

**IZVJEŠTAJ O SPROVEDENOJ JAVNOJ RASPRAVI NA  
NACRT MEDIJSKE STRATEGIJE 2022-2026. GODINE I AKCIONOG PLAN 2022- 2023.  
GODINE**

U skladu sa odredbom člana 12 Uredbe o izboru predstavnika nevladinih organizacija u radna tijela organa državne uprave i sprovođenju javne rasprave u pripremi zakona i strategija ("Službeni list CG", br. 41/18), Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija je 13. marta 2022. godine, dalo na javnu raspravu Nacrt Medijske strategije i Akcioni plan 2022-2023. godine 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 2022-2026. godine i Akcioni plan 2022-2023 godine u roku od 30 dana od dana objavljivanja javnog poziva za učešće u raspravi na pozivu za Javnu raspravu, objavljenom na sajtu Ministarstva javne uprave, digitalnog društva i medija i na portalu e – uprave.

Uredbom o organizaciji i načinu rada Državne uprave koju je Vlada Crne Gore donijela 5. maja 2022. godine, osnovano je Ministarstvo kulture i medija, te su poslovi u oblasti medija iz tadašnjeg Ministarstva javne uprave, digitalnog društva i medija prešli u nadležnost novoosnovanog Ministarstva kulture i medija.

Javna rasprava trajala je 30 dana, od 13. marta 2022. godine do 13. aprila 2022. godine. Javnu raspravu je sprovelo Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija, Direktorat za medije.

Javna rasprava je sprovedena :

1. Organizovanjem okruglog stola u skladu sa Javnim pozivom
  - Direktorat za medije, mart 2022. godine
2. Dostavljanjem primjedbi, sugestija i predloga u pisanom i elektronskom obliku.

Ovlašćeni predstavnici Ministarstva koji su učestvovali :

1. Neđeljko Rudović
2. Marko Popović
3. Vukašin Pudar

Primjedbe, sugestije i predlozi koji su pristigli na Nacrt Medijske Strategije 2022-2026 i Akcioni plan 2022-2023 godine:

- Udruženje lokalnih medija Crne Gore
- Lokalni javni emiter „RTV Cetinje“
- LJE RTV Rožaje
- Udruženje mladih sa hendikepom
- Centar za demokratsku tranziciju
- Društvo profesionalnih novinara
- Lokalni štampani medij Kolašinski pogledi
- Komisija za praćenje postupanja nadležnih organa u istragama slučajeva prijetnji nasilja nad novinarima, ubistava novinara i napada na imovinu medija

- Komercijalni TV emiter Nova M
- Komercijalni TV emiter Pink M
- NVU Centar Sjevera
- NVO Juventas
- Ministarstvo finansija
- NVO Istraživački omladinski centar
- Telemach D.O.O.(kablovski operater)
- Medijska kuća Publikum
- Crnogorski Telekom
- Udruženje lokalnih štampanih medija Crne Gore
- Asocijacija ALEMS-FOKUS

Na kraju, važno je napomenuti da je i nakon sprovedene javne rasprave, Ministarstvo u kontinuitetu bilo u intersektorskoj komunikaciji sa relevantnim institucijama, organizacijama i subjektima u cilju unaprijeđenja strateškog dokumenta.

### **Udruženje mladih sa hendikepom**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Operativni cilj 1.4. potrebno je preformulisati tako da glasi "Povećana pristupačnost medijskih sadržaja za osobe s invaliditetom".

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Imajući u vidu to da osobe s invaliditetom nijesu samo osobe s oštećenjem vida i sluha, već, u skladu sa članom 1 Konvencije UN o pravima osoba s invaliditetom "lica koje imaju dugoročna fizička, mentalna, intelektualna ili senzorna oštećenja koja u sadejstvu sa različitim barijerama mogu otežati puno i efektivno učešće ovih lica u društvu na osnovu jednakosti sa drugima", potrebno je ciljnu grupu proširiti na način da obuhvati sve osobe s invaliditetom. Iako se u javnosti kao osobe koje imaju veći stepen barijera u pristupu informacijama i komunikacijama prepoznaju osobe s oštećenjem vida i s oštećenjem sluha, među osobama koje nailaze na ovaj vid barijera su i osobe s intelektualnim i psihosocijalnim invaliditetom, kao i osobe s određenim rijetkim oštećenjima. Izdvajanjem dvaju grupa osoba s invaliditetom, došlo bi do pravljenja dodatne razlike između njih i drugih grupacija unutar zajednice osoba s invaliditetom, a koje je takođe potrebno prepoznati u strateškim dokumentima i raditi na kreiranju pristupačnih sadržaja i za njih.

**Odgovor obrađivača:** Privhaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** U indikatorima učinka za operativni cilj 1.4. potrebno je termin "slabovide osobe" zamijeniti terminom "osobe s oštećenjem vida".

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Termin "slabovide osobe" u pokretu za prava osoba s invaliditetom smatra se neadekvatnim jer je utemeljen na funkcionalnom modelu pristupa invaliditetu (koji rješenje izazova vidi u "poboljšanju funkcija" osoba s određenim invaliditetom, a ne u prilagođavanju društva potrebama pojedinaca), te se umjesto njega kao adekvatniji termin treba koristiti "osobe s oštećenjem vida".

**Odgovor obrađivača:** Privhaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 3:** U indikatorima učinka za operativni cilj 1.4. potrebno je precizirati na šta se konkretno odnosi cilj od 45%, odnosno 55% i 60% - da li na pristupačnost dijela sadržaja osobama s određenom vrstom invaliditeta (tj. oštećenjem vida i oštećenjem sluha), ili na procenat sadržaja na Javnom servisu koji se bavi OSI.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Preciziranje je potrebno budući da je, u skladu s obavezama i sadržajima koje kreira Javni servis, nerealno da veliki procenat sadržaja koji bi iznosio i 60% bude sadržaj koji se bavi OSI, međutim, ukoliko bi se obezbijedila veća pristupačnost sadržaja u ovom procentu, ona bi predstavljala značajno unapređenje u odnosu

na trenutno stanje, kada se na Javnom servisu obezbjeđuje samo djelimična pristupačnost za osobe s oštećenjem sluha u vidu prevoda jedne emisije na znakovni jezik, dok pristupačnost sadržaja Javnog servisa za osobe s oštećenjem vida nije obezbijeđena.

**Odgovor obrađivača:** Privhaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 4:** U obrazloženju aktivnosti 1.4.2. potrebno je promijeniti frazu "Izmjenama Zakona o RTCG biće utvrđeni procenti sadržaja namijenjenih OSI i osobama oštećenog sluha" tako da glasi "Izmjenama Zakona o RTCG biće utvrđeni procenti sadržaja namijenjenih OSI".

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 4:** Konvencija UN o pravima osoba s invaliditetom u osobe s invaliditetom ubraja "lica koje imaju dugoročna fizička, mentalna, intelektualna ili senzorna oštećenja koja u sadejstvu sa različitim barijerama mogu otežati puno i efektivno učešće ovih lica u društvu na osnovu jednakosti sa drugima". Budući da oštećenje sluha spada u grupu senzornih oštećenja, to se osobe s oštećenjem sluha smatraju osobama s invaliditetom, pa ih nije potrebno posebno izdvajati kao grupu u Strategiji.

**Odgovor obrađivača:** Privhaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 5:** U aktivnosti 1.4.3. "Obuke za novinare o izvještavanju i proizvodnji sadržaja o osobama sa invaliditetom" potrebno je među nadležnima prepoznati i reprezentativne organizacije osoba s invaliditetom (u skladu s Konvencijom UN o pravima osoba s invaliditetom i Opštim komentarom 7 Komiteta UN za prava OSI). Takođe, u obrazloženju ove aktivnosti, nije potrebno navoditi da su sadržaji o osobama s invaliditetom, odnosno, za osobe s invaliditetom "posebni".

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 5:** Imajući u vidu dugogodišnje iskustvo i ekspertizu u ovoj oblasti koje imaju organizacije osoba s invaliditetom, potrebno ih je prepoznati kao odgovorne za učešće u sprovođenju aktivnosti. Kada je u pitanju "posebni sadržaj", on nije poseban, već se u ovom slučaju radi o opštim sadržajima koji bi se već proizvodili za javnost, ali koji tretiraju fenomen invaliditeta na adekvatan način, odnosno, uz upotrebu adekvatne terminologije i modela pristupa invaliditetu.

**Odgovor obrađivača:** Privhaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 6:** U indikatorima učinka za operativni cilj 1.5. potrebno je dopuniti indikatore na način da se navede da sadržaji koji su posvećeni osobama s invaliditetom, LGBTQ, bivšim korisnicima psihoaktivnih supstanci, ženama koje su žrtve porodičnog nasilja, Romima i Egipćanima treba da budu zastupljeni u prime-time emisijama.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 6:** Imajući u vidu da Javni servis već proizvodi neke sadržaje namijenjene određenim manjinskim grupama, ali da se one prikazuju u zasebnim emisijama, povećanje broja, obima i kvaliteta sadržaja koji govore o marginalizovanim grupama treba da se poveća kroz veću zastupljenost u prime-time programu koji prati i većinska populacija, a ne eventualnim kreiranjem zasebnih emisija o ovim grupama.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Iako obrađivač prepoznaje intenciju predlagača, treba imati u vidu da bi se na taj način Ministarstvo miješalo u uređivačku politiku javnog medijskog servisa Crne Gore, što bi bilo protivzakonito.

#### **Komisija za praćenje postupanja nadležnih organa u istragama slučajeva prijetnji nasilja nad novinarima, ubistava novinara i napada na imovinu medija**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** U poglavlju IV Institucionalni okvi u tački 6. nacrta Strategije stoji da je Komisija formirana 2013 ali na kraju rečenice stoji i 2014. Komisija je formirana odlukom Vlade od 26. decembra 2013. godine a stupila je na snagu 2014.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Mislim da to treba razriješiti u ovoj rečenici.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** U poglavlju VIII "Bezbjednost novinara" u tački 4 preporuka Jufrexa stoji: "Vlada bi trebalo da pruži punu podršku djelotvornom i efikasnom radu Komisije za istragu napada na novinare, kao i potpunu transparentnost rada Komisije".

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Kako bi rad komisije bio potpuno djelotvoran i transparentan, podsjećam na moje prošlogodišnje pismo, u kome sam zamolio da se razmotri izrada sajta Komisije, gdje bi ona objavila sve dokumente o svom radu, dosadašnje i buduće (izvještaje Vladi, saopštenja, spisak slučajeva napada na novinare, itd) kao i formiranje baze podataka Komisije, u koju bi se, nakon skeniranja i OCR obrade dokumenata u posjedu Komisije u skladu sa zakonom, (uključujući i mogućnost pretraživanja po ključnim riječima) umnogome olakšao rad Komisije i učinilo ga djelotvornijim, a nakon pravosnažnog okončanja postupaka, dokumentacija iz tih slučajeva učinila dostupnom javnosti. To bi pomoglo sadašnjem, već i budućim sazivima Komisije, istraživačima, novinarima, itd.

**Odgovor obrađivača:** Privhaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 3:** U okviru Strateškog cilja 4 , Operativni cilj 4.1. "Obezbijedjeni mehanizmi za odvracanje od ugrozavanja i narušavanja fizičkog integriteta", kao indikator učinka navodi se broj procesuiranih slučajeva za ugrozavanje novinara, koji se bazira na izvještaju Komisije. Komisija nema precizan uvid u broj slučajeva napada na novinare, već samo u broj procesuiranih slučajeva a i to je neprecizno, jer za slučajeve saznaje uglavnom iz medija, pošto državni organi nemaju obavezu da obavještavaju Komisiju o svakom procesuiranom napadu, već na zahtjev Komisije dostavljaju dokumentaciju o pojedinačnim slučajevima.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Da bi Komisija mogla da odgovori ovom zadatku iz nacrtu Strategije, trebalo bi promijeniti odluku Vlade kojom je formirana ili zakon ili podzakonske akte i navesti obavezu državnih organa da o svakom slučaju obavještavaju Komisiju i dostavljaju joj dokumentaciju.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 4:** U okviru Strateškog cilja 4,

Operativni cilj 4.1. Obezbijedjeni mehanizmi za odvracanje od ugrozavanja i narušavanja fizičkog integriteta, kao indikator učinka navodi se broj izrečenih sankcija u slučajevima ugrozavanje novinara a ako izvor verifikacije navodi se godišnji izvještaj Komisije. Komisija nema sistematizovane podatke o pomenutim izrečenim sankcijama, jer joj ta nadležnost nije data Odlukom o formiranju a sudovi nemaju nikakvu obavezu da Komisiji dostavljaju bilo kakvu dokumentaciju, što je Komisija nekoliko puta bezuspješno pokušala.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 4:** Da bi Komisija obavila ovaj zadatak, potrebno je u tom smislu promijeniti Odluku o formiranju ili Zakon, kako bi sudovi bili obavezani da dostavljaju Komisiji potrebnu dokumentaciju. Osim toga, prema Odluci o formiranju, Komisija nije dužna da dostavlja Vladi godišnji izvještaj već samo četvoromjesečne izvještaje.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 5:** U aktivnosti 4.1.2 Praćanje kaznene politike sudova kroz redovno godišnje izvještavanje Vrhovnog suda o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari na starni 12 nacrtu Strategije kao indikator stoji "Izrađen godišnji izvještaj o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari" a nadležna je Komisija.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 5:** Ista primjedba kao pod tačkom 4 važi, kao i da Komisija nema svoj budžet, osim budžeta MUP-a za naknade članovima Komisije a ova aktivnost zahtijeva dodatni rad i angažovanje članova Komisije i/ili spoljnih saradnika.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 6:** U okviru operativnog cilj 4.2 Pojačana odgovornost nadležnih za efikasno rasvjetljavanje i procesuiranje napada na novinare stoji da je indikator učinka Procenat pokrenutih disciplinskih postupaka protiv odgovornih lica u nadležnim institucijama zbog nefikasnosti u rasvjetljavanju napada na novinare u odnosu na broj slučajeva.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 6:** Primjedbe su sljedeće:

a) U odnosu na koje podatke se odnose procenti 60%, 80% i 100%? U odnosu na broj napada (što je apsurdno) ili u odnosu na broj slučajeva gdje je Komisija utvrdila propuste i preporučila vođenje disciplinskih postupaka ili utvrđivanje odgovornosti? Ovo drugo je moguće, ako bi se obezbijedila djelotvorna saradnja sa tijelima u Sudskom savjetu i Upravi policije koje vode disciplinske postupke, da Komisiji dostavljaju slučajeve pokretanja disciplinskih postupaka, što se može uraditi takođe izmjenom odluke, zakona ili podzakonskih akata.  
b) Komisija nije nadležna da pravi ovakve izvještaje pa je u tom smislu potrebno izmijeniti Odluku o njenom formiranju.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 7:** U okviru aktivnosti 4.2.1 Redovni godišnji izvještaji Komisije o učincima u rješavanju napada na novinare, navodi se da je indikator rezultata redovni godišnji izvještaj Komisije a sredstva Budžet Komisije.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 7:** Komisija nije obavezna da dostavlja godišnje izvještaje Vladi već samo četvoromjesečne, niti ima svoj budžet, kako je navedeno pod tačkom 5.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 8:** Predlažem da se u Strategiju stavi da Komisiji treba opredijeliti godišnji budžet za njene aktivnosti, poput na primjer za angažovanje stranih/domaćih eksperata za analizu najkomplikovanijih slučajeva, izradu i održavanje sajta i baze podataka.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 8:** kako te i druge aktivnosti Komisije koje zahtijevaju dodatna sredstva ne bi zavisile od dobre ili loše volje ministara i premijera.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 9:** Ovaj predlog dajem u svojstvu novinara i urednika. U Njemačkoj postoji tradicija još od 50-tih godina prošlog vijeka da glavni portparol kancelara tri puta nedjeljno prisustvuje konferencijama za novinare koje ne organizuje Vlada, već Udruženje političkih novinara Njemačke. Te konferencije ne vodi nijedna Vladina služba već pomenuto udruženje, čiji predstavnici određuju ko postavlja pitanja, koliko pitanja se postavlja, koliko traju te konferencije itd.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 9:** Smatram da bi nešto slično trebalo predvidjeti Medijskom strategijom, kako bi se omogućila još veća transparentnost i odgovornost Vlade a novinarima omogućilo da pred kamerama, on the record, dobiju odgovore koje nisu dobili redovnim putem, ili su im uskraćena. Mislim da bi za početak bilo dovoljno da se ovakva ili slična konferencija za novinare u Podgorici održava jednom sedmično, van prostorija Vlade, u organizaciji relevantnih novinarskih udruženja iz Crne Gore.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Obrađivač smatra da ovo nije materija Medijske strategije, te da ovo ne isključuje mogućnost uspostavljanja ovakve prakse. Smatramo da je ovaj predlog prevashodno predmet potencijalnog ugovora novinarskih udruženja i Vlade Crne Gore.

