



Crna Gora
Ministarstvo finansija

Adresa: ul. Stanka Dragojevića 2,
81000 Podgorica, Crna Gora
tel: +382 20 242 835
fax: +382 20 224 450
www.mif.gov.me

Br: 02-03-430/23-3206/2

Podgorica, 29.06.2023.godine

MINISTARSTVO KULTURE I MEDIJA
-n/r ministarke, gospođe Maše Vlaović -

Poštovana gospođo Vlaović,

Povodom *Predloga medijske strategije Crne Gore 2023-2027. godine, sa Akcionim planom za period 2023-2024. godine*, Ministarstvo finansija daje sljedeće

MIŠLJENJE

U okviru dostavljenog Predloga strategije prepoznata su 4 strateška cilja i to: poboljšan kvalitet informisanja i unaprijeđena medijska pismenost, osnažena urednička i finansijska nezavisnost, unaprijeđen ambijent za fer tržišno poslovanje medija i poboljšan okvir za rad i položaj zaposlenih u medijima.

Na tekst Predloga strategije i pripremljeni Izvještaj o analizi uticaja propisa, sa aspekta implikacija na poslovni ambijent, nemamo primjedbi.

U Izvještaju o analizi uticaja propisa navedeno je da bi se za implementaciju predmetne Strategije u navedenom periodu okvirna ulaganja mogla kretati na nivou od 24,23 mil. €, a biće obezbijedena iz budžeta i donacija. Za aktivnosti predviđene Akcionim planom u 2023-2024. godini procijenjena su sredstva u iznosu od 8,92 mil. €.

Aktivnosti definisane dostavljenim dvogodišnjim Akcionim planom između ostalog predviđaju izmjene Zakona o medijima, u dijelu izdvajanja sredstva za Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija sa važećih 0,09 % tekućeg budžeta Crne Gore utvrđenog godišnjim zakonom o budžetu na 0,20 % u 2025. godini odnosno na 0,25% u 2027. godini. Takođe, Aktivnost 3.3.5 - Digitalizacija arhiva RTCG procijenjena je na 2,50 mil.€ od čega 50% iz budžeta.

Za tekuću fiskalnu godinu predviđena je realizacija dvije aktivnosti iz Akcionog plana i to: Aktivnost 1.1.5 -Uvođenje nadzora nad poštovanjem zakonskih odredbi od strane svih medija koja se finansira iz budžeta Ministarstva kulture i medija sa aktivnosti Podrška razvoju medijskog pluralizma sa izdatka 411-Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca u iznosu od 69.599,58€ i Aktivnost 1.1.8 -Sprovođenje istraživanja javnog mnjenja, čiji je nosilac Agencija za elektronske medije.

Imajući u vidu da je dostavljenim Predlogom strategije, predviđeno da se u 2024. godini iz budžeta izdvoje sredstva oko 7,33 mil €, a posledica su izmjene zakonskih rješenja, ukazujemo da će predlozi navedenih aktivnosti, kao i ostalih aktivnosti iz Akcionog plana za 2023-2024. godinu, koje se tiču pokretanje predloga za izradu ili izmjenu pravnih okvira, a koji mogu imati fiskalni uticaj na budžet države, biti predmet posebnog razmatranja. Naročito ističemo da se aktivnosti za Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija i Digitalizaciju arhiva RTCG, koriguju u skladu sa važećim zakonskim rješenjima, odnosno Ministarstvo finansija nije saglasno da se izvrši povećanje obaveznog procentualnog izdvajanja sredstava, imajući u vidu da je navedeno procentualno izdvajanje u suprotnosti sa načelima programskog budžetiranja.

S tim u vezi, obzirom da se radi o udruživanju finansijskih sredstava iz različitih izvora, ukazujemo da je implementaciju aktivnosti predviđenih ovom Strategijom potrebno uskladiti sa stepenom ostvarenja sredstava iz predviđenih izvora.

