozitivnih slika o ženama kao aktivnim učesnicama u društvenom, ekonomskom i političkom

životu i o muškarcima kao aktivnim učesnicima u odgovornostima za domaćinstvo i vaspitanje djece;

- ~ Adekvatno nadgledati upotrebu rodno osjetljivog jezika u medijima i proširiti uvođenje rodno osjetljivog jezika u obrazovne materijale.

Da bi se informacije koje plasiraju mediji razumjele i koristile za donošenje dobrih životnih odluka, stereotipi dekonstruisali i građani bili rodno senzibilisani, neophodno je razvijati vještinu kritičkog čitanja medijskih sadržaja. Prvi korak je što veća i šira zastupljenost predmeta medijska pismenost u školama. Predmet medijska pismenost je izborni predmet samo u gimnazijama u Crnoj Gori i nije dostupan učenicima srednjih stručnih škola i osnovcima. Medijska pismenost postaje sve značajnija za razumijevanje na koji način se zaštititi od sve prisutnijeg on-line nasilja i zloupotrebe privatnosti preko društvenih mreža. Nacionalna koalicija za medijsku pismenost, u kojoj su akteri institucija koje se bave obrazovanjem i medijima, predstavnici/ce civilnog društva i istaknuti pojedinci/ke, zagovara uvođenje predmeta medijska pismenost u sve srednje škole i u starijim razredima osnovnih škola (sedmi, osmi i deveti razred).

Aktivnosti u vezi s rodnom ravnopravnošću prožimaju se kroz sve strateške ciljeve ovog dokumenta i fokusiraju se na niz aspekata koje treba da doprinesu primjeni i promociji ovog standarda. Aktivnosti su fokusirane na podstacanje medija da uvedu rodno odgovorne programe i da koriste rodno osjetljiv jezik; obaveznost lokalnih javnih emitera i javnog servisa RTCG da u godišnjem izvještaju o radu posebno izvijeste o broju i sadržaju programa sa temom rodne ravnopravnosti i mjerama za unapređenje upotrebe rodno senzitivnog jezika; podsticanje privatnih/komercijalnih medija da uvedu rodno odgovorne sadržaje i koriste rodno osjetljiv jezik; obezbijediti redovan monitoring programa javnih servisa i komercijalnih medija iz ugla moguće diskriminacije po osnovu pola i roda i diskriminacije višestruko marginalizovanih grupa, itd.

Indikatori na kojima će biti stavljen poseban akcenat tiču se:

- ❖ Broj rodno odgovornih programa i rodno osjetljivog jezika kod lokalnih javnih emitera i RTCG (0 za 2022; 2 programa, 50% sadržaja za 2025. godinu; i 3 programa, 80% sadržaja za 2027. godinu)
- ❖ Procenat usaglašenosti kodeksa novinara u dijelu izvještavanja o nasilju nad ženama sa međunarodnim standardima (0% za 2022; 50% za 2025. godinu; i 100% za 2027. godinu)
- ❖ Procenat zabranjenih mizogenih sadržaja (% za 2022; 100% za 2025. godinu; i 100% za 2027. godinu)

a samo neke od identifikovanih aktivnosti su:

Obuka za novinare o pitanjima rodne ravnopravnosti	Održane obuke za najmanje 100 novinara	MKiM NVO
Izrada analize i kreiranje politike za potpuno ostvarivanje rodne ravnopravnosti u medijima	Izrađene godišnje analize i smjernice razvojne politike	MKiM NVO

Uspostavljanje rodno odgovornih programa, emisija i drugih sadržaja kao i povećanje rodno senzitivnog jezika u svim programskim sadržajima	Povećana proizvodnja rodno odgovornih programskih sadržaja. Obaveznost lokalnih javnih emitera i javnog servisa RTCG da u godišnjem izvještaju o radu posebno izvijeste o broju i sadržaju programa sa temom rodne ravnopravnosti i mjerama za unapređenje upotrebe rodno-senzitivnog jezika. Uveden kriterijum rodne ravnopravnosti pri raspodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	MKiM Mediji
Puna primjena normi o rodnoj senzitivnosti i zabranu diskriminacije	Mediji dosljedno primjenjuju zakonske odredbe vezane za rodno senzitivni jezik, zabranu diskriminacije po osnovu pola i roda i višestruku diskriminaciju, poštovanje Kodeksa novinara. Monitoring programa javnih servisa i komercijalnih medija (izradjena metodologije za rodno odgovorni, podnesen izvještaj o monitoringu)	Samoregulatorni mehanizmi AEM MKiM
Utvrđiti smjernice za izvještavanje o nasilju nad ženama u okviru Kodeksa novinarki i novinara Crne Gore	Donijete smjernice za izvještavanje o nasilju nad ženama u okviru Kodeksa novinarki i novinara Crne Gore, a ciljem smanjenja zloupotrebe i kršenje međunarodnih standarda.	MKiM
Propisana zabrana prikazivanja mizogonih i štetnih sadržaja usmjerenih prema ženama	Usvojen zakon o medijima sa odredbom zabrane prikazivanje mizogonih i štetnih sadržaja usmjerenih prema ženama, a u cilju suzbijanja i borbe protiv rodnih stereotipa	MKiM

Rodna ravnopravnost podrazumijeva ravnopravno učešće žena i muškaraca, kao i lica drugačijih rodni identiteta, u svim oblastima društvenog života, jednak položaj i jednake mogućnosti za ostvarivanje svih prava i sloboda i korišćenje ličnih znanja i sposobnosti za razvoj društva, kao i ostvarivanje jednake koristi od rezultata rada. Na ulogu medija u stvaranju ravnopravnog i nediskriminatornog okruženja, između ostalog, utiče i prisustvo žena u medijskoj industriji, njihova uloga i uticaj na proizvodnju i distribuciju medijskog sadržaja. Analiza sprovedena 2019. godine pokazala je da u novinarskoj profesiji dominantno rade žene i da gotovo 60% objavljenih informacija, proizvode žene. Takođe, analiza je pokazala značajno prisustvo žena na uredničkim pozicijama, te da se češće javljaju kao prepoznatljiva lica centralnih informativnih emisija u odnosu na muškarce. Najveća razlika u zastupljenosti žena i muškarca u centralnim informativnim emisijama pokazala se prilikom upoređivanja broja sagovornika i sagovornica u emisijama. Od ukupnog broja uzetih izjava, samo 20% su izjave uzete od žena.

## USKLAĐENOST STRATEŠKOG DOKUMENTA

### *Pozicioniranje u strateškom okviru Crne Gore*

Ključni ciljevi Strategije tiču se, između ostalog, unaprjeđenja ukupnog ambijenta za rad i profesionalno obavljanje svih dužnosti novinara, stvarajući sigurni ambijent u Crnoj Gori za njihov rad. Izdvojeni

indikatori koji će mjeriti uspješnost ovih reformskih procesa su: broj procesiranih slučajeva za ugrožavanje novinara i broj izrečenih sankcija u slučajevima ugrožavanje novinara. Izdvojene mjere direktno utiču na postizanje ciljeva Strategije održivog razvoja 2030.<sup>7</sup> i to obezbjeđivanja slobodnog pristupa informacijama i unaprjeđenju slobode medija.

### Strategija održivog razvoja do 2030

- STRATEŠKI CILJ 2.3 RAZVIJATI DRŽAVU KAO EFIKASNU VLADAVINU PRAVA
- OC 2.3.2 Obezbijediti uslove za eliminaciju korupcije, organizovanog kriminala, kriminala i terorizma (Cilj za 2030. godinu - *Obezbijeđen je Slobodan pristup informacijama i zaštićena prava novinara i slobode medija*)

### Medijska strategije 2023-2027

- STRATEŠKI CILJ 5: SIGURAN AMBIJENT ZA RAD NOVINARA OBEZBIJEĐEN  
OC 5.1 Uspostavljeni mehanizmi za odvracanje od ugrožavanja i narušavanja fizičkog integriteta novinara

Jedan od osnova demokratije i građanskog društva čine slobodni i nezavisni mediji, te su prioriteti Srednjoročnog programa Vlade Crne Gore za 2022-2024 usmjeren na unaprjeđenje ukupnog ambijenta u kojem će novinari i novinarka moći nesmetano da rade svoj posao. Napori da se kroz zakonski i strateški okvir kreiraju povoljni uslovi su izdvojenim prioritetima do 2024. godine .

<sup>7</sup> <https://www.gov.me/dokumenta/6852d215-af43-4671-b940-cbd0525896c1>

### Srednjoročni program Vlade CG za 2022-2024

- 1.4. Unapređenje ambijenta u oblasti slobode izražavanja i slobode medija što je direktno komplementarno cilju
- TD 17 - Pripremiti Medijsku strategiju Crne Gore 2022- 2026 i Akcioni plan za 2022. godinu
- ND 8 - Utvrditi Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o Nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore
- ND 9 - Utvrditi Predlog zakona o audio-vizuelnim medijskim slugama
- ND 10 - Utvrditi Predlog zakona o izmjenama i dopunama Zakona o medijima

### Medijska strategije 2023-2027

U

- Operativni cilj 1.3  
Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija
- 1.4.2 Izmjene Zakona o nacionalnom javnom emiteru RTCG
- 1.1.1 Donošenje Zakona o audiovizuelnim medijskim slugama
- 3.1.11 Izmjenjen Zakon o medijima i relevantna podzakonska akta

sklopu Programa pristupanja Crne Gore Evropskoj Uniji 2021-2023 poglavlje Informatičko društvo i mediji čini cjelinu od tri oblasti: elektronske komunikacije, usluge informatičkog društva i audiovizuelna politika. Ključna pitanja u okviru oblasti audiovizuelne politike su: audiovizuelne medijske usluge, javni emiteri Crne Gore, zaštita maloljetnika, filmsko nasljeđe, kulturna raznolikost.

### Programa pristupanja Crne Gore Evropskoj Uniji 2021-2023

- Usvajanje Medijske strategija 2021-2025, s Akcionim planom za 2021-2022
- Zakon o audio-vizuelnim medijskim uslugama
- Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore
- Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o medijima

### Medijska strategija 2023-2027

- Operativni cilj 1.1 Povećan kvalitet i obim sadržaja u medijima (Aktivnost 1.1.1 donošenje Zakona o audio-vizuelnim medijskim uslugama)
- Operativni cilj 1.1 Povećan kvalitet i obim sadržaja u medijima (Aktivnost 1.4.2 Izmjene Zakona o nacionalnom javnom emiteru RTCG)
- Operativni cilj 1.1 Povećan kvalitet i obim sadržaja u medijima (Aktivnost 1.1.4 Usvojen Zakon o medijima)

#### ***Usklađenost sa međunarodnim obavezama***

U kontekstu procesa pristupanja Crne Gore EU, od samog otvaranja pregovora 2012, u fokusu je vladavina prava, odnosno poglavlja 23 Pravosuđe i temeljna prava i 24 Pravda, sloboda i bezbjednost. Dalji napredak u pregovorima diktiraće uspješno ispunjavanje, prije svega, 83 privremena mjerila za poglavlje 23 i 24, s ključnim prioritetima u okviru borbe protiv korupcije i organizovanog kriminala, unaprjeđenju sistema pravosuđa i slobode medija. Pregovaračka poglavlja koja tretiraju pitanja medijske politike su poglavlja 10 Informatičko društvo i mediji i 23 Pravosuđe i temeljna prava.

Usklađenost završnih mjerila pregovaračkih poglavlja sa strateškim i operativnim ciljevima Medijske strategije data je u sledećoj tabeli:

Pregovaračko poglavlje 10	Pregovaračko poglavlje 23	Medijska strategija 2023 - 2027
Uskladiti zakonodavstvo s pravnom tekovinom EU u cilju obezbjeđivanja nezavisnosti regulatornog tijela za elektronske komunikacije i s pravnom tekovinom o audiovizuelnim medijskim uslugama	Crna Gora obezbjeđuje unapređenje slobode izražavanja i medija u zemlji i primjenjuje nultu stopu tolerancije u pogledu prijetnji i napada na novinare i određuje prioritete krivičnih istraga ukoliko do njih dođe	Operativni cilj 2.2 Uspostavljena adekvatna samoregulacija u medijima
Dovoljni administrativni kapacitete za sprovođenje pravne tekovine u oblastima elektronskih komunikacija i audiovizuelne politike, uključujući nezavisnost regulatora	Crna Gora uspostavlja Komisiju za praćenje aktivnosti nadležnih organa u istrazi starih i novijih slučajeva prijetnji i nasilja nad novinarima, uključujući i slučaj ubistva. Crna Gora obezbjeđuje inicijalni bilans ostvarenih rezultata u napretku postignutom u istrazi, efektivnom gonjenju i odvratajućim sankcijama za počinioce ovih djela	Operativni cilj 1.3 Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, on-line uznemiravanja i dezinformacija

Tabela 1. Usklađenost završnih mjerila Poglavlja 10 i 23 sa ciljevima Medijske strategije 2023-2027

Nacionalni Akcioni plan za poglavlje 23<sup>8</sup>, posvećen, između ostalog, pitanju medija kroz dio 3.4. *Sloboda medija i zaštita novinara*, ima za cilj adresiranje sljedeće preporuke iz Analitičkog pregleda (*Screening report*) za ovo poglavlje: „Osigurati zaštitu novinara od prijetnji i nasilja, naročito kroz efikasne istrage prethodnih napada i odvratajuće kazne. Ponovo ispitati i izmijeniti zakonsku regulativu i institucionalni okvir za zaštitu slobode medija“. U odnosu na ovaj cilj, definisan je i strateški cilj III Unapređenje

<sup>8</sup> Usvojen u junu 2013, a revidiran u februaru 2015

ambijenta za sigurnost novinara u Medijskoj strategiji, koji će se realizovati kroz planiranje aktivnosti operativnog cilja 5.1 Uspostavljeni mehanizmi za odvratanje od ugrožavanja i narušavanja fizičkog integriteta novinara u cilju povećane odgovornost nadležnih institucija, čime je postignuta usklađenost.

Završna mjerila poglavlja 10. odnose se na činjenicu da:

1. Crna Gora usklađuje svoje zakonodavstvo sa pravnom tekovinom EU kada je riječ o odredbama o nezavisnosti nacionalne regulatorne institucije za elektronske komunikacije, kao i sa pravnom tekovinom EU u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga.
2. Crna Gora pokazuje da će imati dovoljno administrativnih kapaciteta za sprovođenje pravne tekovine EU u oblasti elektronskih komunikacija, usluga informacionog društva i audiovizuelnih medijskih usluga, kao i pravne tekovine koja se odnosi na nezavisnost regulatora, do dana pristupanja.

Napomena: U ovom poglavlju, iako nije definisano kao posebno mjerila, Komisija ističe da će posebno pratiti stanje u oblasti slobode medija i medijskog pluralizma .

Prema ocjenama posljednjeg Izvještaja Evropske Komisije (EK) o Crnoj Gori<sup>9</sup> za 2022. godinu<sup>10</sup>, u poglavlju 10 - digitalna transformacija i mediji, Crna Gora ima umjereni nivo spremnosti (ista ocjena od 2015. godine), a u toku izvještajnog perioda postignut je ograničen napredak, što predstavlja nastavak trenda iz prethodnog izvještajnog perioda jun 2020 - jun 2021. U fokusu i ovog Izvještaja je potreba za obezbjeđivanjem nezavisnosti medijskog sektora od političkog uticaja. Naglašeno je i da je potrebno jačati kapacitete medijskog regulatora i uopšte administrativnih kapaciteta za sprovođenje pravne tekovine EU. EK je, u okviru oba poglavlja koja tretiraju pitanja medija (10 i 23), sugerisala da je potrebno zaokružiti usklađivanje zakonodavstva u dijelu audiovizuelne politike, odnosno da je potrebno osigurati konzistentnost medijskih zakona i uskladiti sa Direktivom o AVM uslugama iz 2018. Preporuka EK je i da Crna Gora treba obezbijediti operativnu nezavisnost medijskog regulatora i nacionalnog javnog servisa, kao i da ostvari napredak u obezbjeđivanju AEM-u mogućnost izricanja kompletnog seta mjera, uključujući upozorenja, finansijske kazne, suspenzije, oduzimanje licence, čime bi osigurala proporcionalnost i djelotvornost. EK je, u Izvještaju o Crnoj Gori, pozdravila profesionalnost Agencije za elektronske medije (AEM). Pored toga, istaknuta je i finansijska podrška medijima kroz novoosnovani Fond za pluralizam i raznolikost medija. Konačno, prepoznato je da je Ministarstvo

<sup>9</sup> EK godišnje izvještava o napretku zemalja kandidata za članstvo u skladu sa informacijama dobijenim od priloga crnogorskih institucija, diplomatskih predstavništava država članica EU, izvještaja Evropskog parlamenta i organizacija međunarodnih i organizacija civilnog sektora.

Napredak u procesu se procjenjuje na dva nivoa: **ukupna spremnost za članstvo** (1 - rana faza spremnosti, 2 - određeni nivo spremnosti, 3 - umjereni nivo spremnosti, 4 - dobar nivo spremnosti i 5 - veoma napredna faza) i **stepen napretka na godišnjem nivou** (1 – nazadovanje, 2 – nema napretka, 3 – ograničeni napredak, 4 – određeni napredak, 5 – dobar napredak).

<sup>10</sup> pokriva izvještajni period od juna 2021. do juna 2022. godine.

kulture i medija nastavilo rad na Medijskoj strategiji , sa akcentom na borbu protiv dezinformacija i promociju medijske pismenosti. .

	2015	2016	2018	2019	2020	2021	2022
POGLAVLJE 10	Određeni napredak	Određeni napredak	Bez napretka	Bez napretka	Ograničeni napredak	Ograničeni napredak	Ograničeni napredak

Tabela 2. Pregled godišnjeg napretka u poglavlju 10 digitalna transformacija i mediji  
KEI

Izvor:

Prema istom izvještaju, u poglavlju 23, Crna Gora ima umjereni nivo spremnosti, a ograničen godišnji napredak u cjelini. U oblasti sloboda izražavanja ocijenjeno je da je postignut ograničen napredak, što je pozitivan iskorak u odnosu na većinu prethodnih izvještaja u kojima je ocijenjeno da „nije ostvaren napredak“.

EK je dalje preporučila da Crna Gora treba da obezbijedi da pojedinačne mjere, preduzete u cilju ograničavanja posljedica dezinformacija i onlajn uznemiravanja ili govora mržnje, ne ograničavaju nesrazmjerno slobodu izražavanja i medija. Ponovljene su ocjene o snažnoj polarizovanosti medijske scene i o potrebi za daljim kontinuiranim naporima da se uspostave efikasni samoregulatorni mehanizmi. Na liniji preporuka od prošlogodišnjeg izvještaja, EK je notirala i činjenicu da je u toku revizija pravnog okvira u cilju potpune usklađenosti seta medijskog zakona s pravnom tekovinom EU i njihove konzistentnosti. Takođe, ocijenjeno je da je javni servis, nakon imenovanja novog Savjeta RTCG-a u junu 2021, nastavio da prikazuje politički uravnotežen i raznolikiji sadržaj.

U skladu sa gore datim preporukama, Medijska strategija 2023-2027 je definisala niz aktivnosti kroz Operativni cilj 1.3 Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija.

	2015	2016	2018	2019	2020	2021	2022
POGLAVLJE 23	Umjerena spremnost						
SLOBODA IZRAŽAVANJA	Određeni nivo spremnosti						

Tabela 3. Pregled opšte spremnosti u poglavlju 23 i oblasti slobode izražavanja

Izvor: KEI

	2015	2016	2018	2019	2020	2021	2022
<b>POGLAVLJE 23</b>	Određeni napredak	Određeni napredak					
<b>SLOBODA IZRAŽAVANJA</b>	Nema napretka	Ograničen napredak	Ograničen napredak				

Tabela 4: Pregled godišnjeg napretka u poglavlju 23 i oblasti slobode izražavanja

Izvor: KEI

Sa evidentnom izmjenom medijskog pejzaža u posljednjih deset godina, posebno u dijelu tradicionalnog gledanja TV ispred porodičnog televizora, milioni Evropljana sada gledaju sadržaj na mreži na različitim mobilnim uređajima. S toga je Evropska komisija sa ciljem koordinacije nacionalnog zakonodavstva o svim audiovizuelnim medijima širom EU, u maju 2016. predložila revidiranu Direktivu o audiovizuelnim medijskim uslugama koja uključuje novi pristup onlajn platformama koje šire audiovizuelni sadržaj. Revidirana direktiva nudi mnogo novih elemenata: ojačan je princip zemlje porijekla, usklađene procedure odstupanja za TV emitere i pružaoce usluga na zahtjev i mogućnosti za odstupanja u slučaju zabrinutosti za javnu bezbjednost i ozbiljnih rizika po javno zdravlje; proširenje određenih audiovizuelnih pravila na platforme za deljenje videa i usluge društvenih medija; bolja zaštita maloljetnika od štetnog sadržaja u onlajn svijetu; pojačana zaštita TV-a i videa na zahtjev od podsticanja na nasilje ili mržnju i javnog provociranja na činjenje terorističkih djela; veća fleksibilnost u televizijskom oglašavanju, omogućavajući emiterima da slobodnije biraju kada će prikazivati oglase tokom dana – opšte ograničenje je postavljeno na 20% vremena emitovanja između 6:00 i 18:00 sa istim udjelom u udarnom terminu (od 18:00 do ponoći); pojačane odredbe za zaštitu djece od neprikladne audiovizuelne komercijalne komunikacije; nezavisnost audiovizuelnih regulatora, i ostalo. Prjedlogom Zakona o AMV uslugama sve gore navedeni prijedlozi su prenešeni u crnogorsko zakonodavstvo koji bi trebao da bude usvojen tokom 2022/2023 godine.

Takođe, u aprilu 2022. Komisija je objavila Predlog direktive o strateškim tužbama protiv učešća javnosti. Strateške tužbe protiv učešća javnosti, opšte poznate kao „SLAPP<sup>11</sup>“, predstavljaju poseban oblik uznemiravanja koji se prvenstveno koristi protiv novinara i branitelja ljudskih prava da bi se sprečilo ili kaznilo iznošenje govora o pitanjima od javnog interesa. Predložena Direktiva pruža sudovima i ciljevima SLAPP-a instrumente za borbu protiv očigledno neosnovanih ili zloupotreba sudskih postupaka. Predložene zaštitne mjere će se primjenjivati u građanskim stvarima sa prekograničnim implikacijama. U skladu sa ovom novousvojenom politikom EU, Crna Gora će nakon

<sup>11</sup> Directive on strategic lawsuits against public participation (SLAPP)

sagledavanja iskustava članica EU u ovoj oblasti i analizom učinaka direktive, u skladu sa datim prijedlozima i iskustvima prenijeti date mjere u nacionalni zakonodavni okvir u budućem periodu.

Pravo na slobodu izražavanja i slobodu mediji zaštićeni su takođe članom 10 Evropske Konvencija o ljudskim pravima i predstavljaju stubove demokratije bezbjednosti u Evropi. Savjet Evrope promoviše okruženje koje omogućava slobodu izražavanja, potkrepljena pravnim garancijama za nezavisnost i raznolikost medija i bezbjednost novinara i drugih medijskih aktera. Kroz operativni cilj 1.3 Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, ovom strateijom je planirana izmjena Krivičnog zakonika, te usvajanje istog sa jasno definisanaom normom govora mržnje kao krivičnog djela.

### Evropska konvencija o ljudskim pravima

#### •ČLAN 10.

##### •Sloboda izražavanja

- Svako ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu mišljenja i slobodu primanja i prenošenja informacija i ideja, bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice. Ovaj član ne sprječava države da zahtijevaju dozvole za rad od radio, televizijskih i filmskih kompanija.
- Ostvarivanje ovih sloboda, budući da uključuje obaveze i odgovornosti, može podlijegati takvim formalnostima, uvjetima, ograničenjima ili sankcijama predviđenim zakonom i koje neophodne u demokratskom društvu u interesu nacionalne sigurnosti, teritorijalnog integriteta ili javne sigurnosti, sprječavanja nereda ili zločina, zaštite zdravlja i morala, ugleda ili prava drugih, sprječavanja širenja povjerljivih informacija ili u interesu očuvanja autoriteta i nepristrasnosti sudstva

### Medijska strategija 2023 - 2027

- Operativni cilj 1.3  
Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija
- Stateški cilj II – Osnažena urednička i finansijska nezavisnosti javnih emitera, etike i profesionalizma

Medijsko zakonodavstvo u Crnoj Gori se od 2002. godine u kontinuitetu usklađuje sa evropskim standardima u ovoj oblasti. U julu 2020. godine donijeti su novi **Zakon o medijima** ("Sl. list CG " ,broj 82/2020 ) i **Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore** ("Sl. list CG",broj 80/2020). Pored njih, ključni propis koji reguliše medije je **Zakon o elektronskim medijima**, a koji bi, radi usklađivanja sa Direktivom 2018/1808 o audiovizuelnim medijskim uslugama koja mijenja i dopunjuje Direktivu 2010/13, trebalo da zamijeni Zakon o audio-vizuelnim medijskim uslugama

Najznačajnija novina koje donosi ZoM je formiranje Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. U Zakonu se navodi da država iz budžeta finansira projekte u oblasti informisanja, obezbjeđivanjem finansijskih sredstava preko ovog Fonda, kao i da se Fond finansira u iznosu od najmanje 0.09% tekućeg budžeta. Zakonom je precizirano da 60% sredstava Savjet regulatora za AVM usluge dijeli između komercijalnih i neprofitnih medija, a 40% idu u podfond za dnevne i nedjeljne štampane medije i internetske publikacije, i ta sredstva dijeli nezavisna komisija Ministarstva.

Zakon izaziva polemiku u dijelu visine iznosa za Fond, kao i zbog nametanja obaveze novinara da otkriju izvor informacija ukoliko to bude odluka suda. Takođe, dijelu zainteresovane javnosti sporan je nedostatak propisivanja odgovornosti za medije koji se ne registruju.

## ZAKONODAVNI OKVIR

ZoM uvodi novinu da javni sektor, na lokalnom i nacionalnom nivou, dostavlja evidencije o izvršenim plaćanjima za oglašavanje u medijima nadležnom Ministarstvu, te da ih objavljuje na internetu. Sve te izvještaje Ministarstvo treba da objavi u godišnjem izvještaju, što iako predstavlja pozitivan iskorak u teoriji i dalje zavisi od praktične primjene, kako ne bi oglašavanje i dalje bilo način političkog pritiska na medije.

Zakon o nacionalnom javnom emiteru RTCG donijet je sa ciljem da se ojača nezavisnost tog medija, koji će između ostalog dobiti Ombudsmana. U tom zakonu je ostao sporan način izbora članova Savjeta i kriterijumi izbora predlagača za članove Savjeta. Dosadašnja javna debata pokazala je da su potencijalne oblasti izmjena Zakona o nacionalnom javnom emiteru RTCG jačanje odgovornosti Savjeta, Generalnog direktora i direktora Televizije i Radija Crne Gore, te kaznene odredbe za kršenje programskih i profesionalnih standarda.

Ukazano je da **Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama** treba da obezbijedi finansijsku održivost i uredničku nezavisnost lokalnih javnih emitera. U javnoj raspravi je ukazivano na mogućnost da se

obavežu opštine da utvrde najmanji iznos dijela opšteg budžeta koji će se koristiti za finansiranje lokalnih javnih emitera, kao i da je potrebno promijeniti dosadašnji način izbora savjeta lokalnih javnih emitera kako bi se neutralisao politički uticaj vladajućih struktura u opštinama na rad ovih medija. Zakon o audivizuelnim medijskim uslugama treba i da ojača nezavisnost Agencije za elektronske medije, između ostalog i na način što će joj omogućiti da novčano kažnjava emitere za prekršaje.

Radi bolje zaštite medijskih radnika od napada i prijetnji, 29. decembra 2021. u Skupštini Crne Gore usvojene su **izmjene Krivičnog zakonika** kojima su propisani kvalifikovani oblici krivičnih djela ugrožavanje sigurnosti, teško ubistvo, teška tjelesna povreda i prinuda, kada se izvrše prema osobi koja obavlja posao javnog informisanja, u vezi obavljanja tog posla.

Preformulisano je krivično djelo sprečavanje štampanja i rasturanja štampanih stvari, emitovanja programa i objavljivanja informacija tako da se obezbijedi strože kažnjavanje ako službeno lice ometa ili sprečava objavljivanja informacija od javnog značaja putem medija.

Koncentracija učesnika na tržištu bliže je regulisana **Zakonom o zaštiti konkurencije** iz 2018. godine, gdje se propisuju nedozvoljeni dominantni položaji na tržištu svih privrednih subjekata. Zabranjene su „koncentracije kojima se sprečava, ograničava ili narušava konkurencija ili slobodan razvoj otvorene tržišne ekonomije, a naročito stvaranje, odnosno jačanje dominantnog položaja na tržištu“. Nadzor nad primjenom ovog Zakona vodi Agencija za zaštitu konkurencije, ali se, prema objavljenim rješenjima na njihovoj zvaničnoj web stranici, nije oglašavala povodom eventualne dominantne pozicije u medijskoj industriji.

**Zakon o slobodnom pristupu informacijama** propisuje način i postupak pristupa informacijama u posjedu organa vlasti. Pristup informacijama u posjedu organa vlasti zasniva se na načelima slobodnog pristupa informacijama, transparentnosti rada organa vlasti, prava javnosti da zna, ravnopravnosti i jednakosti i ostvaruje se na nivou standarda koji su sadržani u potvrđenim međunarodnim ugovorima o ljudskim pravima i slobodama i opšte prihvaćenim pravilima međunarodnog prava.