#### **Lokalni javni emiter „RTV Cetinje“**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Smatramo da treba zakonski regulisati način određivanja i donošenja odluke o visini koeficijenata za novinare i ostale zaposlene u medijskoj djelatnosti jer izjednačavanje sa savjetnicima u lokalnoj samoupravi nije primjereno djelatnosti kojom se bavimo.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** S obzirom na činjenicu da funkcionisanje lokalnih medija regulišu Zakon o privrednim društvima, Zakon o elektronskim medijima, Zakon o lokalnoj samoupravi (jer se finansiramo iz budžeta) i Zakon o zaradama u javnom sektoru, jako je teško funkcionisati, jer u nekim djelovima navedeni zakoni su međusobno sukobljeni, a onda dolazimo u situaciju da i osnivač i Agencija za elektronske medije tumače one djelove zakona koji im u tom trenutku odgovaraju. Tako prije svega nijesu regulisani koeficijenti za zarade zaposlenih, jer nas svi upućuju na Zakon o zaradama u javnom sektoru a novinari nijesu državni službenici i namještenici niti ovaj zakon prepoznaje medijsku djelatnost.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Utvrđivanje koeficijanata zarada zaposlenih u lokalnim javnim emiterima nije pitanje za koje je nadležno ovo Ministarstvo, niti je to moguće predvidjeti Zakonom o elektronskim medijima.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** Izbor članova savjeta lokalnih emitera - Kada je riječ o izboru članova savjeta lokalnih emitera, smatram da treba posebno voditi računa o referencama predloženih kandidata jer je do sada kriterijum za odlučivanje, ukoliko ima više predloženih kandidata, bio broj predlagača pa se dešavalo da se za člana Savjeta imenuje neko sa lošijim referencama samo zato što ga je predložilo više njih.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Kada je riječ o izboru članova savjeta lokalnih emitera, smatram da treba posebno voditi računa o referencama predloženih kandidata jer je do sada kriterijum za odlučivanje, ukoliko ima više predloženih kandidata, bio broj predlagača pa se dešavalo da se za člana savjeta imenuje neko sa lošijim referencama samo zato što ga je predložilo više njih. Dakle, da bi lokalni mediji bili profesionalni i u potpunosti oslobođeni pritiska i bilo kakvog uticaja, mora se posvetiti posebna pažnja načinu na koji se biraju članovi savjeta i ključni kriterijum mora biti njihovo poznavanje medijske djelatnosti.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Kao glavni kriterijum u Nacrtu zakona o audiovizuelnim uslugama biće zadržan predloženi – da se za člana Savjeta može birati onaj kandidat koji ima podršku najvećeg broja ovlašćenih predlagača koji ispunjavaju uslove utvrđene ovim zakonom. Obrađivač je stava da bi se eliminisanjem navedenog kriterijuma mogla obesmisлити procedura predlaganja kandidata za člana, ali će se u Nacrtu predvidjeti takođe i kriterijum da, u slučaju da dva ili više kandidata imaju podršku istog broja ovlašćenih predlagača, u predlog liste uvrstiće se kandidat koji ima duže radno iskustvo u potrebnom nivou kvalifikacije obrazovanja, iz oblasti koje su relevantne za obavljanje dužnosti u savjetu lokalnih javnih emitera, kao i drugi kriterijumi kojima se omogućava zastupljenost u savjetima i marginalizovanih društvenih grupa.

### **Lokalni javni emiter „RTV Rožaje“**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Način određivanja i donošenja odluke o visini koeficijenta medijskih uposlenika treba zakonski regulisati jer se novinari i drugi zaposleni u medijima ne mogu tretirati poput savjetnika u lokalnoj samoupravi, jer to nije primjereno djelatnosti medijskih institucija.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Funkcionisanje lokalnih medija regulisano je zakonima koji se konfrontiraju (Zakon o privrednim društvima, Zakon o radu, Zakon o elektronskim medijima, Zakon o lokalnoj samoupravi, Zakon o zaradama u javnom sektoru) pa se iz toga razloga Agencija za elektronske medije, osnivač i državne institucije pozivaju na njima prihvatljivu regulativu, tako da nas uglavnom upućuju na Zakon o zaradama u javnom sektoru i koeficijente koji su tim zakonom regulisani dok zaposleni u medijima nikako nisu državni službenici i namještenici, niti ih ovaj zakon prepoznaje kao takve.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Pogledati odgovor obrađivača na gotovo identični predlog lokalnog javnog emitera „RTV Cetinje“.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** Izbor i imenovanje članova Savjeta lokalnih javnih emitera-  
**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Kada se radi o izboru i imenovanju članova Savjeta lokalnih javnih emitera dosadašnja praksa je bila da se, kada postoji više kandidata, za člana Savjeta imenuje lice koje je bilo predloženo od strane više predlagača, dok se tom prilikom nije vodilo računa o njegovim referencama, pa se dešavalo da iz toga razloga za člana bude imenovano lice sa lošijim referencama.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Da bi lokalni emiteri u svom radu bili nezavisni, bez pritisa i profesionalni, treba posebno voditi računa o izboru i imenovanju članova Savjeta. Mora se voditi računa iz kojih oblasti dolaze i ključni kriterijum za njihovo imenovanje nesporno moraju biti reference, tj. poznavanje funkcionisanja medijske djelatnosti.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Pogledati odgovor obrađivača na gotovo identični predlog lokalnog javnog emitera „RTV Cetinje“.

### **Lokalni štampani medij Kolašinski pogledi**

Bolji uslovi za rad, slobodno i profesionalno novinarstvo, pravo na istinitu, pravovremenu i cjelovitu informaciju, te veća produkcija priča od javnog interesa, cilj je Medijske strategije, čiji nacrt je na javnoj raspravi.

“Lider mont media” uzelo je učešće u javnoj raspravi za izradu Medijske strategije u delu koji bi se odnosio na lokalne štampane medije jer ima značajno iskustvo na području pripremanja i izdavanja lokalnih štampanih medija. Naime, “Kolašinske novosti” u pedeset četiri broja i “Novine sjevera” u dvadeset četiri broja, na blizu tri hiljade strana osvietlili su na, nivou od vijesti do članka, komentara, reportaže. Brojna područja iz života ljudi koji se nijesu mogli, iz raznih razloga, naći u medijima koji su na državnom nivou.

Među prvim u Crnoj Gori smo na zvaničnom elektronskom portalu “Novine sjevera” koji je pokrenulo DOO “Lider mont media” iz Kolašina radi prezentovanja svojih aktivnosti “postavili” arhivsku građu objavljenih novina i omogućili preuzimanje štampanih brojeva u elektronskom obliku.

Elektronsko informativno glasilo “Novine sjevera” time je pokušalo i za naše uslove u kojima radimo i prioritet objavlјivanja informacija sa sjevera uspjelo da uradi dosta na planu čitanosti.

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Naš predlog je da se pitanju opstanka lokalne štampe posveti dužna pažnja i da se ona tretira kao i svi drugi, pre svih elektronski mediji.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Više je razloga za to, a najvažniji je trajni ostanak zapisa o značajnim događajima u lokalnim bibliotekama i drugim (kućnim, porodičnim arhivama) za neke buduće istraživače tradicije, običaja i kulturnih dešavanja vremena koje neumtno i "nekontrolisano brzo digitalno napreduje".

Upravo taj dio "kulture sjećanja" i dokumentarno čuvanje kulturnog naslijeđa treba da bude obuhvaćen Novom medijskom strategijom. "Novine sjevera" će pokušati, a očekujemo da će takvi mediji upravo zahvaljujući novoj Medijskoj strategiji u narednom periodu i dalje pažnju posvetiti kulturi, osvjetljavanju tradicionalnih vrijednosti, legendama, običajima, razvojnim resursima, sela;

- predstavljaćemo muzejsko blago,
- ručnu radinost;;
- Izdavačku produkciju;
- promovisati primjere multikulturalizma i suživota...

Za to imamo i volju, ali i obavezu jer smo u predhodnom periodu, zahvaljujući, istina malo, podršci, a velikom pregalaštvu stvorili solidnu osnovu. Bilo bi veoma bitno i korisno da tu značajnu aktivnost nastavimo kako mi tako i ostali lokalni štampani mediji, pa i oni elektronski koji su se opredijelili da u svom programu imaju takve sadržaje.

**Odgovor obrađivača:** Iako nije iznesen konkretna/an primjedba/komentar/sugestija predlagača, obrađivač je u načelu prihvatio i uvažio navedenu/i primjedbu/komentar/sugestiju, na način što je Nacrtom predviđeno niz mjera i aktivnosti u cilju zaštite neprofitnih štampanih medija i podsticanja tema od javnog interesa, među kojima je svakako i očuvanje kulturne baštine lokalnih sredina.

### **Crnogorski Telekom**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Komentar na tačku 6.2.4 Medijske strategije – Uređeno zamračenje reklamnog sadržaja i obavezi na televizijama čije je sjedište van Crne Gore koje se emituju kroz kablovsku mrežu, a putem kojih se oglašavaju pravna lica čije je sjedište u Crnoj Gori.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Sa stanovišta pružaoca AVM usluga na zahtjev, ovu tačku smatramo nesprovodivom po više osnova.

Tehnički gledano, zamračivanje sadržaja na televizijama koje nemaju prava na pojedine sadržaje je funkcionalnost koja cilja sadržaje koji imaju definisano vrijeme trajanja (npr sportski ili zabavni program), koji traju duži vremenski period i nemaju prekide tokom emitovanja. Predložena tačka medijske strategije, pretpostavlja da se ista funkcionalnost može koristiti i za zamračenje reklamnog sadržaja. Zamračivanje reklamnog sadržaja stvara veliki broj izazova: reklamni periodi nemaju definisano vrijeme emitovanja, (npr prekidi u sportskim sadržajima ili živim emisijama koje je nemoguće definisati unaprijed), ostali vidovi marketinga kao što su plaćeni PR, plasman proizvoda, telošoping i slično se na zamračivanjem uopšte ne mogu obuhvatiti. Funkcionalnost zamračivanja koju koristimo nije namijenjena za ove svrhe, te bi nametanje ove mjere stvorili ogromne logističke probleme bez bilo kakvih garancija da će identifikovani sadržaji biti nedostupni.

Dodatno, u konsultacijama koje smo obavili unutar naše grupacije, ne postoji slična praksa.

Osim toga, ugovori koje zaključujemo sa pružaocima sadržaja i kanalima eksplicitno zabranjuju bilo kakve prekide emitovanja sa izuzetkom sadržaja za koje nijesu obezbijeđena prava za emitovanje u Crnoj Gori, pa se postavlja pitanje da li smo kao operater uopšte u mogućnosti da privremeno zaustavimo emitovanje kanala po osnovu koji nije definisan postojećom regulativom.

Stoga, predlažemo da se ova mjera obriše.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** 6.3.1. Uspostavljanje 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.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Mjerenje gledanosti TV stanica je jedna od usluga naše kompanije, kojom se pruža pregled brojnih parametara medijskog tržišta i kao takva je važan alat za planiranje, monitoring i analizu marketinških kampanja, ali i gledanosti svih TV formata, sve u cilju ostvarivanja tržišnih ciljeva poslovnih subjekata.

Mjerenje TV gledanosti je zapravo specifično tržišno istraživanje, odnosno komercijalna djelatnost koja zahtijeva velika ulaganja u terenski rad, specijalizovane klijentske i cloud softvere, kao i brojne druge sisteme, pa se ovom djelatnošću svuda u svijetu bave specijalizovane kompanije sa dugim iskustvom u branši. Iz navedene mjere se može zaključiti da je intencija predlagača da ovu djelatnost preuzmu državne institucije ili da iste bave definisanjem parametara koji trebaju biti zadovoljeni, što nije u skladu sa praksom ne samo u regiji nego na bilo kojem tržištu na kojem smo imali uvid.

Stoga, predlažemo da se mjere 6.3.1 i 6.32. obrišu.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Obradivač je mišljenja da je vrlo važno predvidjeti Medijskom strategijom navedenu mjeru, koja se pri tome ne odnosi isključivo na gledanost i emitere televizijskih programa. Naprotiv, suština predložene mjere je da se ispita stanje na tržištu za sve formate medija, dakle i štampane medije i internetske publikacije, kako bi donosioci odluka, u ovom slučaju nadležni regulator za oblast audiovizuelnih medija i ovo ministarstvo – nadležno za sprovođenje Zakona o medijima u najvećem dijelu nad internetskim publikacijama i štampanim medijima, imali dalji putokaz za predlaganje razvoja medijskog tržišta, kao i preduzimanje niz mjera na osnovu kojih će se definisati niz novih aktivnosti sa ciljem poboljšanja sveukupnog trenda. Ova aktivnost ne isključuje nikako angažovanje eksternih subjekata u cilju realizacije predložene aktivnosti.

### **Udruženje lokalnih štampanih medija Crne Gore**

**Primjedba 1:** Neprepoznavanje lokalne štampe kao dijela medijskog sistema Crne Gore.

**Predlog 1:** Definisati ulogu, mjesto i podsticajne mjere održivosti lokalne štampe.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Crna Gora pripada rijetkim zemljama Zapadnog Balkana koja je uprkos novim digitalnim platformama sačuvala duh i karakter lokalne štampe.

O tome svjedoče brojna lokalna glasila: "Komun@", "Pljevaljske novine", "Novine Nikšića", "Nova Sloboda", "Mozaik", "Novine Sjevera", "Mojkovačke novine", "Glas Pive", "Kolašinske novosti", "Danilovgradske novine"...

Njihova uloga je posebno važna iz ugla multikulturalnog bića Crne Gore i ugla arhivistike-dokumentaristike, kao kulture sjećanja našeg kolektivnog bića.

Mnoga od ovih glasila imaju višedecenijsku istoriju (Pljevaljske novine), a ova štampa je zahvalan izvor tumačenja sveukupne baštine Crne Gore, jer se ista bavi temama koje danas nijesu predmet pažnje komercijalnih medija.

Značaj i ulogu ovih neprofitnih medija prepoznaju i relevantna dokumenta-preporuke Savjeta Evrope.

Takođe, zaključno sa 2020.godinom putem javnih transparentnih konkursa podržavana je u jednoj mjeri naša finasijska i programska održivost.

Ovo je važno iz već pomenutih razloga, kao i činjenice da ove novine i mediji koji istovremeno predstavljaju dragocjeno hronološko štivo lokalnih sredina u kojima izlaze i činjenice da ove novine nijesu predmet pažnje velikih oglašivača.

Dodatno, nakon opsežnih konsultacija sa ekspertima Savjeta Evrope, OSCE-a i drugih u okviru aktuelnog Zakona o medijima definisano je normativno rješenje – mogućnost podrške ovoj vrsti štampe koja nije iskorišćena u posljednje dvije godine što nas je dovelo u neravnotežan tretman sa ostalima.

Imajući rečeno u vidu, ocjenjujemo nužnim i krajnje opravdanim da tekst Medijske strategije uključiva lokalnu štampu kao ravnopravnog činioca našeg medijskog sistema, jer je ovo pitanje dominantno kulturološkog, civilizacijskog i demokratskog karaktera.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno. Pogledati odgovor obrađivača u vezi primjedbe/predloga/sugestije lokalnog štampani medija Kolašinski pogledi.