S poštovanjem,

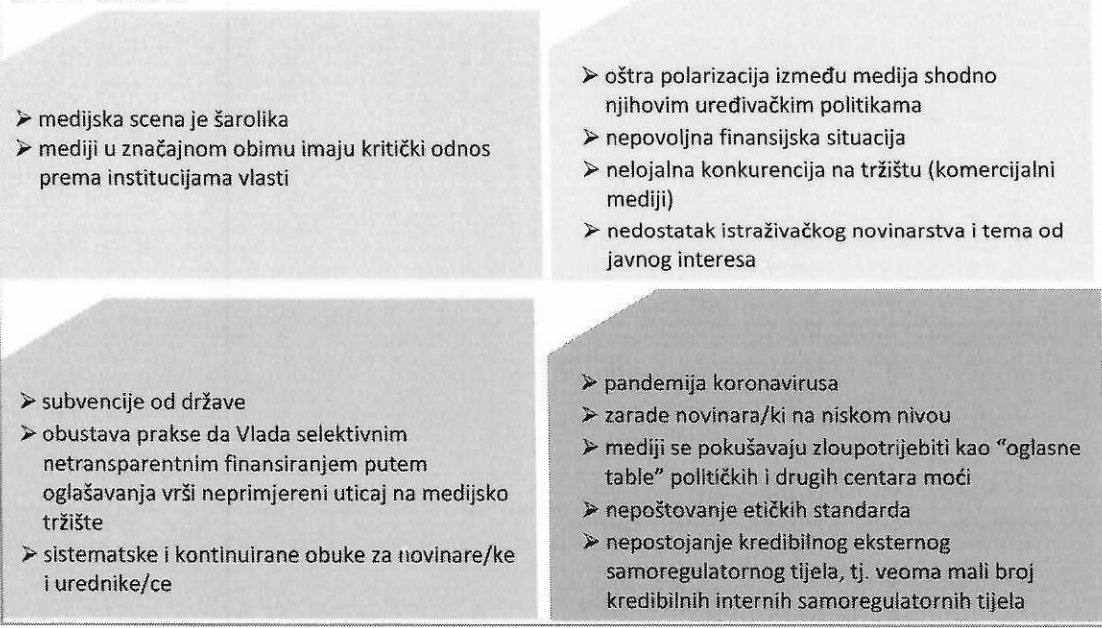


MINISTAR
mr Aleksandar Damjanović

IZVJEŠTAJ O SPROVEDENOJ ANALIZI PROCJENE UTICAJA PROPISA	
PREDLAGAČ PROPISA	Ministarstvo kulture i medija
NAZIV PROPISA	Prijedlog medijske strategije Crne Gore 2023-2027 sa Akcionim planom za period 2023-2024
1. Definisane probleme <ul style="list-style-type: none"> - Koje probleme treba da riješi predloženi akt? - Koji su uzroci problema? - Koje su posljedice problema? - Koji su subjekti oštećeni, na koji način i u kojoj mjeri? - Kako bi problem evoluirao bez promjene propisa ("status quo" opcija)? 	
<p>Medijska strategija 2023-2027, prvi strateški dokument u toj oblasti u Crnoj Gori bi trebalo da pomogne u rješavanju višestrukih izazova identifikovanih na medijskom tržištu Crne Gore, detaljno objašnjenih u Analizi stanja, na osnovu koje su definisani strateški ciljevi, a dodatno razrađeni i operativni ciljevi strategije, kao i aktivnosti predviđene u prvom Akcionom planu za period 2023-2024. Kao ključni problemi izdvajaju se nedostatak kvalitetnih medijskih sadržaja u javnom interesu, nedovoljan obim ostvarenosti programsko-produkcionih planova, nedovoljno razvijeni i efikasni mehanizmi za suzbijanje govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, potreba za jačanjem samoregulacije i regulacije u medijima, preopterećenost medijskog tržišta Crne Gore, potreba jačanja ambijenta za siguran rad novinara, nedovoljno razvijen ekonomsko-socijalni položaj novinara/ki i nedovoljno razvijena medijska pismenost u crnogorskom društvu.</p> <p>Problemi koji su dalje prepoznati kroz PESTLE analizu, a pored gore navedenih su : nestabilna politička scena; promjene prioriteta rukovodećih političkih struja; činjenice da se mediji pokušavaju zloupotrijebiti kao "oglasne table" političkih i drugih centara moći; mali iznosi Budžeta Crne Gore i subvencija opredjeljenih medijima; ograničen tehnološko-tehnički napredak nacionalnog javnog emitera RTCG a i drugih javnih emitera; nedostatak budžeta za unaprjeđenje tehničkih kapaciteta javnih emitera i nizak nivo ulaganja u informativne sadržaje medija; prethodno prisutna pandemija koronavirusa i rat u Ukrajini. U nastavku slijedi PESTLE analiza :</p>	



Kroz SWOT analizu, pored problema pomenutih PESTLE analizom, mogu se istaći sljedeći: nedostatak istraživačkog novinarstva i tema od javnog interesa; nepoštovanje etičkih standarda i drugi. U nastavku slijedi SWOT analiza:



(Od gornjeg šablona lijevo, u smjeru kazaljke na satu: snage, slabosti, prijetnje i šanse)

Kao jedan od glavnih uzroka problema, ističe se činjenica da se mediji u Crnoj Gori već niz godina bore da opstanu na tržištu, te je usljed nepovoljne finansijske situacije država intervenisala nekoliko puta u posljednjih 10 godina. Situaciju je pogoršala i ekonomska kriza usljed pandemije koronavirusa, a ona je naročito bila teška lokalnim javnim emiterima i komercijalnim medijima.