Usklađivanje ovog zakona je bilo u nadležnosti Ministarstva kulture, a prije dvije godine je prešlo u nadležnost Ministarstva javne uprave-Direktorata za državnu upravu. Dosledna primjena ovog zakona i transparentnost su važne u kontekstu slobode izražavanja u Crnoj Gori.

**Zakonom o autorskom i srodnim pravima** utvrđuje se prava autora književnih, naučnih i umjetničkih djela, prava interpretatora, proizvođača fonograma, filmskih producenata, radiodifuznih organizacija, i izdavača, te zaštita autorskog i srodnih prava. Ovaj zakon je u nadležnosti Ministarstva ekonomskog razvoja, a medijski zakoni upućuju na poštovanje odredbi ovog zakona.

# INSTITUCIONALNI OKVIR

Prema trenutnoj podjeli nadležnosti **Ministarstvo kulture i medija** - Direktorat za medije preuzelo je obaveze od Ministarstva javne uprave, digitalnog društva i medija kojem je do nove organizacije, u decembru 2020, ovaj sektor pripadao. Direktorat za medije zadužen je prvenstveno za usklađivanje medijskog zakonodavstva sa evropskim standardima u oblasti medija. Direktorat je zadužen za Zakon o medijima, Zakon o Nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore, Zakon o elektronskim medijima (Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama) i Zakon o potvrđivanju Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji.

Osim normative u nadležnosti ovog sektora je i dio primjene Zakona o medijima. To se prije svega odnosi na vođenje Evidencije medija koja je potpuno prešla u nadležnost Ministarstva, kao i uvođenje nove Evidencije o transparentnosti dodjele sredstava iz javnih prihoda. Takođe, Ministarstvo je u obavezi da sprovede proceduru dodjele sredstava iz Fonda za razvoj medijskog pluralizma-podfonda za dnevne i nedeljne štampane medije i internet publikacije.

**Agencija za elektronske medije (AEM)** je nezavisni regulatorni organ za oblast AVM usluga. Kao samostalni pravni subjekt ona je funkcionalno nezavisna od bilo kog državnog organa i od svih pravnih i fizičkih lica koja se bave djelatnošću proizvodnje i emitovanja radijskih i televizijskih programa ili pružanja drugih AVM usluga. Osnivač Agencije je država, a prava osnivača u ime države vrši Savjet Agencije, koji bira Skupština Crne Gore.

AEM predlaže program razvoja sektora AVM usluga, izdaje odobrenja za pružanje AVM usluga (odobrenja za emitovanje i odobrenja za pružanje AVM usluga na zahtjev), utvrđuje visinu naknada za izdavanje i korišćenje odobrenja za pružanje AVM usluga.

**Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (EKIP)**, je nezavisni regulatorni organ za oblasti elektronskih komunikacija i poštanske djelatnosti. Agencija je funkcionalno nezavisna od svih subjekata koji eksploatišu elektronske komunikacione mreže, obezbjeđuju opremu ili pružaju servise na tržištima elektronskih komunikacija i poštanskih usluga.

Svoje aktivnosti Agencija sprovodi u skladu sa nadležnostima propisanim Zakonom o elektronskim komunikacijama ("Sl. list Crne Gore", broj 40/13, 56/13, 2/17, 49/19) i Zakonom o poštanskim uslugama ("Sl. list Crne Gore", broj 57/11, 55/16, 55/18), a na osnovu Plana rada.

Nadležnosti EKIP-a se odnose na internet posrednike i medijske internet platforme, posebno na sprovođenje pravila i procedura u vezi sa blokiranjem, filtriranjem i uklanjanjem sadržaja na internetu.

Nacionalni javni emiter **Radio i Televizija Crne Gore** ima obavezu pružanja javnih audiovizuelnih usluga kojima se zadovoljavaju: demokratske, socijalne, kulturne, obrazovne i druge potrebe od javnog interesa svih segmenata crnogorskog društva. Javni servis obezbjeđuje ostvarivanje prava i interesa građana i drugih subjekata u oblasti informisanja, bez obzira na njihovu političku, vjersku, kulturnu, rasnu ili polnu pripadnost. Organi upravljanja su generalni direktor i Savjet RTCG.

U nadležnosti Skupštine Crne Gore je imenovanje i razrješenje članova Savjeta AEM-a, EKIP-a i RTCG.

**Komisija za praćenje postupanja nadležnih organa u slučajevima prijetnji nasilja nad novinarima, ubistava novinara i napada na imovinu medija** formirana je u decembru 2013. od strane Vlade Crne Gore. U Komisiji su predstavnici medija i nevladinih organizacija, Ministarstva unutrašnjih poslova, Uprave policije i Tužilaštva.

**Radio-difuzni centar d.o.o.** obavlja djelatnost pružanja usluga na području radiokomunikacija i telekomunikacija, pružajući usluge prenosa i emitovanja radijskih i televizijskih programa, prenosa slike, zvuka i podataka, kolokacije i druge savremene multimedijske usluge. Osnivač RDC-a je Vlada Crne Gore. Jedna od osnovnih djelatnosti navedena Statutom RDC-a je i prenos i emitovanje programa nacionalnog javnog servisa Radio i Televizije Crne Gore, ali i drugih medija u Crnoj Gori. Korisnici usluga Radio-difuznog centra na kraju 2018. godine bili su: 16 lokalnih radio i tv stanica, 10 komercijalnih tv stanica, 38 komercijalnih radio-stanica, nešto manji broj korisnika bio je tokom 2017. godine i to: 15 lokalnih radio i tv stanica, 11 komercijalnih TV stanica, 31 komercijalnih radio-stanica.

**Filmski centar**, na osnovu Zakona o kinematografiji, saraduje sa komercijalnim TV emiterima sa nacionalnom pokrivenošću.

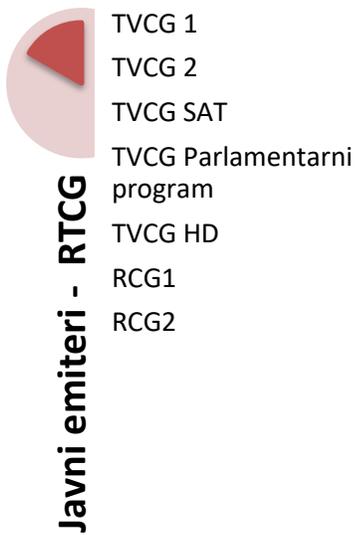
Crna Gora je prvi Zakon o medijima, koji je bio na tragu standarda razvijenih demokratija za povoljno okruženje za rad slobodnih medija, donijela 2002. godine. Od tada su zakoni koji regulišu rad medija (Zakon o medijima, Zakon o nacionalnom javnom emiteru RTCG i Zakon o elektronskim medijima) mijenjani i dopunjavani sa obrazloženjem da je potrebno usklađivanje sa preporukama EU i Savjeta Evrope. Formalno, u značajnom dijelu je to bilo tako (poslednji put u julu 2020), ali je praksa pokazivala favorizovanje vlasti lojalnih medija i, s druge strane, ekonomsko iscrpljivanje kritički nastrojenih medija. Uporedo, u poslednjih 18 godina desili su se brojni napadi na medije od kojih je većina ostala nerasvjetljena, a ekonomsko-socijalni položaj novinara je nezadovoljavajući.

Po posljednjim podacima Ministarstva kulture i medija, u Crnoj Gori postoje 182 aktivna medija, tj oni koji su upisani u evidenciju medija. Ovaj ukupan broj nije konačan jer postoje portali<sup>12</sup> koji imaju određeni sadržaj, stalno ili povremeno, ali nijesu upisani u evidenciju medija jer upis, po sadašnjem zakonu, nije obavezan. U tabeli dolje dati su registrovani mediji u Crnoj Gori podijeljeni po

---

<sup>12</sup> Kao npr. dva relativno uticajna portala, IN4S i Aktuelno

kategorijama.



## ANALIZA STANJA

Tabela 5. TV emiteri

Tabela 6. Radio emiteri

	<b>Dnevni štampani mediji</b>	Vijesti Dan Pobjeda
	<b>Nedjeljni štampani mediji</b>	Monitor Koha javore
	<b>Lokalni štampani mediji</b>	Komuna Riječ Pive Novine Nikšića Mozaik Glas Žabljaka Mojkovačke novine Nova Sloboda Kolašinski pogledi Novine sjevera Glas Vraneša Džada Glavnog grada Pljevaljske novine
	<b>Neprofitni štampani mediji</b>	Medijski dijalozi Medijska kultura

	<b>Lokalni javni radio emiteri</b>	Radio Andrijevisa Radio Berane Radio Bijelo Polje Radio Budva Radio Cetinje Radio Danilovgrad Radio Herceg Novi Radio Kotor Radio Nikšić Radio Pljevlja Radio Tivat Radio Ulcinj Radio Bar Radio Rožaje Radio Kolašin Gradski radio
	<b>Komercijalni radio emiteri</b>	Radio Adriatic Radio Star FM Srpski Radio Radio D Radio D Plus Radio Dux Urban radio Radio Jupok Radio Plus Radio Skadar Lake Radio Zeta Radio Krš City Radio Radio Titograd Radio Teuta Mag Radio Radio Glas Plava
	<b>Neprofitni radio emiteri</b>	Radio Antena M Radio S3 A Plus Radio Radio S Radio DRS Radio Elita Radio Jadran TDI Radio PLAY Montenegro Radio Svetigora Radio 083 Romski Radio Radio Petnjica Radio Laki Elmag Radio Radio Mojkovac EL Radio
		Radio Faith Radio Homer

Tabela 7. Štampani mediji



**Internet publikacije**

Elita Kotor	Bar	Portal Podgorica	Portal Danilovgrad	Portal H Novi	Portal
Portal Kolašin	Portal Budva	Feral Bar	Portal Luča	Portal Sjever	
Analitika	Sportski.me	Dan Portal	Glas Mrkojevića	Avioportal	
Portal Ulcinj	Portal Tivat	Portal Nikšić	Portal Pljevlja	Mojkovac	
FOS Media	Portal Berane	Mne Sport	Berane online	Makanje	
Onogošt	Sportfem	Dnevne	Borba	Espona (Nova sloboda)	
Portal Mina	Glas Zabjela	Standard	Ul-info	Vijesti Online	
Novine sjevera	Lupa	Gracija	Volim Podgoricu		
Fokalizator	Portal Press	Jedro portal	Radiopetnjica.me	Kolašinski pogledi	
Radio Kotor portal	Bruškin radio portal	Titograd portal	Bar info	Pobjeda	
CDM	Etos	Air Time	Romanet	TV Boin portal	
PV Novine portal	Bankar.me	Sloboda riječ	Dnevno portal	Normalizuj.me	
PV Informer	PR Centar	Lopta	Volim Danilovgrad	Glas Žabljaka	
Vijesti iz Bijelog Polja	Čitaj između redova	Press online	Portal Slobodna riječ	Pljevaljske novine	
Investitor Kombinat	Kolektiv.me	Cetinjski list	Raskrinkavanje	Pogled.me	
Mediabiuro Nikšića	Seljak.me	Portal CIN	Roditelji.me	Libertas	Novine

Tabela 8. Internet publikacije

Crnogorska medijska scena je veoma šarolika, pri čemu je izražena oštra polarizacija između većine medija shodno njihovim političkim preferencijama. Mediji u Crnoj Gori se već niz godina bore da opstanu na tržištu, tako da je zbog nepovoljne finansijske situacije država intervenisala nekoliko puta u posljednjih 10 godina. Situaciju je pogoršala ekonomska kriza usljed pandemije koronavirusa, a ona je naročito teška u lokalnim javnim i komercijalnim medijima. Komercijalni mediji ukazuju na nelojalnu konkurenciju na tržištu. Posljedice su da su zarade novinara na niskom nivou, nedostatak istraživačkog novinarstva i tema od javnog interesa u izvornoj produkciji medija, te opasnost da mediji budu zloupotrijebljeni kao “oglasne table” političkih i drugih centara moći.

Pored problema finansijske održivosti, dugogodišnji problem je nedovoljno razvijena samoregulacija i samim tim, nije u pravoj mjeri osigurano poštovanje etičkih standarda. Tehnološki napredak pogodovao je širenju lažnih vijesti i govoru mržnje, netoleranciji i pokušajima diskreditacije pojedinaca. Ovo je naročito izraženo od strane ad hoc pokrenutih portala koji nijesu zvanično registrovani, preko društvenih mreža, putem komentara na najčitanijim portalima.

Prema Indeksu medijskih sloboda za 2020, Crna Gora se našla na 104 mjestu od 180 zemalja u svijetu. U obrazloženju RSF-a se ističe da za godinu dana nije *”nije bilo poboljšanja”* i da *”profesionalni mediji i novinari nastavljaju da budu pod pritiskom vlasti, a ključni napadi na novinare nisu riješeni”*.

Year	Ranking		Year	Ranking	
<b>2021</b>	104 / 180	↑	<b>2016</b>	106 / 180	↑
<b>2020</b>	105 / 180	↓	<b>2015</b>	114 / 180	=
<b>2019</b>	104 / 180	↓	<b>2014</b>	114 / 180	↓
<b>2018</b>	103 / 180	↑	<b>2013</b>	113 / 180	=
<b>2017</b>	106 / 180	=			

Tabela 6. Index medijske slobode za Crnu Goru u periodu od 2013. do 2021. godine

Izvor: <https://rsf.org/en/montenegro>

U dokumentu Evropske Komisije – Izvještaj za Crnu Goru za 2022. godinu navedeno je da se u oblasti slobode izražavanja Crna Gora postigla određeni nivo pripreme u ovoj oblasti. Tokom izvještajnog perioda, Crna Gora je generalno postigla ograničen napredak u pogledu slobode izražavanja, dok je određeni napredak postignut u medijskom zakonodavstvu.

U međunarodnim izvještajima se ukazuje da je napredak u oblasti slobode izražavanja ili slab ili nije ostvaren, te da ostaje zabrinutosti po pitanju uređivačke nezavisnosti i profesionalnih standarda nacionalnog javnog servisa RTCG.

Da bi se poboljšala zakonska koherentnost, predvidljivost i sigurnost, ojačalo sprovođenje i primjena zakona, povećala transparentnost finansiranja medija i vlasništva nad medijima, obezbijedili uslovi za potpunu transformaciju RTCG-a u javni medijski servis, kao i aktivno istakla i podstakla sloboda izražavanja i medija, potrebni su konstantni napori.

Jedan od njih je obustava prakse da Vlada selektivnim netransparentnim finansiranjem putem oglašavanja vrši neprimjereni uticaj na medijsko tržište. To potvrđuju izvještaji NVO Centra za građansko obrazovanje, koja ukazuje da je takvo finansiranje služilo da se nagrade mediji koji su naklonjeni Vladi, dok su sredstva uskraćena medijima koji preispituju zvanične politike i prakse.

Pojedini mediji su nastavili da pokazuju spremnost da kritikuju Vladu. Ipak, nedostatak obuke i neprofesionalno ponašanje novinara, u kombinaciji sa malim platama i političkim pritiskom, povremeno su doprinosili autocenzuri i pristrasnom izvještavanju.

Prema najnovijem izvještaju Fridom Hausa (*Freedom House*) za 2020, Crna Gora je ocijenjena je kao djelimično slobodna zemlja i našla se na 62. poziciji. U odnosu na 2019. godinu, Crna Gora je nazadovala tri mjesta, kada je zauzimala 65. poziciju.

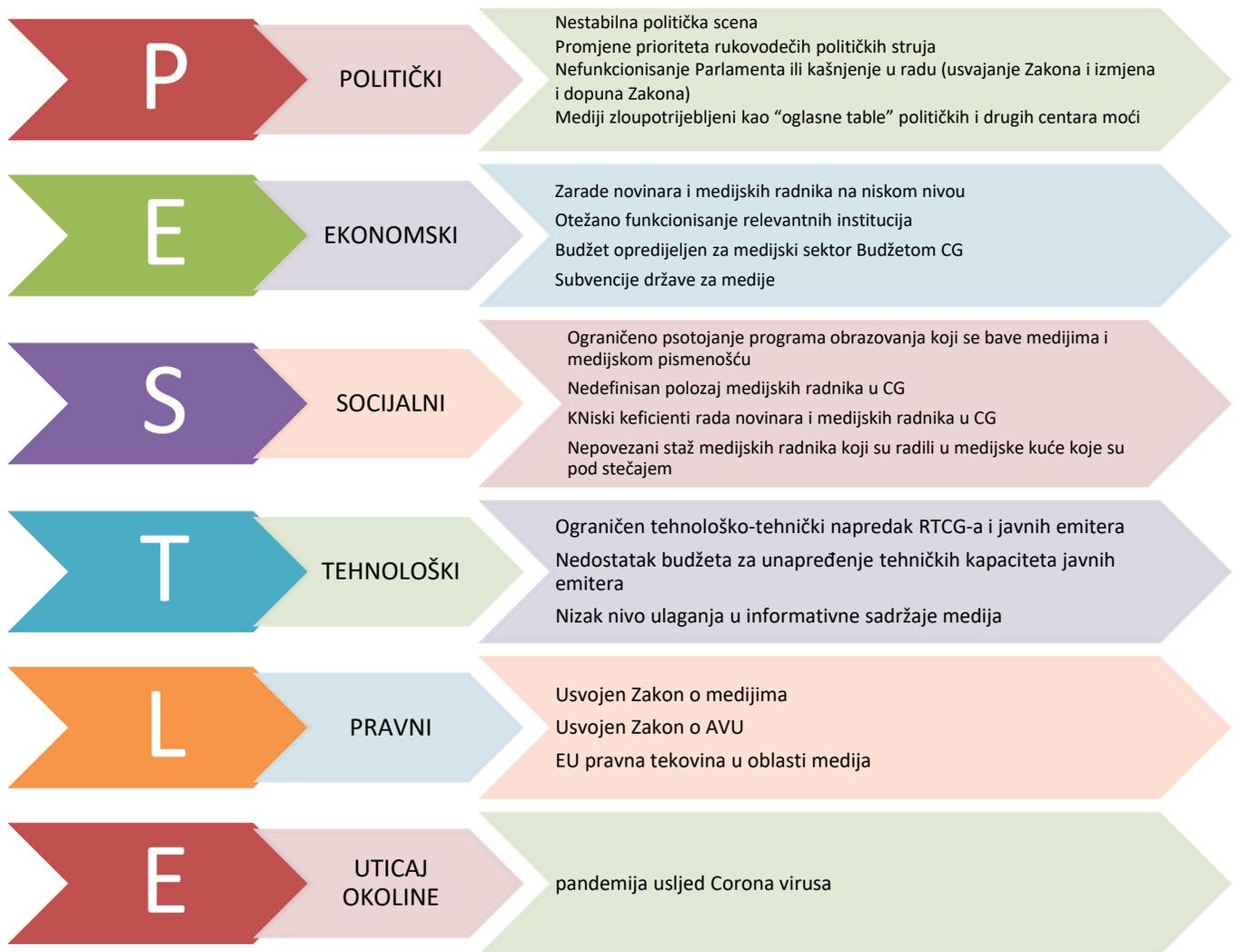


Tabela 7. PESTLE analiza

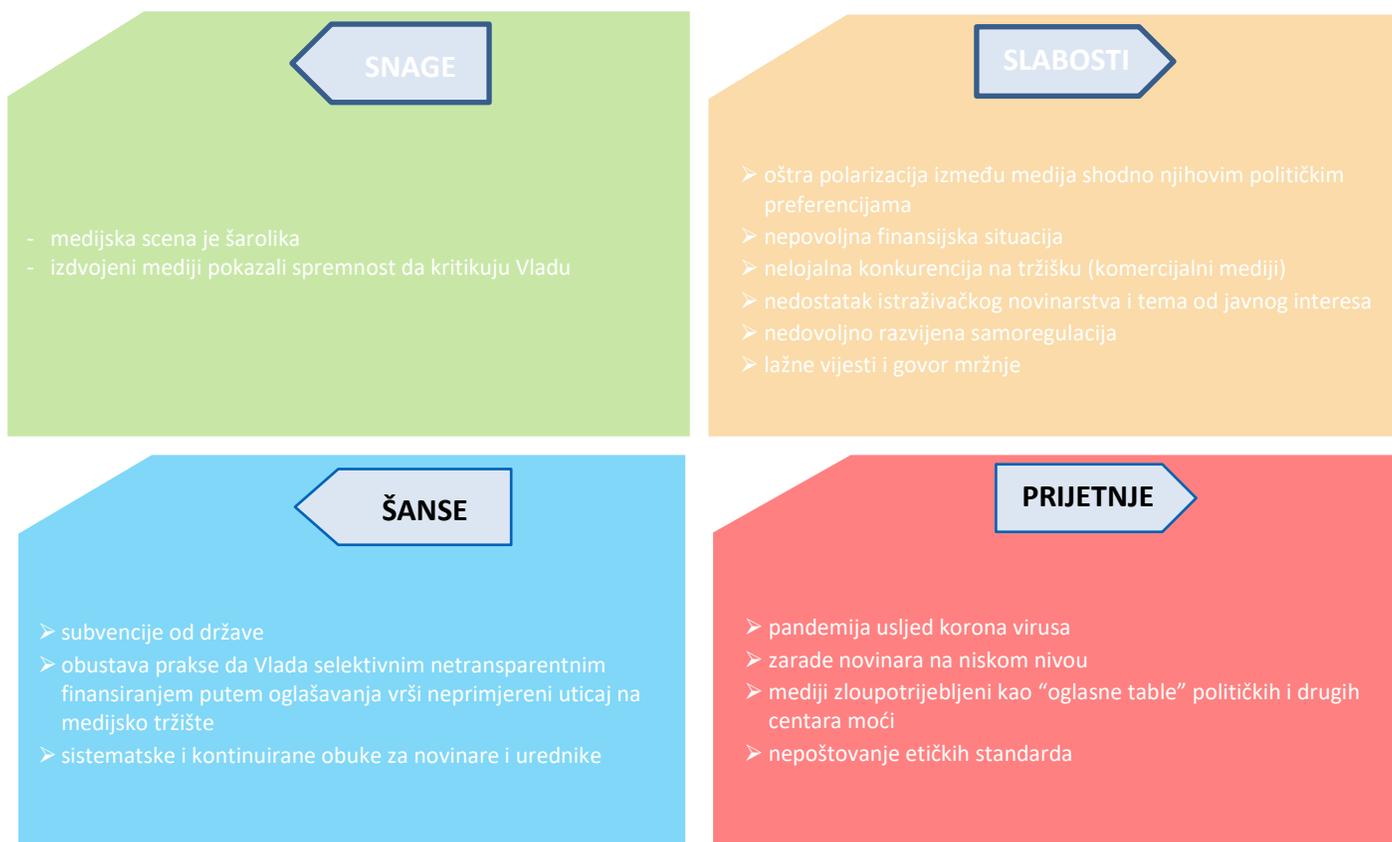


Tabela 8. SWOT analiza

U skladu sa Analizom stanja, Medijska strategija predviđa postizanje 7 strateških ciljeva, koji su razrađeni operativnim ciljevima, indikatorima učinka i ciljanim rezultatima. Njen sastavni dio je Akcioni plan za 2022. i 2023. godinu sa nizom aktivnosti, indikatorima rezultata, nadležnim tijelima za sprovođenje mjera i budžetom.

## STRATEŠKI CILJ I – POBOLJŠAN KVALITET INFORMISANJA GRAĐANA

### *Stanje u oblasti*

Upoređujući strukturu Prvog i Drugog programa Radija Crne Gore, po vrsti sadržaja, informativni program predstavlja dominantnu karakteristiku RCG1, dok Radio 98 ima veoma slično učešće svih kategorija programa. Po vrsti sadržaja, u ukupno emitovanom programu dominira informativni sadržaj sa učešćem od oko 40% u nemuzičkom programu (u odnosu na 32% u 2020.g.). Analizirajući količinu informativnog programa mora se imati u vidu da je ona determinisana zakonskom obavezom. Informativni program uglavnom čine kratke emisije (do 10 minuta) sa vijestima iz zemlje i svijeta, sadržajno i formalno odvojene od ostalog programa i prepoznatljive kao „klasičan“ informativni program. Količinu ove vrste programa uvećavaju emisije kolažnog tipa koje predstavljaju mješavinu informativnog sadržaja (dominantno servisnih i drugih informacija) i muzike. Informativni sadržaji se reemituju kod značajnog broja emitera. Treba imati u vidu da reemitovanje informativnog programa, često iz istog izvora, ne doprinosi pluralizmu i raznovrsnosti ove vrste sadržaja.

U lokalnim javnim radio emiterima po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu dominiraju informativni i zabavni sadržaji, dok je najmanje sadržaja namijenjenih djeci.

Radijske programe komercijalnih emitera karakteriše uniformnost. Programi su orijentisani na zadovoljenje potreba slušalaca za zabavom i informativnim sadržajem, što je preovladajuća forma radijske ponude. Svega nekoliko komercijalnih emitera se obraća specifičnim grupama slušalaca i odstupa od prevladavajuće forme radijskih programa. Kratak i sažet informativni program uglavnom je oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija. Informativni program je veoma slično koncipiran i ne predstavlja faktor koji se koristi za profilisanje (osobnost) u odnosu na konkurenciju. Prosječni komercijalni radijski program, prema programskim strukturama iz izdatih odobrenja, na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 71% muzike i 29% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). To pokazuje rast učešća nemuzičkih sadržaja u odnosu na 2020. godinu, kada je zabilježeno da su ovi programi, u prosjeku imali 80% muzike i 20% sadržaja različite vrste. Od različitih nemuzičkih sadržaja, 95% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od 4% a kupljeni sadržaj 1%. Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju zabavne emisije i informativni sadržaji, dok je najmanje sadržaja namijenjenog djeci i sportskog sadržaja.

Kod neprofitnih radijskih emitera po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju dokumentarno-obrazovne emisije i informativni sadržaji, dok je najmanje sadržaja namijenjenog djeci i sportskog sadržaja.

Po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG1 dominantna je sopstvena produkcija (47%). Kupljeni program ima učešće od 31% ukupno emitovanog programa, dok reemitovanog programa nema.

U lokalnim javnim televizijskim emiterima po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 43% ukupno emitovanog sadržaja. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu (u prosjeku oko 22%) i odlikuje se klasičnim informativnim sadržajima sa značajnim učešćem lokalnih informacija. Kulturno-umjetnički program (od čega većinu čini filmski i serijski program) u prosjeku čini 19% ukupno emitovanog programa. Dokumentarno-obrazovni program ima posječno učešće od 7% ukupno emitovanog programa. Programa za djecu na programu lokalnih javnih televizijskih emitera ima malo, u prosjeku 1,26%. Učešće sportskog programa u ukupno emitovanom programu u prosjeku iznosi manje od 2%.

Kod komercijalnih televizijskih emitera sa nacionalnom pokrivenošću po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 48% ukupno emitovanog sadržaja. Dominantnu vrstu zabavnog sadržaja, koja se emituje na programu posmatranih TV emitera, čini emitovanje muzičkih spotova. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu (u prosjeku oko 16%). Kulturno-umjetnički program u prosjeku čini oko 16% ukupno emitovanog vremena. Dokumentarno-obrazovni program u prosjeku čini oko 7% ukupno emitovanog programa. Sportskih sadržaja na programu posmatranih televizija ima malo, oko 5%. Najmanje je učešće programa za djecu, oko 3% u prosjeku, i većinu sadržaja namijenjenog najmlađoj publici predstavljaju crtani filmovi.

Kod komercijalnih televizijskih emitera sa regionalnom pokrivenošću po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 48% ukupno emitovanog sadržaja. Dominantnu vrstu zabavnog sadržaja, koja se emituje na programu posmatranih TV emitera, čini emitovanje muzičkih spotova. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu (u prosjeku oko 16%). Kulturno-umjetnički program u prosjeku čini oko 16% ukupno emitovanog vremena. Dokumentarno-obrazovni program u prosjeku čini oko 7% ukupno emitovanog programa. Sportskih sadržaja na programu posmatranih televizija ima malo, oko 5%. Najmanje je učešće programa za djecu, oko 3% u prosjeku, i većinu sadržaja namijenjenog najmlađoj publici predstavljaju crtani filmovi.

Prema istraživanju koje je, za potrebe Medijske asocijacije Jugoistočne Evrope (MASE) koje je sproveo DeFacto consultancy 2021. godine na reprezentativnom uzorku 1000 ispitanika, svaki dan novine kupuje svega 7,3% građana, 6,7% više puta sedmično, 16,2% nekoliko puta mjesečno, dok 68,7% uopšte ne kupuje dnevne novine. Na pitanje *Šta bi bila motivacija da građani više kupuju dnevnu štampu*, 40,3% ih navodi da sadržaj mora biti zanimljiviji, 39,3% smatra da u dnevnoj štampi mora imati više kupona i poklona, 36,2% navodi da bi to bila niža cijena, 34,1% govori o dodacima uz novine kao stimulaciju da se one više kupuju, 32,8% je tražilo više istraživačkih priča, 22,50% više kolumni, nešto manje od toga više analitičkih tekstova, 5,7% navodila ih ništa ne bi podstaklo da kupuje dnevnu štampu i 4,10% navodi druge razloge. Prema rezultatima istraživanja, vijesti iz države, lokalne vijesti i ekonomija prednjače u onome što građani Crne Gore smatraju relevantnim sadržajima u štampanim medijima. Vijesti iz svijeta, društvene teme i obrazovanje, zabavni sadržaji, politička dešavanja se nalaze po sredini. Cifre su nešto lošije kada govorimo o kulturi, sportu, dodacima, koji imaju nižu relevantnost za čitaoce, dok se čitulje i crna hronika nalaze na dnu ljestvice onoga što većina čitalaca dnevne štampe smatra relevantnim.