## **NVO Juventas**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Kod strateškog cilja 1 Poboljšanje kvaliteta informisanja građana, odnosno operativnog cilja 1.1. kao ciljane vrijednost za indikator „Procenat elektronskih medija koji imaju internu ili eksternu samoregulaciju“ navodi se „minimum 50%“. Predlažemo da se ovaj procenat poveća na minimum 70%.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** U prethodnih nekoliko godina svjedočili smo kršenju etičkih i profesionalnih standarda od strane crnogorskih medija, što je djelimično posljedica nepostojanja samoregulatornih mehanizama. Jedan od glavnih ciljeva Strategije trebalo bi da bude unapređenje samoregulacije medija. S tim u vezi predlažemo da se kao konačni cilj za 2026. godinu odredi da najmanje 70% elektronskih medija ima neku vrstu samoregulacije. Ovo je posebno važno imajući u vidu da značajan broj elektronskih medija čine javni servisi. Takođe, istraživanja pokazuju da su elektronski mediji, naročito televizija, mediji koje građani najviše prate. Mišljenja smo da većina crnogorskih medija može uvesti neki vid samoregulacije. Veći i finansijski stabilniji mediji mogu sebi obezbijediti ombudsmana, dok manji i/ili lokalni mediji mogu pitanje samoregulacije riješiti kroz članstvo u grupnim tijelima.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Iako obrađivač pozdravlja intenciju predlagača i prepoznaje značaj samoregulacije u audiovizuelnim medijima, obrađivač je stava je u ovom trenutku i u bliskoj projekciji to teško, s obzirom na stanje medijskom tržištu i izraženu polarizovanost koja je njegova dominantna crta, što je i zapažanje Evropske komisije u godišnjim izvještajima za Crnu Goru, ali i zapažanje drugih međunarodnih partnera. Postavljanje minimuma od 70 % audiovizuelnih medija medija koji imaju osnovano interno samoregulatorno tijelo ili su pristupili eksternom samoregulatornom tijelu bila bi više idealna, nego realna projekcija. Ipak, važno je napomenuti da će Nacrtom zakona o medijima biti predviđeno da za dodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija, može konkurisati samo medij koji je član eksternog ili ima uspostavljeno interno samoregulatorno tijelo, čime se mediji dalje dodatno podstiču na samoregulaciju, imajući u

vidu i povećanje procenta tekućeg godišnjeg Budžeta Crne Gore iz kog se fond finansira. Time će se posredno podstaći proizvodnja medijskih sadržaja od javnog interesa, odnosno smanjivati proizvodnja onih sadržaja koji bi mogli značiti kršenje profesionalnih i etičkih standarda. Takođe, osim samoregulacije, predmetni mediji su predmet i regulacije nezavisnog regulatora za oblast audiovizuelnih medijskih usluga, čim se s jedne strane dodatno umanjuje opasnost od kršenja etičkih, profesionalnih, ali i programskih sadržaja, a posebno širenja govora mržnje i dezinformacija. Na kraju, Medijskom strategijom je predviđeno i biće predviđeno niz aktivnosti u cilju promocije samoregulacije, poput brojnih analiza, okruglih stolova, kampanji i slično.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** Kod strateškog cilja 1: Poboljšanje kvaliteta informisanja građana, operativni cilj 1.3. Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, promijeniti u „1.3. Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja, dezinformacija, teorija zavjera i drugih medijskih manipulacija“.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Na primjeru pandemije kovida u prethodne dvije godine primijetili smo ranjivost građana i građanki na teorije zavjere. Teorijama zavjera je publika posebno sklona kada su u pitanju važni događaji, upravo kao što je pandemija, ali i u regularnim i svakodnevnim situacijama. One u nekim slučajevima mogu biti izuzetno opasne, za šta je najbolji pokazatelj niz događaja u Sjedinjenim Državama koje su proizašli iz teorija zavjera (Qanon, Pizzagate i sl.). S toga, vjerujemo da je potrebno proširiti ovu listu i na teorije zavjere, ali i uvesti termin „druge medijske manipulacije“ jer se medijski svijet brzo mijenja, te i u tom pravcu može doći do promjena. Tako smo npr. 2016. imali problema sa lažnim vijestima, a sada se suočavamo sa drugim vidovima manipulacija.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Obrađivač je stava da se pod pojmom dezinformacija smatraju i drugi vidovi manipulacija. Pri tome, u Nacrtu će biti prepoznat značaj i takvih vidova dezinformacija, te je predviđen i biće dalje predviđen niz aktivnosti u Akcionom planu u cilju tretiranja navedenog pitanja.

**Primjedba/predlog/sugestija 3:** Kod strateškog cilja 1 Poboljšanje kvaliteta informisanja građana, odnosno operativnog cilja 1.3. Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, u dijelu aktivnosti 1.3.5. i 1.3.6. koje se odnose na saradnju sa globalnim internetskim kompanijama u cilju borbe protiv navedenih pojava, predlažemo uvođenje aktivnosti: Uspostavljanje fact-checking redakcija za društvene mreže kroz saradnju Vlade, civilnog društva i globalnih internetskih kompanija.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Pandemija kovida pokazala je da su društvene mreže pogodno tlo za širenje dezinformacija, a na primjeru rata u Ukrajini još jednom se možemo u to uvjeriti. U regionu i Evropi, internetske kompanije sarađuju sa fact-checking organizacijama kako bi provjerili i flagovali (označili) dezinformacije, teorije zavjere i ostale medijske manipulacije koje se plasiraju na društvenim mrežama. Iako ova praksa ima svoja ograničenja i slabosti (fact-checking objave nemaju isti domet i brzinu kao npr lažne vijesti) za sada je ona jedna od najboljih opcija za borbu protiv manipulacija na internetu, a internetske kompanije poput Facebook-a (Meta) su već pokazale spremnost da finansiraju i uvedu ove alate.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Mehanizam već postoji u jednom dijelu kroz drugu aktivnost predviđenu Nacrtom, a to je uspostavljanje mehanizma tijesne koordinacije za borbu govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija sa obavezom izvještavanja o ovim slučajevima i pripremu preporuka za unaprjeđenje stanja u medijima, gdje bi bio uključen široki krug društvenih činilaca, uključujući univerzitete u Crnoj Gori, resorno ministarstvo, NVO, pravosuđe i drugi, koji bi imao i fact-checking stranu svoje djelatnosti, a kroz uspostavljanje,

koordinaciju i komunikaciju za praćenje slučajeva govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija. Kada su u pitanju društvene mreže, upravo ova aktivnosti treba da razmotri navedene modele saradnje.

**Primjedba/predlog/sugestija 4:** Operativni cilj 1.5. Navedeni Povećan procenat medijskih sadržaja posvećenih osobama sa invaliditetom, LGBTQ, bivši korisnici psihoaktivnih supstanci, žene koje su žrtve porodičnog nasilja, Roma i Egipćana, promijeniti u „Povećan procenat medijskih sadržaja koji se odnose na osobe sa invaliditetom, LGBTQ, osobe koje koriste ili su koristile psihoaktivne supstance, žene koje su žrtve porodičnog nasilja, Rome i Egipćane, te druge ranjive kategorije“.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 4:** Nije jasno zašto se kao cilj navodi povećanje sadržaja samo za „bivše korisnike psihoaktivnih supstanci“ umjesto proizvodnje medijskog sadržaja koji se odnosi i na osobe koje trenutno koriste droge, imajući u vidu da su oni podjednako, ako ne i više ranjivi i stigmatizovani. S tim u vezi, predlažemo da se obje grupe uključe u cilj, a prije svega koristi poštujući termin iz prakse organizacija koja rade sa ovim grupama – „osobe koje koriste ili su koristile psihoaktivne supstance“. Dodatno, potrebno je proširiti ciljnu grupu na „druge ranjive kategorije“ koje je zatim potrebno dalje precizirati kroz opis aktivnosti na: zatvorenike/ce i bivše zatvorenike/ce, seksualne radnice, itd.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 5:** Kod strateškog cilja 2: Unapređenje uredničke i finansijske nezavisnosti javnih emitera i viši stepen odgovornosti u radu, odnosno operativnog cilja 1.2, predlažemo uvođenje aktivnosti: „2.1.4. Jačanje kapaciteta lokalnih javnih servisa kroz donacije opreme i obuke za novinare/ke“.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 5:** Lokalni javni servisi suočavaju se sa izazovima u pogledu opreme, ali i ljudskih resursa, te je osim poboljšanja pravnog okvira i finansiranja medija, neophodno uvesti i kratkoročne mjere koje će poslužiti kao podrška ovim medijima, na način što će im biti donirana oprema i pružena obuka za zaposlene, posebno ako su u pitanju mladi novinari.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 6:** Kod strateškog cilja 3: Unapređenje slobode izražavanja i profesionalizma u medijima, odnosno operativnog cilja 3.1: Unaprijeđena nezavisnost novinara, predlažemo uvođenje indikatora i aktivnosti koje se odnose na uspostavljanje mehanizama pomoću kojih novinari/ke i urednici/e mogu prijaviti da trpe određeni pritisak od nadređenih, vlasnika, oglašivača, države, te političkih i ekonomskih subjekata.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 6:** Imajući u vidu da se u analizi stanja, ali i u prethodnim procjenama medijske scene u Crnoj Gori konstatuje problem nezavisnosti medija, odnosno pritiska koji novinari/ke trpe, neophodno je uvrstiti mehanizme koji će omogućiti novinarima/kama i urednicima/ama da prijave i ukažu da neko na njih vrši ili pokušava da vrši neovlašćeni pritisak. Ove mehanizme trebalo bi izraditi nakon konsultacija sa medijskom zajednicom i samim novinarima/kama, te na taj način izabrati metode koje njima najviše odgovaraju. Prijave bi mogle da se dostavljaju posebnoj Komisiji koja bi ih razmatrala, po uzoru na Komisiju za praćenje napada na novinare.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 7:** U dijelu koji se odnosi na operativni cilj 3.3: Poboljšana informisanost građana o načinima podnošenja prigovora na rad medija, predlažemo uvođenje aktivnosti: „Pojednostavljivanje procesa podnošenja prigovora kroz uspostavljanje online obrazaca i djelimičnu automatizaciju procesa“.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 7:** Proces podnošenja prigovora na rad medija je relativno komplikovan za građane/ke, a obuke ne mogu obuhvatiti dovoljan broj građana/ki. Zbog toga je potrebno maksimalno pojednostaviti proces podnošenja prigovora kroz djelimičnu automatizaciju procesa putem online obrazaca. Ovi obrasci bi nudili mogućnost odabira sadržaja koji podnositelj želi da prijavi, djelova Kodeksa i članova zakona za koje podnositelj vjeruje da su prekršeni, itd. Na taj način će svi zainteresovani relativno lako moći da podnesu prigovor koji će ispuniti sve formalne zahtjeve.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Cilj je da se upravo kroz predložene obuke, predviđene Nacrtom medijske strategije, razmotre mogućnosti pojednostavljenja podnošenja tih prigovora. Kroz druge aktivnosti u sklopu relevantnog operativnog cilja, biće predviđeno sprovođenje medijske kampanje o mogućnostima ulaganja prigovora i koracima za sve građane, ali i druge aktivnosti da bi se građani što bolje upoznali i obučili u pogledu načina i mogućnostima ulaganja prigovora na rad medija.

**Primjedba/predlog/sugestija 8:** Kod operativnog cilja 3.4: Jačanje kapaciteta novinara i drugih zaposlenih u medijima, navodi se sljedeća aktivnost: „Uspostavljanje novih studijskih programa i predmeta za oblast medija“. Sugeriramo da je potrebno preciznije definisati gdje će i šta biti uvedeno, odnosno da li se misli na Fakultet političkih nauka na kojem se trenutno izučava novinarstvo, koji će predmeti biti uvedeni i slično.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 8:** Iz opisa aktivnosti nije jasno na šta se odnosi. Podsjećamo, studije novinarstva na Fakultetu političkih nauka su reformisane prije par godina. Vjerujemo da je potrebno dodatno unaprijediti obrazovanje budućih novinara/ki, te je upravo zbog toga važno ili preciznije odrediti na šta će se ova aktivnost odnositi ili pak navesti da će biti urađena analiza na osnovu koje će se unaprijediti formalno obrazovanje budućih novinara/ki.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 9:** U dijelu koji se odnosi na OC 3.4: Jačanje kapaciteta novinara i drugih zaposlenih u medijima, potrebno je posvetiti veću pažnju mladim novinarima/kama, kroz obezbjeđivanje stimulacija, obuka itd.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 9:** Kao što je primijećeno u analizi stanja, novinarstvo je profesija koju sve više zaposlenih napušta zbog nepovoljnih uslova. Dodatno zabrinjava što sve manji broj mladih uopšte bira novinarstvo kao profesiju, čak i nakon što završe studije novinarstva, prije se odlučuju za PR, komunikacije i slično. S tim u vezi neophodno je Strategijom posvetiti više pažnje mladim novinarima, kroz: - uvođenje određenih stimulacija za mlade novinare. - obezbjeđivanje obuka za mlade novinare (posebno iz oblasti novih tehnologija). - osnivanje Trening centra na Fakultetu političkih nauka, koji bi pružio priliku mladima koji su završili druge obrazovne programe, a zainteresovani su za karijeru u novinarstvu, da savladaju osnove ove profesije. - podršku omladinskim medijima kroz donaciju opreme i obuke za novinare/ke.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 10:** U dijelu koji se odnosi na OC 5.1: Unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, kao ciljna vrijednost za indikator Procenat učenika srednjih škola koji su upoznati sa osnovnim principima medijske pismenosti navodi se iznos od 40%. Predlažemo da se obuhvat poveća na 60%.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 10:** Imajući u vidu značaj medijske pismenosti, posebno za mlade, a oslanjajući se na već postojeće mehanizme za izučavanje MP u školama, te potrebu za uvođenjem novih, potrebno je povećati obuhvat učenika srednjih škola koji su upoznati sa osnovnim principima MP na minimum 60%. Pomak u ovom dijelu je veoma lako

ostvariti u predviđenom periodu, posebno zato što se govori o osnovnim principima medijske pismenosti, dakle, ne misli se samo na izučavanje predmeta Medijska pismenost, već na izučavanje same oblasti, tj. njenih osnova, koju je moguće uvesti u nastavu i kao međupredmetnu oblast, odnosno kroz druge predmete, kao što su sociologija, CSBH jezik i književnost, istorija, psihologija, filozofija i sl.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Obrađivač smatra da u početnoj fazi ovo nije realna projekcija, te je s tog razloga neprimjenjiva u realnom vremenu.

**Primjedba/predlog/sugestija 11:** U dijelu aktivnosti koji se odnose na OC 5.1: Unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, umjesto samo analiza, potrebno je na osnovu već postojećih analiza uvesti konkretne aktivnosti za unapređenje položaja MP u obrazovnom sistemu, kroz: - Uvođenje MP kao izbornog predmeta u srednje stručne škole - Uvođenje MP kao međupredmetne oblasti.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 11:** Nevladine organizacije su u prethodnih nekoliko godina izradile niz analiza i preporuka u pogledu unapređenja medijske pismenosti u obrazovnom sistemu. Na osnovu toga moguće je već sada odrediti niz aktivnosti, od kojih izdvajamo: - Uvođenje MP kao izbornog predmeta u srednje stručne škole. - Unapređenje MP u gimnazijama. - Uvođenje MP kao međupredmetne oblasti. - Opremanje škola tehničkim sredstvima za nastavu MP. Napominjemo da su nevladine organizacije, takođe, radile na razvoju edukativnih programa i alata, te jačanju kapaciteta nastavnog osoblja za predmet Medijska pismenost. Dakle, već postoji pogodno tlo i dobra početna pozicija, odnosno određen nivo spremnosti da se navedeni koraci implementiraju. Posebno je važno obezbijediti mogućnost učenicima/ama srednjih stručnih škola da izaberu predmet Medijska pismenost, s obzirom da su trenutno uskraćeni za to, a njima je MP podjednako neophodna vještina, kao i učenicima/ama gimnazija. Jedan od problema sa kojima se škole suočavaju je nedostatak tehničkih sredstava (projektori, računari i slično) za nastavu medijske pismenosti, a sam program predviđa korišćenje ove opreme, jer nije u pitanju konvencionalna nastava.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

### **Ministarstvo finansija**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** 6.2.5 Izmjene Zakona o porezu na dodatu vrijednost - Sniženu PDV stopu na dnevnu i periodičnu štampu već prepoznaje naše poresko zakonodavstvo. Naglašavamo da je u zemljama u okruženju (Hrvatska, Srbija itd..) takođe propisana snižena stopa PDV na dnevnu i periodičnu štampu.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Sniženu PDV stopu na dnevnu i periodičnu štampu već prepoznaje naše poresko zakonodavstvo. Naglašavamo da je u zemljama u okruženju (Hrvatska, Srbija itd..) takođe propisana snižena stopa PDV na dnevnu i periodičnu štampu.

Kada je u pitanju oporezivanje za repromaterijal za štampane i elektronske medije, uvođenje snižene stope PDV za promet navedenog repromaterijala bilo bi u suprotnosti sa EU standardima, konkretno u suprotnosti sa Direktivom EU 2006/112 o zajedničkom sistemu oporezivanja, koji ne daje normativno rješenje oporezivanja po sniženoj stopi. Takođe navodimo da zemlje u okruženju nemaju takva normativna rješenja, odnosno takav promet se oporezuje po opštoj - višoj stopi.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** 6.2.6 Sprovođenje redovne finansijske i tržišne kontrole neregistrovanih internetskih publikacija i fizičkih lica koja prodaju marketinški prostor na internetu.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Nadležni državni organi, svaki u dijelu svoje nadležnosti, u zakonskoj je obavezi da vrši redovne finansijske i tržišne kontrole neregistrovanih internetskih publikacija i fizičkih lica koja prodaju marketinški prostor.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 3:** 6.2.8. Uvesti obaveznu naknadu za sve hotele, restorane, kafiće i druge ugostiteljske objekte, koji svojim gostima obezbjeđuju besplatno čitanje štampe te uspostaviti sistem prikupljanja naknada i distribucije prikupljenih sredstava izdavačima na transparentan, efikasan i pravedan način. Ministarstvo finansija i socijalnog staranja nije saglasno sa inicijativama koje upućuju na izmjenu propisa (u ovom slučaju Zakona o medijima) sa ciljem uvođenja novih naknada. 6.2.9. Uvesti obaveznu naknadu za sve press klipping agencije i druge kompanije koje nude usluge koje se zasnivaju na sadržaju koji proizvode i objavljuju mediji, te uspostaviti sistem prikupljanja naknada i distribucije prikupljenih sredstava izdavačima na transparentan, efikasan i pravedan način.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Podsjećamo da Ministarstvo kontinuirano ukazuje na potencijalne negativne efekte uvođenja novih naknada, imajući u vidu da bi uvođenje naknada imalo negativan uticaj na ekonomske aktivnosti i konkurentnost, kroz uvođenje dodatnih fiskalnih nameta.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 4:** 7.1.3- Izmjene Zakona o PDV-u (ukidanje carine i PDV-a za foto aparate, objektivne i ostalu foto opremu).