Nedostatak finansijske izdašnosti medija u Crnoj Gori dijelom je uzrokovan i postupanjem nezavisnog regulatora u oblasti medija, odnosno Agencije za elektronske medije, na način što je u posljednjih nekoliko godina dolazilo do gomilanja dugova pojedinih emitera zbog neplaćanja godišnjih naknada za emitovanje i, u većoj ili manjoj mjeri, njihovog otpusta, čime su emiteri koji uredno izmiruju svoje obaveze dovedeni u neravnotežan položaj.

Fond za podsticanje medijskog pluralizma i transparentnosti medija, definisan i osnovan važećim Zakom o medijima iz 2020. godine, iako podsticajan, sa sadašnjim budžetskim limitom (procentualnim izdvajanjem iz tekućeg Budžeta Crne Gore), nije dovoljan da omogući finansiranje većeg broja sadržaja od javnog interesa, a u skladu sa procedurom koja je predviđena tim zakonom i relevantnim podzakonskim aktom.

Kada je u pitanju širenje govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, njihovoj ekspanziji je, može se reći, pogodovao tehnološki napredak. Ovo je naročito izraženo od strane *ad hoc* internetskih publikacija koje nijesu zvanično upisane u Evidenciju medija, zatim društvenih mreža, i to putem komentara na najčitanijim internetskim publikacijama. Problem govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija koji je posebno prisutan kod internetskih publikacija koje nijesu upisane u Evidenciju medija, a naročito u sferi društvenih mreža, koje i dalje nemaju adekvatni zakonski tretman, ima za posljedicu njihovo ekspeditivno širenje, dijelom i nekažnjivost. Takođe, govor mržnje i dalje nije u Krivičnom zakoniku propisan kao posebno krivično djelo.

Kada je u pitanju stvaranje ambijenta za siguran rad novinara/ki, pored ranije neprocesuiranih slučajeva napada na novinare/ke, medijske kuće i ugrožavanja njihovog fizičkog i psihičkog integriteta, uzrok problema je i nedovoljno efikasan rad Komisije za praćenje postupanja nadležnih organa u istragama slučajeva prijetnji nasilja nad novinarima, ubistava novinara i napada na imovinu medija. Nova komisija, iako formirana sa dodatnim nadležnostima 2021. godine, suočava se i dalje sa brojnim izazovima u svom radu, poput otežane komunikacije sa nadležnim institucijama, neposjedovanje relevantne baze podataka i predmeta po kojima postupaju, kao i ograničeni tehnološko-tehnički kapaciteti Komisije. Nedostaci u kapacitetima Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke se posljedično ogledaju na nedostatak baze slučajeva napada na novinare/ke po kojima je Komisija postupala, ali i nepostojanje jasno i institucionalno koordinisanih tužilačko-policijskih timova koji bi radili i isključivo/pretežno se bavili tim slučajevima, usljed čega i dalje određeni broj predmeta ozbiljnih napada na novinare/ke ostaje nerazsvjetljen.

Finalno, medijska pismenost, i dalje nije uvedena kao obavezan izborni predmet u svim nivoima obrazovanja, a u gimnazijama je u posljednjim godinama sve manji broj učenika/ca koji je biraju kao izborni predmet, budući da isti ne ulazi u maturalni standard. Kao posljedica navedenog, Crna Gora se i dalje nalazi na dnu ljestvice medijske pismenosti evropskih zemalja, što znači da mladi, ali i šira populacija nemaju dovoljno razvijen kritički stav prema dostupnim medijskim sadržajima. Kao posljedice gore navedenog, mogu se istaći postojanje neloyalne konkurencije na tržištu, na koju posebno ukazuju komercijalni mediji. Zatim, zarade zaposlenih u medijima su i dalje na niskom nivou, očigledan je nedostatak istraživačkog novinarstva i emitovanje emisija sa temama od javnog interesa u izvornoj produkciji medija, te opasnost da mediji budu zloupotrijebljeni kao "oglasne table" političkih i drugih centara moći.