Fond za podsticanje pluralizma i transparentnosti medija je institut uveden važećim Zakonom o medijima, sa ciljem finansiranja projekata u oblasti informisanja, posredstvom kog se obezbjeđuju finansijska sredstva za pružanje javnih usluga, odnosno objavljivanje sadržaja od javnog interesa. Zakon o medijima<sup>13</sup> u čl. 17-23 propisuje za koje medijske sadržaje je namijenjen, način i visinu finansiranja Fonda, način raspodjele sredstava, finansiranje operativnih troškova samoregulatornih tijela, prioritetne oblasti za koje se finansiraju medijski sadržaji, vođenje evidencije o dodjeljenim sredstvima, obaveza donošenja podzakonskih akata u cilju propisivanja kriterijuma za dodjelu sredstava i njihovog korišćenja, rokove za dostavljanje izvještaja o realizaciji projekta i obavezu namjenskog korišćenja sredstava. U 2021. godini kroz Fond za pluralizam je dodijeljen 31 grant. Prosječno dodijeljen grant ima 28 emisija (bez repriza) sa prosječnom dužinom trajanja emisije od 36 minuta. Ukupna minutaža podržanih grantova iznosi 31.350 minuta ili 523 sata programa. U 2022. godini ukupna produkcija u štampanim medijima sa sadržajem od javnog interesa je planirana da bude ukupno 1.700 tekstova.

Crna Gora je, kao i ostatak svijeta, sa napretkom tehnologije i demokratizacijom medija u posljednjih nekoliko godina suočena sa porastom govora mržnje, propagande i dezinformacija u javnom prostoru. Demokratski defeciti, nepovjerenje u institucije i procese, politička nestabilnost, podijeljena medijska zajednica, ranjivost na strane uticaje – sve su to problemi koji otežavaju borbu sa dezinformacijama i propagandom. Osim toga, istraživanja iz godine u godinu<sup>14</sup> pokazuju da je Crna Gora zajedno sa susjednim državama sa Balkana na začelju evropske rang liste kada je u pitanju medijska pismenost. Važećim Zakonom o medijima govor mržnje je predmet hitnog sudskog postupka, ali samo na zahtjev nadležnog tužioca. To se smatra manjkavošću Zakona jer se u praksi taj mehanizam slabo ili nimalo ne koristi, te se čini nužnim i zainteresovanoj strani, koja je žrtva govora mržnje, dati mogućnost da pokrene hitno sudsko odlučivanje. Takođe, govor mržnje nije u Krivičnom zakoniku zastupljen kao posebno krivično djelo.

Platforma za provjeru činjenica Raskrinkavanje.me, koju je pokrenula NVO Centar za demokratsku tranziciju (CDT) je u trogodišnjem periodu svoga rada na analizi i raskrinkavanju dezinformacija objavila oko 1000 analiza, u kojima je analizirano preko 5000 sumnjivih ili lažnih informacija i objava, i obuhvaćeno je više od 600 medija koji imaju publiku u Crnoj Gori. Centar za demokratiju i ljudska prava – CEDEM je u okviru projekta „Jačanje kapaciteta lokalnih medija za izvještavanje o ljudskim i manjinskim pravima“, a uz podršku ambasade SAD u Podgorici, sproveo istraživanje na temu medija i medijskih sloboda u decembru 2020. godine.

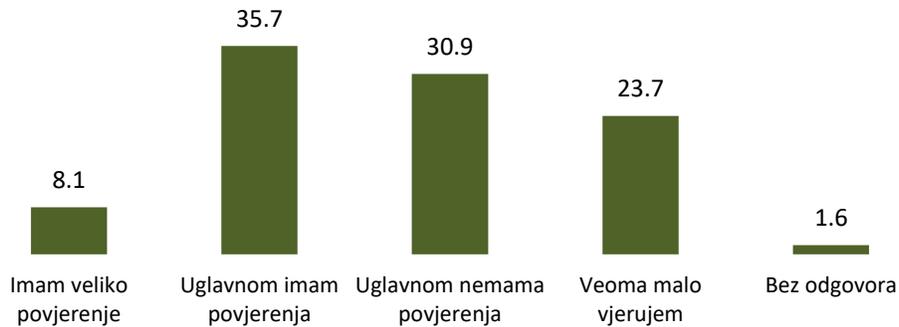
Za potrebe ovog dokumenta dajemo pregled rezultata ovog istraživanja:

---

<sup>13</sup> „Sl. List Crne Gore“ br. 82/20

<sup>14</sup> <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>

### Koliko generalno imate povjerenja u ono što vidite/čujete/pročitajte u medijima - %

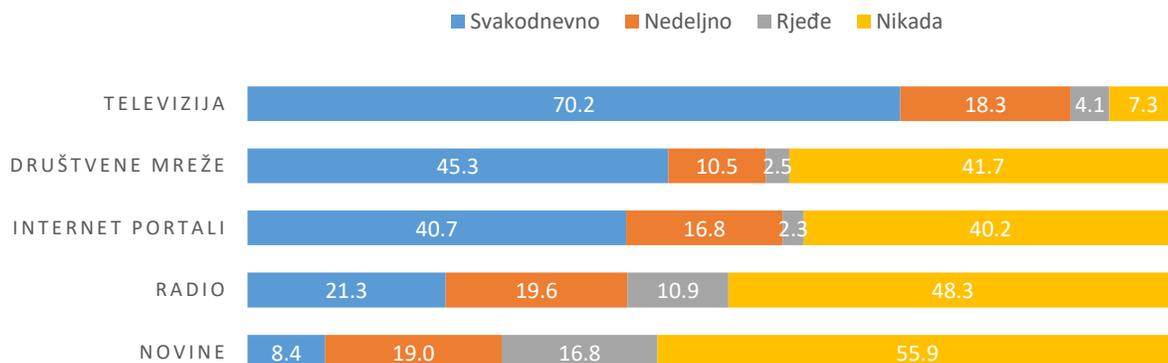


### Generalno povjerenje u medije: SUM povjerenje vs SUM nepovjerenje - %

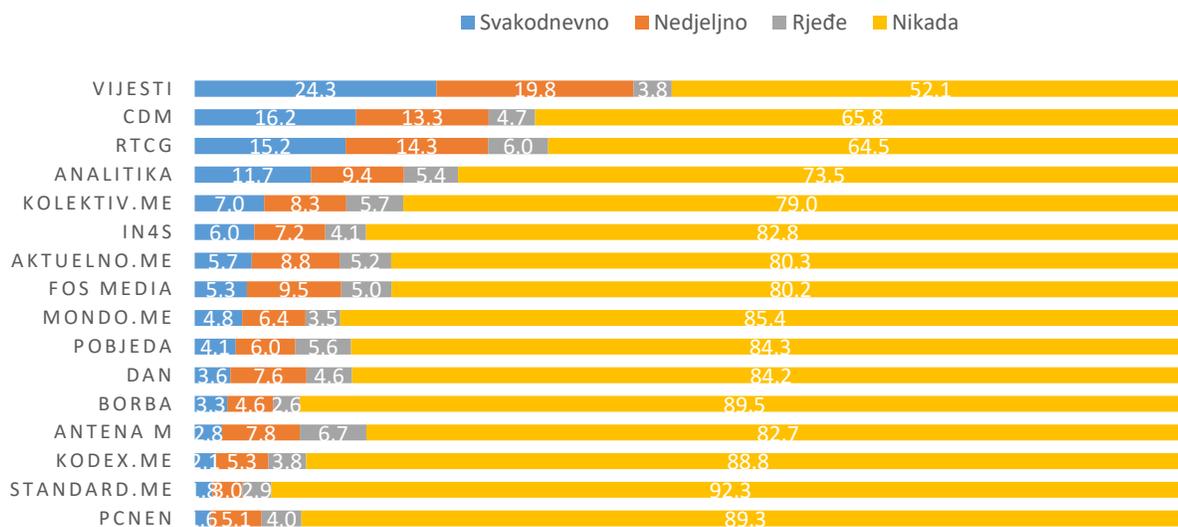


Podaci ukazuju da se najučestalije prati TV, a potom slijede društvene mreže i internet portali. Značajno rjeđe se prati radio, dok se najmanjoj mjeri prate novine.

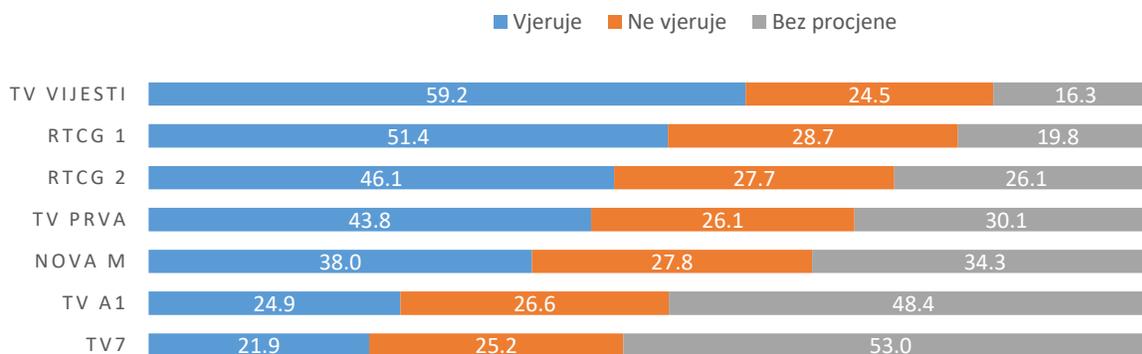
### Učestalost praćenja medija - %



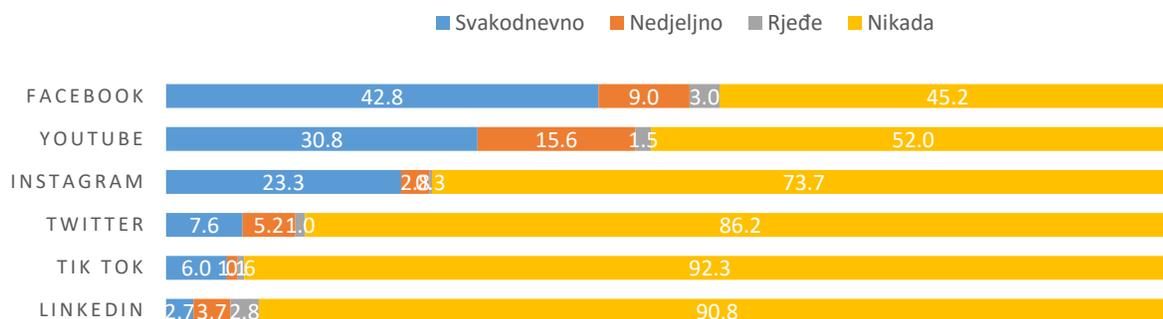
## Učestalost praćenja internet portala po kategorijama - %



## Povjerenje u informacije na TV stanicama



### Učestalost praćenja društvenih mreža po kategorijama - %



Iz priručnika Akcije za ljudska prava (HRA) pod nazivom *Suzbijanje govora mržnje evropski standardi i praksa* iz januara 2022. godine, a vezano za govor mržnje u medijima i na društvenim mrežama, u 2021. godini evidentirano je ukupno 10 slučajeva govora mržnje. Međutim, od strane nadležnih institucija, nijesu svi slučajevi u konačnom okvalifikovani kao govori mržnje ili su počinioci oslobođeni prekršajne i/ili krivične odgovornosti. Neki slučajevi još nijesu pravosnažno riješeni. U jednom istraživanju Instituta za medije *Govor mržnje i dezinformacije u Crnoj Gori u propisima i u praksi*, je navedeno da je “između novembra 2019. godine i aprila 2021. godine, policija pokrenula 64 slučaja koji se odnose na izazivanje nacionalne, vjerske i rasne mržnje, izazivanje panike i nereda i ugrožavanje bezbjednosti na internetu.” Podaci koje su objavili mediji, pokazuju da je između marta 2020. godine i januara 2021. godine, do sudova stiglo 13 predmeta. U aprilu (2021. godine) su izrečene zatvorske kazne protiv dvije osobe pod optužbom da su podsticale nacionalnu, rasnu i vjersku mržnju. U maju i junu po istoj optužbi osuđene su četiri osobe, od kojih su tri poslate u zatvor, a četvrta je uslovno osuđena. Prema podacima Zaštitnika ljudskih prava i sloboda zabilježen je trend porasta pritužbi zbog govora mržnje. U 2019. godini zbog govora mržnje na nacionalnoj osnovi podnesena je jedna pritužba, 2020. sedam, a do septembra 2021 – 13 pritužbi, od čega sedam na nacionalnoj osnovi, tri zbog pola, promjene pola ili rodnog identiteta i po jedna po osnovu političkog ili drugog mišljenja, pripadnosti grupi i „drugog ličnog svojstva”. Češće od formalno podnesenih pritužbi, ova institucija ima obraćanja građana s upitima koje mehanizme mogu iskoristiti da bi što prije bio uklonjen neki komentar koji prepoznaju kao govor mržnje na društvenim mrežama ili portalima, budući da su oni dominantno izvorište govora mržnje.

Informacija o multijezičnim sadržajima i sadržajima prilagođenim OSI sada se objavljuje u sklopu analiza programske strukture emitera, u dijelu "Ocjene i zaključci". U proteklom periodu objavljene su analize sljedećih programa:

- i. Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera - oktobar 2021<sup>15</sup>, u kojoj se navodi da na programu lokalnih javnih televizijskih emitera nema sadržaja posebno prilagođenih osobama sa invaliditetom.
- ii. Analiza programske strukture nacionalnog emitera RTCG - novembar 2021<sup>16</sup>, u kojoj se navodi:
  - a. TVCG:

na TVCG1 emituje se jedan programski sadržaj prilagođen osobama sa invaliditetom, dok TVCG2 nema ovakve sadržaje, na albanskom jeziku se emituje informativna emisija "Lajmet" (radnim danima i prosječnog trajanja od 10 minuta), kao i sedmična, jednočasovna, emisija "Mozaiku", TVCG2 nema sadržaje na jezicima nacionalnih manjina. Takođe je emitovan sadržaj na romskom jeziku "Savore", u trajanju od 23 minuta.
  - b. Radio CG  
na RCG1 na albanskom jeziku se emituje informativna emisija "Vijesti" (radnim danima i prosječnog trajanja od 5 minuta), "Dnevnik" (radnim danima i prosječnog trajanja od 20 minuta) kao i sedmična, jednočasovna, emisija.  
RCG2/Radio 98 nema sadržaje na jezicima nacionalnih manjina
- iii. Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera - decembar 2021<sup>17</sup>, u kojoj nisu obrađeni navedeni podaci, ali je konstatovano da se radijskim programom zadovoljavaju prije svega potrebe slušalaca za muzičkim sadržajem.
- iv. Informacija o poštovanju uslova iz izdatog odobrenja - neprofitni emiteri - april 2022<sup>18</sup>, u kojoj se navodi:
  - a. Saglasno izdatim odobrenjima, dva neprofitna emitera emituju program specijalizovan za ispunjenje informativnih, obrazovnih, naučnih, stručnih, umjetničkih, kulturnih i drugih potreba određenih društvenih grupa ili zajednica.
  - b. Radio Homer svakodnevno emituje oko 13 sati različitih sadržaja, među kojima i sadržaje kao što su Radio roman, Radio drama, Homerov audio bioskop, Tečaj stranog jezika. Navedeni sadržaji su od posebnog značaja imajući u vidu da su prvenstveno namijenjeni osobama oštećenog vida i da slične programske sadržaje ne emituje ni jedna druga radijska stanica.

---

<sup>15</sup> <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/10/Analiza-programske-strukture-lokalnih-javnih-TV-emitera-okt-2021.pdf>

<sup>16</sup> <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/11/Analiza-programske-strukture-nacionalnog-emitera-RTCG.pdf>

<sup>17</sup> <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/12/Analiza-programske-strukture-komercijalnih-radio-emitera-decembar-2021-1.pdf>

<sup>18</sup> <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/05/Informacija-o-postovanju-uslova-iz-izdatog-odobrenja-Neprofitni-emiteri.pdf>

- c. Radio Fatih emituje vjerski program islamske zajednice. Emitovani program sadrži emisije u kojima se obrađuju vjerske teme i pojašnjavaju vjerski propisi. Emitovani sadržaji su od posebnog značaja imajući u vidu očuvanje vjerskog identiteta islamske zajednice.
- v. Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem - maj 2022<sup>19</sup>, u kojoj se navodi:
  - a. U programu posmatranih televizijskih emitera emituje se jedna dnevna informativna emisija na albanskom jeziku
  - b. U programu posmatranih televizijskih emitera emituje se jedna dnevna informativna emisija posebno prilagođena osobama sa invaliditetom
  - c. U programu posmatranih televizijskih emitera nema sadržaja na romskom jeziku
  - d. Servisne informacije se objavljuju u okviru informativnog programa.

Tokom „Neđelje ponosa“, u periodu od 11. do 17. oktobra 2021. godine, analizirane su informativne emisije sedam crnogorskih televizijskih stanica, na osnovu čega je objavljena Informacija o televizijskom izvještavanju tokom „Neđelje ponosa“ - oktobar 2021.

Gotovo 85% informacija vezanih za Paradu ponosa je objavljeno na sam dan održavanja Parade, dok je ostalih dana broj objavljenih informacija bio zanemarljivo mali. Upoređujući sa podacima prikupljenim u vrijeme održavanja Parade ponosa ranijih godina, prosječan broj priloga je manji, ali je ukupna količina objavljenih informacija veća nego ranijih godina. Objavljeni prilozi su bili duži i sadržajniiji. Prilozi su dominantno bili informativnog karaktera uz adekvatnu mogućnost pripadnika LGBTIQ zajednice i nevladinih organizacija koje se bave zaštitom njihovih prava, da upute poruku. U posmatranim sadržajima nije bilo značajnije obuhvatnosti, koja bi se manifestovala kako kroz tematsku, tako i kroz raznovrsnost novinarskih formi, te tretiranje problematike kroz analizu različitih sadržinskih elemenata i pojava oblika, posmatranje iz različitih uglova.

### ***Identifikovani izazovi***

Uticaj pandemije korona virusa je vidan kako na uredničke djelove programa elektronskih medija, tako i na komercijalne audiovizuelne komunikacije. Bilježi se značajan trend porasta sponzoriranih sadržaja. Sponzorisanje bi moralo biti ograničeno na upućivanje na sponzora (prikazivanje ili pominjanje naziv ili oznake), samo prilikom identifikacije, odnosno označavanja sponzora. Nažalost, praksa pokazuje nerijetko nezakonito promovisanje interesa sponzora ili određenog oglašivača koji želi da promoviše svoje proizvode i usluge na način koji prevazilazi utvrđena pravila koja se odnose na komercijalnu AV komunikaciju.

<sup>19</sup> <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/05/Analiza-programske-strukture-TV-emitera-sa-nacionalnim-pokrivanjem.pdf>

Radijski programi ne mogu zadovoljiti potrebe slušalaca za ostalim vrstama sadržaja. Kod većine radijskih emitera kulturno-umjetnički, dokumentarno-obrazovni, sportski i dječji program se svode na po jedan sadržaj sedmično, kako bi se formalno zadovoljio zahtjev raznovrsnosti koji važi za opšti radijski program. Tematski sadržaji iz sfere sporta, kulture ili obrazovanja koji se na, radiju imanentan ali, inovativan i zanimljiv način obraćaju slušaocima su rijetki. Informativni sadržaji se reemituju kod značajnog broja emitera. Treba imati u vidu da reemitovanje informativnog programa, često iz istog izvora, ne doprinosi pluralizmu i raznovrsnosti ove vrste sadržaja. U lokalnim javnim radio emiterima najmanje je sadržaja namijenjenih djeci. Ograničen broj komercijalnih emitera se obraća specifičnim grupama slušalaca i odstupa od prevladavajuće forme radijskih programa. Kratak i sažet informativni program uglavnom je oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija.

Kod televizijskih emiterima uglavnom dominira zabavni program, najmanje je programa za djecu. Usljed ograničenog marketinškog prostora, ograničen je i prostor za produkciju novih informativno/kulturnih emisija, te nije očekivati da će emiteri povećati kvalitet i obim sadržaja tj. poboljšati produkciju usljed ograničenih finansijskih mogućnosti, prouzrokovano finansijskom nestabilnošću.

U radu Fonda za pluralizam osnovni izazov predstavlja nerazvijeno sistemsko praćenje implementacije projekata koji su na godišnjem nivou podržani budžetom ovog Fonda. Dodatno, ne postoji tijelo/tim/kontakt osoba koja će vršiti evaluaciju učinka podržanog projekta, evaluaciju rezultata projekta kao i ukupan efekat koji je projekat imao u odnosu na cilj koji je trebao da postigne. Finalno, nisu razvijeni alati kojima će se procijeniti da li su i na koji način, te koliko je procentualno cilj samog Fonda svake godine postignut kroz realizaciju odabranih projekata.

Crna Gora do sada ni u jednom strateškom dokumentu nije se bavila govorom mržnje i dezinformacijama. Izostanak saradnje i komunikacije među crnogorskim medijima koji već duži niz godina onemogućava uspostavljanje efikasne samoregulacije nepovoljno utiče i na borbu sa dezinformacijama i govorom mržnje. Najbolja evropska praksa ukazuje na to da se sa ovim problemom nije moguće boriti samo represijom, ili regulacijom, već je neophodan minimum konsenzusa u novinarskoj zajednici kako bi se dao kredibilan odgovor i diferencijacija između medija i fabrika laži i mržnje, između novinarstva u javnom interesu i propagandista i dezinformatora. Ombudsman takođe ukazuje na to da problem predstavljaju društvene mreže, jer je reakcija na prijavljene neprimjerene sadržaje spora ili izostane, te da je teško doći do gašenja profila ili uklanjanja sadržaja i u slučajevima kad postupa policija, a kad se to tiče lociranja IP adresa najčešće u inostranstvu.

Glavni mediji iz Crne Gore (registrovani mediji, sa transparentnim podacima o urednicima i potpisanim tekstovima i priložima) nikad nijesu bili među glavnim proizvođačima dezinformacija. Njihovi prestupi se najčešće odnose na copy-paste prenošenje dezinformacija, ili pristrasno izvještavanje. Dodatni izazov predstavlja to da crnogorski informacioni prostor nije ograničen državnim granicama, već puno širim prostorom čije je granice odredio lingvistički zajednički ili djelimično razumljivi jezik. Zbog toga Crnu Goru analitičari nekad opisuju kao medijsku koloniju, njeno malo medijsko tržište nije dovoljno atraktivno za formiranje autonomnih redakcija, već se informisanje i dezinformisanje vrše iz većih

regionalnih centara. Ovo predstavlja dodatnu prijetnju za održivost crnogorskih medija, koji u uslovima ovakve konkurencije gube uticaj na javno mnjenje, a time i marketinški značaj.

Online mediji i društvene mreže su najčešći izvor dezinformacija i lažnih vijesti. Komplikovani produkcijski i uređivački proces koji su zadržali tradicionalni mediji se pokazuje kao solidna brana za dezinformacije. Na listi medija koji su u ovom periodu prednjačili u dezinformisanju građana, ali i širenju mržnje uvijek su dominirali tabloidi iz okruženja, društveni mediji i desničarski portali. Mediji sa “margina”, tabloidi iz zemalja regiona i ne mali broj aktera na društvenim mrežama postali su fabrike lažnih vijesti i kreirali su razgranatu mrežu dezinformacija.

Uočeni su jasni obrasci propagande i dezinformacija koji su motivisani geopolitičkim ili političkim agendama. Međutim, nije nikako zanemarljivo ni ekonomski motivisano širenje dezinformacija koje online medijima donosi čitanost i zaradu. Na meti dezinformacionih kampanja su bile izvorne vrijednosti zapadnih demokratija, reformski procesi, ustavna prava građana i sekularnost države. Kreiranje lažnih narativa koji favorizuju Rusiju i Kinu u odnosu na EU i NATO konstantno je prisutno tokom ovog perioda. Podizanje nacionalnih i vjerskih tenzija, nerijetko i mržnje, te radikalizacija političke scene kroz plasiranje dezinformacija, takođe je važno obilježje dezinformativnih kampanja. U periodu krize izazvane pandemijom koronavirusa posebno je zabrinjavajuća propaganda usmjerena na podriivanje povjerenja u nauku i zdravstveni sistem, i predstavlja ozbiljnu ugrozu za javno zdravlje. Uočena je kontinuirana aktivnost desničarskih grupacija koje na ekstremno-desnim portalima, u komentarima ispod tekstova ili društvenim mrežama šire govor mržnje, etiketiraju građane i čitave narode i pokreću linč-kampanje protiv pojedinaca i grupa koji se ne uklapaju u njihov sistem vrijednosti. Cijeneći opšti društveni kontekst i narastajući problem uvredljivog, diskriminatornog i govora mržnje, Agencija za medije iskazuje posebnu zabrinutost i ukazuje na neophodnost aktivnosti sa ciljem da se ojačaju kapaciteti crnogorskih elektronskih medija i spriječi preliivanje navedenih oblika govora sa online kanala komunikacije u elektronske medije. Iako rijedak, govor mržnje u elektronskim medijima nosi posebnu opasnost jer je direktan, otvoren, najčešće izrečen od strane ličnosti koje se smatraju istaknutim predstavnicima društva.

Kod televizijskog emitovanja praktično nema programa na znakovnom jeziku ili programa, drugim tehnikama, prilagođenog osobama sa invaliditetom. Jedina informativna emisija na gestovnom govoru emituje se u okviru programa TVCG1, radnim danima i približnog je trajanja 20 minuta.

U pogledu podataka o specijalizovanim sadržajima u medijima koji koriste zemaljsku radio-difuziju, Agencija za elektronske medije je posljednju objedinjenu informaciju o pristupačnosti programa crnogorskih emitera osobama sa oštećenjem sluha i vida objavila 2018. godine, u kojoj je konstatovano da je program posebno prilagođen osobama sa invaliditetom na zabrinjavajuće niskom nivou, kako po svojoj količini tako i po svojoj raznovrsnosti i ne može ni minimalno zadovoljiti potrebe osoba sa invaliditetom, kroz informisanje ili emisije zabavnog, dokumentarno-obrazovnog, dječjeg i drugih sadržaja. Slična situacija je i sa sadržajem usmjerenog za druge ranjive kategorije stanovništva.

### ***Operativni ciljevi***

Starteški cilj će se dostiću kroz sljedeće operativne ciljeve:

➤ *Operativni cilj 1.1 Povećan kvalitet i obim sadržaja u elektronskim i štampanim medijima*

U pogledu razvoja predloga Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, potrebno je u nacrtu istog staviti fokus na povećanje kvaliteta saržaja u elektronskim i štampanim medijima. Zakonskim ili podzakonskim rešenjima propisaće se minimalni % proizvodnje sopstvenih sadržava TV stanica, dakle sadržaja proizvedeni u sopstvenoj produkciji, sa naglaskom na informativne, kulturne i obrazovne teme. Dodatno ovim Zakonom potebno je uvesti standardizaciju dodjele nacionalnih frekvencija u skladu sa javnim interesom, odnosno potrebnom sveobuhvatnog informisanja građana. Na ovaj način doprinijeće se ispunjenju načela uravnoteženog razvoja javnih i komercijalnih pružalaca usluga, razvoju konkurencije i pluralizma, primjenjući (kroz raspisivanje konkursa za dodjelu nacionalnih frekvencija) međunarodne standarde, objektivnosti i zabranu diskriminacije. Kroz izmjene Zakona o medijima potrebno je definisati ko vrši nadzor nad postovanjem zakonskih normi svih medija (štampani mediji i internet publikacije) i kako će se ovaj nadzor sprovoditi, tj. ko će pokretati postupke u slučajevim kršenja zakonskih odredbi.

Lokalne štampane medije će se uvrstiti kao korisnici fonda za medijski pluralizam.

Sprovođenjem periodičnih nezavisnih izvještaja o radu regulatora u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga dobiće se slika o zakonitosti rada Agencije za audiovizuelne medijske usluge. Potrebno je izvršiti i istraživanja javnoj mnjenja o kvalitetu i sadržaju plasiranih sadržaja u medijima, te kreirati kampanje o jačanju uloge samoregulacije u medijima.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat ukupne sopstvene produkcije registrovanih TV stanica	10% (2021)	20%	25%
Procenat ukupne sopstvene produkcije registrovanih radio stanica	10% (2021)	20%	25%
Procenat registrovanih elektronskih medija koji imaju minimumu 20% sopstvene produkcije na sedmičnom nivou	10%	70%	100%
Broj izdatih upozorenja AEM na rad elektronskih medija	26 upozorenja po prigovorima subjekata 128 upozorenja po službenoj dužnosti (2021)	-10% u odnosu na polaznu vrijednost	-10% u odnosu na polaznu vrijednost
Broj osnovanih žalbi na rad štampanih medija i internetskih publikacija	5 (2021)	15	10
Procenat elektronskih medija koji imaju internu ili eksternu samoregulaciju	Manje od 5% (2021)	Vise od 20%	Minimum 50%

➤ *Operativni cilj 1.2 Obezbijeđena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa kroz Fond za medijski pluralizam*

Unaprijeđen kvalitet, standardi i procedure Fonda a medijski pluralizam će biti u fokusu ovog cilja. Povećanjem prije svega procenta finansiranja Fonda, kroz izmjene i dopune Zakona o medijima, te pravovremeno objavljivanje konkursa i povećanjem broja potpisanih ugovora sa komercijalnim medijima će doprinijeti pružanju bolje podrške medijima koji izvještavaju o temam od javnog interesa. Izmjenama pravilnika Fonda unaprijediće se uslovi za učešće na konkursu, osnovaće se Komisija za evulaciju dopjelih prijedloga, kao i uslovi i način evulacije prijedloga. Takođe, uvešće se nove kategorije/teme od javnog interesa.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim TV emiterima finansiranih iz Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	9 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim radio emiterima finansiranih iz Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	22 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim internetskim publikacijama finansiranih iz Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	1700 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim štampanim medijima finansiranih iz Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	491 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Iznos sredstava Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	0.09% Budžeta CG	0.20%	0.25% Budžeta CG

➤ *Operativni cilj 1.3 Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, on-line uznemiravanja i dezinformacija*

Težnja da se ne promoviše ili podstiče diskriminacija je jedan od osnovnih principa etičkog novinarstva. Imajući u vidu da nedostatak uvažavanja različitih kultura, tradicija i vjerovanja vodi ka stereotipima u medijima koji jačaju ekstremne političke, nacionalističke i druge stavove, i u krajnjem rezultiraju govorom mržnje, neophodno je preduzeti aktivnosti u pravcu podizanja inkluzivnosti medijskih sadržaja. Inkluzivnost medijskih sadržaja podrazumijeva način izvještavanja koji ima za cilj da uključi različite društvene grupe u medijsku sferu. Zasnovano je na konkretnim postupcima koje sprovode novinari kako bi proizveli medijski proizvod koji ima kapacitet da utiče na nejednakosti koje proizlaze iz nepravilnog funkcionisanja društvenih struktura. Svrha ovog vida izvještavanja je i da se ostvari dublji

uvid u društvene procese, osnaži društveni, politički i kulturni pluralizam, kao i da se prepoznaju i prihvate različitosti.