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 4:** Ukidanje plaćanja carine i PDV na foto-aparate, objektivne i ostalu foto opremu bilo bi u suprotnosti sa EU standardima, konkretno u suprotnosti sa Direktivom EU 2006/112 o zajedničkom sistemu oporezivanja.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 5:** 7.1.4 Povezivanje radnog staža novinarima, fotoreporterima i snimateljima medijskih kuća koje su bile u stečaju i čija su preduzeća likvidirana.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 5:** Navedena aktivnost nije u nadležnosti Ministarstva finansija i socijalnog staranja.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Generalni kometar:** Generalno vezano za aktivnosti koje su planirane strategijom i akcionim planom, a za koje je navedeno da se realizuju iz sredstava budžeta, pošto nije navedeno koji je iznos u pitanju, u ovom trenutku Ministarstvo finansija i socijalnog staranja ne može da se izjasni. Smatramo da bi trebalo svaku aktivnost kvantifikovati, posebno aktivnosti koje se realizuju iz budžeta.

### **Komercijalni TV emiter Nova M**

Pozdravljamo inicijativu nadležnog ministarstva i opredeljenje da uredi strateški pravac razvoja medijskog sektora u Crnoj Gori u skladu sa najboljom evropskom praksom i uz oslanjanje na dokumente EU i Saveta Evrope. Istovremeno, smatramo da je neophodno u najvećoj mogućoj mjeri uvažiti prilike na lokalnom tržištu i potrebu da se problemi uočeni u praksi na najbolji način adresiraju.

Smatramo da bi Medijska strategija kao ključni dokument koji uređuje pravac medijske politike u naredne četiri godine, morala da ima u vidu sledeće polazne postavke:

- neophodnost usklađivanja sa suštinom, ciljevima i fundamentalnom strukturom pravnih dokumenata i standarda Evropske unije, kao i Saveta Evrope, u skladu sa obavezama preuzetim od strane Crne Gore i najboljim međunarodnim standardima;
- kreiranje regulatornog okvira koji će omogućiti makar približno iste početne pozicije svim pružiocima medijske usluge, bilo da su javni ili komercijalni, domaći ili strani, lokalni ili globalni (tzv. *level playing field*);
- uklanjanje nepotrebnih regulatornih barijera zarad omogućavanja investicija u industriju elektronskih medija i medija uopšte i stvaranje povoljnog okruženja koje će omogućiti stvarni i održivi razvoj tržišta medijskih usluga;
- stvaranje pravnog okvira vezano za suštinsku medijskih usluga, a ne posebnih režima za pojedine mreže ili tehnologiju putem kojih se te usluge pružaju, budući da je pravni okvir i u EU u ovom smislu podvojen, a sve da bi se postigla približna jednakost svih pružalaca medijske usluge;
- regulacija zasnovana na principima objektivnosti, transparentnosti i nediskriminacije, u skladu sa evropskim standardima.

Imajući u vidu da je crnogorsko tržište slabo i polarizovano medijsko tržište, sa visokim stepenom državne intervencije, ističemo neophodnost uvođenja jasnih, srazmernih i konzistentnih rešenja, kao i pune nezavisnosti i efikasnosti regulatora, te neutralnog i ravnopravnog pristupa države prema medijima. Upravo iz navedenih razloga je važno da bilo kakva regulacija tržišta ne bude zasnovana na neproporcionalnoj državnoj intervenciji ili dvosmislenim propisima, već na citiranim principima i dole navedenim predlozima.

U nastavku ćemo se izjasniti o pojedinim navodima Nacrta Medijske strategije iz analize stanja, predložiti pravce unapređenja tog teksta, u odnosu na nekoliko oblasti koje smatramo ključnim i izjasniti se o drugim pitanjima, a sve u želji da damo konstruktivni doprinos ovoj javnoj raspravi.

### **Primjedba/predlog/sugestija 1: TRETMAN PREKOGRANIČNIH USLUGA**

Aktivnost 6.2.4 u okviru Operativnog cilja 6.2 (Osiguran tretman svih učesnika na medijskom tržištu), koji podrazumeva da se donošenjem Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama predvidi *“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”*, predstavlja nedozvoljenu i nesrazmernu meru ograničenja slobode prijema i reemitovanja koja diskriminiše prekogranične pružaoce medijskih usluga suprotno garancijama propisanim AVMS Direktivom, a pri tom je upitno da li je tehnički izvodljiva.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Ključni regulatorni dokument koji uređuje oblast pružanja audiovizuelne medijske usluge na nivou EU je Direktiva o audiovizuelnim medijskim servisima iz 2010<sup>1</sup>. sa dopunama iz 2018. godine.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> **Directive 2010/13/EU** of the European Parliament and Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive).

<sup>2</sup> **Directive (EU) 2018/1808** of the European Parliament and of the Council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities.

Jedno od osnovnih načela na kojima počiva ovaj dokument EU jeste promovisanje principa zemlje porekla i načela slobode prijema i reemitovanja audiovizuelnih medijskih usluga koje su registrovane u drugim državama članica<sup>3</sup>. Princip zemlje porekla i načelo slobode prijema i reemitovanja se naročito ogledaju u tome da se na pružaoca medijske usluge koji je osnovan i dobio je dozvolu u jednoj državi članici koja prihvata pravila Direktive o AVMS primenjuju propisi te države članice, a da se program pružaoca medijske usluge bez dodatnih dozvola i ograničenja može slobodno reemitovati i na teritoriji druge članice. Sličan princip je propisan i Konvencijom Saveta Evrope o prekograničnoj televiziji koju je Crna Gora ratifikovala i na koju se poziva i u Medijskoj strategiji.

Od slobode prijema i reemitovanja se može samo izuzetno i privremeno odstupiti, u zavisnosti od okolnosti konkretnog slučaja, u posebnom postupku koji je propisan AVMS Direktivom<sup>4</sup> i to iz razloga koji su taksativno navedeni u tom dokumentu (govor mržnje, zaštita interesa maloletnika i zaštita javnog zdravlja), **ali ne i zbog toga što se u televizijskom programu stranog PMU emituju reklame iz države ka čijem stanovništvu je program usmeren (crnogorske reklame).**

Svako drugo ograničenje slobode prijema i reemitovanja, mimo navedenih izuzetaka, uključujući i predloženo, bi bilo odstupanje od garancija Direktive o AVMS, a samim tim u nesaglasnosti sa preuzetim obavezama na evropskom putu Crne Gore.

Kako je Crna Gora kandidat za članstvo u EU, i država koja je ratifikovala Konvenciju o prekograničnoj televiziji, i kako je svoje zakonodavstvo uskladila sa ovim temeljnim načelima dužna je da omogući slobodan prijem prekograničnih usluga koji potiču iz druge države članice koja prihvata pravila Direktive i da ne sprovodi mere koje bi mimo Direktive o AVMS ograničile ovu slobodu.

Posebno napominjemo da čak i u slučajevima odstupanja od slobode prijema i reemitovanja ne dolazi u obzir opšta, odnosno prethodna zabrana propisana zakonom, već se opravdanost odstupanja procenjuje u odnosu na svaki konkretan slučaj i ozbiljnost povrede.

Na kraju, u Medijskoj strategiji nije uopšte objašnjeno na koji način bi zamračivanje reklama prekograničnih PMU dovelo do ***“osiguranja jednakog tretmana svih učesnika medijskog tržišta”*** (što je proklamovani operativni cilj). Naprotiv, smatramo da je ovakav neopravdani vid ograničenja slobode prijema i reemitovanja upravo doprineo suprotnom cilju - diskriminisanju prekograničnih PMU koji poštuju pravila AVMS Direktive. Na kraju, postavlja se i pitanje da li je uopšte tehničke moguće realizovati ovakvu meru koja bi podrazumevala zamračivanje svakog pojedinačnog bloka oglasnih poruka i pojedinačnih oglasnih poruka kojih u toku jednog dana može da bude na desetine.

Imajući sve ovo u vidu, predlažemo brisanje ove aktivnosti iz Akcionog plana, odnosno oslanjanje na druge mehanizme radi podrške domaćoj produkciji, koji su kao takvi i prepoznati u drugim delovima strategije.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

## **Primjedba/predlog/sugestija 2: MEDIJSKI PLURALIZAM I MEDIJSKA KONCENTRACIJA**

Ovim putem želimo da ukažemo na to da obezbeđivanje medijskog pluralizma u smislu omogućavanja građanima dostupnosti najšireg spektra izvora informacija, mišljenja i ideja svakako predstavlja legitimni cilj javne politike u oblasti medija, koji je kao takav prepoznat i u relevantnim dokumentima EU i Saveta Evrope.

---

<sup>3</sup> AVMS Direktiva, član 3.

<sup>4</sup> Ibid.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Ipak, mere koje su usmerene na ostvarivanje ciljeva medijskog pluralizma moraju da budu transparentne, nediskriminatorne, srazmerne, te da budu usklađene sa drugim ciljevima medijske politike (poput obezbeđivanja uslova za razvoj medijskog tržišta, investiranja u oblast medija i promovisanje inovacija). AVMS Direktiva, na primer, prepoznaje da su audiovizuelne medijske usluge i ekonomske i kulturne prirode<sup>5</sup>, što dodatno ukazuje na potrebu da se balansiraju ciljevi medijskog pluralizma i razvoja tržišta. U suprotnom, ako taj balans ne postoji, mere usmerene na ostvarivanje ciljeva medijskog pluralizma mogu da dovedu do potpuno suprotnih efekata, odnosno da onemoguće investicije u medijski sektor i paradoksalno, spreče produkciju raznovrsnih medijskih sadržaja.

To donekle prepoznaje i Medijska strategija koja ispravno primećuje da pluralizam nije isključivo vezan za broj medija na medijskom tržištu, te da *“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”*<sup>6</sup>.

Ipak, u dosadašnjoj medijskoj politici i regulativi malo je pažnje posvećeno razradi mera koje bi omogućile raznovrsnost sadržaja od javnog interesa i raznovrsnost medijske ponude, dok je, sa druge strane akcenat prenaplaćeno postavljen na propisivanje veštačkih kvantitativnih pragova medijske koncentracije (horizontalne i unakrsne), koji nisu usaglašeni sa standardima i ekonomskim principima razrađenim, primera radi, u pravu konkurencije, već su podložni zloupotrebi i suprotni drugim ciljevima zakona. Sve navedeno je bez temeljnog preispitivanja tog koncepta, bez adekvatne analize da li su ovakva prethodna kvantitativna ograničenja propisana medijskim zakonima zaista doprinela razvoju medijskog pluralizma i bez dovoljnog ispitivanje dostupnih alternativa.

Mada novi Nacrt medijske strategije i nedavne izmene donekle menjaju pomenutu praksu (na primer uvođenje Fonda za medijski pluralizam, povećanje sredstava tog fonda, potenciranje zaštite uređivačke autonomije, podsticajnih mera usmerenih na umanjeње troškova i sl.), čini se da su anahroni koncept pragova medijske koncentracije (i prethodnih zabrana), te tradicionalno negativno poimanje (svakog) medijskog ukрупnjavanja, u velikoj meri zadržani i u Nacrtu Medijske strategije. To je vidljivo iz pojedinih konstatacija Nacrta Medijske strategije koji ukрупnjavanje medijskog vlasništva posmatra isključivo kao negativnu pojavu, a implicitno najavljuje i zadržavanje koncepta pragova medijske koncentracije, te navodi sledeće:

- *“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”*<sup>7</sup>;
- *“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***

---

<sup>5</sup> AVMS Direktiva, Recital 5.

<sup>6</sup> Nacrt Medijske strategije, strana 13.

<sup>7</sup> Ibid.

***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 prostora***”.

Smatramo da niti pojam medijska koncentracija, odnosno ukupnjavanje vlasništva, niti stvaranje medijskih grupa ne nosi nužno i negativne posledice po medijski pluralizam. Naime, medijski pluralizam podrazumeva raznovrsnost vlasništva (prevashodno u domenu dualiteta javnih medijskih servisa – kao institucionalizovanog oblika ostvarivanja javnog interesa i privatnih medija), ali, pre svega, pluralizam medijskih sadržaja koji ne garantuje diverzitet vlasništva nego mehanizmi zaštite uređivačke politike<sup>8</sup> i mogućnosti ulaganja u raznovrsni sadržaj.

Dodatno, Medijska strategija ispravno primećuje uticaj koji nove medijske platforme (tzv. novi mediji) i globalni igrači imaju na tržište Crne Gore. Njihov uticaj praćen razvojem tehnologije i transformacije samog načina pružanja i konzumacije usluge nameće potrebu da se tradicionalni modeli regulacije preispitaju. To je vidljivo i u oblasti kvantitativnih ograničenja vlasništva, gde globalni igrači koji vode nove medije ne podležu restrikcijama u pogledu pragova vlasništva, a tradicionalni mediji su u tom pogledu preregulisani. Upravo u brzo rastućim inovativnim pružaocima medijskih usluga (online ili putem društvenih mreža) dolazi do značajne koncentracije snage same platforme, što iste stavlja u daleko povoljniji položaj od bilo koje konvencionalne televizije.

Temeljne vrednosti na kojima počiva EU su sloboda preduzetništva, nediskriminacija, srazmernost u ograničavanju sloboda, kao i pravna sigurnost.

Imajući u vidu da EU podstiče slobodno tržište, mora se jamčiti i sloboda ugovaranja. Evropski sud pravde je u svojoj praksi dosledno stajao na stanovištu da održavanje medijskog pluralizma može da bude adekvatni razlog za pomenuta ograničenja. Ipak, pomenuta ograničenja su po praksi Evropskog suda pravde moguća samo ako su 1) neophodna, 2) srazmerna i 3) takvog karaktera da ne idu izvan cilja koji žele da ostvare.<sup>9</sup> U tom smislu, mere koje predstavljaju apsolutne i opšte zabrane, mere koje predstavljaju prethodne barijere za investiranje u tržište (poput postavljenih pragova vlasništva u pružaocima medijskih usluga) ili pak mere koje su restriktivnije od mogućih alternativa za ispunjenje odgovarajućeg cilja bi se mogle okarakterisati kao nepotrebne i neopravdane. Posebno pominjemo da bi kod uvođenja ograničenja koja bi trebalo da pospeše medijski pluralizam, neophodno uzeti u obzir veličinu, specifične karakteristike nacionalnog, regionalnog ili lokalnog audio-vizuelnog/ili štampanog medijskog tržišta u kojem će se ograničenja sprovoditi<sup>10</sup>.

Pre uvođenja ograničenja koja se tiču medijske koncentracije trebalo bi da usledi svojevrsna analiza medijskog i povezanih tržišta koja bi trebalo da utvrdi da li su dosadašnja ograničenja ostvarila svoj cilj, odnosno dovela istinski do unapređenja i zaštite medijskog pluralizma, i da li pomenuti ciljevi mogu da se postignu i drugim, alternativnim sredstvima koja bi u manjem obimu ograničavala slobodu preduzetništva, odnosno slobodu ugovaranja. Čini se da u procesu izrade Nacrta Medijske strategije, predlagač nije razmatrao da li postoje održive

---

<sup>8</sup> Nažalost nedavni primeri iz zemalja iz našeg bliskog okruženja (na primer Srbija, Mađarska) ovo potvrđuju što je vidljivo iz pisanja različitih tabloida koji imaju jednostranu poziciju i gotovo uniformni medijski sadržaj, iako se formalno radi o različitim vlasnicima.

<sup>9</sup> Videti na primer presudu Evropskog suda pravde od 26 juna 1997. godine u slučaju C-368/95, *Vereinigte Familiapress*, ECLI:EU:C:1997:325, para. 34.

<sup>10</sup> Preporuka Saveta Evrope CM/Rec(2007)2 o medijskom pluralizmu i raznovrsnosti medijskog sadržaja.

alternative za obezbeđivanje medijskog pluralizma, koje bi delovale manje invazivno po slobodu preduzetništva. Ovde ćemo prezentovati neke od njih.

Pojedine alternative se mogu naći u relevantnim dokumentima EU i Saveta Evrope, ali i u praksi pojedinih evropskih država, i to prevashodno u kontekstu mera vezanih za promociju diverziteta medijskog sadržaja, kroz tzv. **mere internog pluralizma u samim medijima**, bez obzira na njihovu vlasničku strukturu, ali i kroz mere ex post umesto prethodne regulacije.

Na primer, kada govorimo o merama internog pluralizma, u Nemačkoj i komercijalni i javni emiteri su dužni da naprave savetodavne odbore za program čija je svrha davanje predloga za pospešivanje pluralizma mišljenja i ideja u okviru programa tih PMU<sup>11</sup>. Slični efekti se mogu postići i internim kodeksima postupanja, mehanizmima ko-regulacije, ali i kroz čvršće zakonske garancije uređivačke nezavisnosti. Tragovi ovog pristupa se nalaze i u pojedinim predloženim aktivnostima u Akcionom planu, na primer kroz meru 3.1.1. koja propisuje da će se *izmenama Zakona obavezati mediji da moraju usvojiti statut kojim će se garantovati zaštita urednika prilikom promjene uređivačke politike ili vlasništva u medijima osigura adekvatna otpremnina*<sup>12</sup>. Iako smatramo neprimerenim i u evropskoj praksi neuobičajenim da zakonodavac nalaže obavezu medija da donosi Statut (videti naš komentar na strani 10), smatramo da bi temeljni princip obezbeđivanja uredničke nezavisnosti trebalo zaštititi. Pre svega kroz mehanizme samoregulacije i delovanje profesionalnih organizacija koje okupljaju novinare i urednike.