Postojanjem navedenih problema, oštećeni su prvashodno novinari/ke i medijski/e poslenici/e. Posebno je pogođeno medijsko tržište u Crnoj Gori, koje u trenutnim uslovima postojanja i poslovanja, samo po sebi ne može da se izbori sa svim izazovima neloyalne konkurencije, nedozvoljene medijske koncentracije i dominantnog položaja na tržištu. Konačno, neadekvatnim pristupom, regulisanjem i sankcionisanjem govora mržnje, širenja dezinformacija i sve češćeg prisustva online uznemiravanja, kao oštećeni subjekt se javlja i društvo u cjelini.

Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske Unije iz 2017. godine ukazala je na slabo i polarizovano medijsko tržište sa visokim stepenom državne

intervencije, nadosljednim i pravnim i institucionalnim okvirom sa preporukama punoj nezavisnosti i efikasnosti regulatora, fragmentiranom samoregulacijom, rizicima vezanim za integritet i bezbjednost novinara/ki.

Imajući u vidu prethodno navedeno, te posvećenost Vlade Crne Gore da se crnogorskoj medijskoj zajednici pruži snažna podrška kroz unaprijeđenje medijskog okruženja, kako bi se osigurali uslovi za nesmetan rad, konstatovana je potreba za pripremom Medijske Strategije za period 2023-2027. Ovom Strategijom jasno su definisati ciljevi, pravci razvoja, i budući planovi kako bi se obezbijedilo povoljno okruženje za slobodu informisanja, protok ideja i mišljenja u ostvarivanju javnog interesa, koje će dugoročno dovesti do uređenog medijskog tržišta. Na ovaj se način žele stvoriti uslove za rad koji će doprinijeti unapređenju ambijenta za slobodno i profesionalno novinarstvo, odnosno da građanima/kama bude omogućeno pravo na istinitu, pravovremenu i cjelovitu informaciju.

Krajnji cilj ove strategije je da Vlada Crne Gore pokaže punu spremnost i posvećenost da zajedno sa svim zainteresovanim stranama, medijskom zajednicom i partnerima iz civilnog sektora kreira povoljan ambijent za puno ostvarivanje prava na slobodu izražavanja i slobode medija u Crnoj Gori.

U slučaju opcije status quo, problem bi se samo produbio, čime se ne bi postigla željena rješenja i ciljevi, te se to nikako ne može uzeti kao povoljna opcija.

2. Ciljevi

- **Koji ciljevi se postižu predloženim propisom?**
- **Navesti usklađenost ovih ciljeva sa postojećim strategijama ili programima Vlade, ako je primjenljivo.**

Prvom Medijska strategija Crne Gore 2023-2027. predviđeno je ukupno četiri strateška cilja:

- Poboljšan kvalitet informisanja građana/ki i unaprijeđena medijska pismenost;
- Osnažena urednička i finansijska nezavisnost, etika i profesionalizam javnih emitera;
- Unaprijeđen ambijent za fer tržišno poslovanje medija i
- Poboljšan okvir za rad i položaj zaposlenih u medijima.

Kroz prvi strateški cilj, cilj je da se kroz jačanje profesionalnih standarda, uloge samoregulacije i podsticanje medijskih sadržaja od javnog interesa, obezbjedi i veći kvalitet u izvještavanju i kreiranju novih sadržaja, uz puno uvažavanje etičkih principa. Ujedno, cilj je da se građani edukuju i medijski opismene u mjeri da budu samoosvješćeni i kritički nastrojeni prema ponuđenim medijskim sadržajima.

Kroz drugi strateški cilj, a nadovezujući se na osnove postavljene u prvom, želi se stvoriti takav ambijent u kom će javni emiteri biriti iskonski javni medijski servisi, što na nacionalnom, što na regionalnom i lokalnom nivou. To je naročito slučaj kod lokalnih javnih emitera, budući da su usljed često nedovoljnih finansijskih sredstava dodjeljenih od strane jedinica lokalne samouprave, ovi mediji trpjeli nepovoljnu ekonomsku situaciju, te je ta zavisnost povlačila za sobom i koncipiranje uredničke politike, u skladu sa tendencijama vodećih političkih elita. Veća ekonomska izdašnost i jačanje kriterijuma za imenovanje članova savjeta ovih emitera su sve faktori kojima se gore navedeni cilj postiže.