Jasnim izvođenjem i definicijom norme govora mržnje kao krivičnog djela kroz izmjenu Krivičnog zakona, te izmjenom Zakona o medijima u dijelu iniciranja hitnog sudskog postupka od strane zainteresovane strane u slučajevima govora mržnje i on-line nasilju, uspostaviće se efikasniji mehanizmi suprostavljanju ovim pojavama. Dodatno, analizom potreba za izmjenama postojećih mehanizama u cilju sankcionisanja širenja dezinformacija kao i uspostavljanju tijesne koordinacije relevantnih subjekata (Ministarstvo pravde, MUP, Tužilaštvo, sudovi i sl.) unaprijediće se proaktivni pristup kako bi se spriječili ovi slučajevi. Medijskim kampanjama povećaće se svijest građana o problemima govora mržnje kao i posljedicama istog, a organizovanjem obuka za novinare i ostale medijske radnike, kao i moderatore na portalima i društvenim stranicama medija doprinijeće lakšem prepoznavanju i sprečavanju govora mržnje.

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj podnijetih prigovora AEM u slučajevima govora mržnje u elektronskim medijima	2 (2021)	15	5
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u elektronskim medijima	2 (2021)	15	5
Broj podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u štampanim medijima	2 (2021)	5	3
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u štampanim medijima	0 (2021)	5	0
Broj podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u internetskim publikacijama	0 (2021)	30	10
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u intrnetskim publikacijama	0 (2021)	20	5

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

- *Operativni cilj 1.4 Prilagođen medijski sadržaj ranjivim kategorijama stanovništva (osobama sa invaliditetom, LGBTIQ, osobe koje koriste ili su koristile psihoaktivne supstance, žene koje su žrtve porodičnog nasilja, Rome i Egipćane)*

Izmjenom Zakona o elektronskim medijima u dijelu koji se odnosi na primjenu člana 7 direktive EU 2018/1808 (AVMSD), izmjenom Zakonom o AVM uslugama prelogom konkretne proporcionalnih mjera koje imaju za cilj kontinuirano i postupno povećanje sadržaja pristupačnih osobama sa invaliditetom, te definisanjem mjera koje pružaoce AVM usluga podstiču da izrade akcione planove kojima utvrđuju postepeno povećanje pristupačnih sadržaja će se povećati procenat sadržaja prilagođenog najranjivijim kategorijama stanovništva. Dodatno prevedivđeno je utvrđivanje jedinstvene, pristupačne i online dostupne kontakt tačke koja pruža informacije o dostupnim sadržajima i nudi mogućnost prigovora u

odnosu na pristupačne sadržaje. Posebno će se staviti akcenat na informacije i javna obavještenja u slučajevima elementarnih nepogoda, pandemije, vanrednog stanja i prirodnih katastrofa kako bi bile pristupačne i osobama sa invaliditetom. Izmjenom Zakona o nacionalnom javnom emiteru RTCG, kao i izmjenama i dopunama zakona o AVM uslugama povećaće se obim sadržaja pomoću audio-deskripcije i gestovnog govora, te procenat programa posvećenih najranjivijim kategorijama stanovništva. Organizovanjem obuka za novinare o izvještavanju i proizvodnji sadržaja od značaja za najranjivije kategorije i posebnih treninga za komercijane medije o senzibilitetu prema marginalizovanim grupama uticaće se na kvalitet i obim sadržaja posvećenim ovim grupama.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat sadržaja prilagođen OSI u ukupnom sadržaju RTCG	0,01% (2021)	2%	4%
Broj emisija na javnom servisu koji se bavi ranjivim kategorijama stanovništva <sup>20</sup>	1	2	3
Broj novih medijskih sadržaja u komercijalnim medijima koji se bave pitanjem relevantnim za OSI finansiranih od strane Fonda za medijski pluralizam	0	20	50
Broj novih sadržaji posvećenih ranjivim kategorijama stanovništva finansiranih iz Fonda za medijski pluralizam	0	27	45

## STRATEŠKI CILJ II – OSNAŽENA UREDNIČKA I FINANSIJSKA NEZAVISNOST JAVNIH EMITERA, ETIKA I PROFESIONALIZAM

### *Stanje u oblasti*

Od 2002. godine Radio Crne Gore i Televizija Crne Gore su javni radio-difuzni servisi građana. Zakonskim rješenjem iz 2016. godine osigurana je finansijska stabilnost i predvidivost za održiv razvoj javnog servisa jer je predviđeno da se izdvaja 0,3 odsto BDP-a za finansiranje Javnog servisa. Zakonom iz 2020. godine RTCG-u je smanjena marketinška kvota i zabranjeno oglašavanje i telešoping od 20h-22h na programima Televizije Crne Gore, sa izuzetkom kada se emituju događaji od posebnog značaja za javnost. Aktuelni zakon je predvidio i institut Ombudsmana RTCG, čime se teži unaprijediti samoregulacija i podsticati interaktivnost i dijalog sa građanima. Javni servis više nema obavezu potpisivanja Ugovora o pružanju javnih usluga sa Vladom Crne Gore, već shodno zakonu, obaveza je organizovanje javne rasprave na Predlog programsko-produkcionog plana u trajanju od 30 dana, kako

<sup>20</sup> Emisija u nedeljnoj programskoj šemi

bi se razmotrili komentari, sugestije i predlozi građana i svih zainteresovanih strana.

RTCG je otvorila dopisništvo u Briselu 2019. godine, a u martu 2021. godine počela sa emitovanjem Parlamentarnog programa. RTCG je 2019. godine zakoračila u eru modernizacije i najveće transformacije u svojoj istoriji – digitalizacije produkcionih i tehničkih kapaciteta, čime je postala konkurentna na polju digitalne produkcije i audio-vizuelnih standarda najvišeg kvaliteta.

RTCG ima četiri televizijska i dva radijska programa. Televizijski programi su: TVCG1, TVCG2, TVCG SAT i PARLAMENTARNI program, a radijski RCG1 i R98. Prosječna neto zarada za period januar - septembar 2021. godine iznosila je 566.19 €, a trenutni broj zaposlenih je 738.

*“Transformacija RTCG iz državnog medija u javni medijski servis smatra se nepotpunom. Proces imenovanja članova Savjeta RTCG koji je u krajnjem u rukama Skupštine i lakoća razrješenja pojedinih članova ili Savjeta u cjelini, ukazuje na to da je cjelokupna upravljačka struktura, uključujući uredništvo, obično veoma vezana i povezana sa političkim interesima. I lokalni javni emiteri su vrijedni pažnje budući da ih uglavnom finansiraju opštine, i oni se često opisuju kao glas lokalnih političara na vlasti”.*<sup>21</sup>

Ova ocjena Analize medijskog sektora, koja je pripremljena kroz JUFREX program EU i Savjeta Evrope, može se smatrati putokazom za dodatno jačanje nezavisnosti Savjeta RTCG kao upravljačkog tijela Javnog servisa.

Preporuke iz Analize su sljedeće:

- RTCG bi trebalo da nastavi svoje napore da se razvije u javni medijski servis koji je odgovoran prije svega crnogorskoj javnosti i koji aktivno zastupa i sprovodi profesionalne novinarske standarde i standarde kvaliteta, kao i standarde koji proizilaze iz Direktive o AVM uslugama.
- RTCG bi trebalo da nastavi sa restrukturiranjem organizacije i modernizacijom poslovnih procesa kako bi nastavila sa društvenim, kulturnim, tehnološkim i poslovnim promjenama.
- RTCG bi trebalo da bude primjer u promociji evropskih AV djela, uključujući rad nezavisnih producenata, i trebalo bi da ojača proizvodnju sopstvenog ili naručenog originalnog sadržaja, koji će se baviti različitim društvenim grupama.
- Finansiranje bi trebalo da garantuje predvidljivost i transparentnost za RTCG i lokalne JMS i ne smije se koristiti kao sredstvo pritiska, nagrade ili podređenosti.
- Pored finansijskih mehanizama, trebalo bi uspostaviti mjere pravne zaštite kako bi se garantovala urednička nezavisnost lokalnih javnih servisa.

Prema važećem zakonu, usvojenom 27. jula 2020, postupak imenovanja članova Savjeta RTCG sprovodi Administrativni odbor Skupštine Crne Gore na osnovu biografije kandidata, intervjua i podrške ovlaštenih subjekata za imenovanje. Ovo praktično znači da se članovi Savjeta biraju u zavisnosti od volje većine u skupštinskom odboru, čime bi bio ostvaren direktan politički uticaj na rad RTCG.

<sup>21</sup> Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije, Svjet Evrope, 2017

Na osnovu *Istraživanje snage Brenda RTCG*, 3 aspekta koja su najviše napredovala u odnosu na 2020. godinu, su:

- a) U odnosu na 2020. godinu doslo je do porasta povjerenja u RTCG za 6% (sa 19% na 25%)
- b) U tačnost i objektivnost informacija koje su prezentovane na RTCG vjeruje 41% građana, sto je za 9% više u odnosu na istraživanje iz 2020. godine
- c) Da je TVCG stanica koja predstavlja pravi duh građana CG, smatra 37% anketiranih, što je za 9% više u odnosu na 2020. godinu

Prema istraživanju NVO Centar za demokratiju i ljudska prava (CEDEM), lokalni javni emiteri u Crnoj Gori finansijski su slaba i isključivo ili u najvećoj mjeri finansiraju iz budžeta opština. To lokalne javne emitere dalje čini podložnim političkom pritisku, čime se pojedini predstavljaju kao glas lokalnih političara, što u krajnjem utiče na diskurs uredničke politike. Po pitanju nezavisnosti novinara, potrebno je naglasiti da postojeći zakonski okvir u dovoljnoj mjeri ne reguliše nezavisnost novinara od uticaja upravljačke strukture, pa samim tim i uredničke politike. Sve su to razlozi koji idu na uštrb povjerenja u lokalne javne emitere i nezavisnost njihovih novinara.

U Crnoj Gori postoji više eksternih i internih mehanizama samoregulacije, što se može prepoznati kao rezultat političkih tenzija koje su nedvosmisleno podijelile medijski pejzaž. Formalno postoje dva samoregulatorna tijela: Medijski savjet za samoregulaciju i Samoregulatorni savjet za lokalnu štampu (koji se bavi samo lokalnim štampanim medijima), ali ona ne obuhvataju sve relevantne medije. Tri štampana medija (Dan, Monitor i Vijesti), koja imaju značajan tržišni udio, nisu se priključila gore pomenutim samoregulatornim tijelima, već su nedavno odredili svoje sopstvene interne ombudsmane (jednog za dnevni list Dan i zajedničkog za dnevni list Vijesti i nedjeljnik Monitor). Vođene su diskusije u periodu od 2010. do 2012. godine sa ambicijom da se sistem samoregulacije proširi na cijeli sektor, kao što je to bio slučaj od 2003. godine. Međutim, predstavnici samoregulatornih organa tvrde da se sporazum nije mogao postići zbog različitih pogleda na profesionalne standarde, dok predstavnici medija koji su imenovali svog ombudsmana objašnjavaju neuspjeh političkim razlozima, a posebno polarizacijom između medija koji podržavaju vladu i medija koji je kritikuju.

Novinarska etika nije samo predmet samoregulacije, već i zakonske regulacije. Shodno članu 56 stav 4 Zakona o elektronskim medijima, *"emitovanje radijskog ili televizijskog programa mora da ispunjava sljedeće uslove: 1) događaji se moraju vjerno prikazati, a različiti pristupi i mišljenja moraju biti primjereno zastupljeni; 2) vijesti moraju istinito i korektno predočiti činjenice i događaje, moraju biti nepristrasne i profesionalno korektne; 3) mišljenja i komentari moraju biti odvojeni i njihov izvor ili autor prepoznatljiv; 4) mora se podsticati nepristrasnost, uz poštovanje razlika u mišljenjima o političkim ili privrednim pitanjima."* U primjeni ove odredbe Zakona o elektronskim medijima, AEM je usvojila Pravilnik o programskim standardima u elektronskim medijima. Ovaj pravilnik uređuje nekoliko koncepata koji su suština aktivnosti bilo kojeg samoregulatornog tijela za novinarsku etiku. Kada je u pitanju regulacija, monitoring emitovanih, odnosno distribuiranih sadržaja pružalaca AVM usluga

(posredstvom različitih platformi) predstavlja značajan mehanizam Agencije za elektronske medije u ostvarivanju njene regulatorne funkcije i funkcije nadzora.

EU Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama usvojena 2018. godine predstavlja osnov za razvoj standardna i principa u oblasti audiovizualnih usluga u medijima, a posebno tretira instrumente samoregulacije i instrumente koregulacije, transparentnost vlasništva medija, mjere za zaštitu maloljetnika, zaštita djece od strane pružatelja medijskih usluga, osiguravanje pristupačnosti audiovizualnog sadržaja, sredstva za postizanje dostupnosti audiovizualnih medijskih usluga, uredničku odgovornost pružatelja medijskih usluga, mjere za zaštitu integriteta programa i audiovizualnih medijskih usluga i ostalo. Crna Gora je kroz trenutno na oko 70% usaglašenosti, tj transpovala je ova rešenja u Zakon o AMV uslugama. Dodatno, parlamentarna skupština Savjeta Evrope naglasila je u Rezoluciji o povećanju transparentnosti vlasništva nad medijima da je "transparentnost vlasništva nad medijima neophodna kako bi se građanima omogućilo da formiraju mišljenje o vrijednosti informacija, ideja i zapažanja koje plasiraju mediji" (PSSE 2015). Transparentnost vlasništva nad medijima takođe predstavlja prvi korak ka efikasnoj primjeni pravila medijske koncentracije, koja su i dalje u potpunosti relevantna čak i u našoj eri mnoštva sadržaja koji su često dostupni u svakom trenutku, bilo gdje i na bilo kom uređaju. U skladu sa Direktivom EU i nalazima Savjeta Evrope planira se dalja harmonizacija, a posebno uvođenje najvećih standarda u dijelu transparentnosti javnih emitera.

U svojim Smjernicama za EU podršku medijskim slobodama i medijskom integritetu u zemljama obuhvaćenim procesom proširenja (EK 2014a), Generalni direktorat za proširenje pozvao je urednike i vlasnike medija da se pridržavaju "jasno (i javno) definisanih uredničkih i etičkih kodeksa" jer "treba da postoje efikasni mehanizmi za fer i transparentno postupanje sa žalbama čitalaca/gledalaca".

Zbog nepoštovanja Kodeksa novinara/ki Crne Gore i nepoštovanja programskih standarda koje propisuje Savjet RTCG za javni servis, odnosno AEM za radio i TV stanice, žalbe na rad ovih servisa građani podnose kolektivnom samoregulatornom tijelu, ako je medij na koji se žale član tog tijela, ili ombudsmanu, ako medij koristi taj mehanizam samoregulacije. Što se tiče komercijalnih radio i TV stanica, i u slučaju da nijesu u mehanizmu samoregulacije prigovor se može podnijeti Agenciji za elektronske medije, u slučaju da se procijeni da sporni sadržaj nije u skladu sa Pravilnikom o programskim standardima, koji donosi AEM. Javni servis ima ombudsmana, kojem se prigovor podnosi 30 dana od dana emitovanja spornog sadržaja. Podnošenje prigovora na rad lokalnog javnog emitera podnosi se Savjetu lokalnog javnog emitera. Od početka godine na adresu Ombudsmana RTCG pristiglo je 29 prigovora. Od toga, 14 je bilo prihvaćeno kao opravdano.<sup>22</sup> Što se tiče podnošenja prigovora, procedura je veoma jednostavna - na Portalu RTCG, u rubrici Ombudsman, nalazi se formular za prigovore koji je neophodno ispuniti i poslati na mail ili poštom <https://rtcg.me/rtcg/savjet/ombudsman.html>.

---

<sup>22</sup> Svi zapisnici sa zaključcima, nalaze se na Portalu RTCG <https://rtcg.me/rtcg/savjet/zapisniciombudsmana.html>

U pogledu broja osnovanih/usvojenih žalbi na rad elektronskih i štampanih medija u 2021. godini, a prema podacima iz Izvještaja Medijskog savjeta za samoregulaciju za 2021. godinu, od pet osnovanih žalbi, u četiri je konstatovana povreda nekog od načela Kodeksa novinara. Kada su u pitanju interna samoregulatorna tijela, Ombudsman medija „Dan” u toku 2021. godine nije imao osnovanih žalbi na rad tog medija. Kada je u pitanju Ombudsman „Vijesti”, podaci za 2021. godinu su sljedeći: od 5 usvojenih žalbi, njih tri su usvojene u potpunosti, dok su dvije djelimično usvojene. Prema podacima dobijenim iz Izvještaja o radu Agencije za elektronske medije (AEM) za 2021. godinu, podnijeto je ukupno devet prigovora na rad lokalnih javnih emitira, od čega po jedan na rad LJE TV Herceg Novi, LJE TV Budva, i LJE Radio Kotor, dok je protiv LJE Gradska TV dostavljeno šest prigovora.

### ***Identifikovani izazovi***

Transformacija RTCG iz državnog medija u javni medijski servis smatra se nepotpunom te da aktivno ne zastupa i sprovodi profesionalne novinarske standarde kao i standarde koji proizilaze iz Direktive o AVM uslugama. Sistematizacija i organizacija RTCG nije na zadovoljavajućem nivou, te sadržaji koji se emituju u manjem dijelu predstavljaju sopstvenu proizvodnju ili naručeni originalni sadržaj od društvenog značaja. Nisu definisana javna i detaljna pravna mjerila zaštite koja garantuju uredničku nezavisnost.

Sva pomenuta zakonska rješenja ukazuju na činjenicu da je zaštita članova Savjeta RTCG od partijskog uticaja bila na visokom nivou. Nedostatak Zakona o nacionalnom javnom emiteru RTCG bilo je nepostojanje bližih kriterijuma za imenovanje predstavnika nevladinih organizacija pa je bilo moguće da zainteresovani pojedinci registruju veliki broj NVO i da sami sebi osiguraju podršku za imenovanje za člana Savjeta.

Lokalni javni emiteri, u najvećoj mjeri, suočavaju se sa nedostatkom finansija i opasnošću od političkih pristisaka svojih osnivača – lokalnih samouprava. Kao moguća rješenja identifikovana su uvođenje zakonske obaveze minimalnog procenta iz budžeta lokalne samouprave za finansiranje lokalnih javnih servisa, te preciznija regulacija kriterijuma za izbor članova savjeta. Lokalni javni emiteri se uglavnom finansiraju od strane opština, te se zbog toga često opisuju kao glas lokalnih političkih partija.

Samoregulacija je važno sredstvo za zaštitu uređivačkih sloboda, promovisanje kvaliteta i osiguravanje kredibilitnosti medija i reputacije novinara. To je takođe vitalni mehanizam za svođenje uticaja države na medije na minimum. Glavni nedostatak u smislu koncepta samoregulacije je nepostojanje jedinstvenog tijela koje bi bilo nadležno za sve štampane medije i elektronske publikacije. Time se javnosti ne omogućava da ima jasnu svijest o nadležnom organu kojem može da se žali u slučaju navodnih kršenja novinarske etike, što dovodi do ozbiljnih sumnji među zainteresovanim stranama o efikasnom funkcionisanju samoregulacije.

Ukupno 17 medija se nalazi u nekom obliku samoregulacije, bilo da su članovi kolektivnog samoregulatornog tijela, bilo da imaju svog ombudsmana. U UNEM-u su: Pobjeda, portal Pobjeda,

Radio ELMAG, TV TEUTA, TV BOIN, Radio ANTENA M, portal Antena M, Radio DUX, Portal ANALITIKA, TV NOVA M, TV Prva, Portal CDM. Vijesti i Dan imaju svog ombudsmana.

Harmonizacija nacionalnog zakonodavstva sa EU Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama iz 2018. godine još uvijek nije finalizovana usljed odlaganja usvajanja Zakona o medijima. Obzirom da direktiva predstavlja osnov za razvoj standardna i principa u oblasti audiovizuelnih usluga u medijima, istoj je potrebno što prije pristupiti. Dodatni izazove u ovom dijelu predstavljaju trenutna politička situacija u CG, te ubrzano usaglašavanje Zakona o medijima kao osnovnog normativnog okvira u medijskom sektoru. Problemi postoje i u kadrovskim kapacitetima zaposlenih kao i administrativno-tehničkim kod pripreme zakona.

Pravilnikom o programskim standardima u elektronskim medijima identifikovan je i mehanizam žalbe koji se rijetko koristi, pa se ovlašćenja samoregulatornih organa i ombudsmana ne vrše u najvećoj mjeri. Jedan od osnovnih razloga je zapravo neobaviještenost građana o ovom institutu, njihova inertnost i generalna neinformisanost.

### ***Operativni ciljevi***

Starteški cilj će se dostiću kroz sljedeće operativne ciljeve:

➤ *Operativni cilj 2.1 Unaprijeđena nezavisnost javnih emitera*

Stabilno i predvidivo finansiranje Javnog servisa RTCG neophodno je kako bi se osigurao održiv razvoj, institucionalna autonomija i garantovala nezavisnost od bilo kojeg izvora moći, ekonomskih ili političkih uticaja. Ulaganje u visokokvalitetne, nezavisne i kredibilne javne medijske servise treba smatrati ulaganjem u razvoj demokratske kulture, znanja i društva. S druge strane, potrebno je definisati odgovornost upravljačkih tijela u slučaju neispunjenja programsko-produkcionih i finansijskih planova.

Izmjenama Zakon o RTCG u dijelu kriterijuma i procedura izbora članova Savjeta javnog servisa, uticaće se na pojačanje stepena odgovornosti ključnih upravljačkih pozicija kao i ukupne odgovornosti Savjeta. Takođe potrebno je obezbjediti punu depolitizaciju i nezavisnost upravljačkih struktura RTCG kao i racionalizaciju i optimizaciju zaposlenih.

Usvajanjem Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama sa propisanom obavezom lokalnih samouprava vezano za stepen finansiranja javnih lokalnih emitera, osiguraće se veća urednička samostalnost. Dodatno izmjenama Zakona o lokalnoj samoupravi unaprijediće se pravni osnov za uređenje pitanja osnivanja i rada lokalnih javnih emitera.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat ostvarenja produkcionih planova RTCG	50% (2021)	80%	90%
Procenat ostvarenja produkcionih planova lokalnih javnih emitera	80%	85%	90%

➤ *Operativni cilj 2.2 Uspostavljena adekvatna samoregulacija u medijima*

Promocijom dobrih praksi u samoregulaciji, tj podsticanje različitih oblika samoregulacije i obaveza medija da poštuju samoregulatorne mehanizme će se kreirati profesionalno i odgovorno novinarstvo, sa fokusom na kreiranje sadržaja koji će se baviti i informisati o relevantnim događajima na profesionalni način, te na taj način ozbjeći „tabloidno“ izvještavnje. Analiziranjem stanja u ovoj oblasti i dubljom analizom o izazovima i razlozima zbog kojih mediji nemaju samoregulatorne mehanizme će se dobiti više informacija o ovome, te na osnovu donijenih preporuka iz analize definisati sljedeći koraci u ovoj oblasti. Dodatno, pospećiće se dijalog na temu samoregulacije, te će se organizovati kontinuirano okrugli stolovi sa svim relevantnim medijima sa specijalizovanim temama o odgovornosti samoregulatora.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat registrovanih medija koji su uključeni u neki oblik samoregulacije	10%	70%	80%

➤ *Operativni cilj 2.3 Usaglašen nacionalni regulatorni okvir sa relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije*

Neophodno je dalje raditi na usaglašavanju nacionalnog pravnog okvira sa Direktivama EU, a posebno Direktivom 2018/1808. Ovdje je potrebno dalje unaprijediti nacionalni okvir u dijelu samoregulacije i instrumenata koregulacije, transparentnosti vlasništva medija, mjera za zaštitu maloljetnika, zaštitu djece od strane pružatelja medijskih usluga, osiguravanje pristupačnosti audiovizualnog sadržaja, sredstva za postizanje dostupnosti audiovizualnih medijskih usluga, uredničku odgovornost pružatelja medijskih usluga, mjere za zaštitu integriteta programa i audiovizualnih medijskih usluga. U cilju unapređenja transparentnosti vlasništva nad medijima potrebno je razmotriti da se Agenciji za elektronske medije omogući da osigura transparentnost vlasništva nad medijima do krajnjih stvarnih vlasnika. Jedna od inicijativa je da se Zakon o elektronskim medijima (audiovizuelnim medijskim uslugama) izmijeni na način da se Agenciji za elektronske medije omogući da osigura da medijska koncentracija ne dovede do stvaranja medijskih grupa čija bi dominacija mogla štetiti pluralizmu i

raznovrsnosti. To je i važnije s obzirom na navedene rizike u pogledu indikatora političke nezavisnosti. Prilikom određivanja pravila i kriterijuma u ovoj oblasti, ono što se čini neophodnim s obzirom na crnogorski kontekst je da pravni okvir nije ograničen da ima u vidu vertikalnu i/ili horizontalnu medijsku koncentraciju, već i dijagonalnu koncentraciju, kako bi se uzelo u obzir unakrsno vlasništvo širom cjelokupnog medijskog sektora (tako obuhvatajući radio, televiziju, štampane i internetske medije). Jedna od opcija je da se tu dodaju i agencije koje se bave zakupom reklamnog rostora. Kako medijsku koncentraciju treba regulisati ne samo u smislu vlasništva, već i uticaja vlasnika na uredničku politiku, trebalo bi usvojiti zakonske mehanizme kako bi se osigurala urednička nezavisnost redakcije i pravna zaštita novinara prilikom promjene vlasništva i/ili uredničke politike. Posebnu pažnju treba obratiti i na trenutni model finansiranja lokalnih javnih emitera, što stvara visok rizik od političkog uplitanja u uredničku politiku.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat usaglašenosti Zakon o AVM uslugama sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD), odnosno relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije <sup>23</sup>	70% <sup>24</sup>	100%	100%

➤ *Operativni cilj 2.4 Poboljšana infomisanost građana o načinima podnošenja prigovora na rad medija*

U cilju podizanja svijesti građana neophodno je organizovani kampanje usmjerene ciljano na edukaciju građana o mogućnostima i samim koracima pri podnošenju prigovora na rad medija, kao i pružanje besplatne pomoći pri podnošenju prigovora.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj podnijetih prigovora na rad komercijalnih medija	38	130	150
Broj pristiglih prigovora na rad RTCG	29 (2021)	35	25
Broj prigovora na rad lokalnih javnih emitiera	9	13	7

<sup>23</sup> *Acquis communautaire*, direktive i uredbe EU

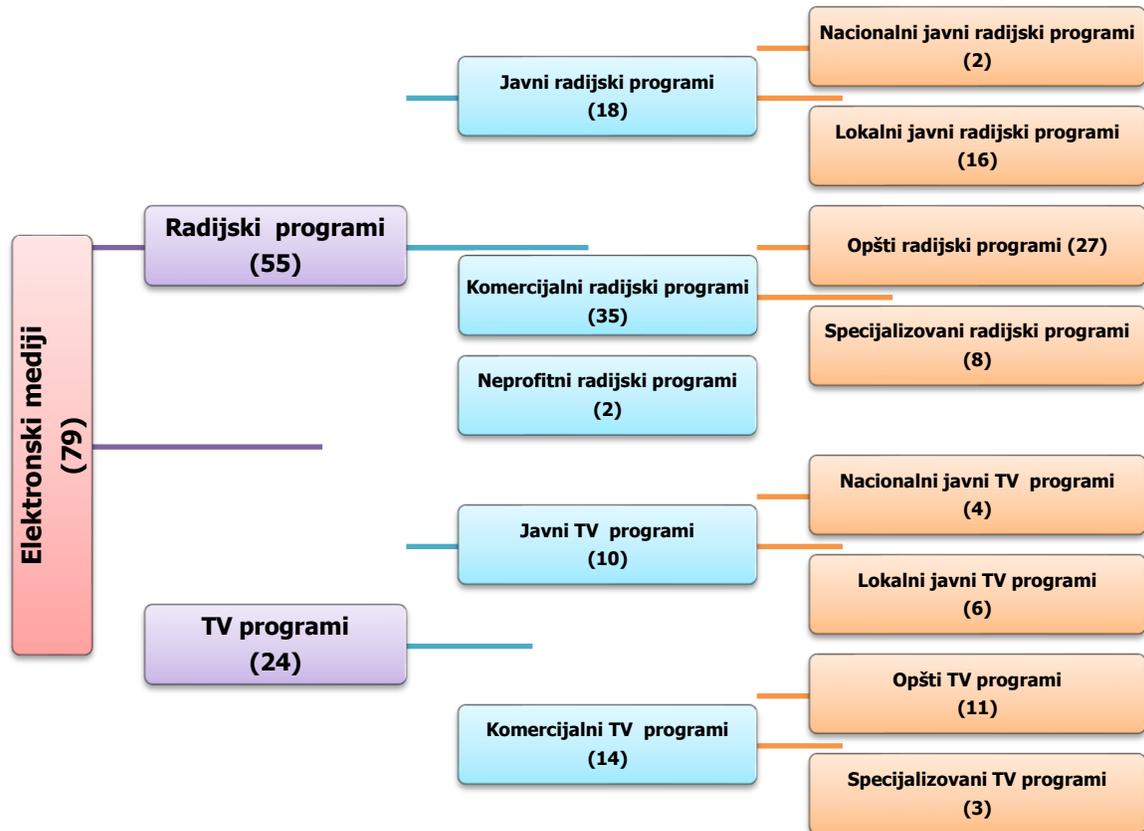
<sup>24</sup> Na osnovu postojećeg Zakona o elektronskim medijima

## **STRATEŠKI CILJ III – UNAPRIJEĐEN AMBIJENTA ZA FER TRŽIŠNO POSLOVANJE MEDIJA**

### ***Stanje u oblasti***

U Crnoj Gori, na tržištu od 640.000 stanovnika i procijenjenim ukupnim marketinškim budžetom od 11 miliona eura, posluje više od 150 medija. Po posljednjim podacima Agencije za elektronske medije (AEM) broj elektronskih medija je 75, od čega 20 televizija i 55 radija, dok je prema podacima nadležnog Ministarstva broj registrovanih internetskih publikacija, odnosno informativnih portala 83. Na tržištu su i tri dnevna lista, jedan nedjeljnik i jedna novinska agencija. Po strukturi vlasništva, od 20 televizija, osam su javni emiteri. Radio-televizija Crne Gore na nacionalnom nivou, i lokalni javni emiteri u opštinama Nikšić, Pljevlja, Budva, Herceg Novi, Rožaje i od 2021. Podgorica. Podaci Sindikata medija ukazuju na to da je broj elektronskih medija 79, od čega 24 televizije i 55 radija, dok je broj elektronskih publikacija, odnosno informativnih portala 107 (grafik1).