Na kraju, mere ograničenja u cilju zaštite medijskog pluralizma se mogu posmatrati i kroz prizmu tzv. ex post regulacije, koja se ne bi zasnivala na prethodnim zabranama i ograničenjima, nego koja bi omogućila naknadnu reakciju u slučaju da je zaista došlo do narušavanja medijskog pluralizma, u zavisnosti od okolnosti svakog konkretnog slučaja.

U tom smislu je dobar primer nedavne zakonodavne inicijative jedne od država iz bližeg okruženja, koja je uvidela neadekvatnost opstanka kvantitativnih ograničenja – pragova vlasništva u kontekstu medijske koncentracije. Naime, Slovenija je u Predlogu Zakona o elektronskim medijima odlučila da napusti princip prethodnog propisivanja ograničenja koja se tiču različitih tipova medijske koncentracije, a u obrazloženju te značajne promene je, između ostalog, navela sledeće: ***“nova regulativa uklanjanja sve postojeće zabrane koje se tiču medijskih aktivnosti. Postojeće zabrane istovremenog obavljanja radio i televizijskih aktivnosti (član 59) suprotne su principu tehnološke neutralnosti, sprečavaju konvergenciju medijskih platformi (npr. Uslugu Visual radio) i koče razvoj tržišta digitalnih medija. Zakonodavstvo bi trebalo da obezbedi uslove za povezivanje različitih vrsta medija, na ovaj način iskoristi sinergijske efekte, smanji troškove rada, sadržaj koji je istovremeno dostupan većem broju platformi, međutim, može doći do većeg broja korisnika i, kao rezultat toga, zaraditi veću cenu oglašavanja. Postojeće zabrane vertikalne koncentracije telekomunikacionih, reklamnih i medijskih aktivnosti koče razvoj novih digitalnih komunikacionih i distributivnih platformi na tržištu digitalnih medija. Zbog nove regulacije oblasti procene koncentracije medija (članovi 58. i 58a), koja će se zasnivati na proceni koncentracija u smislu njihovog uticaja, i posledica na javni interes u medijima, postojeće odredbe o nespojivosti radio i televizijske delatnosti (član 59), reklamiranja i radio i televizijske delatnosti (član 60) ili. telekomunikacione i radio i televizijske aktivnosti (član 61.) takođe postaju potpuno nepotrebne***<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Videti Međudržavni ugovor o emitovanju (Rundfunkstaatsvertrag).

<sup>12</sup> Akcioni plan, mera 3.1.1.

<sup>13</sup> Predlog slovenačkog Zakona o medijima, dostupan putem internet stranice e-uprave Slovenije, putem sledećeg linka: <https://bit.ly/3ceFHeG>.

Pored toga, važno je napomenuti da značajan broj država u EU takođe ne sadrži mere prethodnog ograničavanja koje se zasnivaju na vlasništvu, poput Republike Irske, Holandije i Švedske<sup>14</sup>, a uprkos tome se ne može reći da u njima ne postoji medijski pluralizam.

Na kraju, u oblasti elektronskih komunikacija u EU je već više od deceniju prisutan institut "obaveznog prenosa" (eng, must carry), koji u cilju "legitimnih interesa javne politike"<sup>15</sup> može da omogući nadležnim telima da operatorima elektronskih komunikacija nalože prenošenje određenih programa u javnom interesu, pod strogo definisanim standardima i uslovima i u skladu sa citiranim načelima transparentnosti, proporcionalnosti i objektivnosti.

U tom smislu mora se postaviti pitanje, da li je koncept zaštite medijskog pluralizma koji ne napušta ni ovaj Nacrt Medijske strategije, odnosno koncept po kome su prethodne restrikcije koje se tiču ograničenja horizontalne i unakrsne koncentracije i dalje opravdane ako se posmatraju iz ugla funkcije koju bi trebalo da ostvare, a imajući u vidu trend ukрупnjavanja i konvergencije, te značajne tehnološke promene. Upravo suprotno navodima iz strategije, ne samo da nije neophodno proširenje restriktivnih mera protiv konsolidacije sektora (npr. na marketinške agencije), već preispitivanje i ukidanje postojećih ograničenja.

U tom smislu pozivamo predlagača Medijske strategije da:

- pre formulisanja mera usmerenih na pospešivanje medijskog pluralizma sačine analizu efekata dosadašnjih restriktivnih ograničenja;
- da, razmotri opstanak restrikcija vlasništva u svetlu potpuno novog okruženja u pružanju medijske usluge;
- da, generalno, fokus mera sa zabrana i restriktivnih mera preusmeri na mere koje predstavljaju podsticaje: kroz Fond za medijski pluralizam, kroz poreske podsticaje koji bi smanjili troškove proizvodnje medijskih sadržaja, kroz podsticaje samoregulaciji i podršku medijima u kreiranju etičkih kodeksa i smernica koje bi garantovale uređivačku nezavisnost itd.

Smatramo da bi ovakav pristup, pored pozitivnih efekata po medijski pluralizam pozitivno delovao i na ostvarivanje jednakosti pružalaca medijskih usluga prisutnih u Crnoj Gori, odnosno doprineo bi donekle i izjednačavanju inostranih globalno prisutnih platformi za pružanje medijskih sadržaja kod kojih ne postoje pomenuta ograničenja i domaćih PMU.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Obrađivač svakako ima u vidu sugestije predlagača, ali se iste ne mogu implementirati, zbog nedostatka preciziranja predloga, budući da je isti više u formi zapažanja nego konkretnog predloga.

### **Primjedba/predlog/sugestija 3: KREIRANJE REGULATORNOG OKVIRA KOJI ĆE DOPRINETI JEDNAKOM POLOŽAJU SVIH MEDIJA (Level Playing Field)**

Kao što i sama Medijska strategija navodi, tržište medija je segmentirano i limitirano (preko 150 medija se bori za marketinški kolač koji iznosi oko 11 miliona evra). Na tržište elektronskih medija otpada otprilike oko 4.5 miliona evra, a na njemu se takmiči oko 75 elektronskih medija. Na takvom tržištu, konsolidacija i snažan uticaj prekograničnih kanala su neminovna pojava. Tu treba dodati jak uticaj javnih servisa koji posluju sa značajnim sredstvima koja višestruko prevazilaze budžete komercijalnih medija, ali i uticaj globalnih igrača i tzv. novih medija na medijsko tržište koji posluju van okvira bilo kakve regulative (što ispravno primećuje i Medijska strategija).

---

<sup>14</sup> Izvor: Cullen International.

<sup>15</sup> Videti Recital 43 Direktive 2002/22/EC Evropskog parlamenta i Saveta od 7. marta 2002. o univerzalnom servisu i pravima korisnika elektronskih komunikacionih mreža i usluga (Direktiva o univerzalnom servisu).

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** RTCG ima zakonski uređene raznovrsne izvore finansiranja, u čemu je već u značajnoj prednosti kada se posmatraju ostali elektronski mediji. Shodno Finansijskom planu RTCG za 2020. godinu, ovaj javni servis ima na raspolaganju ukupno oko 19 miliona evra, od kojih oko 15 miliona dolazi iz Budžeta Republike Crne Gore, 1,4 miliona od obavljanja komercijalne delatnosti i oko 2,6 miliona iz drugih izvora. Iako sredstva iz budžeta RTCG može koristiti samo za obavljanje svoje osnovne delatnosti, odnosno za pružanje usluga od javnog interesa, sa tim sredstvima može ulagati u proizvodnju prilično kvalitetnih sadržaja koji shodno misiji javnog servisa imaju za cilj da informišu, edukuju i zabave. Samim tim, u tom segmentu su već u velikoj prednosti u odnosu na komercijalne pružaoce medijskih usluga koji nemaju tu vrstu državne pomoći na raspolaganju i koji sve sadržaje moraju da finansiraju sa tržišta, koje je prilično male vrednosti (za sam RTCG, ovakve aktivnosti su svega 10% budžeta). U tom delu tržišta, ako se opet pogleda Finansijski plan RTCG za 2020. godinu, ovaj javni emiter participira u iznosu koji predstavlja gotovo trećinu njegove vrednosti, dok svi ostali, uključujući tu i prekogranične i lokalne pružaoce usluga imaju na raspolaganju nešto više od 3 miliona evra. Ako se pogledaju gornje brojke, ta sredstva nisu dovoljna čak ni da se pokriju troškovi poslovanja. Učešće RTCG na tržištu bi trebalo posmatrati kroz njegovu društvenu funkciju, odnosno kroz pružanje javnih usluga. JMS nije prevashodno komercijalni entitet jer je njegova uloga da ostvaruje javni interes. Ako RTCG/i drugi javni emiteri ostvaruje prihode koji su dovoljni za ostvarivanje njegove osnovne funkcije (iz budžeta), prihodi iz komercijalnih izvora se moraju srazmerno smanjiti.

U tom smislu predlažemo da se razmotri mogućnost samim srazmernog uvođenja ograničenja i postepeni izlazak sa (komercijalnog dela) tržišta RTCG, uz uvođenje dodatnih sadržinskih ograničenja za oglasne poruke koje preporučuju određene proizvode i usluge - na primer ograničenje oglašavanja alkoholnih pića ili igara na sreću (uključujući i oglasne poruke koje preporučuju kladionice), te drugih proizvoda i delatnosti koje su nespojive sa društvenom funkcijom JMS.

Predložena rešenja bi podrazumevala odgovarajuće izmene Zakona o RTCG i Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, i makar bi malo približila startne pozicije između komercijalnih i javnih emitera, odnosno dovela do izbalansiranja podele „marketinškog kolača“.

Kada se radi o novim medijskim uslugama, imajući u vidu globalnu rasprostranjenost ovih servisa, i njihovu prirodu, smatramo da nikakva restriktivna mera ne bi ostvarila pozitivni efekat po crnogorsko tržište. Umesto toga, predlažemo da se u formulisanju medijske politike pre svega preispitaju, relaksiraju i/ili postepeno ukidaju pojedina regulatorna ograničenja koja i dalje egzistiraju u odnosu na tradicionalne medije a koje novi mediji nemaju (poput već pomenutih ograničenja medijske koncentracije koji postaju prilično anahron koncept u digitalnom dobu, kvote produkcije, neprimerena ograničenja u oglašavanju, i druga slična ograničenja).

U tom smeru, pozivamo predlagača Medijske strategije da uzme u obzir rezultate nedavno okončane javne rasprave povodom EU dokumenta *Media Freedom Act*<sup>16</sup>, koji adresira brojna pitanja koja su i predmet ove Medijske strategije.

Takođe, smatramo da je od izuzetne važnosti da se zakoni koji uređuju audiovizuelnu medijsku uslugu fokusiraju na sadržaj medijske usluge, a ne na regulisanje platforme i načina kako se ta usluga pruža. U sektoru pružanja audio-vizuelnih medijskih usluga, kao i u sektoru elektronskih komunikacija koji su uzajamno povezani i međuzavisni bi trebalo naglasiti princip tehnološke neutralnosti, koji se svodi na zabranu diskriminacije u pružanju usluga po osnovu

---

<sup>16</sup> Više informacija na: [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13206-Safeguarding-media-freedom-in-the-EU-new-rules\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13206-Safeguarding-media-freedom-in-the-EU-new-rules_en)

tehnologije koja ta usluga koristi. Evropska praksa je dala jako na značaju ovom načelu, naglašavajući važnost nediskriminacije između različitih tehnoloških opcija budući da ono doprinosi jednakom postupanju u sektoru elektronskih medija. Ovo načelo potencira i regulatorni okvir EU za telekomunikacije iz 2002 navodeći da u ispunjavanju svojih regulatornih zadataka, nacionalne regulatorne vlasti moraju „u potpunosti“ voditi računa o ovom načelu tehnološke neutralnosti. Slične odredbe postoje i u nedavno usvojenom Evropskom zakoniku elektronskih komunikacija, koji propisuje da „nacionalno regulatorno tijelo ili drugo nadležno tijelo ne bi trebalo nametati upotrebu određenoga tipa tehnologije ni diskriminisati i u njegovu korist“. Bez obzira što se radi o regulatornom okviru iz oblasti elektronskih komunikacija, imajući u vidu sve veću konvergenciju platformi za distribuciju i samih medijskih usluga, načelo je podjednako primjenjivo i na oblast pružanja medijskih usluga. Imajući to u vidu, zakonodavac bi morao da obezbedi pomenuti „level playing field“ za sve pružaoce medijskih usluga bez obzira koju tehnološku platformu koriste, što naročito podrazumeva obezbeđivanje jednake startne pozicije između inostranih PMU i domaćih. Ovo se naročito odnosi na pitanje uklanjanje regulatornih barijera, o čemu ćemo više reći u tački 3).

Imajući sve to u vidu, u formulisanju medijske politike zarad *„aktiviranja tržišnih mehanizama“*, država bi trebalo da razmotri sledeće:

- mogućnost izmene regulative koja uređuje javne servise koje bi omogućile njihov postepeni izlazak sa komercijalnog tržišta, imajući u vidu društvenu funkciju koju obavljaju;
- mogućnost kreiranja regulative u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga koja bi ukinula ili relaksirala postojeće obaveze tradicionalnim PMU kako bi ih približila tzv. novim medijskim uslugama;
- fokusiranje na sadržaj usluge, ne na tehnologiju koja se koristi za distribuciju sadržaja.

Smatramo da bi ovakvim pristupom Crna Gora dobila modernu regulativu koja bi uvažila promene u medijskom sektoru i ublažila nejednakosti koje između pojedinih aktera postoje, odnosno dodatno ublažila asimetriju obaveza i regulatornog opterećenja tradicionalnih i novih medija.

**Odgovor obrađivača:** Pogledati prethodni odgovor obrađivača.

## OSTALI KOMENTARI NA TEKST MEDIJSKE STRATEGIJE

U nastavku ćemo komentarisati i pojedine konkretne aktivnosti propisane Nacrtom Medijske strategije:

**Primjedba/predlog/sugestija 4: Aktivnost 1.1.1:** Smatramo da nametanje ove obaveze nije u skladu sa ciljem koji želi da postigne. Aktivnost se nalazi u okviru ostvarivanja operativnog cilja *„Povećan kvalitet i obim sadržaja u elektronskim i štampanim medijima“*, a nema nikakvog dokaza da bi povećanje obima sopstvene produkcije doprinelo kvalitetu sadržaja.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Takođe, nametanje obavezne kvote sopstvene produkcije (pored već postojećih) dodatno smanjuje manevar pružaocima komercijalne medijske usluge u organizaciji sadržaja koji objavljuju i generišu im značajne dodatne troškove koje zbog stanja na crnogorskom tržištu nikako ne mogu da pokriju. U tom smislu, ukazujemo da su kontradiktorni ciljevi smanjenja koncentracije medija, povećanja troškova (uključujući sopstvenu produkciju) i finansijske održivosti – svaka produkcija sadržaja neumitno košta, kao i dodatno regulatorno opterećenje. Predlažemo da se predmetna aktivnost iz navedenih razloga dodatno razmotri i izostavi iz Nacrta Medijske Strategije.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Obrađivač smatra da je neophodno propisati minimalne procenete sopstvene produkcije za elektronske medije u Medijskoj strategiji, jer se na taj način štiti javni interes da građani Crne Gore dobijaju informacije o temama važnim za njihovu zajednicu.

**Primjedba/predlog/sugestija 5: Aktivnost 1.1.3:** Smatramo da odluka o raspisivanju konkursa za dodelu nacionalnih frekvencija ne bi smela da bude subjektivna procena regulatora (AEM), već odluka zasnovana na prethodno sprovedenoj analizi tržišta i potreba građana kao medijskih konzumenata koja bi trebalo da odgovori na najmanje sledeća pitanja:

- Da li je zbog informisanja građana neophodna nova medijska usluga na nacionalnom nivou?
- Da li nova medijska usluga daje dodatnu vrednost u smislu medijskog pluralizma?
- Kakav je uticaj na medijsko tržište, odnosno da li bi nova medijska usluga bila održiva u postojećim tržišnim prilikama?
- Kakav je uticaj na konkurenciju? Itd.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 5:** Imajući to u vidu, predlažemo da se aktivnost dopuni na taj način da se kao prethodni korak uvede obavezno sprovođenje pomenute analize, u skladu sa uporednom praksom. Navedeno posebno imajući u vidu fragmentiranost i ekonomsku (ne)održivost postojećih medija, što Strategija sama prepoznaje kao ključni problem na crnogorskom tržištu (a kome dodatna dodjela frekvencija teško da može pomoći).