Kroz treći strateški cilj, potrebno je omogućiti da medijsko tržište u Crnoj Gori, iako opterećeno, bude zasnovano na principima fer tržišne utakmice i lojalne konkurencije. Ujedno, to se postiže kroz jačanje transparentnosti vlasništva u medijima; dosljedno poštovanje zakonskih obaveza, naročito u pogledu transparentnosti finansiranja iz javnih prihoda; sistemsko prikupljanje podataka za sve formate medija kako bi se mjerila čitanost, gledanost, slušanost, povjerenje i drugi parametri za sve medije u Crnoj Gori, čime bi se u realnom vremenu moglo analizirati navedeno tržište, te stvoriti jasne smjernice za njegov dalji razvoj. U vezi sa zadnjim, važno je stvoriti podsticajan ambijent za dalji razvoj usluga digitalne zemaljske televizije i digitalnog radija i jačanja ostalih tehnika.

Četvrti strateški cilj usmjeren je na jačanje socio-ekonomskog položaja i bezbjednog ambijenta za rad novinara/ki i drugih zaposlenih u medijima. Jasno je da bez stvaranja ambijenta u kom će novinari, bez straha po svoju

sigurnost, egzistencijalni i socijalni položaj, nema ostvarenja ni prethodnih strateških ciljeva, a time i napretka na polju slobode izražavanja, kao jednog od ključnih stubova u svakom demokratskom društvu.

Navedeni strateški ciljevi, koji se mogu označiti kao opšti, povlače za sobom ostvarivanje i odgovarajućih specifičnih ciljeva, koji su definisani kroz operativne ciljeve u strateškom dokumentu, a samo neki od njih su :

- povećan kvalitet i obim medijskih sadržaja u audiovizuelnim medijima i unaprijeđena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa;
- poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija;
- unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, sa posebnim osvrtom na mlade;
- uspostavljena adekvatna samoregulacija u medijima;
- osiguran jednak tretman svih učesnika/ca na medijskom tržištu;
- unaprijeđeni tehničko-tehnološki i produkciono kapaciteti medija;
- osnažena socio-ekonomska pozicija zaposlenih u medijima i
- obezbijeđen siguran ambijent za rad novinara/ki.

Ostvarivanje operativnog cilja koji se odnosi na povećan kvalitet i obim medijskih sadržaja u audiovizuelnim medijima i unaprijeđenu podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa, predviđeno je kroz: propisivanje relevantnim aktima minimalnih procenata proizvodnje sopstvenih sadržaja emitera televizijskih programa; definisanje uslova prilikom dodjele prava na emitovanje programa sa nacionalnom pokrivenošću u skladu sa javnim interesom; proširivanjem nadležnosti Agencije za elektronske medije na rad internetskih publikacija u dijelu gdje se one smatraju audiovizuelnim medijskim uslugama; sprovođenje periodičnih nezavisnih izvještaja o radu navedene Agencije; sprovođenje istraživanja javnog mnjenja o kvalitetu i sadržaju plasiranih sadržaja u medijima, te kreiranje kampanje o jačanju uloge samoregulacije u medijima.

Ostvarivanje operativnog cilja koji se odnosi na poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, predviđeno je kroz: definisanje norme govora mržnje kao krivičnog djela kroz izmjenu Krivičnog zakona; donošenje novog Zakona o medijima sa akcentom na dio iniciranja hitnog sudskog postupka od zainteresovane strane u slučajevima govora mržnje i online nasilja, analizu i izmjenu postojećih, te eventualno uspostavljanje novih mehanizama u cilju sankcionisanja širenja dezinformacija; sprovođenje medijskih kampanja u cilju povećanja svijesti građana/ki o problemima i posljedicama govora mržnje; organizovanje obuka za novinare/ki i ostale medijske radnike/ce, kao i za moderatore/ke na internetskim publikacijama i zvaničnim stranicama medija na društvenim mrežama.

Ostvarivanje operativnog cilja koji se odnosi na unaprijeđenu medijska pismenost svih segmenata društva, sa posebnim osvrtom na mlade, predviđeno je kroz: uvođenje medijske pismenosti u obavezne školske programe na svim nivoima osnovnih i srednjih škola, analiziranje nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama sa preporukama i u vezi sa tim izrada višegodišnjeg plana sa ciljem postizanja nivoa medijske pismenosti; organizovanje redovnih obuka za donosioceljelke odluka, kreatore/ke politika, predstavnike/ce državnih i lokalnih institucija.

Ostvarivanje operativnog cilja koji se odnosi na uspostavljenu adekvatnu samoregulaciju u medijima predviđeno je kroz: sprovođenje dubinske analize u ovoj oblasti o izazovima i razlozima zbog kojih mediji nemaju mehanizme samoregulacije; pospješivanje dijaloga na temu samoregulacije sa organizovanjem u kontinuitetu okruglih stolova sa svim relevantnim medijima o relevantnim temama o odgovornosti samoregulatora.