Komercijalnih TV emitera sa nacionalnom pokrivenošću je tri i to su: TV Vijesti, TV Prva i TV Nova M. U odnosu na 53 radio-stanice, komercijalnih je 35, dok je javnih radio emitera 16, uz dva neprofitna radijska programa. Na albanskom jeziku se emituju dvije TV i tri radio stanice, te list Koha Javore.



Grafik 1 – Prikaz evidencije medija dostavljen od strane Sindikata medija

U dijelu finansijskog poslovanja svih medija na crnogorskom tržištu, analiza Sindikata medija Crne Gore, objavljena krajem 2019. godine, na bazi analize finansijskih izvještaja sa sajta Poreske uprave Crne Gore, pokazuje da su 70 najvećih medija, koji generišu preko 95 odsto ukupnih prihoda, ukupno prihodovali oko 35,7 miliona eura. Njihovi nalazi pokazuju da su rashodi bili blizu 35,4 miliona, što znači da je konačni profit bio nešto više od 300.000 eura. Ističu i da je gotovo polovina, odnosno najmanje 16,5 miliona eura, medijima stiglo iz javnih izvora, odnosno iz državnog i budžeta lokalnih samouprava, dok 19,5 miliona čine prihodi od marketinga, ostalih usluga ili dotacija osnivača.

Iz javnih prihoda, a prema podacima koje su dostavili mediji iz Godišnjeg izvještaja o transparentnosti finansiranja medija iz javnih prihoda za period od 15.02.2021-31.12.2021. godine, na ime oglašavanja i javnih usluga medijima je uplaćeno ukupno 3.987.504,92 eura, bez PDVa.

Prema podacima iz Godišnjeg izvještaja o transparentnosti finansiranja medija iz javnih prihoda za period od 15.02.2021-31.12.2021. godine, procenat medija koji su prijavili da su dobili sredstva od organa javnog sektora je 37 %.

*“Činjenica da mnoge medijske kuće nisu finansijski održive ima negativan uticaj na kvalitet izvještavanja i profesionalizam. Crna Gora treba da obezbijedi da se ne vrši neformalni pritisak na uređivačku politiku kroz distribuiranje sredstava za oglašavanje, uključujući i preko javnih preduzeća, kao i kroz projekte koji se sufinansiraju iz budžeta lokalne samouprave. Održivost medija treba da se rješava u predstojećem medijskom zakonu.”*

U izvještaju IREX-a, kojim se procjenjuju indeks održivosti medija kroz različite oblasti, u dijelu biznis modela ocjena je 2.19, uz konstataciju da se većina crnogorskih medija bori da preživi na medijskom tržištu. Dodatno se navodi da većina medija opstaje ne zahvaljujući prihodima od primarne djelatnosti, već dodatnim prihodima koji se ostvaruju kroz domaće i međunarodne projekte, rekapitalizaciju i pozajmice.

JUFREX Analiza medijskog sektora iz 2017. godine daje preporuke da sve vrste državne pomoći medijima, uključujući i tzv. oglašavanje institucija javnog sektora budu transparentne i rigorozno objektivne. Dodatne preporuke su:

- Obezbjedivanje pristupa elektronskim komunikacionim mrežama, elektronskoj komunikacionoj infrastrukturi i pripadajućim objektima od strane operatora trebalo bi garantovati pod istim uslovima svim subjektima koji zahtijevaju navedene usluge.
- Trebalo bi preduzeti sve neophodne korake, uključujući i zakonodavne i praktične, kako bi se obezbijedila transparentnost vlasništva nad svim medijskim kućama i pravilna primjena pravila o konkurenciji.
- Trebalo bi uzeti u obzir sve relevantne vrste medijske koncentracije kako bi se uzelo u obzir unakrsno vlasništvo subjekata koji obavljaju medijsku djelatnost.<sup>25</sup>
- S obzirom na to da bi medijska koncentracija trebalo da se reguliše i u smislu uticaja vlasnika na uređivačke politike, trebalo bi usvojiti zakonodavne mehanizme da se osigura urednička nezavisnost redakcija i pravna zaštita novinara kada dođe do promjene vlasništva i/ili uređivačke politike.
- Javni organi, uz pomoć međunarodnih partnera, trebalo bi da uspostave program koji će pomoći jačanje domaće audiovizuelne proizvodnje, uključujući i komponente finansiranja i obuke.
- Javni organi trebalo bi da procijene mogućnost izrade i sprovođenja sistema rejtinga gledanosti koji je dogovoren konsenzusom.
- Privatne medije bi trebalo snažno podsticati da se uključe u dijalog sa nacionalnim sindikatom, koji je duže vrijeme radio na granskom kolektivnom ugovoru; nacrt je spreman već godinu dana, a poslodavci nisu preduzimali nikakve dalje radnje niti reagovali.

---

<sup>25</sup> Analiza medijskog sektora u C.G.sa preporukama za usklađivanje sa Evropskim standardima (Jufrex)

- Subjekti koji obavljaju medijsku djelatnost bi trebalo da poštuju i pravilno primjenjuju prava novinara iz rada i po osnovu rada.<sup>26</sup>

Medijski pluralizam u osnovi podrazumijeva širok spektar različitih informacije iz svih sfera društvenog interesovanja koji se pružaju korisnicima medijskih usluga, uz raznovrsnost političkih, ekonomskih, socijalnih i kulturnih stavova, mišljenja, razmatranja i analiza na bazi kojih građanin može dobiti nepristrasnu i punu informaciju, odnosno formirati stav zasnovan na činjenicama. U ovakvim okvirima mediji imaju svoju značajnu ulogu i djeluju kao mehanizmi javne kontrole. U tom smislu, jedan je od najvažnijih ciljeva medijske politike u svim društvima razvijene demokratije - pluralizam medija nije isključivo vezan za broj medija na medijskom tržištu i veliki broj medija ne znači nužno i funkcionalan medijski pluralizam, već zavisi od brojnih drugih faktora od kojih su najznačajniji raznovrsnost medijske ponude i medijskog sadržaja od javnog interesa.

Suprotnost ovog koncepta koji direktno ugrožava medijski pluralizam je koncentracija medija i medijskog vlasništva, uz medijsko tržište koje je pod snažnim pritiskom države (oglašavanje državnih organa u medijima) i samim tim se ne zasniva na tržišnim principima i jednakim uslovima. Država ima značajnu ulogu u razvoju medijskog pluralizma kao pretpostavke za ostvarivanje javnog interesa u medijima. Ta uloga posebno je značajna na nerazvijenom i ograničenom medijskom tržištu kakvo je crnogorsko, gdje su privatni mediji često okrenuti proizvodnji zabavnih programa i formata koji privlače pažnju publike, iako često nemaju suštinski važnu informativnu i edukativnu funkciju. Preduslovi medijskog pluralizma su transparentno vlasništvo nad medijima i izvori ekonomskog uticaja na medije, uz pozitivne akcije države kroz direktne ili indirektno subvencije, uz neutralan i jednak pristup svim medijima.

Preporuka Savjeta Evrope o mjerama za unaprjeđenje medijskog pluralizma gdje se u okviru prijedloga mjera navodi da: *“Države članice bi mogle razmotriti mogućnost uvođenja, u cilju povećanja medijskog pluralizma, direktne ili indirektno šeme finansijske podrške za štampane i elektronske medije”*. *Dodatno ističe se da “...Države članice mogu razmotriti i mjere podrške za promociju stvaranja novih medijskih poduhvata ili za pomoć medijskim subjektima koji se suočavaju sa poteškoćama ili su u obavezi da se prilagode strukturalnim ili tehnološkim promjenama”*.

Savjet Evrope je donio preporuku stvaranja podsticaja za održiv rad medija u javnom interesu, održivost medijskog tržišta, obezbjeđenje resursa medijima kako bi ispunjavali svoje zadatke, tačno i pouzdano izvještavali o pitanjima od javnog interesa i druge podsticajne mjere koje idu u pravcu jačanja javne funkcije medija.<sup>27</sup>

Elektronski mediji dužni su da plate usluge za prenos signala Radio-difuznom centru (RDC), te naknade za AEM i PAM. Oni, zbog slabog medijskog tržišta i nelojalne konkurencije, ne ostvaruju dovoljne prihode, tako da često dolazi do gomilanja dugova. Kako bi se omogućio lakši rad i spriječilo gašenje

<sup>26</sup> Analiza medijskog sektora u C.G.sa preporukama za usklađivanje sa Evropskim standardima (Jufrex)

<sup>27</sup> Iz izvještaja MASE- Mediji u Crnoj Gori – Analiza medijske industrije

pojedinih medija zbog nagomilanih dugovanja prema RDC-u, Vlada Crne Gore je 2017. godine donijela odluku o preuzimanju dijela dugovanja medija u iznosu od 1.597.092,72 eura za naredne četiri godine. U Crnoj Gori nije uspostavljen mehanizam sistemskog i kontinuiranog prikupljanja podataka vezano za prihodovanje medija. Prikupljanje podataka se isključivo vrši kao projekte aktivnosti organizacija civilnog sektora, ili na poseban zahtjev međunarodnih organizacija i drugih institucija kada je ovaj podatak potreban, te u tim situacijama su dati podaci parcijalni, pokrivajući samo dio medijama ili ograničen vremenski rok. U okviru donošenja ili izmjenama regulative u oblasti medija potrebno je definisati ovaj dio prihodovanja medija.

### ***Identifikovani izazovi***

Medijske kompanije koje su registrovane u CRPS, njih 88, zapošljavaju skoro 1000 ljudi i generišu 22,2 miliona eura prihoda. Iako je broj registrovanih internetskih publikacija 83, procjenjuje se da je realni broj onih koji posluju na tržištu značajno veći. Međutim zbog neizvedenih zakonskih rješenja osnivači ne prijavljuju rad i djelovanje. Obzirom da mnoge medijske kuće nisu finansijski održive ima negativan uticaj na kvalitet izvještavanja i profesionalizam.

Na malo i jedva održivo crnogorsko tržište medija, naročito zbog tako velikog broja medija prisutnih u Crnoj Gori, utiče jaka konkurencija iz susjednih zemalja i oštra polarizacija medija duž linije "biti blizak" vladi ili opoziciji. Ova polarizacija ima za rezultat prilično neprijateljske odnose ne samo između pro-opozicionih medija i državnih organa, već i između aktera na tržištu iz različitih djelova (političkog) spektra i onemogućava preduzimanje zajedničkih koraka radi ostvarivanja zajedničkih ciljeva. Ono što se čini još problematičnijim je da, kada se ovi akteri nalaze na tržištu a, očigledno nisu profitabilni, država naknadno (ex-post) uspostavlja nekoliko formalnih ili neformalnih sistema koji omogućavaju nekim od ovih medija da vještački opstanu, kao što je otpis dugovanja koje imaju prema različitim državnim organima i preduzećima u državnom vlasništvu ili je prema njima neopravdano velikodušna u smislu oglašavanja institucija javnog sektora ili drugih programa javne podrške. Mehanizmi finansiranja se ne bi trebali koristiti za podršku "pro-vladinim medijima" jer je to veoma destabilizujući faktor, koji ugrožava ne samo aktere na tržištu, već podriva i glavnu ulogu medija kao i povjerenje građana u medije". Takođe, otpis dugova tog sektora prema državi (porezi, takse) ili preduzećima u državnom vlasništvu (troškovi usluga Radiodifuznog centra - RDC) je samo kratkoročno rješenje. U ograničenom crnogorskom medijskom tržištu, gdje su privatni mediji često okrenuti proizvodnji zabavnih programa i formata koji privlače pažnju publike, iako često nemaju suštinski važnu informativnu i edukativnu funkciju, te je zbog toga razvijanje medijskog pluralizma od suštinskog značaja.

Posebnu opasnost za opstanak tradicionalnih medija predstavlja i činjenica da široki auditorijumi do kojih dopiru novi mediji, kako online portali, tako i posrednici informacija (socijalne mreže) smanjuje njihov potencijal za direktno oglašavanje ciljanoj publici, što dovodi do porasta trenda preusmjeravanja dostupnih marketinških budžeta ka novim medijima. Nedostatak regulacije u ovoj oblasti samo dodatno usložnjava problem i predstavlja opasnost za rad i kvalitet rada tradicionalnih medija, zbog

čega država treba da strateški osmisli i direktno pomogne očuvanju medija i razvoju medijskog pluralizma.

Ne postoji sistem prikupljanja podataka o medijskom tržištu uspostavljen od strane nacionalnih institucija, već se isključivo podaci prikupljaju od strane određenog broja nevladinih organizacije kroz projektne aktivnosti.

### ***Operativni ciljevi***

Strateški cilj će se dostići kroz sljedeće operativne ciljeve:

➤ *Operativni cilj 3.1 Osiguran jednak tretman svih učesnika na medijskom tržištu*

Zakonom o medijima će se stvoriti mogućnost za ovlaštenog inspektora da provjerava oglašavanje javnog sektora u internetskim publikacijama i štampanim medijima (propisane kaznene odredbe prema subjektima javnog sektora koji se oglašavaju u medijima koji nisu upisani u evidenciju medija). Zakonom o AVM uslugama će se stvoriti mogućnost za regulatora da provjerava vlasništvo nad elektronskim medijima.

Pripremom periodičnih izvještaja o primjeni Zakona o medijima, te analizom primjene zakonskih normi koja obavezuje javni sektor i medije da objavljuju podatke o uplatama po osnovu oglašavanja i drugih javnih usluga pratiće zakonitost poslovanja i oporezivanja svih onih koji sada na nezakonit način prodaju marketinški prostor. Takođe, potrebno je sprovesti obavezne periodične kontrole trošenja budžetskog novca koji se raspodjeljuje svim medijima, kao i vršiti istraživanja i analize o uticaju svih vrsta državnih davanja na ekonomski status zaposlenih u medijima.

Sprovođenjem redovne finansijske i tržišne kontrole neregistrovanih internetskih publikacija i fizičkih lica koja prodaju marketinški prostor na internetu će se dalje urediti ova oblast.

Donošenjem Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama obezbjediće se obaveza zamračenja reklamnog sadržaja na televizijama čije je sjedište van Crne Gore koje se emituju kroz kablovsku mrežu, a čiji je marketing sadržaj napravljen isključivo ili dominantno za crnogorsko tržište (po ugledu na zamračenje sadržaja za koja nisu plaćena prava za crnogorsko tržište - sport, igrani program, itd). Podzakonski akt će reglisati procedure i obaveze kablovskih operatera u ovoj oblasti. Obezbeđivanjem sredstva za prenos signala javnih i komercijalnih emitera država će nastaviti da pokriva dio troškova svih javnih i komercijalnih emitera za prenos radio-difuznog signala putem zemaljskih sistema.

Neophodno je omogućiti lokalnim samoupravama da uspostave svoje fondove za medijski pluralizam koji bi služili kao podrška lokalnim medijima.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat obezbijedenih subvencionisanje troškova prenosa i emitovanja signala putem mreže radio-difuzinih predajnika za sve javne i komercijalne emitere	30%	40%	60%
Prihodi medija na ime oglašavanja i javnih usluga	3.987.504,92 <sup>28</sup> EUR	+ 10 % u odnosu na polaznu vrijednost	+ 15 % u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat medija koji objavljuju prihode dobijene od organa javnog sektora	37%	85%	90%
Broj osnovanih lokalnih fondova za pluralizam i raznovrsnost medija	0	5	8

➤ *Operativni cilj 3.2 Uspostavljeno sistemsko prikupljanje relevantnih podataka o medijskom tržištu*

Uspostavljanjem metrike za sve formate medija kako bi se mjerila čitanost, gledanost, slušanost, povjerenje i drugi parametri za sve medije u Crnoj Gori, u saradnju sa medijskom zajednicom će se obezbijediti pravovremeno i sistematsko mjerenje svih medija.

Sprovođenjem redovnih polugodišnjih istraživanja javnog mnjenja o trendovima na medijskom tržištu će se dobiti informacije i prijedlozi za unaprjeđene stanja u ovoj oblasti, na osnovu kojih će se definisati niz novih aktivnosti sa ciljem poboljšanja sveukupnog trenda.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj realizovanih istraživanja o čitanosti, gledanosti, slušanosti, povjerenju za sve medije u Crnoj Gori	0	1	3

## STRATEŠKI CILJ IV – UBRZAN PROCESA DIGITALIZACIJE I DIGITALNE TRANSFORMACIJE U MEDIJIMA

<sup>28</sup> Bez PDV-a

## *Stanje u oblasti*

Pojava internetom posredovanih medija dovela je do podjele medija na tradicionalne i nove medije. Društveni mediji, zapravo, smatraju se medijima koji pripadaju generaciji novih medija. Nesporna je činjenica da su ovi mediji pokretači brojnih promjena, što je dovelo do podjele na dvije struje; jednu struju čine pobornici tradicionalnih, a drugu pobornici novih medija.<sup>29</sup>

Sve veća dostupnost svih vrsta sadržaja na internetu, razvoj društvenih mreža, AVM usluga na zahtjev u više različitih tipova i oblika dovelo do promjene sa strane korisnika u načinu na koji komuniciraju, informišu se i zabavljaju. Novi formati, nova pravila, novi ekrani, video i televizijski sadržaji dostupni putem internet na mobilnim aparatima, personalizovane ponude sadržaja, visoka definicija i kvalitet videa, društvene mreže, video igre, e-sport, novi formati informativnih sadržaja, korisničke aplikacije, virtuelna realnost, samo je dio ponude, ili onog što se danas već može nazvati hiper ponudom sadržaja, koje su dostupne internet korisnicima a koje se distribuiraju putem internet. U velikoj mjeri smanjuje se upotreba klasičnih kanala distribucije, bilo da se radi o namjenskim mrežama elektronskih komunikacija (npr. kablovske televizije) ili o tradicionalnim načinima distribucije štampanih medija.

Kada se govori o AVM uslugama u kontekstu novih medija ne smiju se nikako zanemariti tradicionalni mediji, radio i televizija. I u ovim medijima dolazi do značajnih promjena, i sa strane ponuđača ovih sadržaja i naravno sa strane slušalaca i gledalaca ponuđenih programskih sadržaja. Televizija je danas u Crnoj Gori jako dostupan medij, u svojoj osnovi linearan i dostupan na svim platformama distribucije, zemaljskoj digitalnoj platformi koja nudi televizijske programe i po modelu slobodnog pristupa za određen broj medija i po modelu uslovnog pristupa na osnovu pretplate kablovskom operatoru (DVB-C, DTH, IPTV), kao i svim drugim platformama za distribuciju video sadržaja, koje pored usluga televizijskih sadržaja nude i AVM usluge na zahtjev. Iako u Crnoj Gori nema detaljnijeg istraživanja u kojoj mjeri korisnici ostaju privrženi ovim tradicionalnim medijima radija i televizije, na osnovu iskustva sa razvijenijih tržišta koja odlikuje raznovrsnost ponude, može se zaključiti da krajnji korisnici, iako se u sve većoj mjeri koriste AVM uslugama na zahtjev, u određenoj mjeri ostaju privrženi i tradicionalnim medijima.

Tehnološke promjene nijesu zaobišle ni radio. Radijski sadržaji iz Crne Gore, danas su dostupni slušaocima putem zemaljske mreže FM predajnika i u velikom broju i putem interneta. U domenu tehnologije i radio se prilagođava novim tehnološkim trendovima kroz digitalizaciju (DAB+), veliki je broj servisa i platformi koji putem interneta nude mnoštvo radijskih programa razvrstanih na osnovu na osnovu karaktera i tematike ponuđenih programa, ili čak, na osnovu porijekla iz određene zemlje, regiona ili jezika na kojem radijski emiteri proizvode programske sadržaje.

---

<sup>29</sup> "Mehanizmi društvenih medija u oblasti odnosa s javnošću" Jovana Vuković

Sljedeće TV i radio stanica imaju opremu za emitovanje digitalnog signala:

- a) TV: RTCG, Pljevlja, Gradska, Budva, Prva, NovaM, Vijesti, Herceg Novi
- b) Radio: 5 radio stanica potpuno opremljeno, 15 djelimično i ostale radio stanice nemaju.

Takođe, hibridni radio (u kombinaciji usluga radija dostupnih putem interneta i DAB+ radija) je tendencija sve više prisutna u automobilskoj industriji, pa su radio DAB+ formata, radio dostupan putem interneta, kod proizvođača neizostavni dio ponude. Kod proizvođača viših klasa radijski sistemi dio su šireg sistema konfora i zabave u automobilu, koji su često upravljani i određenom vrstom sistema vještačke inteligencije koja ima zadatak da prilagodi ovaj sistem navikama vozača.

Prepoznavši važnost uvođenja digitalnog radija u Crnoj Gori, prvenstveno sa aspekta ograničenja u raspoloživosti frekvencijskih resursa za FM radio, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (EKIP) je krajem 2015. godine uradila Studiju o mogućnostima korišćenja digitalnog radija u Crnoj Gori. Studija je prvenstveno sagladavala tehnički aspekt digitalizacije radija, moguće tehnologije i dala određene smjernice u tehničkom smislu za uvođenje digitalnog emitovanja radijskog signala u cilju implementacije modernih i naprednih digitalnih radio mreža u Crnoj Gori. Uočivši potrebu daljeg unaprjeđenja okruženja i stvaranje uslova za uvođenje digitalnog radija u regulatorne agencije (EKIP i AEM) formirale su međuresorsku radnu grupu za izradu predloga stratejskih polazišta i smjernica za uvođenje digitalnog radija u Crnoj Gori. RDC je u decembru 2020. godine obavijestio Agenciju o nabavci T-DAB+ predajnika namijenjenog za testno emitovanje dva programa Radija Crne Gore, kao i da je dosadašnje aktivnosti na realizaciji ovog projekta finansirao iz sopstvenih sredstava u želji da doprinese razvoju digitalnog radija, ali da će dalje aktivnosti u tom pogledu zavisiti od strateških smjernica razvoja ove tehnologije na nivou Crne Gore i finansijske podrške koja se za tu svrhu obezbijedi.

U kontekstu savremenih platformi koje omogućavaju korisnicima pristup medijskim sadržajima, AVM usluga na zahtjev je u procesu značajne ekspanzije i jedno od sredstava putem kojeg korisnici interneta konzumiraju razne video sadržaje. Ove usluge su po definiciji nelinearne, što znači da korisnik usluge pristupa programskim sadržajima koje su raspoređeni u odgovarajući katalog, kada to želi na osnovu sopstvenog zahtjeva, i kod kojih je katalog ponuđenih programskih sadržaja odabran od strane ponuđača ove usluge. Ove usluge našle su svoje mjesto u regulatornom okviru Evropske unije u tekstu direktive 2007/65/CE, odnosno, u konsolidovanoj verziji ove direktive iz 2010. godine, kojima su utvrđene odredbe koje se primjenjuju na sve pružaoce AVM usluga, kao i posebnu odredbu kojom je definisana zastupljenost evropskih djela u katalogima ponuđača ovih usluga. U Crnoj Gori, ove usluge dobro su razvijene. Gotovo svi vodeći operatori na tržištu elektronskih komunikacija i kablovske televizije nude, uz uslugu distribucije televizijskih programa, i neku od usluga koja je po definiciji AVM usluga na zahtjev. Ove usluge mogu se razvrstati u dva tipa usluga, koje mogu biti dostupne na televizijskim prijemnicima, mobilnim telefonima, konzolama za video igre i tablet uređajima, specijalizovanim prijemnicima (media player, setup box i sl.): catch-up TV i usluge videa na zahtjev (VOD). Prva grupa nudi na raspolaganje na određeni vremenski period programske sadržaje emitovane na televizijskim kanalima. Ovi servisi su besplatni kada su ponuđeni od strane proizvođača televizijskih

programa na određenoj teritoriji, npr. javnog servisa ili komercijalnih emitera odnosno proizvođača televizijskog sadržaja. Kod drugog tipa usluge postoji više kategorija koje se mogu razvrstati na osnovu pretplatničkog modela, npr. pretplate ili korisničkog zahtjeva. Većina ovih usluga dostupna je korisnicima po nekom od pretplatničkih modela, mada postoje i servisi koji su besplatni, a čiji ponuđači se finansiraju od prihoda ostvarenih na osnovu neke od aktivnosti iz domena reklamiranja.

Ove usluge uticale su i na promjenu kod televizije kao medija i promjene ponašanja korisnika, što je dovelo do toga da se i televizija kao tradicionalni medij prilagodi savremenim trendovima, kroz razvoj različitih platformi kojima gledaocima omogućava pristup emitovanim sadržajima na određeni vremenski period, a određeni sadržaji bivaju dostupni i prije emitovanja sadržaja u terminu predviđenom programskom šemom. Hibridne tehnologije koje na televizijskim prijemnicima povezanim na internet nude određenu interaktivnost već odavno nijesu novina i široko su rasprostranjene kod velikog broja evropskih televizijskih emitera (HbbTV i sl.)

Sa druge strane ponuđači AVM usluga na zahtjev prilagođavaju svoju ponudu, i na osnovu raznih algoritama za procjenu navika i želja korisnika prilagođavaju kataloge ponuđenih sadržaja koji postaju personalizovani i prilagođeni svakom pojedinačnom korisniku. Na osnovu navedenih razmatranja jasno je da primjena adekvatnog regulatornog okvira u AVM sektoru postaje sve kompleksnija i zahtijeva dublje poznavanje svih trendova na tehnološkom planu, ali i trendova koji se odnose na ponuđače i korisnike usluga.

RTCG je modernizovala svoje tehničke kapacitete tokom 2018. i 2019. godine, a 27. novembra 2019. zvanično je pušten digitalni signal koji omogućava kvalitetniji rad javnog medijskog servisa. To se tiče RTCG sistem proizvodnje i emitovanja programa je u potpunosti digitalizovan. U ovom procesu obnovljena je emisiona i studijska tehnika, nabavljeno nekoliko reportažnih kola, i stvorena mogućnost da se ostvari satelitska konekcija za 10 minuta. Takođe, tokom ovoga procesa, zaposleni su obučeni da samostalno rade na novoj opremi, te tehnološki i novinarski kadar je usvojio sve neophone vještine potrebne za rad. U RTCG-u oprema, odnosno sistem proizvodnje i emitovanja programa, je u potpunosti digitalizovana.

Situacija u RTCG Arhiv je potpuno drugačija, proces digitalizacije nije započet, a samo radio ima preko 80,000 ploča. Identifikovani su koraci koji vode ka digitalizaciji, koja predstavlja veoma kompleksan proces, kako bi ova veoma bitna i bogata arhiva Javnog servisa bila što prije digitalizovana.

S obzirom na nove formate medija u eri ubrzanih tehnoloških promjena i na sve veći i lako dostupni opseg različitih informacija na internetu, postavlja se pitanje mjera zaštite slobode izražavanja na internetu, kao i na zloupotrebe slobode izražavanja i njihovo sankcionisanje.