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Smisao predložene aktivnosti, koja u inovinarom Nacrtu medijske strategije, u sklopu Operativnog cilja 1.1 - Povećan kvalitet i obim medijskih sadržaja u audiovizuelnim i štampanim medijima glasi „Definisanje uslova prilikom dodjele prava na emitovanje programa sa nacionalnom pokrivenošću, u skladu sa javnim interesom, odnosno potrebom sveobuhvatnog informisanja građana”, je upravo da se uniformiše i reguliše navedeni postupak. Prostor za subjektivno postupanje će biti umanjem propisivanjem detaljnije procedure u Nacrtu zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama i relevantnim podzakonskim aktima nezavisnog regulatora u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga. U krajnjem, cilj je da se prilikom dodjele prava na emitovanje programa sa nacionalnom pokrivenošću onemogućí „nagomalivanje” emitera sa nacionalnom pokrivenošću, ali ne i da se ide u krajnje restriktivnu mjeru da se to u potpunosti ne omogući.

**Primjedba/predlog/sugestija 6: Aktivnost 3.1.1:** predlažemo da se iz aktivnosti obriše obaveza donošenja Statuta i formulisanje definicije novinara, a da se koncept uređivačke nezavisnosti prevashodno razvija kroz mehanizme samoregulacije u okviru medija i organizacija koje okupljaju novinare i urednike.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 6:** Iako podržavamo koncept uređivačke nezavisnosti, smatramo da je način formulacije ove mere prilično problematičan iz više razloga:

Pre svega, smatramo da zakon ne sme da nameće obaveznu formu i sadržinu unutrašnjih akata pružalaca medijskih usluga, te da pitanje radno-pravnih odnosa ne može da bude predmet zakona koji uređuje medije, već propisa iz oblasti rada. Takođe, nalaganje načina organizacije rada medija (putem nametanja obaveznog odvajanja marketinga od redakcije) predstavlja neprimereno mešanje u rad medija i redakcija. Za obe ove stavke pri tom nije najjasnije kako mogu da dovedu do profesionalizacije rada medija i slobode izražavanja u mediju.

Pored toga, smatramo i da zakonsko definisanje novinara i njegovo određenje kroz formu može da dovede do izostanka zaštite za mnoga lica koja faktički upražnjavaju akt novinarstva, a omogućava vlasti da sama pravi selekciju novinara i pod opseg zaštite obuhvati samo

“podobne novinare” što je preveliki rizik po medijske slobode, pa razlozi profesionalnosti ne mogu u odnosu na taj rizik da prevagnu. Zakonsko definisanje novinara nema uporište ni u standardima razvijenim u okviru relevantnih međunarodnih institucija. Tako dokumenti Kancelarije Predstavnik OEBS-a za slobodu medija, preporučuju državama članicama **“da se ne upuštaju u pokušaje definisanja pojma novinar, kao i da razumeju i prihvate da se novinarska realnost promenila te da su se pojavili novi medijski akteri koji imaju itekako važnu ulogu u informisanju javnosti o pitanjima od javnog interesa”**<sup>17</sup>. Dokumenti Saveta Evrope<sup>18</sup> i UN<sup>19</sup> takođe ukazuju na potrebu da države članice **“prepoznaju i prihvate činjenicu da se krug medijskih aktera promenio i da je širi u odnosu na shvatanje novinara u tradicionalnom kontekstu, kao i da je uloga tih novih medijskih aktera u informisanju javnosti o pitanjima od javnog interesa danas veoma značajna”**<sup>20</sup>. Dodatno, ovakav stav podržavaju i renomirane organizacije civilnog društva na međunarodnom nivou koje se bave zaštitom slobode izražavanja i slobode medija poput: „Article 19“, „Global Voice“, „Committee to Protect Journalists“, „American Press Institute“, „Media Defense Legal Initiative“ i mnoge druge. Ove organizacije smatraju da je važno definisati šta je to **akt novinarstva** u kom slučajupravo na zaštitu i privilegije koje imaju novinari bi trebalo da ima svako ko čini akt novinarstva kao takav. Što opet vodi ka tome da je važna funkcija izveštavanja javnosti ne formalna pripadnost mediju ili udruženju ili neko drugo formalno određenje novinara.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Obradivač je stava da je važno je da medij ima svoj statut, obzirom da će Nacrtom zakona o medijima ostavljena mogućnost medij može imati svojstvo pravnog lica. Kada se radi o uvođenju definicije novinara u Zakon o medijima, ovo pitanje je bila tema dubinskih rasprava na sjednicama Radne grupe za izmjenu i dopunu seta medijskih zakona i prevladalo je mišljenje da je trebalo dati definiciju novinara koja neće biti restriktivna, naročito imajući u vidu nedavne izmjene i dopune Krivičnog zakonika Crne Gore („Službeni list CG“, broj 145/21), koje se odnose na jačanje krivičnopravne zaštite lica koje obavlja poslove „...u oblasti javnog informisanja...“.

**Primjedba/predlog/sugestija 7: Aktivnost 3.1.3:** Nesvesno, predlagač formulacijom ove aktivnosti kao da pokušava da uvede mehanizam interne / autocenzure, te predložimo njeno izostavljanje iz Nacrta Medijske strategije.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 7:** Iako cenimo nameru predložene aktivnosti, smatramo da je njena formulacija u najmanju ruku neprimerena i uvredljiva za novinara i medije, jer polazi od pretpostavke da su mediji neprofesionalni i da ne rade svoj posao. Naime, svako ko iole poznaje rad u medijima itekako je svestan da ne postoji odvojena aktivnost **“fact checking-a”**, već da je to sastavna faza u kreiranju i uredničkom oblikovanju teksta (što je uostalom i postojeća zakonska obaveza prema medijskom zakonodavstvu, za čije kršenje postoji odgovarajuća sudska odgovornost), što mediji, urednici i novinari već rade. Takođe, jako su problematični zahtevi za **“opsežnim procesom provjere u kojem novinar treba da „dokaže“ autentičnost svake činjenice, navoda i/ili izjave u tekstu”** te navodi da je **“Cilj ovog procesa je da se utvrde eventualne greške nastale interpretacijom ili nerazumijevanjem materije o kojoj se izvještava”**. Pri tom, sama strategija navodi da **“glavni mediji iz Crne Gore**

---

<sup>17</sup> Deklaracija o “otvorenom novinarstvu” 07/2014 (Communiqué on Open Journalism 07/2014), i Deklaracija o “otvorenom novinarstvu” 05/2014 (Communiqué on Open Journalism 05/2014)

<sup>18</sup> Preporuka br. R (2000) 7 Komiteta ministara državama članicama o pravu novinara da ne otkriju svoje izvore informacija od dana 8. marta 2000. godine, Vodič za zaštitu slobode izražavanja i informisanja u kriznim vremenima, iz 2007. godine; Preporuka o novom pojmu javnih glasila, iz 2011. godine; Deklaracija o zaštiti novinarstva i bezbednosti novinara i drugih medijskih aktera, iz 2014. godine.

<sup>19</sup> Indikatori za bezbednost novinara: Nacionalni nivo iz 2013. godine, koji je dostupan na internet stranici UNESCO, Komentar broj 34 Komiteta za ljudska prava Ujedinjenih nacija, iz 2011. godine.

<sup>20</sup> Ibid, strana 96.

*nikad nijesu bili među glavnim proizvođačima dezinformacija [...] Komplikovani produkcijski i uređivački proces koji su zadržali tradicionalni mediji se pokazuje kao solidna brana za dezinformacije”, te da su “online mediji i društvene mreže najčešći izvor dezinformacija”, a onda paradoksalno predlaže obaveze i dodatno regulatorno i finansijsko opterećenje za medije koji nijesu sporni, a nikakve obaveze za one koji su identifikovani kao problem!*

U svojoj čuvenoj odluci u slučaju *Lingens v. Austria*, predstavka broj 9815/82, Evropski sud za ljudska prava (ESLJP) je napravio razliku između činjenica i vrednosnih sudova navodeći sledeće: *„Postojanje činjenica može biti dokazano, dok istinitost vrednosnih sudova nije podložna dokazu“*. To znači da istinitost vrednosnih sudova ne samo što bi bilo nemoguće dokazati, *„već bi povređivalo samu slobodu mišljenja, kao osnovni deo prava na slobodu izražavanja zajemčenog članom 10. Konvencije“*. Ovakav stav je ponovljen i u brojnim drugim presudama poput *Bodrožić v. Serbia* (predstavka br. 32550/05) i *Bodrožić Vujin v. Serbia* (predstavka broj 38435/05), gde je sud naglasio da je država dužna da upotrebljene izjave novinara jasno razlikuje kao činjenice ili vrednosne sudove koji ne podležu dokazivanju.

Formulacija ove mere upravo ukazuje na to da je novinar dužan da proverava izjave (vrednosne sudove trećih lica), da bi se ispravile greške nastale interpretacijom (odnosno vrednosnih sudova novinara). Novinar ima pravo i da interpretira i da pogreši, upravo zato što bi dokazivanje njegovog mišljenja bilo potpuno suprotno pravu na slobodu izražavanja. Novinar i medij samo izuzetno mogu da odgovaraju za vrednosne sudove i to ako su preterani i ako nemaju kakvo-takvo uporište u činjenicama, što je ESLJP takođe razmatrao u okviru različitih presuda (na primer u slučaju *Jerusalem protiv Austrije*, predstavka broj 26958/95). Na kraju, bi trebalo navesti i to da na osnovu člana 10, stav 2, sloboda izražavanja *„se primenjuje ne samo na “informacije” ili “ideje” koje su poželjne ili se smatraju neuvredljivim već i na one koje vređaju, šokiraju ili uznemiravaju. To su zahtevi pluralizma, tolerancije i slobode mišljenja, bez kojih nema “demokratskog društva” (Handyside protiv Ujedinjenog Kraljevstva, 1976, tačka 49), a „Član 10 ne štiti samo suštinu izraženih ideja i informacija, već i oblik u kojem su iste prenesene. Novinarska sloboda takođe obuhvata i mogućnost pribegavanja preterivanju, ili pak provociranju” (Dichand i drugi protiv Austrije, 2002, tačka 41), te da „Mediji mogu slobodno da koriste hiperbolu, satiru ili šaroliko figurativno izražavanje kod prenošenja određene poruke“ (Karatas protiv Turske, tač. 50-54).*

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

#### **Primjedba/predlog/sugestija 8: Aktivnost 6.2.4.**

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 8:** O ovoj aktivnosti smo se detaljno izjasnili u okviru Poglavlja I, ovde ponavljamo zahtev da se ona izostavi, budući da je nesrazmerna, diskriminatorna i suprotna AVMS Direktivi.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 9: Aktivnost 7.1.1:** Smatramo da je ova aktivnost preveliko zadiranje u funkcionisanje medija i slobodu preduzetništva, a takođe nije ni u kakvoj vezi sa svrhom i prirodom Fonda za medijski pluralizam.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 9:** Suština raspodele sredstava iz Fonda je finansiranje kvalitetnih sadržaja u javnom interesu. Zahtev da medij mora da održi broj zaposlenih u periodu od 6 meseci, te da potpisuje izjave koje se tiču usklađenosti sa Zakonom o radu nemaju nikakvo opravdanje, i ne mogu da budu čak ni predmet medijskog zakona. Iz tih zakona predlažemo brisanje ove aktivnosti iz Akcionog plana.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Ovo pitanje je usvojeno većinom glasova u sklopu rada Radne grupe za izmjenu i dopunu seta medijskih zakona.

**Primjedba/predlog/sugestija 10: Aktivnost 8.1.1:** Definisanje pružalaca AVM po tehnologiji i određivanje regulatornih mera u odnosu na status tehnologije bi odudaralo od ovih principa, i umesto neophodne liberalizacije bi dovelo do prenormiranja, što nije pravac u kom bi moderna regulacija AVM sektora trebalo da se kreće.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 10:** Smatramo da bi regulativa u oblasti medija morala da bude zasnovana na sadržaju, tehnološki neutralna i takva da obezbedi *level playing field*, što smo detaljno pojasnili u Poglavlju III.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. U Nacrtu medijske strategije biće predviđena aktivnost - Definisanje usluga i aktera na tržištu AVM usluga u pogledu primijenjene tehnologije i uravnotežene regulatorne mjere, te postoji potreba da terminologija data u dijelu koji se odnosi na značenje izraza bude usklađena sa međunarodnim i evropskim standardima.

**Primjedba/predlog/sugestija 11: Aktivnost 8.1.4:** Ovde naglašavamo da su distributeri radio i televizijskih programa, odnosno operatori elektronskih komunikacija i njihove aktivnosti predmet regulacije posebnog dokumenta u EU, tzv. Evropskog kodeksa elektronskih komunikacija (ECCC)<sup>21</sup>.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 11:** Dodatno, nije jasno na šta bi se odnosila „usaglašena regulatorna praksa“. Samim tim, neophodna su dodatna pojašnjenja prirode i opsega ove aktivnosti, poštujući osnovna tržišna načela.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Navedena aktivnost biće promjenjena tako da se mjesto Direktive EU 2018/1808 (AVMSD), uvrsti relevantna regulativa EU.

**Primjedba/predlog/sugestija 12: Aktivnost 8.1.5.**

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 12:** Kao što smo već naveli i detaljno pojasnili u gornjim poglavljima, smatramo da definisanje novih medijskih usluga nije neophodno ako se primeni pristup da svi provajderi medijskih sadržaja moraju da poštuju minimalni set pravila, i ako se medijski zakoni isključivo fokusiraju na sadržinu usluge, a ne na sporedna pitanja (poput tehnologije objavljivanja i distribucije).

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Pogledati odgovor obrađivača u vezi primjedbe/predloga/sugestije 10 ovog predlagača.

### **Centar za demokratsku tranziciju (CDT) i Društvo profesionalnih novinara Crne Gore (DPNCG)**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Predlažemo da se okviru operativnog cilja I.3 Ojačani mehanizmi za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija predvidi aktivnost I . 3.9. Uspostavljanje linije podrške medijima za borbu protiv dezinformacija u okviru Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti. Ova aktivnost je u potpunosti kompatibilna i sa operativni ciljem I.2 Ojačana podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa kroz Fond za medijski pluralizam.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** CDT je 2020. godine prvi put predložio osnivanje Fonda za borbu protiv dezinformacija koji će pomoći održivost medija, omogućavajući im da unaprijede svoje izvještavanje i promovišu novinarstvo kao posao koji se radi isključivo u javnom interesu. Ova ideja je predstavljena i Ministarstvu javne uprave, digitalnog društva i medija, koje je izrazilo zainteresovanost i podršku za ideju. Početkom 2022. godine, CDT i DPNCG su uz podršku Evropske unije pokrenuli proces konsultacija sa medijima o potrebi uspostavljanja fonda za borbu protiv dezinformacija čiji bi korisnici bili mediji. Koncept

je osmišljen po uzoru na dobre uporedne prakse, i iskustvo koje pokazuje da borba protiv dezinformacija ne može biti uspješna ukoliko joj se ne pridruže i mediji koji rade u javnom interesu. Iz Fonda bi bili podržani projekti medija koji su usmjereni na provjeru tačnosti činjenica u okviru redakcija, uključujući finansiranje novinara, obilku osoblja, uvođenje novih alata i tehnologija za provjeru činjenica i sl. Snažni i nezavisni mediji su presudni za razvoj zdrave demokratije. Mediji koji proizvode tačne, pouzdane i kvalitetne vijesti, oni koji znaju da su moguće greške i te greške su spremni da priznaju već dugo su ugroženi od politički ili ekonomski motivisanih kreatora dezinformacija, pojedinaca i organizovanih grupa koje ih šire i koje svojim djelovanjem guše medijski prostor i onemogućavaju kvalitetno i objektivno informisanje građana. Većina medija, usljed ubrzavanja objavljivanja informacija i ekonomskih problema koji ih pogodaju, suočena je sa smanjenjem resursa za internu provjeru i profesionalnu brigu, te svu odgovornost nose autori članaka. O tome najslikovitije govori činjenica da se dešavalo da su novinari, u prethodnom periodu, hapšeni zbog objavljivanja dezinformacija. Zbog toga predlažemo da se u okviru podrške pluralizmu i profesionalizmu medija definiše fond koji bi se namjenski usmjerio na osnaživanje medija za borbu protiv dezinformacija i medijske projekte usmjerene na borbu protiv dezinformacija i jačanje otpornosti društva na dezinformacije.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Iako kroz sam Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija nije predviđena linija podrške medijima za borbu protiv dezinformacija, u Nacrtu zakona o medijima će kao dodatna tema od javnog interesa biti predviđena promocija borbe protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, čime se zapravo podstiču mediji na proizvodnju sadržaja od javnog interesa u cilju suzbijanja štetnih uticaja i širenja govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija. Osim toga, biće predviđeno još niz dodatnih aktivnosti u relevantnom operativnom cilju, poput sprovođenja brojnih analiza, obuka za medijske radnike i novinare sa ciljem prepoznavanja i sprječavanja govora mržnje, biće organizovanje obuka budućih moderatora na internetskim publikacijama i na zvaničnim stranicama internetskih publikacija na društvenim mrežama o prepoznavanju i sprječavanja govora mržnje, analize o pravcima saradnje sa globalnim internetskim kompanijama i društvenim mrežama u cilju borbe protiv dezinformacija i govora mržnje dr.