Ostvarivanje operativnog cilja koji se odnosi na osiguran jednak tretman svih učesnika/ca na medijskom tržištu predviđeno je kroz: novi Zakon o medijima, u kome će se pojačati kapaciteti za ovlašćeno službeno lice da provjerava oglašavanje javnog sektora u internetskim publikacijama i štampanim medijima; sprovođenje periodičnih izvještaja o primjeni Zakona o medijima; analiziranje primjene zakonskih normi koje obavezuju javni sektor i medije da objavljuju podatke o uplatama po osnovu oglašavanja i drugih ugovornih usluga; sprovođenje redovne finansijske i tržišne kontrole neupisanih internetskih publikacija i fizičkih lica koja prodaju marketinški prostor na internetu; efikasnim obezbjeđivanjem sredstva za prenos signala javnih i komercijalnih emitera; omogućavanje jedinicama lokalne samouprave da osnuju lokalne fondove za podsticanje medijskog pluralizma i raznovrsnosti medija.

Ostvarivanje operativnog cilja koji se odnosi na unaprijeđene tehničko-tehnološke i produkcijske kapacitete medija predviđeno je kroz: adekvatno definisanje nelinearne usluge i propisivanje mjera koje se odnose na distributere AVM usluga na zahtjev, distributera radijskih i televizijskih programa, sa ciljem da se stvore uslovi za adekvatnu

i uravnoteženu primjenu Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama na ovom kompleksnom tržištu, a uz punu implementaciju Direktive EU o audiovizuelnim medijskim uslugama; usaglašavanje regulatorne prakse koja se odnosi na pružaoce usluge distribucije radijskih i televizijskih programa i AVM usluga na zahtjev sa odredbama pomenute Direktive; stvaranje podsticajnog ambijenta za dalji razvoj usluga digitalne zemaljske televizije (DVB-T2) i stvaranje uslova za implementaciju prvog nacionalnog multipleksa za T-DAB+ tehnologiju kroz odgovarajuće izmjene i dopune Zakona o digitalnoj radio-difuziji; digitalizaciju arhive nacionalnog javnog emitera RTCG, sa ciljem da se omogući laka pretraga, kao i unošenje svih neophodnih metapodataka kojim će se povećati vidljivost i iskoristivost svih materijala.

Ostvarivanje operativnog cilja koji se odnosi na osnaženu socio-ekonomsku poziciju zaposlenih u medijima predviđeno je kroz: donošenje novog Zakona o medijima, sa jačanjem položaja zaposlenih u medijima; usvajanje novog Granskog kolektivnog ugovora za oblast medija, sa ciljem poboljšanja stanja i radnih prava zaposlenih u medijima; povezivanje radnog staža novinarima/kama, fotoreporterima/kama i snimateljima/kama u onim medijskim kućama koje su bile u stečaju ili čija su preduzeća likvidirana, sa ciljem unaprijeđenja materijalno-pravnog položaja ovih lica; definisanje koeficijenata za zaposlene u medijima; određivanje beneficiranog radnog staža za novinare/ke i druge medijske radnike/ce koji se bave poslovima sa povišenim stepenom rizika.

Ostvarivanje operativnog cilja koji se odnosi na obezbijeđen siguran ambijent za rad novinara/ki predviđeno je kroz: predviđanje obaveze Vrhovnog suda da izvještava redovno godišnje o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari/ke; razvijanje/izradu godišnjih izvještaja o svim vrstama slučajeva gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari/ke, kroz redovne godišnji izvještaje Komisije, Uprave policije i Vrhovnog državnog tužilaštva o učincima u rješavanju napada na novinare/ke; formiranje specijalizovanih timova u sastavu Uprave policije i Državnog tužilaštva sa obučanim službenicima/službenicama koje će pratiti i istraživati slučajeve napada na novinare/ke; organizovanje brojnih obuka za službenike sudova, Državnog tužilaštva i policije za postupanje u tim predmetima, medijskih kampanja i okruglih stolova na temu zaštite i jačanja bezbjednosti novinara; promovisanje rada Komisije za istrage napada na novinare kroz uvođenje obaveze usvajanja njihovih izvještaja u Skupštini Crne Gore, kako bi se uticalo na razumijevanje ukupne javnosti o pritiscima koji novinarska profesija trpi, sa ciljem kreiranja zdravih i sigurnih uslova rada.