U Crnoj Gori, kao i u mnogim drugim zemljama, internet nije uređen u okviru jedne pravne oblasti, već se njime bave različiti zakonski propisi, na različitim nivoima, a to su Ustav Crne Gore, Zakon o medijima, Zakon o elektronskim komunikacijama, Zakon o elektronskoj trgovini, Krivični zakonik. Isto se može reći i za institucionalni okvir. Postoji više institucija u okviru državne uprave i među nacionalnim

regulatornim organima sa nadležnostima u upravljanju internetom. Pored toga, postoje i samoregulatorna tijela i NVO koje su aktivne u ovoj oblasti.<sup>30</sup>

Direkcija za zaštitu tajnih podataka, preko posebne organizacione jedinice (CIRT) vrši koordinaciju prevencije i zaštite od računarskih bezbjednosnih incidenata na internetu i drugih rizika od incidenata po bezbjednost informacionih sistema državnih organa, organa državne uprave, organa jedinica lokalne samouprave, pravnih lica sa javnim ovlašćenjima i drugih pravnih i fizičkih lica koja ostavruju pristup ili postupaju sa podacima, osim tajnih podataka.

### ***Identifikovani izazovi***

Glavni izazov televizije kao medija predstavlja težnja da se u najboljoj mjeri prilagodi novom okruženju i još uvijek bude konkurentna u domenu informisanja, edukacije i zabave i da doprinese očuvanju kulturnog identiteta i raznolikosti, kroz povećanje dostupnosti domaćih sadržaja. Ovo se posebno odnosi na javne emitere i komercijalne emitere koji su posvećeni proizvodnji sadržaja sa tematikom i od značaja za lokalnu zajednicu i koji svoje programe čine dostupnim građanima putem digitalne zemaljske platforme (DVB-T2) koja je u Crnoj Gori, u smislu postojanja odgovarajućih mreža, veoma dobro razvijena, gotovo na nivou razvijenih evropskih zemalja. Treba imati u vidu da sve mogućnosti ove platforme nijesu u punoj mjeri realizovane, što se odnosi, prije svega, na dostupnost i prilagođenost programskih sadržaja za osobe sa invaliditetom, multijezičnost i sl.

U Crnoj Gori dodatan izazov predstavlja i ograničenost u pogledu mogućnosti proizvodnje konkurentnih sadržaja, čak i na nivou regije, gdje postoji nekoliko ponuđača ovih usluga koji imaju značajno tržišno učešće što može, i jeste, biti dodatni izazov za lokalne proizvođače sadržaja, javne i komercijalne emitere koji u tako složenom okruženju moraju naći put do krajnjeg korisnika, odnosno, konzumenta ponuđenog sadržaja.

Na institucionalnom nivou, Agencija za elektronske komunikacije i poštanske usluge (EKIP) je nadležna za zaštitu interesa korisnika i rješavanje sporova na tržištu elektronskih komunikacija i za praćenje operatora, kako je propisano u članu 11 Zakona o elektronskim komunikacijama (Skupština Crne Gore 2017b). Pošto ne postoji univerzalna obaveza praćenja, niko nije nadležan za praćenje sadržaja na internetu u Crnoj Gori. Postoje organi kojima su povjereni određeni zadaci u pogledu zakonske usklađenosti sadržaja na internetu. Međutim, ti organi ne prate internet sistematično.

U Crnoj Gori nije ra]eno detaljnije istraživanja u kojoj mjeri korisnici ostaju privrženi tradicionalnim medijima radija i televizije, a u kojem procentu koriste nove, moderne medije.

---

<sup>30</sup> Konvencije Savjeta Evrope sa posljedicama po internet saobraćaj koje su prenijete u nacionalno pravo Crne Gore kroz zakone o njihovom potvrđivanju direktno se primjenjuju, a to su Evropska konvencija o ljudskim pravima (EKLP), Konvencija o sprječavanju terorizma (SE 2005), Konvencija o računarskom kriminalu (sa njenim Dodatnim protokolom) (SE 2001), Konvencija o zaštiti djece od seksualnog iskorištavanja i seksualnog zlostavljanja (SE 2012), Konvencija o zaštiti lica u pogledu automatske obrade ličnih podataka (sa njenim Dodatnim protokolom) (SE 1981) i Konvencija o pristupu službenim dokumentima (SE 2009).

Osnovni izazovi u daljem tehnološkom i tehničkom napretku RTCG Arhiv je prije svega nedostatak budžetskih sredstava. Neophodno je uspostaviti čitav sistem za trajnu pohranu materijala iz arhiva i to na siguran i trajan način. Produkciona tehnološka platforma koju koristi RTCG za svakodnevnu proizvodnju programa je arhitektonski postavljena tako da se može jednostavno integrisati sa takvim resursima za arhivske sisteme.

### ***Operativni ciljevi***

Starteški cilj će se dostiću kroz sljedeće operativne ciljeve:

➤ *Operativni cilj 4.1 Unaprijeđeni tehničko-tehnološki i produkioni kapaciteti medija*

Novi Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama mora na adekvatan način da definiše nelinearnu uslugu i propiše mjere koje se odnose na ponuđače AVM usluga na zahtjev, a koje su i predviđene evropskim regulatornim okvirom, odnosno direktivom o AVM uslugama. Tako bi se otklonila trenutno prisutna disproporciju u primjeni mjera, odnosno smanjena primjena mjera na ove servise u odnosu na uslugu kablovskih operatora koji su po važećem zakonskom rješenju svrstani u kategoriju pružaoca AVM usluga na zahtjev, iako veliki dio njihove ponude čini usluga distribucije televizijskih programa, odnosno distribucija linearnih sadržaja kod kojih uređivačka odgovornost pripada trećim licima.

Izmjenom zakonskog rješenja i uvođenjem definicije distributera radijskih i televizijskih programa, stvoriće se uslovi za njegovu adekvatnu i uravnoteženu primjenu na ovom kompleksnom tržištu. Usvajanjem Zakona o AMV uslugama definisanće se usluge i akteri na tržištu AVM usluga u pogledu primjenjenje tehnologije i uravnotežene regulatorne mjere, a potrebno je i usaglasiti regulatornu praksu koja se odnosi na pružaoce usluge distribucije radijskih i televizijskih programa, AVM usluga na zahtjev sa odredbama direktive EU 2018/1808 (AVMSD).

Direktiva kojom je revidirana direktiva iz 2010 godine predvidjela je mjere kojima se želi stvoriti relevantan regulatorni okvir koji i redukovati određena asimetrija u regulatornim mjerama i koje se odnose na različite tipove usluga, podstičući i nove forme regulacije. Polje primjene ove direktive prošireno je i na platforme za dijeljenje video sadržaja. Ponuđači ovih usluga, u skladu sa odredbama ove direktive moraju preduzeti određene mjere koje se naročito odnose na zaštitu maloljetnika, pozivanje na mržnju i zagovaranje terorizma.

Nadalje, potrebno je stvoriti podsticajan ambijent za dalji razvoj usluga digitalne zemaljske televizije (DVB-T2) i radija (Dab+) i stvoriti uslove za implementaciju prvog nacionalnog multipleksa za T-DAB+ tehnologiju.

RTCG na godišnjem nivou izdvaja sredstva za digitalizaciju najugroženijih, odnosno najstarijih materijala u svom arhivu, kako bi se ti materijali prebacili na sigurniji medij za pohranjivanje, te sa ovom praksom se planira nastaviti i ubuduće. To je samo početak čitavog procesa, jer je neophodno uspostaviti čitav sistem za trajnu pohranu ovih materijala, na siguran način. Ovakav sistem mora da omogućiti laku

pretragu, kao i unošenje svih neophodnih metapodataka kojim će se povećati vidljivost i iskoristivost svih materijala. Definirani su koraci za započinjanje digitalizacije arhiva Javnog servisa i to: 1. Popisivanje i katalogizacija svake kasete, trake, VHS trake i ploče; 2. Određivanje prioriteta za digitalizaciju; 3. Detaljan opis svih materijala koji se digitalizuju, uključujući i osobe koje se pojavljuju; 4. Nabavka servera za čuvanje digitalizovanog materijala, standard je da se moraju čuvati po tri kopije na tri različita mjesta. Ovaj proces je višegodišnji, koji zahtijeva prije sveha stručno rukovanje materijalom ali i pažljivu trajnu digitalizaciju podataka.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat digitalizacije arhiva Javnog Servisa RTCG	0%	30%	50%
Procenat realizacije mreže digitalnih radija <sup>31</sup> u Crnoj Gori sa nacionalnim pokrivanjem	0%	10%	20%
Broj TV stanica koji imaju adekvatnu opremu za emitovanje digitalnog signala	8	11	16
Broj radio stanica koji imaju adekvatnu opremnu za emitovanje digitalnog signala	5	7	10

## STRATEŠKI CILJ V – SIGURAN AMBIJENT ZA RAD NOVINARA OBEZBIJEĐEN

### *Stanje u oblasti*

Od maja 2004. godine do oktobra 2016. godine NVO Akcija za ljudska prava (HRA) izvijestila je o ukupno 55 slučajeva napada na novinare, od kojih:

- ~ 1 ubistvo (2004 godine)
- ~ 21 napada na novinare i timove novinara
- ~ 16 prijetnji i prijetnje smrću
- ~ 9 paljenja i oštećenja vozila sužbenih i ličnih vozila novinara
- ~ 1 eksplozija pred komercijalnim medijem
- ~ 1 incident ka novinaru i fotoreporteru
- ~ 7 kamenovanja vozila ili zgrade medija

<sup>31</sup> javnih i komercijalnih emitera

U dodatnih 14 slučajeva – incidenata gdje su novinarima upućenje prijetnje ili su an drugi način ometeni u radu, nisu prijavljene ili su novinari odustali od gonjenja.

Komisiju za istrage napada na novinare, koja je formirana polovinom 2021. godine, čine predstavnici medijskih kuća, novinari, predstavnik nevladinih organizacija, predstavnik Društva profesionalnih novinara, predstavnik Medijskog savjeta za, predstavnik Sindikata medija, predstavnica Agencije za nacionalnu bezbjednost, predstavnica Vrhovnog državnog tužilaštva, predstavnik Višeg državnog tužilaštva i predstavnica Uprave policije. Pomenuti sastav Komisije je uticao i na efikasniji rad, obzirom da su sada predstavnici tužilaštva i suda direktno ključeni u rad ovog tijela. Važan segment je praćenje slučajeve koji se dogode preko društvenih mreža, pored identifikovanih napada i prijetnji. Takođe, Komisija djeluje i u postupcima koji nemaju kao epilog podsnošenje prekršajne ili krivične prijave.

Iz izvještaja o radu Komisija za istraživanje napada na novinare dobijeni su sledeći podaci o slučajevina napada:

septembar 2016 – januar 2017	2 slučaja (ugrožavanje sigurnosti i prijetnja)	1 slučaj sa nepoznatim ishodom i 1 slučaj gdje je krivična prijava odbačena
septembar 2017 – januar 2018	1 slučaj (napad)	slučaj u postupku
januar – maj 2018	6 slučajeva (3 napada, 1 prijetnja, paljenje vozila i ranjavanje novinarke)	1 slučaj procesuiran, 1 krivična prijava odbačena, u jednom slučaju osuđena 2 lica, u 2 slučaja istrage u toku
maj 2018 – februar 2019	9 slučajeva (3 napada i 6 prijetnji)	4 postupka u toku, 1 novčana kazna, 4 prijave odbačena
februar 2019 – maj 2020	6 slučajeva (uznemiravanje, napad, 4 hapšenja novinara)	1 postupak u toku, 1 postupak napadač kažnjen prekršajno, 3 novinara puštena, 1 osoba osuđena
jun – oktobar 2021	11 slučajeva (10 napada, 1 prijetnja)	6 presuda, 2 postupak u toku, 3 slučaja bez pokretanja postupka
oktobar 2021 – februar 2022	1 slučaj (napad)	Bez pokrenutog postupka

Prema podacima „Safejournalists“ od februara 2019. do juna 2022. godine bilo je ukupno 34 zabilježena slučaja napada na novinare i to 24 prijetnje, 8 napada i 1 kamenovanje vozila RTCG-a.

Za slučajeve napada, nadležna je Uprava policije i tužilaštvo, obzirom da je u njihovoj nadležnosti istražni postupak, te na osnovu njega podnosi se prekršajna ili krivična prijave, o čemu finalno odlučuje nadležni sud i donosi presudu za svaki slučaj.

*„Nasilje nad novinarima je veoma zabrinjavajući trend i treba da bude stavljen visoko na listi prioriteta kreatora politike, zakonodavca, pravosuđa i medijske djelatnosti. Neriješeni napadi nasilja na neke novinare potresli su profesiju u posljednjih nekoliko godina, ali postoje i izvještaji o neopravdanom i intruzivnom pritisku od menadžmenta medija i političara koji se svakodnevno vrše u redakcijama ... I*

*pored dekriminalizacije klevete koja je bila pozitivan razvoj, postoje indikacije da u nekim slučajevima sudstvo ne omogućava nezavisnu sudsku ocjenu slučajeva klevete i smatra se da je pod uticajem političkih i drugih struktura vlasti“.*

Ovo su neke od konstatacija Analize medijskog sektora kroz JUFREX program, tako da su date sljedeće preporuke:

- Vlada treba da obezbijedi sigurno okruženje za novinare koje im omogućava da obavljaju svoj posao.
- Vlada treba snažno, otvoreno i blagovremeno da osudi i procesuiru svaku prijetnju bezbjednosti novinara.
- Napore u vezi sa primjenom Etičkog kodeksa novinara Crne Gore od strane samog medijskog sektora treba nastaviti, poželjno uz podršku odgovarajućih međunarodnih organizacija (EU, Savjet Evrope, predstavnik OEBS-a za slobodu medija i UNESCO-a).
- Vlada bi trebalo da pruži punu podršku djelotvornom i efikasnom radu Komisije za istragu napada na novinare, kao i potpunu transparentnost rada Komisije.
- Za Državno tužilaštvo Crne Gore treba obezbijediti obuke u vezi sa krivičnim djelima izvršenim preko društvenih mreža, kao i onih koji se odnose na tehničke i pravne aspekte bezbjednosti novinara.
- Puna transparentnost rada Vlade i organa javne uprave, koji poštuju pravo građana na informisanje.
- Slučajevi klevete moraju se pravilno rješavati i ne mogu se koristiti da se “utišaju” mediji. S tim u vezi, tužilaštvo Crne Gore je u obavezi da garantuje odgovarajuće, tačne i pravovremene informacije štiteći neophodnu transparentnost u slučajevima istraga protiv novinara.
- Subjekti koji obavljaju medijsku djelatnost će štititi novinare od promovisanja sprovođenja Etičkog kodeksa i profesionalizma u novinarstvu.
- Medijski profesionalci i novinari Crne Gore treba da nastoje da prevazilaze političke podjele u korist zajedničkih ciljeva svoje profesije, kao što su viši nivoi profesionalizma, pluralizam medija, zdravo radno okruženje i najbolji mogući uslovi za medijske slobode.

### ***Identifikovani izazovi***

U posljednjoj godini (2021. godini) zabilježeno je 11 slučajeva napada na novinare koji nisu rasvijetljeni, a sam rad nadležnih tijela za rasvjetljavanje istih se nije pokazalo efikasnim, što nije rezultiralo niti jednom presudom. Pred Disciplinskom komisijom MUP-a, od formiranja komisije u septembru 2021. godine, nije pokrenut nijedan postupak protiv policijskih službenika u vezi napada na novinare, kao ni u periodu prije formiranja Komisije. Takođe, nema podatka da je bilo disciplinskih postupaka istim povodom.

Kada je u pitanju rad Komisije za istrage napada novinara otežan je rad iste zbog ne dostavljanja podatka koji su potrebni u cilju sagledavanja ukupne situacije, te definisanja tačnih radnji u određenim slučajevima. Dodatno, izazov predstavlja i činjenica da dva člana Komisije i dalje nemaju dozvolu za pristup tajnim podacima tako da ne mogu da rade i razmijenjuju informacije u punom kapacitetu. U izvještajima Komisije za praćenje postupanja nadležnih organa u istragama slučajeva prijetnji i nasilja nad novinarima, ubistava novinara i napada na imovinu medija, kao glavni izazovi u radu se pominju nedostatak i kašnjenje odgovora na preporuke i nedostavljanje ili nepotpuno dostavljanje podataka i ograničavanje njihovog pristupa od strane drugih državnih organa – državnog tužilaštva, Ministarstva unutrašnjih poslova, Uprave policije, Agencije za zaštitu ličnih podataka i same Vlade. Time je, naročito u ranijem periodu, bio krajnje ograničen rad Komisije, što je nerijetko doprinisilo manjku efikasnosti i djelotvornosti u njenom radu. Komisija ne posjeduje evidenciju ili registar o procentu realizovanih preporuka, usljed prethodno navedenih poteškoća sa dobijanjem povratnih informacija od strane nadležnih institucija.

Nisu organizovane specijalizovane obuke za Tužilaštvo Crne Gore i MUP vezano za krivična djela izvršena preko društvenih mreža.

### ***Operativni ciljevi***

Starteški cilj će se dostiću kroz sljedeće operativne ciljeve:

- *Operativni cilj 5.1 Uspostavljeni mehanizmi za odvrćanje od ugrožavanja i narušavanja fizičkog integriteta novinara i povećana odgovornost nadležnih institucija*

Potrebno je obezbijediti zdravo, bezbjedno i fer okruženje za rad novinara u Crnoj Gori, standardizovati izvještavanje Vrhovnog suda o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari te na taj način redovno će se pratiti kaznena politika sudova i rasvetljavanje ovih djela. Na osnovu ovih podataka i podataka ostalih relevantnih subjekata potrebno je razvijati godišnje izvještaje o svim vrstama slučaja gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari, kroz redovne godišnji izvještaje Komisije, Uprave policije i Vrhovnog državnog tužilaštva o učincima u rješavanju napada na novinare. Dodatno, potrebno je tačno definisati kontakt osobe u Upravi policije i Tužilaštvu, te formirati specijalizovane timove sa obučeni osoba koje će pratiti i istraživati slučajeve napada na novinare.

Kako bi se o ovoj temi podigla svijest građana ali i institucija zaduženih za rasvetljavanje napada, organizovaće se specijalizovane medijske kampanje, okrugli stolovi za sud, tužilaštvo i medije kao i treninzi za relevantne insitucije.

Potrebno je obezbijediti dalju podršku Komisija za praćenje slučajeva napada na novinare, te analizirani njihov učinak i tjesnije pratiti rad komisije. Promocijom njihovog rada potrebno je dati dodatan impetus njihovom radu kroz predstavljanje izvještaja o radu Skupštini CG i približavanju nalaza i zaključaka koja ova Komisije donosi, dodatno će se uticati na razumijevanje ukupne javnosti o pritiscima koji novinarska

profesija trpi, sa ciljem kreiranja zdravih i sigurnih uslova rada. Potrebno je ulagati vještine i znanja novinara, sa ciljem podizanja standarda u novinarskoj profesiji u Crnoj Gori.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj procesuiranih slučajeva za ugrožavanje novinara <sup>32</sup>	11 (2021)	8	5
Broj sankcionisanih napada u slučajevima ugrožavanje novinara	3 (2021)	8	5
Broj pokrenutih disciplinskih postupaka protiv odgovornih lica u nadležnim institucijama <sup>33</sup> zbog nefikasnosti u rasvjetljavanju napada na novinare	0 (2021)	2	5
Procenat realizovanih preporuka Komisije za praćenje slučajeva napada na novinare	Polazna vrijednost će biti naknadno utvrđena	30% realizovanih preporuka	50% realizovanih preporuka

## STRATEŠKI CILJ VI – POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA I SLOBODNIH NOVINARA/FOTOREPORTERA UNAPRIJEĐEN

### *Stanje u oblasti*

U skladu sa zakonodavstvom, novinari u Crnoj Gori mogu biti radno angažovani na više različitih načina. Gotovo sve vrste radnog angažovanja regulisane su Zakonom o radu, kao krovnim zakonom koji reguliše ovu oblast, ali radni odnosi mogu biti uređeni i različitim posebnim zakonima. Novinari su najčešće radno angažovani putem ugovora o radu na neodređeno ili određeno vrijeme, putem ugovora o djelu, ali i putem agencija za zapošljavanje.

I pored izmjena medijskih zakona od 2020. godine, stanje slobode medija u Crnoj Gori i dalje karakterišu brojni problemi vezani za materijalni položaj novinara i medijskih radnika. Izmjenama Zakona o medijima unaprijeđena je autonomija novinara unutar redakcija usvajanjem rješenja da im ne smije biti mijenjan tekst/prilog bez njihove saglasnosti, da imaju pravo da odbiju da urade sadržaj koji je u suprotnosti sa etičkim načelima, da imaju pravo na slobodu izražavanja mišljenja, bez straha da im zbog

<sup>32</sup> Izvor Komisije za praćenje slučajeva napada na novinare

<sup>33</sup> MUP, Uprava policije i Tužilaštvo

toga može prestati radni odnos. Istraživanje Sindikata Medija Crne Gore<sup>34</sup> iz 2021. godine pokazalo je da ekonomski i socijalni položaj novinara i dalje obilježava loš materijalni status, pritisci, preopterećenost i strah. Prosječni radni dan novinara u Crnoj Gori traje oko šest sati za nešto više od 12% ispitanih. Čak 78% novinara radi prekovremeno. Ogromna većina ispitanika ili 69% njih nikada nije dobilo nadoknadu za prekovremeni rad. Čak 38% novinarima zaradu manju od prosječne odnosno manju od 500 eura dok veću od 600 eura ima 30% anketiranih. Anketirani novinari su ocijenili da novinari u Crnoj Gori nijesu solidarni (80,5%). Gotovo svi novinari smatraju da novinari u Crnoj Gori nijesu ni slobodni. Istraživanje je pokazalo da je čak 45% novinara bilo u situaciji u kojoj su morali cenzurisati sadržaj. Takođe, 37% anketiranih tokom rada osjeća neku vrstu političkog miješanja ili pritisaka.

Podaci iz Uprave za statistiku – MONSTAT za 2019. godinu govore da u crnogorskom medijskom sektoru radi 1.432 ljudi. Prema podacima Ministarstva za kulturu i medije iz maja 2022. godine, ukupan broj zaposlenih u medijima je 2.291 i to:

---

<sup>34</sup> <file:///P:/Korisnicki%20podaci/Downloads/download.pdf>

## Internteska publikacija

• Vijesti	96	
• RTV Mir i Teuta	17	
• Pobjeda	131	
• Kombinat	4	
• Onogošt	3	
• Analitika	20	
• Vijesti iz Bijelog Polja	6	
• PV portal.me	2	
• Antena M	36	
• Feral bar	3	
• CIN	2	
• Boka news	4	
• Fokalizator	7	
• Standard	11	
• CDM	27	
• Roditelji.me	4	
• Radio Titograd		4
• Radio Petnjica	4	
• Biznis CG	3	
• Mina news	17	
• Dan	146	
• Investitor	8	
• Bankar	5	
• Espona	3	
• Media Biro	17	
• Mina news	17	
• Novine Nikšića		2
• Novine Sjevera		3
• Kolektiv	7	
• Lopta	1	
• MNE Magazin	6	
• Radio Elita	5	
• Seljak.me	6	
• Sjever CG	5	
• Sport fem	5	
• Pljevlja Informer	5	
• Slobodna riječ	6	
• Danilovgrad		
• Podgorica	5	

## Javni emiteri

• RTCG	729
• Radio Berane	22
• RTV Pljevlja	33
• RTV Rožaje	29
• Radio Andrijevića	12
• Radio Kotor	15
• RTV Herceg Novi	41
• RTV Cetinje	16
• Radio Bijelo Polje	15
• Radio Bar	27
• RTV Podgorica	113
• RT Ulcinj	10
• RTV Nikšić	78
• RTV Budva	68
• Radio Danilovgrad	9

## Štampa

• Riječ Pive	5
• Novine Nikšića	2
• Glas Žabljaka	
• Mojковаčke novine	6
• Kolašinski pogledi	8
• Dan	104
• Vijesti	96
• Pobjeda	150
• Monitor	19
• Mozaik	
• Nova Sloboda	4
• Komuna	3
• MINA	14

Zbog pandemije korona virusa došlo je u i do povećanja obima posla nekim medijima. Podaci do kojih smo došli tokom 2020. godine ukazuju na to da, zbog promjene uslova rada tokom virusa Covid-19, dolazi do toga da novinari troše sopstvene resurse (npr. internet, telefon, struju...) radeći redakcijski posao, a to nisu troškovi koji im se na bilo koji način refundiraju ili im je, zbog takvih okolnosti, uvećana plata.

<i>Prosječna bruto zarada novinara u Crnoj Gori</i>												
<b>Godina</b>	<b>Januar</b>	<b>Februar</b>	<b>Mart</b>	<b>April</b>	<b>Maj</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Avgust</b>	<b>Sept.</b>	<b>Okt.</b>	<b>Nov.</b>	<b>Dec.</b>
<b>2018</b>	698.49	684.56	678.79	708.80	723.18	689.30	701.53	692.14	704.36	705.78	710.14	742.99
<b>2019</b>	731.90	707.36	707.82	730.54	758.25	703.99	738.65	701.83	730.01	741.02	773.40	760.85
<b>2020</b>	780.70	762.08	742.49	759.17	768.47	737.89	751.14	766.91	757.05	796.65	748.25	798.34
<b>2021</b>	777.07	769.61	789.53	772.90	797.75	763.06	804.11	784.36	803.26	749.35		

Grafik 2 – Podaci o zaradama novinara dostavljeni od strane Uprave prihoda i carina

### ***Identifikovani izazovi***

Osim standardno loših uslova rada, praćenih radom na crno, neisplaćenim prekovremenim radom ili radom u toku praznika, pritiscima, samocenzurom i strahom od mogućih napada, crnogorski novinari su tokom 2020. godine imali i dodatan strah za život sa obzirom na to da su radili u uslovima pandemije. Ne postoje mehanizmi kojima se novinarima pruža socijalna zaštita u slučaju promjene vlasništva ili redakcije. Štaviše, ne postoje regulatorne zaštitne mjere, ni instrumenti samoregulacije, kojima se nastoji osigurati da na odluke koje se odnose na imenovanja i razrješenja glavnih urednika ne utiču komercijalni interesi. Ekonomski i socijalni položaj novinara i dalje obilježava loš materijalni status, pritisci, preopterećenost i strah. Osim loših zarada, problem su i nedostatak opreme, mogućnosti usavršavanja i napredovanja. Sve ovo dovodi do napuštanja profesije od strane velikog broja novinara. Manjak zaposlenih dovodi do preopterećenosti novinara da zadovolje „dnevnu traku” i objavljuju svakodnevno veliki broj tekstova/priloga, što u konačnom utiče na pad kvaliteta novinarstva i gotovo gašenja istraživačkih poduhvata u redakcijama.

Veliki problem medijske scene su i dalje potpuno neregulisan status frilensera i honoraraca, odnosno novinara i drugih medijskih radnika koji su angažovani projektno ili po ugovorima o autorskom djelu. Osim što nijesu zakonom prepoznati, ni medijska zajednica i istraživanja koja se vrše u medijima ne nude neke podatke koji oslikavaju njihov specifičan položaj: nema podataka ni o broju, zaradama i/ili o osiguranju frilensera, a isto je i sa honorarcima. Nesigurne zarade, koje su ispod prosjeka na nivou države i koje zavise od broja tekstova, prati nedovoljna zakonska zaštita. Položaj zaposlenih u drugim sektorima možda najbolje opisuje činjenica da je polovina prinuđena da radi za više od jedne redakcije u matičnom mediju, dok je isti broj njih zaposlen u više od dva medija. Predstavnici ovih profesija takođe nisu u prilici da se usavršavaju.

### ***Operativni ciljevi***

Starteški cilj će se dostiću kroz sljedeće operativne ciljeve:

- *Operativni cilj 6.1 Osnažena socio-ekonomska pozicija zaposlenih u medijima i slobodnih novinara*

Izmjenom Zakona o medijima planira se postići bolja zaštita prava novinara u Crnoj Gori, takođe radiće se predviđa se uvođenje obaveze poslodavca da u mediju ne može biti smanjen broj zaposlenih u periodu od najmanje šest mjeseci prije konkurisanja za raspodjelu sredstava iz Fonda za medijski pluralizam. Izradiće se analiza o trenutim izazovima u radu medija, a usvajanjem novog Granskog kolektivnog ugovora poboljšaće se status i radna prava zaposlenih u medijima, a povezivanjem radnog staža novinarima, fotoreporterima i snimateljima u onim medijskim kućama koje su bile u stečaju ili čija su preduzeća likvidirana, unaprijediće se materijalno-pravni položaj ovih lica. Takođe definisaće se koeficijenti za zaposlene u medijima i beneficirani radni staž za novinare i druge medijske radnike koji se bave poslovima sa povišenim stepenom rizika.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Prosječna zarada novinara	764.09 (2020)	+7% odnosu na polaznu vrijednost	+10% u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat usaglašenosti koeficijenata fotoreportera i drugih tehničkih zanimanja sa koeficijentom novinara u granskom kolektivnom ugovoru	0%	100%	100%

- *Operativni cilj 6.2 Unaprijeđena nezavisnost i kapaciteti novinara i drugih zaposlenih u medijima*

Izradom predlog Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o medijima u dijelu obaveznosti da svaki statut garantuje zaštitu urednika, odvoji informativnu redakciju od marketinga, poboljša proceduru zaštite novinarskog izvora, te prije svega normira definiciju novinara, uticaće na nezavisnost novinara i zaposlenih u medijima. Uspostavljanje posebnih etičkih mehanizama ili tijela unutar profesionalnih udruženja koja bi se bavila problematikom primjene etičkog kodeksa i profesionalnih standarda dodatno će se osnažiti profesionalnost u radu novinara i njihov integritet. Dodatno potrebno je organizovani širok opseg obuka za postojeće zaposlene u medijima, u cilju jačanja postojećih kapaciteta. Takođe, uspostavljanje novih studijskih programa i predmeta za oblast medija, direktno bi uticalo na kvalitet, znanje i vještine zaposlenih u medijima.