### **NVO Centar sjevera**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Finansijska pomoć koja se određuje za medije da ne bude samo za pojedine medije već na osnovu kriterijuma koji se odnose na zonu pokrivenosti za elektronske medije i učestalost izdavanja i tiraža za štampane medije bude pravilno raspoređena i da obuhvati sve medije koji su registrovani u Crnoj Gori. Svjedoci smo da poslednjih godina samo pojedini mediji dobijaju značajne iznose finansijske pomoći radi pokrića sopstvenih dugova i izmirenja obaveza dok su sa druge strane prisutni mediji koji su na samom rubu egzistencije, pojedini su čak i prodati ili ugašeni iz razloga što u ovim kriznim vremenima nemaju model za finansiranje fiksnih obaveza kako prema agencijama tako i prema zaposlenima i ostalim privrednim društvima koja spadaju u elemente neophodne za funkcionisanje medija. Kada govorimo o značajnim iznosima za pojedine medije vjerujemo da bi samo jedan dio tih sredstava bio dovoljan da manji mediji ali ne i neznačajni za lokalnu i državnu zajednicu mogli da budu profitabilni i prevaziđu trenutnu krizu i problem u finansiranju.

Radio difuzni centar je u prethodnom periodu zbog ličnog propusta prema mobilnim operaterima samoinicijativno promijenio kriterijume za naknadu elektronskim emiterima koji su smatramo nerazumni i koji su izazvali brojne negativne komentare i probleme ali bez pozitivnog ishoda u krajnjem. RDC je D.O.O, te smatramo da pored infrastrukture nasliednom uslijed odvajanja od ARD-a koja je priznajemo unaprijeđena stvaraju velike troškove koji su

bespotrebni a ogledaju se u visokim primanjima zaposlenih pojedinaca, iznajmljenim prostorijama na skupim lokacijama, neracionalnom upotrebom službenih vozila i troškova prevoza te na taj način dodatni nameti na medije su intenzivni radi pokrića istih. Poznato je da to preduzeće posluje pozitivno i da sredstva koja ostvaruju po osnovu nereálnih cijena prema emiterima treba ispitati i napraviti novi cjenovnik za emitere kako bi se našao realan balans između preživljavanja kada su mediji u pitanju i visokog luksuza kada je u pitanju poslovanje RDC-a.

NVO PAM je smatramo nametnuta agencija na čiji rad su nezadovoljni kako mediji, ugostitelji, građani i ostali obveznici tako i brojni autori koji su svojim inicijativama bezuspješno pokušavali da urede ovu oblast ali bezuspješno. Potrebno je zaštititi medije od nameta ove NVO i zakonom urediti tu oblast da mediji kao saveznici sa novoosnovanom agencijom za zaštitu prava autora vrše promociju aktivnosti agencije u cilju podizanja svijesti javnosti i pronalaženja novog modela finansiranja i zaštite prava autora muzike.

Novim zakonom o medijima je potrebno urediti oblast finansiranja komercijalnih medija jer su i oni od državnog značaja kao registrovani kod agencija i služe građanima u cilju informisanosti i koliko su u mogućnosti razvijaju medijski pluralizam u Crnoj Gori. Javni servisi kako na lokalnom nivou tako i državni se finansiraju iz budžeta u značajnim iznosima a u brojnim slučajevima ne proizvode sadržaje koji su od značaja za građane već za ciljane pojedince. Obavezno je da i komercijalni mediji pogotovu oni koji su na medijskoj sceni duži vremenski period budu finansirani i održivi jer su ozbiljni u svojoj namjeri i uprkos brojnim problemima opstali.

Internet mediji su napretkom digitalizacije poslednjih godina dozivjeli ekspanziju i zauzeli primat u odnosu na komercijalne i stvarne odnosno tradicionalne medije. Brojni su internet mediji koji se isključivo bave izloženjem na način filtriranja i spinovanja i informacija te stvaranja koristi pojedincu ili grupi. U većini slučajeva nije poznato ko je urednik i osnivač ovih medija te građani u većem broju slučajeva dobijaju lažne informacije, lako dostupne i samim tim obzirom da je medijska pismenost nerazvijena bivaju u zabludi o realnom stanju. Medijsku pismenost treba uvesti kao obavezan predmet u osnovnim školama a internet medije zakonski urediti i vršiti njihovu registraciju kod Agencije za elektronske medije na način prilagođen komercijalnim emiterima u cilju smanjenja širenja dezinformacija i povećanja odgovornosti urednika tih medija.

Zbog toga predlažemo da se u okviru podrške pluralizmu i profesionalizmu medija definiše fond koji bi se namjenski usmjerio na osnaživanje medija za borbu protiv dezinformacija i medijske projekcije usmjerene na borbu protiv dezinformacija i jačanje otpornosti društva na dezinformacije.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Ovo je pitanje koje se tiče sistemskog zakona – Zakona o autorskim i srodnim pravima, a ne Zakona o medijima, niti je ovo Ministarstvo nadležno za njegovo sprovođenje.

### **Udruženje lokalnih medija Crne Gore – ULMCG**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** U medijske zakone, koji su u fazi izmjena i dopuna, neophodno je implementirati jasne i mjerljive kriterijume i procedure na osnovu kojih se kroz oglašavanje i po drugim osnovama iz javnog sektora finansiraju mediji, kao i kaznene odredbe za njihovo kršenje.

U krajnjem slučaju, neophodno je predvidjeti donošenje podzakonskih akata koji jasno definišu ove kriterijume i procedure, kako bi se spriječio politički uticaj putem državnog novca, na medijsku scenu.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Jedan od ključnih izazova u problem koje se mora riješiti u kreiranju ambijenta sa jednakim šansama za sve medije i jačanja medijskog pluralizma je višedecenijska praksa da Vlada i kompletan javni sektor selektivnim i netransparentnim finansiranjem putem oglašavanja vrše neprimjeren uticaj na medijsko tržište.

To potvrđuju izvještaji NVO Centra za građansko obrazovanje, koja kroz višegodišnji projekat "Jednake šanse za sve medije u CG" dokumenovano ukazuje da je takvo finansiranje služilo da se nagrade mediji koji su naklonjeni Vladi, dok su sredstva uskraćivana medijima koji preispituju zvanične politike i prakse.

Nažalost, ovu praksu je nastavila Vlada Zdravka Krivokapića, nove lokalne samouprave, kao i novi menadžmenti državnih preduzeća, birani po partijskom ključu.

Selektivnim i netransparentnim finansiranjem medija se direktno ugrožava konkurencija, stvaraju nejednaki uslovi za rad na tržištu, i vrši indirektan pritisak na uređivačku politiku.

U suštini, finansiranje odabranih privatnih/komercijalnih medija, iz javnog sektora, bez mjerljivih i preciznih kriterijuma i netransparentno, je nezakonita državna pomoć jer "narušava ili prijeti da će se narušiti tržišna konkurencija stavljanjem određenih preduzetnika ili proizvodnje određene robe u povoljniji položaj". (Član 107(1) UFEU).

Istraživanja CGO tokom protekle decenije ukazuju da su se na ovaj način iz javnog sektora u određene medije, bez ikakvih kriterijuma i procedura, odlili milioni državnog novca.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** Izmjenama i dopunama medijskih zakona neophodno je predvidjeti formiranje nezavisnog Savjeta/komisije za raspodjelu sredstava za državnu pomoć medijima, kao i iz Fonda za medijski pluralizam za štampane medije i internetske publikacije, po unaprijed poznatim i jasnim kriterijumima, slično rješenju u AEM.

Neophodno je, takođe, uz mogućnost davanja prijedloga i sugestija od strane medijske zajednice, urediti Pravilnik koji će precizno definisati ovaj postupak i koji će precizirati procenat sredstava namijenjenih lokalnim medijima.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Tokom proteklih decenija, gotovo sva odlivanja novca iz javnog sektora u medije, bila su netransparentna i bez jasnih kriterijuma, što je u najmanju ruku, značajno unazadilo ukupnu medijsku scenu i onemogućilo jačanje medijskog pluralizma.

Tokom perioda rada aktuelne Vlada, u slučaju raspodjele državne pomoći za kreiranje sadržaja u borbi protiv pandemije Covid 19 nije bilo poznato na osnovu kojih kriterijuma je sastavljena Komisija, kao i na osnovu kojih kriterijuma je raspodjeljena podrška medijima.

Napominjemo ovdje da medijski mozaik Crne Gore u najmanje 80 procenata čine lokalni mediji koji su i najveća šansa Crne Gore za kreiranje ambijenta medijskog pluralizma, te da je ovim medijima i jačanju njihovih kapaciteta neophodno posvetiti punu pažnju.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Navedena procedura je već bliže uređena podzakonskim aktom – Pravilnikom o raspodjeli sredstava za štampane medije i internetske publikacije („Službeni list CG", broj 125/21). Nacrtom zakona o medijima biće predviđeno da za raspodjelu sredstava iz Fonda, pored dnevnih i nedjeljnih štampanih medija i internetskih publikacija, mogu konkurisati i periodični štampani mediji, među kojima se nalazi veliki broj medija koji pokrivaju teme od lokalnog značaja.

**Primjedba/predlog/sugestija 3:** U sklopu Medijske strategije i Akcionog plana predvidjeti posebne mjere državne podrške i jačanja kapaciteta lokalnih medija kao najznačajnijeg a najranjivijeg resursa istinskog medijskog pluralizma u CG.

Lokalni mediji ne mogu posloovati kao druge komercijalne djelatnosti jer oni to nisu.

1. Inicirati zakonska rješenja koja će lokalne samouprave obavezati da imaju fondove za medijski pluralizam u istom procentu koji se predviđa državnim budžetom
2. Inicirati zakonska rješenja/izmjene i dopune koja će lokalne medije osloboditi ili umanjiti poreska opterećenja koja imaju komercijalne djelatnosti
3. Obezbijediti državne subvencije za plate novinara u lokalnim medijima čime će se obezbijediti jačanje njihovih kapaciteta kao i bolji položaj novinara u lokalnim medijima.
4. Obezbijediti, uz jasne kriterijume, mehanizme pozitivne diskriminacije lokalnih medija, u odnosu na mainstream medije iza kojih stoje globalne korporacije i medijski magnati kojima je kroz brojne kanale i resurse mnogo lakše obezbijediti finansijsku konstrukciju nego lokalnim medijima.
5. Obavezno uključiti predstavnike lokalnih medija u proces kreiranja svih budućih medijskih politika države CG.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Lokalni mediji u Crnoj Gori su tokom decenija proteklog režima, ali i tokom rada aktuelne Vlade, kroz djelovanje resornog Ministarstva na čelu sa ministarkom Tamarom Srzentić, potpuno ignorisali postojanje lokalnih medija u Crnoj Gori, uz rijetke sporadične izuzetke.

Medijska zajednica lokalnih medija je bila, i još uvijek je, uglavom prepuštena sama sebi, bez sistemskog rješenja za njen opstanak i jačanje.

Lokalni mediji su, kao posebno značajna ali i najviše ugrožena medijska kategorija, bili potpuno izuzeti iz svih državnih medijskih politika podrške, uprkos činjenici da jedino lokalni news mediji, u dualističkoj konstalaciji snaga i političkom uticaju na mainstream medije, mogu kreirati medijski pluralizam i obezbijediti građanima informisanje iz većeg broja različitih izvora.

U tom smislu osnovano je Udruženje lokalnih medija Crne Gore ULMCG, čiji je jedan od ciljeva da, kroz aktivno učešće u kreiranju medijskih politika, zakonske regulacije, i praćenje realizacije, obezbijedi adekvatan tretman lokalnih medija u Crnoj Gori, u skladu sa praksama iz regiona i EU, i snažno doprinese jačanju medijskog pluralizma u Crnoj Gori, profesionalizaciji medija, podizanju stepena odgovornosti kroz samoregulaciju, ali i kreiranje ambijenta za slobodu mišljenja i kritičku misao.

**Odgovor obrađivača:** Djelimično prihvaćeno. Nacrtom zakona o medijima, biće predviđeno da jedinica lokalne samouprave, u kojoj ne postoji lokalni javni emiter, može osnovati lokalni Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Takođe, Nacrtom tog zakona biće predviđeno da za raspodjelu sredstava iz Fonda, pored dnevnih i nedjeljnih štampanih medija i internetskih publikacija, mogu konkurisati i periodični štampani mediji, među kojima se nalazi veliki broj medija koji pokrivaju teme od lokalnog značaja.

### **Telemach Crna Gora**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Predlog za brisanje Aktivnosti 6.2.4 u okviru Operativnog cilja 6.2 (Osiguran tretman svih učesnika na medijskom tržištu), koji podrazumijeva da se donošenjem Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama predvidi "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", predstavlja nedozvoljenu i nesrazmjernu mjeru ograničenja slobode prijema i reemitovanja koja diskriminiše prekogranične pružaoce medijskih usluga suprotno garancijama propisanim AVMS Direktivom, a pri tom je upitno da li je tehnički izvodljiva.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Ključni regulatorni dokument koji uređuje oblast pružanja audiovizuelne medijske usluge na nivou EU je Direktiva o audiovizuelnim medijskim servisima iz 2010 . sa dopunama iz 2018. godine.

Jedno od osnovnih načela na kojima podiva ovaj dokument EU jeste promovisanje principa zemlje porekla i načela slobode prijema i reemitovanja audiovizuelnih medijskih usluga koje su registrovane u drugim državama članica . Princip zemlje porekla i načelo slobode prijema i reemitovanja se naročito ogledaju u tome da se na pružaoca medijske usluge koji je osnovan i dobio je dozvolu u jednoj državi članici koja prihvata pravila Direktive o AVMS primenjuju propisi te države članice, a da se program pružaoca medijske usluge bez dodatnih dozvola i ograničenja može slobodno reemitovati i na teritoriji druge članice. Sličan princip je propisan i Konvencijom Savjeta Evrope o prekograničnoj televiziji koju je Crna Gora ratifikovala i na koju se poziva i u Medijskoj strategiji.

Od slobode prijema i reemitovanja se može samo izuzetno i privremeno odstupiti, u zavisnosti od okolnosti konkretnog slučaja, u posebnom postupku koji je propisan AVMS Direktivom i to iz razloga koji su taksativno navedeni u tom dokumentu (govor mržnje, zaštita interesa maloljetnika i zaštitajavnog zdravlja), ali ne i zbog toga što se u televizijskom programu stranog PMU emituju reklame iz države ka čijem stanovništvu je program usmjeren (crnogorske reklame).

Svako drugo ograničenje slobode prijema i reemitovanja, mimo navedenih izuzetaka, uključujući i predloženo, bi bilo odstupanje od garancija Direktive o AVMS, a samim tim u nesaglasnosti sa preuzetim obavezama na evropskom putu Cme Gore, pa bi se samim tim u slučaju usvajanja ovakvog rješenja moglo postaviti pitanje njegove zakonitosti i ustavnosti.

Kako je Crna Gora kandidat za članstvo u EU, i država koja je ratifikovala Konvenciju o prekograničnoj televiziji, i kako je svoje zakonodavstvo uskladila sa ovim temeljnim načelima dužna je da omogući slobodan prijem prekograničnih usluga koji potiču iz druge države članice koja prihvata pravila Direktive i da ne sprovodi mere koje bi mimo Direktive o AVMS ograničile ovu slobodu. Prednje naročito kod činjenice da ovakav neopravdani vid ograničenja slobode prijema i reemitovanja predstavlja diskriminisanju prekograničnih PMU koji poštuju pravila AVMS Direktive. Važno je napomenuti da distributeri, prema Direktivi o AVMS, ne snose nikakvu uredničku odgovornost za sadržaj koji distribuiraju, pa stoga neće biti odgovorni, bilo direktno ili indirektno, za poštovanje ili sprovođenje navedenih ili sličnih zabrana (tj. ograničenja sadržaja). Stoga se preporučuje da se ove zabrane odnose samo na pružaoce audiovizuelnih medijskih usluga.

Kao naročito spornu vidimo tehničku primjenu u praksi ovakvog rješenja, zbog čega smatramo da je predlagaču neophodno ukazati na sam proces zamračivanja sadržaja kada emiter nema regulisano pravo distribucije za teritoriju Cme Gore. Naime, zatamljivanje sadržaja se vrši tako što emiter dostavlja svoju programsku šemu za određeni budući vremenski period sa tačnim naznakama sadržaja za koje nema regulisano pravo distribucije, i sa tačnim satnicama emitovanja ovih sadržaja, i na ovaj način obavještava distributera o sadržaju koji j epotrebno zatamniti. Nakon toga, tehnička lica zaposlena kod operatora unose programsku šemu (sa preciznim satnicama emitovanja sadržaja) koju je prethodno dostavio emiter u uređaj koji na osnovu unijetih podataka vrši zatamljivanje sadržaja. U praksi se često dešava da pojedini emiteri mijenjaju svoje programske šeme sat ili dva prije emitovanja sadržaja koji treba zatamniti, što operatorima predstavlja zahtjevan problem u pogledu angažovanja ljudskih i tehničkih kapaciteta kako bi se na adekvatan reagovalo na ovaj problem.