Medijska strategija 2023-2027. kroz postavljene ciljeve direktno utiče na postizanje ciljeva predviđenih sljedećim strategijama/programima:

- Strategijom održivog razvoja do 2030. godine, u dijelu koji se odnosi na slobodan pristup informacijama i zaštićena prava novinara i slobode medija;
- Nacionalnom strategijom rodne ravnopravnosti 2021 – 2025, u dijelu koji se odnosi na organizovanje odgovarajućih obuka iz oblasti medijske pismenosti u cilju prepoznavanja svih vrsta stereotipa, uključujući i rodne stereotipe, te podsticanje upotrebe rodno osjetljivog jezika, uvođenje rodno osjetljivih programa i uvođenje odgovarajućeg monitoringa u tom pogledu.

Medijska strategija 2023-2027. je dalje usklađena sa Srednjoročnim programom Vlade Crne Gore za period 2022-2024. godine, koji sadrži dio za unaprjeđenje ukupnog ambijenta za rad novinara i novinarki. Istim programom predviđene su izmjene i dopune, odnosno usvajanje novog seta medijskih zakona kojima će se implementirani navedeni ciljevi, što je potvrđeno i Programom rada Vlade Crne Gore za 2023. godinu. Konačno, time se obezbjeđuje dalje usklađivanje sa međunarodnim i evropskim standardima iz domena slobode izražavanja, posebno sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD) o audiovizuelnim medijskim uslugama iz 2018. godine i drugom relevantnom EU regulativom.

3. Opcije

- **Koje su moguće opcije za ispunjavanje ciljeva i rješavanje problema? (uvijek treba razmatrati "status quo" opciju i preporučljivo je uključiti i neregulatornu opciju, osim ako postoji obaveza donošenja predloženog propisa).**
- **Objasni preferiranu opciju?**

Za ostvarivanje ciljeva je moguće predvidjeti više opcija. Preferirana opcija je usvajanje Medijske strategije Crne Gore 2023-2027. Druga opcija je da se kroz izmjene i dopune medijskih zakona i iniciranje izmjena drugih zakonskih rješenja i propisa pokušaju riješiti postavljeni problemi. Treća opcija je „status quo" opcija.

Opcija da se kroz isključivo izmjene i dopune medijskih zakona i iniciranje izmjena i dopuna drugih zakonskih rješenja i propisa, poput izmjena i dopuna Krivičnog zakonika Crne Gore, izmjena i dopuna Zakona o digitalnoj radio-difuziji, pripreme novog Granskog kolektivnog ugovora za oblast medija i grafičke djelatnosti i sl., može doprinijeti ostvarivanju nekih od postavljenih ciljeva, ali samo u ograničenom dometu, budući da se istim ne mogu regulisati ili ne u pravoj mjeri svi postavljeni problemi, poput jačanja samoregulacije, etičkog izvještavanja u medijima, procenta medijske pismenosti. Takođe, i pitanje poput jačanja krivičnopravne zaštite novinara i inkriminacije govora mržnje, ne mogu biti dovoljni bez postojanja sistemskog i sveobuhvatnog odgovora, koji podrazumijeva znatno šire inicijative od propisivanja odgovarajućih zakonskih rješenja.

„Satus quo“ nije preferirana opcija jer problem upravo polazi od nedovoljno razvijenih nacionalnih mehanizama, ingerencija institucija, trenutnih edukativnih aktivnosti, postojećeg normativnog okvira, situacije na tržištu, te neizvjesnog i nezavidnog socio-ekonomskog položaja zaposlenih u medijima.

Usvajanje Medijske strategije Crne Gore 2023-2027 je preferirana opcija, budući da se radi o prvom strateškom dokumentu te vrste u Crnoj Gori. Naravno, cilj sam po sebi nije njeno donošenje, već upravo dugoročni rezultati koji se žele njom postići. Očekuje se napredak tj. kreiranje prvih koraka sa ciljem rješavanja identifikovanih problema u ovoj oblasti. U oblasti zakonodavstva, potrebno je uskladiti zakonodavni okvir sa evropskim standardima i suzbiti izazove kao što su govor mržnje, online uznemiravanje i širenje dezinformacija. Kao što smo gore pomenuli, pored zakonodavnog okvira, to se postiže i brojnim edukativnim aktivnostima, poput organizovanja brojnih medijskih kampanja, obuka, radionica, sprovođenje analiza, istraživanja, utvrđivanje smjernica te podsticanja i promocije intersektorske, ali i saradnje svih društvenih činilaca u cilju ispunjenja postavljenih ciljeva kroz različite planirane aktivnosti. Osim toga, potrebno je uskladiti funkcionisanje javnih i komercijalnih emitera sa dobrim praksama, raditi na boljem položaju novinara/ki i drugih zaposlenih u medijima i povećanju procenta medijski pismenih građana/ki. Iz tog razloga, samo sveobuhvatan pristup kakav je donošenje strateškog dokumenta u navedenoj oblasti može dovesti do ispunjenja navedenih ciljeva, a rješavanje problema postignuće se kroz punu implementaciju planiranih aktivnosti.