Neophodno je jačati ulogu profesionalnih udruženja novinara, koji bi trebali da imaju edukativnu ali i korektivnu ulogu unutar svog članstva. Takođe, oni bi učestvovali u izradi novog Kodeksa novinarki i novinara Crne Gore. Obzirom da ne postoje jasni kriteriji za sticanje statusa novinara (ne postoji obaveza akreditacije ili polaganja stručnog ispita), neophodno je jačati korektivnu ulogu unutar profesionalnih asocijacija, koje bi bile u mogućnosti da korigiraju greške uočene u radu novinara.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat registrovanih medija koji su donijeli statute u skladu sa zakonom i osigurali zaštitu glavnog urednika	Polazna vrijednost biće utvrđena 2024.g.	+ 10% u odnosu na polaznu vrijednost	+20 % u donosu na polaznu vrijednost
Broj zaposlenih u medijima koji se usavršava na godišnjem nivou	Polazna osnova će biti naknadno utvrđena	Najmanje 20	Najmanje 30

## STRATEŠKI CILJ VII – OSNAŽENA MEDIJSKA PISMENOST SVIH SEGMENTA DRUŠTVA

### *Stanje u oblasti*

Indeksom medijske pismenosti globalne Fondacije za otvoreno društvo za 2019. godinu, Crnu Goru se svrstava na dno ljestvice država u kojima je mjerenje urađeno, odnosno na 31 mjesto od 35. zemalja. Ovo istraživanje region i Crnu Goru definiše kao izuzetno ranjivo kada je u pitanju podložnost lažnim vijestima. Namjerni ili nenamjerni pokušaji medija da manipulativno utiču na javno mnjenje (jednokratno širenje lažnih vijesti) ne smiju biti alibi za generalizaciju medija i novinara, niti loši primjeri ograničenja slobode izražavanja.

Ono što je potrebno jeste snažniji institucionalni pristup koji ima za cilj jačanje medijske pismenosti svih građana Crne Gore. NVO Centar za građansko obrazovanje ukazala je da medijska pismenost i zaštita od neprovjerenih informacija nedovoljno razvijena, uprkos tome što je Crna Gora među prvima uvela medijsku pismenost u obrazovni sistem.

JUFREX analiza medijskog sektora u Crnoj Gori izrađena od strane eksperata Savjeta Evrope i Evropske komisije preporučuje dodatan napor unutar obrazovnog sistema, posebno kroz angažman crnogorskih i međunarodnih nevladinih organizacija koje se bave afirmacijom medijske pismenosti.

U Crnoj Gori se u odnosu na zemlje regiona, kada je riječ o medijskoj pismenosti, najdalje otišlo, ako se govori o institucionalnom pristupu i mogućnosti da se izučava, medijska pismenost. Podaci, ipak pokazuju da taj proces nije brz i lak. Svakako da je javni interes da svaki pojedinac pa i učenik razumije digitalno doba u kome živi. Međutim, na obrazovnim institucijama je da permanentno sagledavaju okruženje i omoguće pojedincima-učesnicima obrazovnog procesa da na pravi način budu dio "digitalnog svijeta".

Na značaj medijskog obrazovanja upozorava i napredak u oblasti vještačke inteligencije, procesi robotizacije razvoj i upotreba algoritama koji uvećavaju mogućnost manipulacije u medijima širenje antinauke i nepovjerenja prema medijima, ali mogu ugroziti i sigurnost podataka i privatnosti.

Medijska pismenost nije samo pitanje obrazovanja i kulture, već je i pitanje ekonomskog razvoja, jer je neophodna na tržištu rada 21. vijeka i time je neophodna za prekidanje međugeneracijskog siromaštva, a istovremeno je medijska pismenost i pitanje razvoja demokratije u jednoj zemlji, jer je neophodna za građanski aktivizam u digitalnom dobu.

Istraživanja UNICEF-a u Crnoj Gori pokazuju da 7 od 10 građana Crne Gore prepoznaje medijsku pismenost kao najbolji dugoročni odgovor na dezinformacije. Oni smatraju da bi medijsko opismenjavanje građana omogućilo da oni sami provjeravaju tačnost informacija, čime bi se smanjilo širenje dezinformacija. Svijest i podrška građana postoji, na redu su sada razne institucije koje treba da odgovore na ovaj zahtjev građana Crne Gore.

Postojanje medijske pismenosti u crnogorskim školama je polazna osnova za strategiju medijske pismenosti. U školama je kao izborni predmet uvedena u CG obrazovni sistem 2009. godine. Problem je mali obuhvat tog predmeta, nedovoljna promocija predmeta u školama, ne postojanje kontinuirane obuke nastavnika/ca i činjenica da se ova vrsta znanja za sada samo nudi gimnazijalcima. Učenici gimnazije čine 30% ukupnog broja srednjoškolaca (oko 32.000 srednjoškolaca, 11.000 ih je u gimnazijama, a izborni predmet medijska pismenost u posljednje 3 godine je u prosjeku biralo svega 200 srednjoškolaca.

Postojanjem brojnih inicijativa nevladinog sektora i kampanje “Birajmo šta gledamo” koju su sproveli Agencija za elektronske medije i UNICEF u Crnoj Gori, te radu Nacionalne koalicije za medijsku pismenost, došlo je do određenih pomaka na ovom polju. U posljednje četiri godine obuke Zavoda za školstvo je prošlo 50 nastavnika osnovnih i srednjih škola, pa je zaključno sa 2020. godinom obuku Zavoda prošlo najmanje 260 profesora srednjih i osnovnih škola. Kroz projekte nevladinog sektora predmet je promovisan u većini škola u Crnoj Gori, gdje su održane brojne radionice.

Na inicijativu Instituta za medije Crne Gore formirana je i Nacionalna koalicija za medijsku pismenost (Koaliciju čine predstavnici Zavoda za školstvo Crne Gore, Unije direktora škola Crne Gore, Ministarstva kulture, Agencije za elektronske medije, univerzitetski profesori, eksperti iz ove oblasti, nastavnici i predstavnici nevladinog sektora). Oni su došli do prijedloga kako da se medijska pismenost dovede na potreban nivo kada je u pitanju obuhvat učenika i razvoja kompetencija kritičkog čitanja i upotrebe medija.<sup>35</sup>

Medijska pismenost je jedini održivi, dugoročni odgovor na izazove digitalnog doba, jer na taj način svako dijete kroz školu stiče osnove medijske pismenosti i uči da koristi nove tehnologije, čime se osposobljava da nađe posao i da kao građanin učestvuje u digitalnom društvu. U razvoju medijske pismenosti svoje mjesto imaju razni akteri, počev od obrazovnih institucija, medija i institucija kulture,

---

<sup>35</sup> Istraživanja i kampanje UNICEFA o medijskoj pismenosti u Crnoj Gori

zakonodavnih i izvršnih institucija, policije i nevladinih organizacija. Medijska pismenost odnedavno je prepoznata u Zakonu o medijima i Nacrtu zakona o audio-vizuelnim medijskim uslugama. Zakon o medijima, u članu 20, pominje medijsku pismenost kroz Fond za medijski pluralizam, pa se kao jedan od kriterijuma za dodjelu novca medijima navodi medijska pismenost i medijski profesionalizam. Nacrtom zakona o audio-vizuelnim uslugama, imenuje se organ javne uprave zadužen za promociju medijske pismenosti – Agencija za AVM.

### ***Identifikovani izazovi***

Ne postoje redovna mjerenja medijske pismenosti u Crnoj Gori, ali brojni izazovi mogu da ukažu na probleme i trendove. Crna Gora, mjereno indeksom medijske pismenost, ima nizak nivo medijske pismenosti i na samom je dnu liste evropskih zemalja. Ipak, na ovom polju nedostaju redovna istraživanja i mjerenja koja bi mogla ukazivati na nivo medijske pismenosti u Crnoj Gori.

Medijska pismenost i zaštita od neprovjerenih informacija nedovoljno razvijena, uprkos tome što je Crna Gora među prvima uvela medijsku pismenost u obrazovni sistem. Zabrinjavajuće mali broj onih učenika koji su izabrali medijsku pismenost, uprkos činjenici da se nastava u prethodnom periodu izrazito pozitivno odrazila na sve koji su izučavali taj predmet.

Izazovi digitalnog i umreženog društva donose probleme u vidu kampanja laži – dezinformacija, ali i štetnih sadržaja kojim obilju medijske platforme, a što vrlo često ugrožava demokratska društva. Ovakvo okruženje je poseban problem za mlade koji provode i do 9 časova dnevno na raznim medijskim platformama.

Ukupno nedostaje strateški pristup i kontinuirani rad na promociji, podizanju svijesti i otpornosti građana na loše komunikacione prakse i edukaciji. U Crnoj Gori postoji regionalna nejednakost, nemaju svi u jednak pristup medijskom opismenjavanju i na mnogo mjesta nedostaju resursi, što je posebno vidljivo u školama. Ne postoji koordinacija u ovoj oblasti (izuzev nastojanja Instituta za medije da objedini razne aktere u Nacionalnu koaliciju), nisu jasne i definisane nadležnosti za ovu oblast, a nisu identifikovane ni grupe u osjetljivom položaju i njihove potrebe).

### ***Operativni ciljevi***

Strateški cilj će se dostići kroz sljedeće operativne ciljeve:

- *Operativni cilj 7.1 Podignut nivo medijske pismenosti svih građana sa fokusom na mlade*

Ono što je potrebno jeste snažniji institucionalni pristup koji ima za cilj jačanje medijske pismenosti svih građana Crne Gore (formiranjem Nacionalnog savjeta za medijsku pismenost), i kreiranje nacionalnih politika usklađenih sa okvirom politike EU. Neophodno je koncept medijske pismenosti, unijeti u propise koji uređuju medije. Vlada bi trebalo da razvije nacionalnu politiku za promovisanje medijske pismenosti u svim segmentima društva radi izgradnje kapaciteta za aktivno, kritičko i kreativno korišćenje medija i jačanje svijesti gledalaca i slušalaca u pogledu njihovih medijskih prava i sigurnog

korišćenja medijskih usluga, kao i dugoročnu šemu finansiranja aktivnosti koje unaprjeđuju informacionu i medijsku pismenost. AEM bi trebalo dati nadležnost i osoblje da prati razvoj medijske i informacione pismenosti i da koordinira aktivnosti usmjerene na istraživanje i promovisanje medijske pismenosti, u snažnom partnerstvu sa nadležnim ministarstvima.

Smatra se da je uvođenje medijske pismenosti u obavezne školske programe preduslov za jačanje uloge svakog pojedinca u društvu koje teži da bude demokratski opredjeljeno i u kome je dijalog osnovno obilježje, ;ime bi trebala da prethodi analiziranje nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama sa preporukama. Na osnovu analize neophodno je razviti i višegodišnji plan za podizanje nivoa medijske pismenosti, te organizovanje redovnih obuka za donosiocce odluka, kreatore politika, predstavnike državnih i lokalnih institucija. Redovnom revizijom (unaprjeđenjem) postojećeg nastavnog plana i izradom priručnika medijske pismenosti, te specijalizovanim obukama za nastavni kadar, kao i kontinuiranom evaluacijom kvaliteta provođenja nastave, osigurao bi se kvalitet i poboljšala zainteresovanost za ovaj nastavni program.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat učenika gimnazije koji su upoznati <sup>36</sup> sa osnovnim principima medijske pismenosti	1,8%	+ 20% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 30% u odnosu na polaznu vrijednost

<sup>36</sup> Pohađali predmet Medijska pismenost

**AKCIONI PLAN 2023 – 2025 ZA  
IMPLEMENTACIJU MEDIJSKE  
STRATEGIJE 2023 -2027**

# AKCIONI PLAN 2023-2025

## STRATEŠKI CILJ I – POBOLJŠAN KVALITET INFORMISANJA GRAĐANA

<b>OPERATIVNI CILJ 1.1</b>			
<b>Povećan kvalitet i obim sadržaja u elektronskim i štampanim medijima</b>			
<b>Indikator učinka</b>	<b>Polazna vrijednost</b>	<b>Ciljana vrijednost 2025</b>	<b>Ciljana vrijednost 2027</b>
Procenat ukupne sopstvene produkcije registrovanih TV stanica	10% (2021)	20%	25%
Procenat ukupne sopstvene produkcije registrovanih radio stanica	10% (2021)	20%	25%
Procenat registrovanih elektronskih medija koji imaju minimumu 20% sopstvene produkcije	10%	70%	100%
Broj izdatih upozorenja AEM na rad elektronskih medija	26 upozorenja po prigovorima subjekata 128 upozorenja po službenoj dužnosti (2021)	-10% u odnosu na polaznu vrijednost	-10% u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat elektronskih medija koji imaju internu ili eksternu samoregulaciju	Manje od 5% (2021)	Vise od 20%	Minimum 50%

### AKTIVNOSTI

<b>Aktivnost</b>		<b>Indikator</b>	<b>Nadležnost</b>	<b>Početak</b>	<b>Kraj</b>	<b>Budžet</b>	<b>Izvor finansiranja</b>
1.1.1	Donošenje Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama	Usvojen Zakon o audio-vizuelnim medijskim uslugama	MKiM	I Q 2023	III Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/

1.1.2	Analiziranje sadržaja televizija sa nacionalnim frekvencijama	Izrađena analiza sadržaja televizija sa nacionalnom frekvencijom (informativni, kulturno-umjetničk, zabavni, sportski, program za djecu, kulturni sadržaj, i slično)	AEM	III Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
1.1.3	Standardizacija dodjele nacionalnih frekvencija u skladu sa javnim interesom, odnosno potrebom sveobuhvatnog informisanja građana	Usvojen Zakon o audio-vizuelnim medijskim uslugama sa detaljima o raspisivanju nacionalno konkursa za dodjelu nacionalnih frekvencija od strane Savjeta AEM	AEM	I Q 2023	III Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
1.1.3	Sprovođenje periodičnih nezavisnih izvještaja o radu regulatora u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga	Urađen najmanje 1 godišnji izvještaj o radu regulatora u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga	MKiM NVO	I Q svake godine	II Q svake godine	30.000 EUR	Donatorska sredstva
1.1.4	Uvođenje nadzora nad poštovanjem zakonskih normi svih medija	Usvojen Zakon o medijima sa definisanim nadzorom nad poštovanje zakona od strane štampanih medija i internetskim publikacijama	MKiM	II Q 2023	IV kvartal 2023	15.000 EUR	Budžet CG
1.1.5	Organizovanje kampanje o isticanju uloge samoregulacije u medijima	Sprovedena jedna kampanja podizanja svijesti o ulozi samoregulacije u medijima	MkiM AEM NVO	III Q 2023	III Q 2024	17.000 EUR	Budžet CG
1.1.6	Sprovođenje istraživanja javnog mnjenja	Završena Analiza o kvalitetu i obimu plasiranih sadržaja u medijima	AEM	III Q 2023	IV Q 2023	15.000 EUR	Budžet CG

**OPERATIVNI CILJ 1.2****Obezbijedena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa kroz Fond za medijski pluralizam**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim TV emiterima finansiranih iz Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	9 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim radio emiterima finansiranih iz Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	22 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim internetskim publikacijama finansiranih iz Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	1700 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim štampanim medijima finansiranih iz Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	491 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Iznos sredstava Fonda za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija	0.09% Budžeta CG	0.20%	0.25% Budžeta CG

**AKTIVNOSTI**

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
1.2.1 Donošenje novog pravilnik o Fondu za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti	Usvojen izmijenjeni pravilnik Fonda u dijelu uslova za učešće na konkursu, tematskih sadržaja, tijela za upravljanje projektima i sl.	MKIM	II Q 2023	III Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/

1.2.2	Izmjena i dopuna Zakona o medijima	Pripremljen predlog izmjena i dopuna Zakona o medijima u dijelu povećanja procenta finansiranja Fonda za medijski pluralizam	MKiM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
1.2.3	Sprovođenje konkursa Fonda za podsticanje medijskog pluralizma	Broj potpisanih ugovora sa komercijalnim medijima kroz Fond za podsticanje medijskog pluralizma	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	5,700,000 EUR	Budžet CG
1.2.4	Uspostavljanje mehanizama za evaluaciju projekata finansiranih iz Fonda	Usvojena odluka o članovima tijela za monitoring i evaluaciju rezultat projekata finansiranih iz Fonda	MKiM	III Q 2024	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
1.2.5	Sprovođenje eksterne evaluacije učinaka projekata finansiranih kroz Fond za podsticanje medijskog pluralizma	Finalizovanje najmanje 2 eksterne evaluacije	MKiM	II Q 2024 II Q 2025	III Q 2024 III Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/

<b>OPERATIVNI CILJ 1.3</b>			
<b>Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, on-line uznemiravanja i dezinformacija</b>			
<b>Indikator učinka</b>	<b>Polazna vrijednost</b>	<b>Ciljana vrijednost 2025</b>	<b>Ciljana vrijednost 2027</b>
Broj podnijetih prigovora AEM u slučajevima govora mržnje u elektronskim medijima	2 (2021)	15	5
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u elektronskim medijima	2 (2021)	15	5
Broj podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u štampanim medijima	2 (2021)	5	3
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u štampanim medijima	0 (2021)	5	0
Broj podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u internetskim publikacijama	0 (2021)	30	10
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u intrnetskim publikacijama	0 (2021)	20	5

**AKTIVNOSTI**

	<b>Aktivnost</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nadležnost</b>	<b>Početak</b>	<b>Kraj</b>	<b>Budžet</b>	<b>Izvor finansiranja</b>
1.3.1	Izmjena Krivičnog zakonika	Usvojen izmijenjeni Krivični zakonik sa jasno definisanom normom govora mržnje kao krivičnog djela	Ministarstvo pravde	II Q 2024	III Q 2024	Nisu potrebna sredstva	/
1.3.2	Sprovođenje Analize potreba za izmjenama postojećih mehanizama u cilju sankcionisanja širenja dezinformacija	Finalizovana analiza sa preporukama	MKiM	IV Q 2023	II Q 2024	10.000 EUR	Budžet CG
1.3.3	Izmjena Zakona o medijima radi efikasnijeg suprostavljanja govoru mržnje i on-line nasilju	Usvojene izmjene i dopune Zakona o medijima u dijelu iniciranja hitnog sudskog postupka od strane zainteresovane strane u slučajevima govora mržnje i online nasilju	MKiM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
1.3.4	Uspostavljanje mehanizma tjesne koordinacije za pripremu osnivanja sistematičnog praćenja kaznene politike sa obavezom periodičnog izvještavanja i pripremu preporuka	Osnovano tijelo za borbu protiv govora mržnje, on-line uznemiravanja i dezinformacija, sastavljena od predstavnika/ica Univerziteta Crne Gore, nadležnog Ministarstva, medija, policije, tužilaštva, sudova i NVO.	MKiM	I Q 2023	IV Q 2023	17.000 EUR	Budžet CG
1.3.5	Organizovanje obuka za novinare i medijske radnike o prepoznavanju i sprečavanju govora mržnje	Najmanje 6 obuka održano	MKiM AEM	II Q 2023	IV Q 2025	26.500 EUR	Budžet CG
1.3.6	Organizovanje obuka budućih moderatora na portalima i na stranicama društvenih mreža medija o prepoznavanju i sprečavanju govora mržnje	Najmanje 30 moderatora prošlo obuku	MKiM AEM	I Q 2024	II Q 2024	11.700 EUR	Budžet CG
1.3.7	Organizovanje kampanje za sprečavanje govora mržnje i povećanje svijesti građana o problemu govora mržnje	Realizovana najmanje jedna kampanja godišnje za građane Crne Gore	MKiM AEM	I Q 2024	IV Q 2024	18.000 EUR	Budžet CG

**OPERATIVNI CILJ 1.4**

**Prilagođen medijskih sadržaja ranjivim kategorijama stanovništva (osobama sa invaliditetom, LGBTIQ, osobe koje koriste ili su koristile psihoaktivne supstance žene koje su žrtve porodičnog nasilja, Roma i Egipćana)**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat sadržaja prilagođen osobama sa oštećenjem vida i osobama sa oštećenjem sluha u ukupnom sadržaju RTCG	0,01% (2021)	2%	4%
Broj emisija na javnom servisu koji se bavi ranjivim kategorijama stanovništva <sup>37</sup>	1	2	3
Broj novih medijskih sadržaja u komercijalnim medijima koji se bave pitanjem relevantnim za OSI finansiranih od strane Fonda za medijski pluralizam	0	20	50
Broj novih sadržaja posvećenih ranjivim kategorijama stanovništva finansiranih iz Fonda za medijski pluralizam	0	27	45

**AKTIVNOSTI**

Aktivnost		Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
1.4.1	Izmjena Zakona o elektronskim medijima	Usvojene izmjene Zakona o medijima u dijelu koji se odnosi na primjenu člana 7 direktive EU 2018/1808 (AVMSD) (mjere sa ciljem kontinuiranog i postupnog povećanja sadržaja pristupačnih OSI)	MKIM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/

<sup>37</sup> Emisija u nedeljnoj programskoj šemi

1.4.2	Izmjene Zakona o nacionalnom javnom emiteru RTCG	Usvojen Zakon o RTCG sa izmjenama u dijelu povećanja obima sadržaja pomoću audio-deskripcije i gestovnog govora (tj. utvrđenog procenta sadržaja namijenjenim OSI)	MKIM	II Q 2022	IV Q 2022	Nisu potrebna sredstva	/
1.4.3	Organizovanje obuka za novinare o izvještavanju i proizvodnji sadržaja primjerene OSI	Najmanje 50 novinara obučeno za proizvodnju sadržaja o OSI	MKIM	I Q 2023	Kontinuirano	8.000 EUR	Budžet CG
1.4.4	Razvijanje predlog izmjena i dopuna Zakona o AVM uslugama	Usvojene izmjene i dopune Zakona sa propisanom obavezom javnim emiterima na obavezan procenat programa posvećenih ranjivijim grupama	MKIM	II Q 2022	IV Q 2022	Nisu potrebna sredstva	/
1.4.5	Organizovanje sistemskih i kontinuiranih obuka za novinare komercijalnih medija o senzibilitetu prema marginalizovanim grupama i temama od interesa za ovu grupu građana	Najmanje 60 novinara prošlo obuku	MKIM AZM NVO	I Q 2023	IV Q 2025	14.500 EUR	Budžet CG

## STRATEŠKI CILJ II – OSNAŽENA UREDNIČKA I FINANSIJSKA NEZAVISNOST JAVNIH EMITERA, ETIKE I PROFESIONALIZMA

### OPERATIVNI CILJ 2.1

#### Unaprijeđena nezavisnost javnih emitera

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat ostvarenja produkcionih planova RTCG	50% (2021)	80%	90%
Procenat ostvarenja produkcionih planova lokalnih javnih emitera	80%	85%	90%

### AKTIVNOSTI

Aktivnost		Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
2.1.1	Izmjene Zakona o RTCG	Usvojen izmijenjeni Zakon o RTCG u dijelu unapređenja kriterijuma i procedura izbora Savjeta javnog servisa, odgovornosti ključnih upravljačkih pozicija uz depoliticiju rada Savjeta	MKiM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
2.1.2	Donošenje Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama	Usvojen Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama sa propisanim obavezama lokalnih samouprava o finansiranju javnih lokalnih emitera	MKiM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
2.1.3	Donošenje Izmjena i dopuna Zakona o lokalnoj samoupravi	Usvojen Zakon o lokalnoj samoupravi sa unaprijedjenim pravnim osnovom za uređenje pitanja osnivanja i rada lokalnih javnih emitera	MKiM	I Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
2.1.4	Standardizovanje donošenja godišnjih planova javnih emitera i izvještaja o realizaciji godišnjih planova	Pripremljen i usvojen model godišnjeg plana i godišnjeg izvještaja javnih emitera	AEM	II Q 2024	IV Q 2024	19.500 EUR	Donatorska sredstva

## OPERATIVNI CILJ 2.2

### Uspostavljena adekvatna samoregulacija u medijima

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat registrovanih medija koji su uključeni u neki oblik samoregulacije	10%	70%	80%

### AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
-----------	-----------	------------	---------	------	--------	--------------------

2.2.1	Sprovođenje analize o izazovima priključenja samoregulatornom tijelu	Analiza usvojena sa preporukama	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	8.000 EUR	Budžet CG
2.2.2	Sprovođenje periodičnih analiza i istraživanja o radu samoregulatornih tijela	Finalizovano najmanje jedno godišnje istraživanje o radu samoregulatornih tijela	MKiM NVO	II Q 2023	IV Q 2025	14.000 EUR	Donatorska sredstva
2.2.3	Promovisanje dobrih praksi u samoregulaciji	Realizovana po najmanje jedna medijska kampanja godišnje	MKiM NVO	I Q 20213	IV Q 2025	8.000 EUR	Donatorska sredstva
2.2.4	Organizovanje okruglih stolova o odgovornosti samoregulatora	Održana najmanje 3 okrugla stola o specijalizovanim temama o samoregulaciji	MKiM	III Q 2023	IV Q 2025	6.000 EUR	Budžet CG

### OPERATIVNI CILJ 2.3

#### Usaglašen nacionalni regulatorni okvir sa relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat usaglašenosti Zakon o AVM uslugama sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD), odnosno, relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije	70% <sup>38</sup>	100%	100%

#### AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
2.3.1 Transformacija Agencije za elektronske medije u Agenciju za audiovizuelne medijske usluge u skladu sa propisima EU	Usvojen zakon o AVM uslugama sa propisanim nadležnostima Agencije za audiovizulene usluge i obezbijeđena njena puna finansijska i operativna nezavisnost	MKiM	II Q 2023	IV Q2022	45.000 EUR	Budžet CG

<sup>38</sup> Na osnovu postojećeg Zakona o elektronskim medijima

2.3.2	Organizovanje sastanaka radne grupe za harmonizaciju nacionalnog zakonodavstva sa EU Direktivom 2018/1808	Održano najmanje 6 sastanaka radne grupe	MKiM	III Q 2023	IV Q 2024	7.000 EUR	Budžet CG
2.3.3	Donošenje zaključaka/preporuka o daljoj harmonizaciji nacionalnog zakonodavstva sa EU Direktivom 2018/1808	Donijeti zaključci/ preporuke o daljim koracima	MKiM	I Q 2024	IV Q 2024	Nisu potrebna sredstva	/
2.3.4	Organizovanje medijske kampanje o podizanju svijesti o važnim aspektima novo-harmonizovanog zakonodavstva	Sprovedena najmanje jedna medijska kampanja	MKiM	III Q 2024	IV Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/

## OPERATIVNI CILJ 2.4

### Poboljšana infomisanost građana o načinima podnošenja prigovora na rad medija

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj podnijetih prigovora na rad komercijalnih medija	38	130	150
Broj pristiglih prigovora na rad RTCG	29 (2021)	35	25
Broj prigovora na rad lokalnih javnih emitiera	9	13	7

## AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja	
2.4.1	Pružanje servisa besplatne pomoći za podnošenje prigovora na rad medija	Najmanje 100 građana koristilo besplatan servis podrške u podnošenju prigovora na rad medija i kršenje profesionalnih standarda	NVO	I Q 2024	IV Q 2025	30.000 EUR	Donatorska sredstva
2.4.2	Organizovanje radionica za edukaciju građana o procedurama za podnošenje prigovora	Najmanje 100 građana učestvovalo na jednodnevnim obukama o profesionalnim standardima u medijima i procedurama za podnošenje prigovora	NVO	I Q 2024	IV Q 2025	16.000 EUR	Donatorska sredstva

2.4.3	Organizovanje treninga za zaposlene u lokalnim javnim emiterima	Orgnizovana 3 treninga sa secijalizovanim temama od značaja za zaposlene u lokalnim javnim emiterima	AEM MKIM	IV Q 2023	I Q 2025	12.000 EUR	Budžet CG
2.4.4	Sprovođenje medijske kampanje o mogućnosti ulaganja prigovora i koracima za sve građane	Objavljen najmanje jedan TV spot sa informacijama o načinu davanja prigovora na rad medija i dostupnih servisima	MKIM	I Q 2024	III Q 2024	7.000 EUR	Budžet CG

### STRATEŠKI CILJ III – UNAPRIJEĐEN AMBIJENT ZA FER TRŽIŠNO POSLOVANJE MEDIJA

<b>OPERATIVNI CILJ 3.1</b>			
<b>Osiguran jednak tretman svih učesnika na medijskom tržištu</b>			
<b>Indikator učinka</b>	<b>Polazna vrijednost</b>	<b>Ciljana vrijednost 2025</b>	<b>Ciljana vrijednost 2027</b>
Procenat obezbijedenih subvencionisanje troškova prenosa i emitovanja signala putem mreže radio-difuzinih predajnika za sve javne i komercijalne emitere	30%	40%	60%
Prihodi medija na ime oglašavanja i javnih usluga	3.987.504,92 EUR <sup>39</sup>	+ 10 % u odnosu na polaznu vrijednost	+ 15 % u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat medija koji objavljuju prihode dobijene od organa javnog sektora	37%	85%	90%
Broj osnovanih lokalnih fondova za pluralizam i raznovrsnost medija	0	5	8