Pored navedenog, programska šema u velikoj većini slučajeva ne sadrži podatke o emitovanju reklamnog sadržaja, a naročito ne sadrže podatak o reklamama koje su namijenjene crnogorskom tržištu. Ukoliko pretpostavimo da se predloženo rješenje usvoji, a imajući u vidu broj kanala koji se distribuira, uz nepoznat podatak o broju i terminu emitovanja reklamnog sadržaja za crnogorsko tržište, više je nego jasno da distributer ne bi mogao na adekvatan način da ispuni ovu obavezu, a da prethodno ne snosi nesrazmjerno veliki trošak u pogledu dodatnog angažovanja većeg broja zaposlenih na ovim poslovima i dodatne tehničke opremljenosti.

Imajući sve ovo u vidu, predlažemo brisanje ove aktivnosti iz Akcionog plana, odnosno oslanjanje na druge mehanizme radi podrške domaćoj produkciji, koji su kao takvi i prepoznati u drugim djelovima strategije.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

### **Komercijalni emiter Pink M**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Brisanje tačke 6.2.4. Medijske strategije Crne Gore 2022 — 2026 sa Akcionim planom za 2022. i 2023. godinu

Uredeno zamračenje reklamnog sadržaja i obaveze na televizijama čije je sjedište van Crne Gore koje se emituju kroz kablovsku mrežu, a putem kojih se oglašavaju pravna lica čije je sjedište u Crnoj Gori.

Donošenjem Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama obezbjeđuje 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. (Ovo po ugledu na zamračenje sadržaja za koja nisu plaćena prava za crnogorsko tržište - sport, igrani program, itd). Podzakonski akt će regulisati procedure i obaveze kablovskih operatera u ovoj oblasti.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Navedena tačka predviđena Nacrtom medijske strategije je u suprotnosti sa Ustavom Crne Gore (konkretno čl. 139 i 140), principima „četiri slobode“ Evropske unije (prava slobodnog kretanja ljudi, robe, kapitala i usluga), kao i načelom slobode prijema i reemitovanja.

Naime, ekonomsko uređenje (Crne Gore), shodno članu 139 Ustava, zasniva se na slobodnom i otvorenom tržištu, slobodi preduzetništva i konkurencije, samostalnosti privrednih subjekata i njihovoj odgovornosti za preuzete obaveze u pravnom prometu, zaštiti i ravnopravnosti svih oblika svojine, dok je članom 140 zabranjeno narušavanje i ograničavanje slobodne konkurencije i podsticanje neravnopravnog, monopolskog ili dominantnog položaja na tržištu.

Dalje, kao država kandidat EU, Crna Gora mora se uskladiti sa pravilima EU koja se tiču unutrašnjeg tržišta, čiji su bitni deo četiri tržišne slobode: sloboda kretanja roba, sloboda pružanja usluga, sloboda kretanja radnika i sloboda kretanja kapitala.

Pored toga, zakonom i podzakonskim aktima Crne Gore se predviđa da su oglašavanje, telešoping i sponzorstvo su slobodni, uz ista prava i obaveze domaćih i stranih pravnih i fizičkih lica.

To sve znači da usvajanjem ovakve odredbe iz Nacrta strategije, odnosno njenim daljim transponovanjem i implementiranjem u nacionalni zakon koji bi regulisao audiovizuelne medijske usluge, na direktan način bi se onemogućavalo crnogorskim privrednim subjektima da se reklamiraju na TV programima stranih pružalaca medijske usluge (ali i marketinškim agencijama onemogućavao deo poslovanja) pa samim tim bi se vršila „prinuda“ gde i kako smeju i gde ne smeju da se reklamiraju pravna lica sa sedištem u Crnoj Gori, čime bi se vršila

diskriminacija domaćih privrednih subjekata i čime bi se kršio kako Ustav Crne Gore u delu slobodnog i otvorenog tržišta, ali i samostalnosti privrednih subjekata, tako i principi „četiri slobode“ EU.

Dalje, što se tiče principa slobode prijema i reemitovanja, u Crnoj Gori se garantuje sloboda prijema i reemitovanja programa iz država članica Evropske unije i država članica Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji.

To znači da TV programi za koje je nadležan organ u državi članici EU ili državi članici Konvencije izdao dozvolu za pružanje medijske usluge mogu slobodno da se (re)emituju na teritoriji Crne Gore. Navedena sloboda jemči se zakonom koji reguliše audiovizuelne medijske usluge, ali i Evropskom konvencijom o prekograničnoj televiziji. Isto tako, kao kandidat za članstvo u Evropskoj uniji, propisi Crne Gore u oblasti elektronskih medija moraju biti usklađeni sa pravom EU, čija Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama isto tako jemči slobodu prijema i reemitovanja programa TV stanica (član 3).

Prema članu 3 Direktive, ostvarivanje ove slobode može se privremeno suspendovati (obustavljanje reemitovanja) samo zbog razloga koji se odnose na govor mržnje i zaštitu maloletnika (linearne medijske usluge) ili na ožuganje javnog poretka, zaštitu maloletnika, ljudskog dostojanstva, javnog zdravlja, javne bezbednosti, potrošača i investitora (nelinearne medijske usluge), ali ne i zbog toga što se u televizijskom programu stranog PMU emituju reklame iz države ka čijem stanovništvu je program usmeren, pa samim tim i reklame crnogorskih kompanija.

Shodno navedenom, svaka država članica je dužna da stranom PMU, koji zadovoljava navedene minimalne uslove, omogući da se njegov program (re)emituje na njenoj teritoriji, bez obzira da li je program tog PMU posebno namenjen stanovništvu te države članice, da li se emituje na stranom jeziku ili jeziku te države članice, da li se u njegovom programu emituju strane ili domaće reklame i dr.

Dakle, u skladu sa primenom navedenog načela određeni PMU može u jednoj državi članici da dobije dozvolu za TV program kojije posebno namenjen stanovništvu na teritoriji druge države članice, a ta druga država je, poštujući slobodu prijema i reemitovanja, dužna da ne ometa reemitovanje tog programa na svojoj teritoriji i emitovanje integralnog programa bez prekidanja i prekranja.

Na kraju, smatramo da je pogrešno upoređivanje (ali i pravdanje) zamračenja reklamnih sadržaja sa zamračenjem tj. „skremblovanjem“ sportskih priredbi, igranog programa i drugih sadržaja u vezi sa autorskim pravima. Opravdano je da, ukoliko se radi o autorskom delu za koje pružalac medijske usluge nije pribavio pravo na emitovanje i na teritoriji druge države, operator elektronske komunikacione mreže, koji reemituje medijsku uslugu tog pružaoca, u toku reemitovanja onemogućiti prenos tog programskog sadržaja na području druge države, kako ne bi došlo do kršenja autorskog prava. Međutim, ukoliko bi se taj standard (zamračenja ili skremblovanja) primenio i na reklamni sadržaj samo zato što se vrši oglašavanje domaćih subjekata na stranim emiterima, time se ne bi štitilo bilo čije pravo, već vršila diskriminacija kako tako privrednika, ali i stranih PMU.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

### **Publikum medijska kuća Podgorica**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Brisanje tačke 6.2.4. Medijske strategije Crne Gore 2022 — 2026 sa Akcionim planom za 2022. i 2023. Godinu

(Uređeno zamračenje reklamnog sadržaja i obavezi na (televizijama čije je sjedište van Crne Gore koje se emituju kroz kablovsku mrežu, a putem kojih se oglašavaju pravna lica čije je sjedište u Crnoj Gori.

**Obrazloženje pnmjedbe/predloga/sugestije I:** Navedena tačka predviđena Nacrtom medijske strategije je u suprotnosti sa Ustavom Cme Gore (konkretno čl. 139. i 140.), principima „četiri slobode“ Evropske unije (prava slobodnog kretanja ljudi, robe, kapitala i usluga), kao i načelom slobode prijema i reemitovanja.

Država kandidat EU, Crna Gora mora se uskladiti sa pravilima EU koja se tiču unutrašnjeg tržišta, čiji su bitni deo četiri tržišne slobode: sloboda kretanja roba, sloboda pružanja usluga- sloboda kretanja radnika i sloboda kretanja kapitala.

Zakonom i podzakonskim aktima Cme Gore se predviđa da su oglašavanje, telešoping i sponzorstvo su slobodni, uz ista prava i obaveze domaćih i stranih pravnih i fizičkih lica.

TV programi za koje je nadležan organ u državi članici EU ili državi članici Konvencije izdao dozvolu za pružanje medijske usluge mogu slobodno da se (re)emituju na teritoriji Crne Gore. Navedena sloboda jemči se zakonom koji reguliše audiovizuelne medijske usluge, ali i Evropskom konvencijom o prekograničnoj televiziji. Isto tako, kao kandidat za članstvo u Evropskoj uniji, propisi Cme Gore u oblasti elektronskih medija moraju biti usklađeni sa pravom EU, čija Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama isto tako jemči slobodu prijema i reemitovanja programa TV stanica (član 3.).

Sa usvajanjem odredbe 6.2.4 iz Nacrta strategije, odnosno njenim daljim transponovanjem i implementiranjem u nacionalni zakon koji bi regulisao audiovizuelne medijske usluge, na direktan način bi se onemogućavalo deo poslovanja marketinškim agencijama.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

### **NVO Istraživački omladinski centar**

**Primjedba/predlog/sugestija I :** Što se tiče autorskih prava, Krivični zakonik propisuje krivična djela za neovlašćeno zaobilaženje mjera zaštite namijenjenih sprječavanju povreda autorskog i srodnih prava i informacija o pravu koja se odnose na svakog „ko proizvede, uveze, stavi u promet, proda, da u zakup, reklamira u cilju prodaje ili davanja u zakup ili drži u komercijalne svrhe uređaje ili sredstva čija je osnovna ili pretez na namjena uklanjanje, zaobilaženje ili osujećivanje tehnoloskih mjera namijenjenih sprječavanju povreda autorskog i srodnog prava ili ko takve uređaje ili sredstva koristi u cilju povreda autorskog ili srodnog prava” (član 235, Stav 1). Za ovo djelo predviđena je novčana kazna ili kazna zatvora do tri godine, dok će se „predmeti izvršenja krivičnog djela i predmeti koji su bili upotrijebljeni ili namijenjeni za izvršenje krivičnog djela /.../ oduzeti, a predmeti izvršenja krivičnog djela ée se uništiti” (član 235, Stav 2).<sup>15</sup>

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije I:** Definirati zakonom da ako je ustupljeno autorsko djelo ne može se naplaćivati zaštita autorskog prava kao što je to slučaj kod većine medija koji dobijaju promotivne spotove u cilju lične promocije i sticanje svog interesa da im agencija za Zaštitu autorskih prava naplaćuju korišćenje autorskih prava.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Sve navedene mjere treba da budu predmet komunikacije između medija i PAM-a. Vidjeti odgovor obrađivača na primjedbu/predlog/sugestiju 1 predlagača NVO Centar sjevera.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** Tačka 6.2.8 Uvesti obaveznu naknadu za sve hotele, restorane, kafiće i druge ugostiteljske objekte, koji svojim gostima obezbjeđuju besplatno čitanje štampe te uspostaviti sistem prikupljanja naknada i distribucije prikupljenih sredstava izdavačima na transparentan, efikasan i pravedan način.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Jasno je i vidljiv krajnji cilj ove preporuke . Neozbiljno je ovaj predlog staviti u medijsku strategiju jer to klasična zloupotreba Medijske strategije a sve u cilju stvaranje nezakonitog i neustavnog naplaćivanja. Po toj logici svaki proizvođač može tužiti drugog proizvođača, recimo za (Nutelu) da je prvi proizvod u gubitku zbog drugog proizvođača jer je njegov proizvod kvalitetniji i on može smatrati da mu je krivac onaj koji proizvodi kvalitetniji proizvod, s druge strane onda bi takode trebali da siromašni tuže bogate jer su oni bogati korišćenjem njihovog rada i bezbroj sličnih primjera.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

**Primjedba/predlog/sugestija 3:** Tačka 6.2.9 Uvesti obaveznu naknadu za sve press klipping agencije i druge kompanije koje nude usluge koje se zasnivaju na sadržaju koji proizvode i objavljuju mediji, te uspostaviti sistem prikupljanja naknada i distribucije prikupljenih sredstava izdavaocima na transparentan, efikasan i pravedan način.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Ista stvar je kao i obrazloženju Tačke 6.2.8. Zašto bi agencije bile krive kad su registrovane regularno. Da li to znači da svi mediji mogu da tuže agencije koje su ugovorale poslove sa velikim medijskim kućma na užruba onih koje nijesu uvrštene u marketing za izgubljenu dobit jer bi postojala pretpostavka da bi ti mediji ušli u marketing i pružali svoje usluge.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno.

### **Asocijacija ALEMS-FOKUS**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Na Javnu raspravu pozvati sve emitere kako bi učestvovali u Javnoj raspravi. Predlog rješenja: Iz evidencije medija uredno poslati poziv za javnu raspravu svim medijima.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Poziv je potrebno poslati obzirom da je ovo najzainteresovanija strana za izradu ovog dokumenta. Iz različitih razloga a posebno zbog čestih prekida internet veza mnogi emiteri nemaju blagovremenu informaciju za učešće u raspravi.

**Odgovor obrađivača:** Prihvaćeno. Javna rasprava, otvorena 11. marta 2022. godine, trajala je 30 dana . Ministarstvo je takođe organizovalo dane Otvorenih vrata (8 dana) tokom mjeseca marta i aprila 2022. godine i pozvalo zainteresovanu javnost (građane, naučnu i stručnu javnost, državne organe, strukovna udruženja, političke subjekte nevladine organizacije, međunarodne organizacije, medije) da dostave primjedbe, prijedloge i sugestije na Nacrt Medijske Strategije 2023-2027. Svi zainteresovani su bili u mogućnosti da direktno kontaktiraju i neposredno dođu u Direktorat za medije i zajedno sa nadležnima razgovaraju o samom unaprijeđenju strateškog dokumenta.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** Obzirom da su emiteri a posebno asocijacija "ALEMS - Fokus" i ostale asocijacije slali više dopisa Vladi kao i Radio difuznom Centru za umanjenje naknada koje su povećane bez ikakvog razloga a onda raznim pritiscima i pojedinačnim a ne kolektivnim potpisivanjem ugovora prisiljeni ucjenama da se potpisuju novi ugovori ostvarena nenadoknativa šteta emiterima jer su cijene povećane od 75% do 87% i ako u tom periodu poskupljenje električne struje nije bilo značajno povećano (3%). Obzirom da mediji predstavljaju važnu kariku u društvenoj zajednici i obzirom da većina medija svoje posajanje

je opravdala radom u interesu društva i zajednice predlažemo da ovaj novac, koji je nezakonito naplaćivan po mnogo višestrukim cijenama RDC oslobodi plaćanja i uplatom iznosi tažnina kao pretplatu u narednih 5 godina

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Različita opravdanja različitih emitera tak su signal da ovo povećavanje nije zakonito niti realno. Servisiranoj opremi koja se nalazi u objektima RDC-a isključivo vrše emiteri. Pristupni putevi koji nam se naplaćuju su nepristupačni i nizični. Dakle taj novac koji plaćamo kroz fakturu za održavanje pristupnih puteva je bačen odnosno nenamjenski utrošen i nije u našu korist realizovan. Prostor koji zauzima oprema emitera nije veća od jednog kvadratnog metra i ako plaćamo zakup kao da smo na Beverly Hillsu. Ulazak u objekat zahtijeva otvaranje vrata i izmicanje kako bi zrak i pacovi izašli iz tog objekta a onda ušli naši inženjeri (dokumentovano fotografijom)

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Ovo ministarstvo nema nadležnosti nad radom Radio-difuznog centra

**Primjedba/predlog/sugestija 3:** Kroz medijsku strategiju uvesti olakšice za plaćanje organizaciji za zaštitu prava autora PAM. Većina autora medijima šalju svoje kompozicije kako bi ih emitovali da bi ta ista autorska prava koja su nam ustupljena plaćali PAM-u. Naplatu vršiti isključivo po ostvarenoj dobiti na kraju godine procentualno obzirom da većina medija nema zaradu od marketinga. Tu obavezu plaćati jednom godišnje po završetku prijave poreza na dobit.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Da bi se poboljšao kvalitet informisanosti građana kao i medijska pismenost a posebno ambijent za poslovanje medija potrebno je naći model podrške medijima od strane države i smanjenja naknada RDC-a, AEM-a i PAM-a.

**Odgovor obrađivača:** Nije prihvaćeno. Sve navedene mjere treba da budu predmet komunikacije između medija i PAM-a. Vidjeti odgovor obrađivača na primjedbu/predlog/sugestiju 1 predlagača NVO Centar sjevera.

v.d. generalnog direktora Direktorata za medije

*Neđeljko Rudović*  
Neđeljko Rudović  