#### **AKTIVNOSTI**

<sup>39</sup> Bez3.1.3 PDV-a

Aktivnost		Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
3.1.1	Analiza primjene zakonske norme koja obavezuje javni sektor i medije da objave podatke o uplatama po osnovu oglašavanja i drugih javnih usluga	Urađena najmanje jedna godišnja analiza primjene zakonskih normi o obavezama javnog sektora i medije da objave podatke o uplatama po osnovu oglašavanja i drugih javnih usluga	MKiM	I Q 2023	IV Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/
3.1.2	Priprema periodičnih izvještaja o primjeni Zakona o medijima i Zakona o AVM uslugama od strane regulatora	Urađen najmanje jedan godišnji izvještaj o sprovođenju Zakona koji sadrži podatke o vlasništvu u elektronskim medijima, poštovanju odredbi o minimalnom procentu sopstvene produkcije i oglašavanju	MKiM Agencija za AVM usluge NVO	I Q 2023	IV Q 2025	34.000 EUR	Budžet CG
3.1.3	Priprema periodičnih izvještaja o primjeni Zakona o medijima	Urađen najmanje jedan godišnji izvještaj o sprovođenju Zakona koji sadrži podatke o poštovanju odredbi o oglašavanju javnog sektora, obavezi isticanja impresuma, transparentnosti vlasništva u internetskim publikacijama	MKiM	I Q 2023	IV Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/
3.1.4	Podizanje svijesti medija o izmjenama Zkona o medijama i AVM u dijelu transpraetnog finansijskog poslovanja	Objavljena najmanje 1 kampanja o neophodnosti transparentnog finansijskog poslovanja medija Organizovana najmanje 3 okrugla stola sa medijama	MKiM	III Q 2023	IV Q 2025	13.000 EUR	Budžet CG
3.1.5	Objezbjeđivanje zaliha roto papira za štampu novina	Kupljene alihe roto papira za 3 mjeseca	MKiM	II Q 2023	IV Q 2025	800.000 EUR	Budžet CG
3.1.6	Sprovođenje interventne nabavke i održavanja zaliha od 200 tona papira za izdavače štampanih medija	Nabavljen roto papir, obezbjeđeno skladištenje, definisani uslovi prodaje roto papira izdavačima, obezbjeđeno redovno dopunjavanje nedostajećih količina	MKiM MER	I Q 2023	IV Q 2025	150.000 EUR	Budžet CG
3.1.7	Zamračenje reklamnog sadržaja i obaveza na televizijama čije je sjedište van Crne Gore koje se emituju kroz kablovsku mrežu, a putem kojih se	Usvojen Zakon o AVM uslugama, donijet podzakonski akt, obezbjeđena puna primjena novih rješenja	AEM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/

	<b>oglašavaju pravna lica čije je sjedište u Crnoj Gori</b>						
3.1.8	Izmjene Zakona o porezu na dodatu vrijednost	Pripremljene izmjene i dopune Zakona o PDV-u sa smanjenom stopom PDV-a za dnevnu i periodičnu štampu, za repromaterijal za štampane i elektronske emdije	MF	I Q 2024	IV Q 2024	Nisu potrebna sredstva	/
3.1.9	Uvesti obaveznu naknadu za sve press klipping agencije i druge kompanije koje nude usluge koje se zasnivaju na sadržaju koji proizvode i objavljuju mediji	Izmjenjen Zakon o medijima, i neophodna podzakonska akta sa ciljem uspostavljanja sistema za prikupljanja naknada za press klipping	MKiM	I Q 2023	III Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
3.1.10	Sprovođenje kontrole trošenja budžetskog novca koji se raspodjeljuje svim medijima	Sprovedena najmanje jedna godišnja kontrola trošenja budžetskog novca koji se raspodjeljuje svim medijima	MF	II Q 2023	IV Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/
3.1.11	Istraživanje o uticaju svih vrsta državnih davanja na razvoj medija, ekonomski status zaposlenih u medijima	Urađena najmanje jedan godišnji izvještaj o o uticaju svih vrsta državnih davanja na ekonomski status zaposlenih u medijima	NVO Sindikat medija	III Q 2023	IV Q 2025	44.000 EUR	Donatorska sredstva
3.1.12	Sprovođenje analize o funkcionalnosti i održivosti lokalnih javnih emitera	Usvojena analiza sa preporukama	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	23.000 EUR	Donatorska sredstva
3.1.13	Sprovođenje istraživanje o osnivanju lokalnih fondova za pluralizam i raznovrsnost medija	Finalizovanje istraživanje sa preporukama	MKiM	III Q 2024	II Q 2025	14.000 EUR	Donatorska sredstva
3.1.14	Razvijanje preporuka/smjerinica za osnivanje lokalnih fondova za pluralizam	Usvojene smjernice/preporuke za osnivanje lokalnih fondova za pluralizam	MKiM	II Q 2024	IV Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/

**OPERATIVNI CILJ 3.2****Uspostavljeno sistemsko prikupljanje relevantnih podataka o medijskom tržištu**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj realizovanih istraživanja o čitanosti, gledanosti, slušanosti, povjerenju za sve medije u Crnoj Gori	0	1	3

**AKTIVNOSTI**

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
3.2.1 Uspostavljanje metrike za sve formate medija kako bi se mjerila čitanost, gledanost, slušanost, povjerenje i drugi parametri za sve medije u Crnoj Gori	Urađena metodologija za sprovođenje istraživanja uz učešće medija	AEM	I Q 2023	III Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
3.2.2 Sprovođenje redovnih polugodišnjih istraživanja javnog mnjenja o trendovima na medijskom tržištu	Urađena jedinstvena metodologija za sprovođenje istraživanja o trendovima na medijskom tržištu, urađena i objavljena kvartalna istraživanja	AEM	II Q 2023	IV Q 2025	32.000 EUR	Budžet CG

**STRATEŠKI CILJ IV – UBRZAN PROCESA DIGITALIZACIJE I DIGITALNE TRANSFORMACIJE U MEDIJIMA**

**OPERATIVNI CILJ 4.1****Unaprijeđeni tehničko-tehnološki i produkcijski kapaciteti medija**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat digitalizacije arhiva Javnog Servisa RTCG	0%	30%	50%
Procenat realizacije mreže digitalnih radija <sup>40</sup> u Crnoj Gori sa nacionalnim pokrivanjem	0%	7%	11%
Broj TV stanica koji imaju adekvatnu opremu za emitovanje digitalnog signala	8	11	16
Broj radio stanica koji imaju adekvatnu opremu za emitovanje digitalnog signala	5	7	10

**AKTIVNOSTI**

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
4.1.1 Definisanje usluga i aktera na tržištu AVM usluga u pogledu primjenjenije tehnologije i uravnotežene regulatorne mjere	Usvojen Zakon o AVM uslugama	AMV	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
4.1.2 Stvaranje podsticajnog ambijent za dalji razvoj usluga digitalne zemaljske televizije (DVB-T2) i radija (Dab+)	Usvojen Zakon o AVM uslugama	MKiM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
4.1.3 Stvaranje uslova za implementaciju prvog nacionalnog multipleksa za T-DAB+ tehnologiju	Usvojene izmjene i dopune Zakona o digitalnoj radiodifuziji	ME	I Q 2023	II Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
4.1.4 Usaglašavanje regulatorne prakse koja se odnosi na pružaoce usluge distribucije radijskih i televizijskih	Usvojen zakon o AVM uslugama	MKiM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/

<sup>40</sup> javnih i komercijalnih emitera

	programa, AVM usluga na zahtjev sa odredbama direktive EU 2018/1808 (AVMSD)						
4.1.5	Definisanje adekvatnih termini koje se odnose na savremene usluge	Usvojen zakon o AVM uslugama	MKiM	II Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
4.1.6	Digitalizacija arhiva RTCG	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proces digitalizacije arhiva RTCG-a započet i to kroz: <ul style="list-style-type: none"> <li>~ Popisivanje i katalogizacija svake kasete, trake, VHS trake i ploče</li> <li>~ Određivanje prioriteta za digitalizaciju</li> <li>~ % digitalizovanog arhiva</li> </ul> </li> </ul>	RTCG	I Q 2023	IV Q 2025	2.500.000 EUR	Budžetska sredstva

## STRATEŠKI CILJ V – SIGURAN AMBIJENTA ZA RAD NOVINARA OBEZBIJEĐEN

100

**OPERATIVNI CILJ 5.1****Uspostavljeni mehanizmi za odvracanje od ugrozavanja i narušavanja fizičkog integriteta novinara i povećana odgovornost nadležnih institucija**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj procesuiranih slučajeva za ugrozavanje novinara	11 (2021)	8	5
Broj sankcionisanih napada u slučajevima ugrozavanje novinara	3 (2021)	8	5
Broj pokrenutih disciplinskih postupaka protiv odgovornih lica u nadležnim institucijama <sup>41</sup> zbog nefikasnosti u rasvjetljavanju napada na novinare	0 (2021)	2	5
Procenat realizovanih preporuka Komisije za praćenje slučajeva napada na novinare	Polazna vrijednost će biti naknadno utvrđena	30% realizovanih preporuka	50% realizovanih preporuka

**AKTIVNOSTI**

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
5.1.1 Praćanje kaznene politike sudova kroz redovno godišnje izvještavanje Vrhovnog suda o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari	Usvojeni godišnji izvještaji o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari	Komisija za napade na novinare	I Q 2023	IV Q 2025	6.000 EUR	Budžet CG
5.1.2 Inicijativa za izmjenu Odluke o formiranju Komisije za napade na novinare	Usvojena izmijenjena odluka o formiranju Komisije sa obavezom relevantnih insittucija da po službenoj dužnosti dostavljaju podatke o prijavljenim i procesuiranim slučajevima napada na novinare	MKIM Komisija za napade na novinare MUP Sudovi	III Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/

<sup>41</sup> MUP, Uprava policije i Tužilaštvo

			Tužilaštvo				
5.1.3	Izrada sajta/portala za Komisiju za napade na novinare	Izraden sajt u okviru relevantne isticiuje posvećen radu i rezultatima Komisije za napade na novinare	MUP	I Q 2024	III Q 2024	8.000 EUR	Bdzhet CG
5.1.4	Iniciranje uspostavljanja budžeta za Komisiju za napade na novinare	U okviru relevantne budžetske jedinice identifikovana sredstva za rad Komisije za napad na novinare	MUP MF	IV Q 2023	I Q 2024	Nisu potrebna dodatna sredstva	/
5.1.5	Organizovanje medijske kampanje o slučajevima napadan na novinare	Emitovana najmanje jedna kampanja o slučajevima napada na novinare	MKiM	I Q 2024	IV Q 2025	12.000 EUR	Budžet CG
5.1.6	Organizovanje okruglih stolovi za sud, tužilaštvo i medije o slučajevima napada	Organizovana najmanje 3 okrugla stola	MKiM	III Q 2023	IV Q 2025	9.000 EUR	Budžet CG
5.1.7	Organizovanje SOS linije za pomoć novinara, žrtve govora mržnje, progona ili nezakonitog postupanja psolodavca	Uspostavljena besplatna SOS linija	Sindikat medija	I Q 2024	IV Q 2025	22.000 EUR	Donatorska sredstva
5.1.8	Unapređenje rada Komisije za praćenje slučajeva napada na novinare	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Finalizovana Analiza učinka komisije sa preporukama za poboljšanje njihovog rada</li> <li>- Promocija rada Komisije kroz najmanje jednu medijsku kampanju</li> <li>- Izveštaji komisije su predstavljeni u Skupštini</li> </ul>	MKiM Komisija za praćenje slučajeva napada na novinare	III Q 2023	IV Q 2025	7.000 EUR	Budžet CG
5.1.9	Unapređenje strukture izvještaja Komisije, Uprave policije i Vrhovnog državnog tužilaštva koji uključuju posebne djelove sa osvrtom na rezultate u rješavanju napada na novinare	Pripremljen u usvojen godišnji izvještaj relevantnih institucija sa posebnim djelovima o rezultatima u rješavanju napada na novinare	MKiM Komisija za praćenje slučajeva napada na novinare Uprava policije VDT	IV Q 2023	IV Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/

5.1.1 0	Formiranje specijalizovanih timova/kontakt osobe u Upravi policije i Tužilaštvu koji će pratiti i istraživati slučajeve napada na novinare	Pomiran tim za istraživanje slučajeva napada na novinare kojeg sačinjavaju predstavnici Uprave policije i tužilaštva	Uprava policije VDT	IV Q 2023	IV Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/
5.1.1 1	Organizovanje trening za Upravu policije i tužilaštvo	Organizovana najmanje 3 specijalizovana treninga za kontakt osobe i relevantna lica koja se bave slučajevima napada na novinare u Upravi policije i tužilaštvu	Uprava policije VDT	I Q 2024	IV Q 2025	12.000 EUR	Budžet CG
5.1.1 2	Sprovođenje sveobuhvatne analize o napadima na novinare u CG	Finalizovana analiza o slučajevima napada na novinare sa preporukama za unapređenje mehanizama zaštite	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	21.000 EUR	Budžet CG

## STRATEŠKI CILJ VI – POLOŽAJA ZAPOSLENIH U MEDIJIMA I SLOBODNIH NOVINARA/FOTOREPORTERA UNAPRIJEĐEN

<b>OPERATIVNI CILJ 6.1</b>			
<b>Osnažena socio-ekonomska pozicija zaposlenih u medijima i slobodnih novinara</b>			
<b>Indikator učinka</b>	<b>Polazna vrijednost</b>	<b>Ciljana vrijednost 2025</b>	<b>Ciljana vrijednost 2027</b>
Prosječna zarada novinara	764.09 (2020)	+7% odnosu na polaznu vrijednost	+10% u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat usaglašenosti koeficijenata fotoreportera i drugih tehničkih zanimanja sa koeficijentom novinara u granskom kolektivnom ugovoru	0%	100%	100%

### AKTIVNOSTI

Aktivnost		Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
6.1.1	Izmjene Zakona o medijima u cilju zaštite prava novinara	Urađen predlog izmjena i dopuna Zakona sa uvođenjem obaveze poslodavcu da u mediju ne može biti smanjen broj zaposlenih u peiordu od najmanje 6 mjeseci prije konkurisanja za raspodjelu sredstava iz Fonda za medijski pluralizam	MKiM	II I 2023	IV Q 2022	Nisu potrebna sredstva	/
6.1.2	Donošenje novog Granskog kolektivnog ugovora za oblast medija kojim će se poboljšati ekonomski status i radna prava zaposlenih u medijima	Usvojen novi Granski kolektivni ugovor za oblast medija i grafičke djelatnosti (definisani koeficijenti za zaposlene u medijima, utvrđen beneficirani radni staž za novinare i druge medijske radnike koji obavljaju posao sa povišenim stepnom rizika)	Medijski sindikati Unija poslodavaca	I Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
6.1.4	Usvajanje odluke Vlade Crne Gore o povezivanju staža novinarima, fotoreporterima i snimateljima	Odluka usvojena o povezivanju radnog staža novinarima, fotoreporterima i snimateljima medijskih kuća koje su bile u stečaju i čija su preduzeća likvidirana	Vlada CG	I Q 2023	IV Q 2023	Nisu potrebna sredstva	/
6.1.5	Sprovođenje aanalize o izazovima u radu novinara i drugih medijskih radnik	Usvojena analiza sa preporukama za poboljšanje socio-ekonomskog položaja medijskih radnika	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	17.000 EUR	Budžet CG
6.1.6	Istraživanje javnog mnjenja o radu medija i nezavisnosti novinara	Sprovedeno najmanje jedno istraživanje i prezentovano na okruglom stolu	MKiM	III Q 2023	II Q 2024	14.000 EUR	Budžet CG
6.1.7	Spovođenje obuka za novinare javnih emitera	Organizovanje najmanje 3 obuke za novinare zaposlene u javne emitere	MKiM AEM	I Q 2024	IV Q 2025	4.000 EUR	Budžet CG
6.1.8	Sprovođenje treninga za Ombudsmana RTCC	Organizovana najmanje jedna specijalizovana obuka u cilju poboljšanja rada Ombudsmana RTCC Povećan kapacitet članova ombudsmana u cilju jačanja njihove odgovornosti	MKiM RTCC	I Q 2024	IV Q 2025	6.000 EUR	Budžet CG

**OPERATIVNI CILJ 6.2****Unaprijeđena nezavisnost i kapaciteti novinara i drugih zaposlenih u medijima**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat registrovanih medija koji su su donijeli statute u skladu sa zakonom i osigurali zaštitu glavnog urednika	Polazna vrijednost biće utvrđena 2024.g.	+ 10% u odnosu na polaznu vrijednost	+20 % u donosu na polaznu vrijednost
Broj zaposlenih u medijima koji se usavršava na godišnjem nivou	Polazna osnova će biti naknadno utvrđena	Najmanje 20	Najmanje 30

**AKTIVNOSTI**

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
6.2.1 Donošenje izmjena i dopuna Zakona o medijima	Izrađen predlog Zakona o izmjenama i dopunama zakona o medijima u dijelu normiranja definicije novinara, izmijene strukture Statuta medija sa ciljem garantovanja zaštite urednika, odvojenost informativne i marketinške redakcije, poboljšanje procedure zaštite novinarskog izvora	MKiM	I Q 2024	IV Q 2024	Nisu potrebna sredstva	/
6.2.2 Uspostavljanje posebnih etičkih mehanizama/tijela unutar profesionalnih udruženja medija	Broj uspostavljenih mehanizama u udruženjima koja bi se bavila problematikom primjene etičkog kodeksa i profesionalnih standarda	Profesionalna medijska udruženja	II Q 2024	IV Q 2025	14.000 EUR	Donatorska sredstva
6.2.3 Usvajanje unaprijeđenog Kodeksa novinarki i novinara Crne Gore	Izmijenjen Kodeks novinara usvojen	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	12.000 EUR	Donatorska sredstva
6.2.4 Izmjene Kodeksa novinarki i novinara Crne Gore	Usvojen unaprijeđeni kodeks novinara i novinarki CG	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	6.000 EUR	Donatorska sredstva
6.2.5 Sprovođenje Analize o postojećim studijskim programima/obukama u sektoru medija	Završena analiza o postojećim studijskim programima/obukama u sektoru medija sa preporukama za poboljšanje i sistematizovanje istih	MKiM UCG	I Q 2024	III Q 2024	15.000 EUR	Budžet CG

6.2.6	Sprovođenje širokog opsega obuka za postojeće zaposlene u medijima u cilju jačanja postojećih kapaciteta	Sprovedeno najmanje 20 obuka na godišnjem nivou, za najmanje 300 novinara i drugih zaposlenih u medijima	MKiM AEM Medijske organizacije	II Q 2023	IV Q 2025	75.000 EUR	Budžet CG
6.2.7	Sprovođenje istraživanja o kapacitetima (obrazovanju, iskustvu, vještinama i ostalo) medijskih radnika u Crnoj Gori	Sveobuhvatno istraživanje prezentovano na okruglom stolu	MKiM	III Q 2024	II Q 2025	42.000 EUR	Budžet CG
6.2.8	Iniciranje predloga za uspostavljanje trening centra za mlade novinare	Trening centra na Fakultetu političkih nauka, koji bi pružio priliku mladima koji su završili druge obrazovne programe, a zainteresovani su za karijeru u novinarstvu uspostavljen	Univerzitet CG MP MKiM	II Q 2024	IV Q 2025	38.000 EUR	Budžet CG

## STRATEŠKI CILJ VII – OSNAŽENA MEDIJSKA PISMENOST SVIH SEGMENTA DRUŠTVA

### OPERATIVNI CILJ 7.1

#### Podignut nivo medijske pismenost svih segmenata društva sa fokusom na mlade

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat učenika gimnazije koji su upoznati <sup>42</sup> sa osnovnim principima medijske pismenosti	1,8%	+ 20% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 30% u odnosu na polaznu vrijednost

### AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
-----------	-----------	------------	---------	------	--------	--------------------

<sup>42</sup> Pohađali predmet Medijska pismenost

7.1.1	Formiranje Nacionalnog savjeta za medijsku pismenost u cilju uspostavljanja sistematičnog planiranja i praćenja aktivnosti vezanih za unapređivanje medijske pismenosti	Odluka o formiranju Nacionalnog savjeta za medijsku pismenost usvojena: - Izrada Pravilnika o radu NSMP - Određivanje koordinatora iz MKiM koji bi pružao/la tehničku podršku radu NSMP - Upućivanje predloga Odluke o osnivanju NSMP Vladi Crne Gore.	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	65.000 EUR	Budžet CG
7.1.2	Izrada sveobuhvatne analize nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama i polnoj strukturi	Izrađena analiza i prezentovana na okruglom stolu	MKiM	II Q 2024	III Q 2023	24.000 EUR	Donatorska sredstva
7.1.3	Izrada višegodišnjeg plana za podizanje nivoa medijske pismenosti	Na osnovu aktivnosti 7.1.2 Izaden plan za unapređenje medijske pismenosti	MKiM NSMP	III Q 2024	IV Q 2024	8.000 EUR	Donatorska sredstva
7.1.4	Izrada godišnjih analiza i izvještaja o primjeni mjera sa preporukama za unapređenje politika iz oblasti medijske pismenosti	Godišnji izvještaji upućeni Vladi Crne Gore na usvajanje	MKiM AEM	IV Q 2023	IV Q 2025	Nisu potrebna sredstva	/
7.1.5	Organizovanje redovnih godišnjih obuka za donosiocje odluka, kreatore politika, predstavnike pravosuđa i lokalne samouprave, novinara i medijskih radnika	Najmanje 60 polaznika obuka na godišnjem nivou iz oblasti medijske pismenosti na osnovu plana iz aktivnosti 7.1.3	MKiM AEM	III Q 2023	IV Q 2025	42.000 EUR	Budžet CG
7.1.6	Organizovanje kampanje za podizanje nivoa svijesti građana o značaju medijske pismenosti i sticanju znanja i vještina iz te oblasti	Organizovana najmanje jedna kampanja	MKiM	I Q 2023	IV Q 2025	8.000 EUR	Budžet CG.
7.1.7	Analiziranje postojećih nastavnih programa iz oblasti medijske pismenosti i izrada potrebnih priručnika iz medijske pismenosti za osnovne i srednje škole	Revidirani i unaprijeđeni programi iz predmeta medijske pismenosti za osnovne i srednje škole	MP Zavod za školstvo MKiM	I Q 2023	IV Q 2025	12.000 EUR	Budžet CG
7.1.8	Kontinuirana edukacija nastavnog kadra	Povećan broj edukatora za predmet medijske pismenosti za 50	MP	I Q 2023	IV Q 2025	17.000 EUR	Budžet CG

			Zavod za školstvo MKiM				
7.1.9	Kontinuirana evaluacija kvaliteta sprovođenja programa medijske pismenosti u školama i ishoda učenja	Sprovedeno najmanje jedno eksterno testiranje učenika koji su izabrali predmet medijske pismenosti	MP MKiM NSMP	IV Q 2024	IV Q 2025	<b>36.000 EUR</b>	Budžet CG



# BUDŽET

Procijenjeni troškovi strategije, tj. Akcionog plana 2023-2025 za realizaciju Medijske strategije razvijeni su primjenom *Metodoloških smjernica za procjenu troškova vladinih Strategija – s primjerima iz strategija za reformu javne uprave*<sup>[1]</sup> razvijenih od strane ReSPA 2018. godine.

Ukupni procijenjeni troškovi implementacije Strategije u periodu od 2023. od 2027. godine iznosiće 24.000.000 €. Troškovi aktivnosti planiranih Akcionim planom za 2023-2025. godinu koji je sastavni dio Strategije iznose 10.209.200 €, detaljna struktura po strateškim ciljevima je data u tabeli dolje.

OSCE, RCC, EU

Sredstva za implementaciju ove strategije planirana su budžetima svih institucijama prepoznatih kao institucije nosioci reformskih ciljeva i aktivnosti, kao i u budžetu Ministarstva kulture i medija, – koordinatora razvoja ovog strateškog dokumenta i izvještavanja o istom, te je time obezbijedena finansijska i fiskalna održivost.

Aktivnosti akcionog plana 2022-2025 finansiraće se iz Budžeta CG, kao i iz izdvojenih donatorskih sredstava. Prpeoznati donatori koji će pružiti podršku u implementaciji strateških aktivnosti su EU, RCC, OSCE i ostali.

Starteški cilj	Naziv	Trošak u EUR
I	POBOLJŠAN KVALITET INFORMISANJA GRAĐANA	5.874.700
II	OSNAŽENA UREDNIČKA I FINANSIJSKA NEZAVISNOST JAVNIH EMITERA, ETIKE I PROFESIONALIZMA	172.500
III	UNAPRIJEĐEN AMBIJENTA ZA FER TRŽIŠNO POSLOVANJE MEDIJA	1.110.000
IV	UBRZAN PROCESA DIGITALIZACIJE I DIGITALNE TRANSFORMACIJE U MEDIJIMA	2.500.000
V	SIGURAN AMBIJENT ZA RAD NOVINARA OBEZBIJEĐEN	97.000
VI	POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA I SLOBODNIH NOVINARA/FOTOREPORTERA UNAPRIJEĐEN	243.000
VII	OSNAŽENA MEDIJSKA PISEMNOSTI SVIH SEGMENTA DRUŠTVA	212.000

<b>UKUPNO</b>
---------------

<b>10.209.200</b>
-------------------

Proces planiranja politika usklađen je s procesom planiranja budžeta, te je konkretno za Zakon o budžetu za 2023. godinu napravljen u skladu s predviđenim aktivnostima Akcionog plana za sprovođenje Medijske strategije 2023-2027. Predviđena sredstva svih institucija su u skladu s utvrđenim limitiranim granicama rashoda koje postavlja srednjoročni budžetski okvir, na bazi Smjernica Fiskalne politike koje definiše Ministarstvo finansija.

## **IZVJEŠTAVANJE, MONITORING I EVALUACIJA**

U skladu sa Metodologijom razvijanja politika izrade i praćenja sprovođenja strateških dokumenata, definisan je plan monitoringa, izvještavanja i evluacije Medijske strategije Crne Gore 2023-2027.

Monitoringom će se obezbijediti prikupljanje podataka o postizanju ciljeva i rezultatata tokom realizovanja aktivnosti. Monitoring će biti usmjeren na akcione planove, polugodišnje i godišnje izvještaje sa posebnim osvrtom na indikatore učinka.

Za praćenje realizacije strategije i nadzor nad kvalitetom i dinamikom planiranih aktivnosti formiraće se Komisija za praćenje sprovođenja Medijske strategije Crne Gore 2023-2027. Pored predstavnika Ministarstva nadležnog za medije, članovi Komisije biće predstavnici institucija čije su aktivnosti prepoznate Strategijom: Ministarstvo pravde, Ministarstvo finansija, Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma, Ministarstvo javne uprave, Ministarstvo prosvjete , Agencija za elektronske medije, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, Radio-difuzni centar, predstavnici NVO. Komisija će biti formirana nakon usvajanja Medijske strategije Crne Gore 2023-2027.



Sprovođenje Medijske strategije Crne Gore 2023-2027 realizovaće se kroz jedan trogodišnji i jedan dvogodišnji Akcioni plan koji sadrže pregled aktivnosti, nosioce aktivnosti i partnere, rokove za realizaciju, indikatore učinka, iznos sredstava i izvore finansiranja. Instrukcije zadužene za sprovođenje aktivnosti će dostavljati polugodišnje i godišnje izvještaje o realizovanim aktivnostima i druge podatke, na zahtjev Ministarstva. Ministarstvo je u obavezi da sačini godišnje izvještaje o realizovanim aktivnostima u skladu sa Metodologijom i iste dostavi Vladi na usvajanje. Instrukcije identifikovane kroz Medijsku strategiju vršiće monitoring pojedinačnih ciljeva reforme kao i pripadajućih indikatora. One će u narednom petogodišnjem periodu izvještavati ministarstvo i dostavljati sve potrebne podatke. U cilju blagovremenog izvještavanja ministarstvo, koje će pružati stručnu i administrativnu podršku, u svim odgovornim instrukcijama biće određene kontakt osobe koje će pružati i dostavljati sve tražene informacije. Radi kreiranja objektivnog izvještaja koristiće se različiti izvori podataka – počevši od podataka koje budu dostavljale relevantne instrukcije, materijali na Vladi, izvještaji o realizaciji programa rada organa, intervjui sa kontakt osobama, fokus grupe sa relevantnim stranama, materijali NVO-a, kao i istraživanja i izvještaji međunarodnih organizacija.

Godišnji izvještaj o monitoringu, u skladu s Metodologijom sadržiće sljedeće elemente:

- Kratak uvodni rezime s opštom ocjenom implementacije strateškog dokumenta;

- Konkretno vrijednosti i ispunjenosti indikatora rezultata (i indikatora učinka ukoliko su dostupni);
- Informacija o utrošenim finansijskim sredstvima, u odnosu na planirana, s izvorima finansiranja;
- Identifikovane izazove i preporuke za efikasniju realizaciju ciljeva;
- Promjene, ukoliko ih bude, u rokovima realizacije ciljeva;
- Gantt chart ili drugi tabelarni prikaz realizovanih ciljeva;

Da bi se utvrdio stepen ispunjavanja ciljeva, djelotvornosti i održivosti Strategije predviđena je i evaluacija ovog strateškog dokumenta. Evaluacija će biti sprovedena na kraju implementacionog perioda svakog Akcionog plana radi ocjenjivanja stvarnih efekata i učinka ove Strategije. Evaluaciju će vršiti nezavisni eksperti, a izvještaj će biti dostavljen Vladi na usvajanje. Neophodan budžet za sprovođenje evaluacija u iznosu od ukupno 40,000 EUR će biti planiran iz sredstava Ministarstva za kulturu i medije u godinama kada je evaluacija predviđena.