4. Analiza uticaja

- **Na koga će i kako će najvjerojatnije uticati rješenja u propisu - nabrojati pozitivne i negativne uticaje, direktne i indirektne.**
- **Koje troškove će primjena propisa izazvati građanima i privredi (naročito malim i srednjim preduzećima).**
- **Da li pozitivne posljedice donošenja propisa opravdavaju troškove koje će on stvoriti.**
- **Da li se propisom podržava stvaranje novih privrednih subjekata na tržištu i tržišna konkurencija.**
- **Uključiti procjenu administrativnih opterećenja i biznis barijera.**

Rješenja u propisu će uticati na sve subjekte koji su ujedno i najviše oštećeni odsustvom ovog strateškog dokumenta – novinari/ke, medijski poslenici, samoregulatorni mehanizmi, privreda, marginalizovane grupe i društvo u cjelini. Rješenja će pozitivno uticati i na nosioce aktivnosti koji će biti finansirani putem konkursa, što u odnosu na nevladine organizacije koje će biti nosioci ili partneri u sprovođenju aktivnosti iz akcionih planova koji će biti usvojeni uz strategiju, što u odnosu na nemali broj nevladinih organizacija koje su osnivači medija u Crnoj Gori.

Direktno, pozitivni uticaji će se postići kroz jačanje samoregulacije, povećanje medijskih sadržaja od javnog interesa, uvećanje zarada zaposlenih u medijima, uspostavljanje sigurnijeg ambijenta za njihov rad, dok će indirektno doći do jačanja profesionalizma, etike u izvještavanju i daljeg promovisanja dobrih praksi u samoregulaciji. Konačno, indirektno, društvo će imati sveopšti benefit kroz ojačanu medijsku pismenost, što će posebno biti podstaknuto jačanjem kvaliteta informisanja građana/ki kroz prizmu unaprijeđenja ekonomsko-finansijskog položaja medija, medijskog tržišta u Crnoj Gori i sigurnog ambijenta za rad novinara/ki.

Osim ovih, građani će posebno imati benefite kroz brojne aktivnosti edukativnog karaktera, poput : pružanja servisa besplatne pomoći za podnošenje prigovora na rad medija; organizovanje radionica za edukaciju građana/ki o procedurama za podnošenje prigovora; sprovođenje medijske kampanje o mogućnostima ulaganja prigovora i koracima za sve građane/ke; organizovanje kampanje za podizanje nivoa svijesti građana/ki o značaju medijske pismenosti i sticanju znanja i vještina iz te oblasti, organizovanje kampanji za sprječavanje govora mržnje i povećanje svijesti građana o problemu govora mržnje.

U pogledu uticaja na privredu, realizacija strateškog dokumenta sa pratećim Akcionim planom će posebno pozitivno pogodovati malim i srednjim preduzećima, budući da veliki broj ovih subjekata na tržištu zapošljava novinare/ke i druge koji se bave novinarskom profesijom. Medijskom strategijom se podstiče zdrava konkurencija na tržištu, sa ciljem obezbjeđivanja jednakog tretmana svih njegovih učesnika/ca i predviđaju se rješenja za suzbijanje nelojalne konkurencije, zaštite domaće medijske scene kroz analize uticaja tržišta sa strane. Ta rješenja se, između ostalog, sastoje i u realizaciji konkretnih aktivnosti predviđenih, između ostalog, prvim Akcionim planom uz Strategiju - definisanje uslova prilikom dodjele prava na emitovanje programa sa nacionalnom pokrivenošću, u skladu sa javnim interesom, odnosno potrebom sveobuhvatnog informisanja građana/ki; sprovođenje periodičnih nezavisnih izvještaja o radu regulatora u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga; uvođenje nadzora nad poštovanjem zakonskih odredbi od strane svih medija; sprovođenje analize o faktorima koji utiču na ugrožavanje medijskog tržišta u Crnoj Gori; sprovođenje analize o efektima oglasnih sadržaja kreiranih u zemljama regiona sa emitovanjem na prostoru Crne Gore; sprovođenje redovnih polugodišnjih istraživanja javnog mnjenja o trendovima na medijskom tržištu; stvaranje podsticajnog ambijenta za dalji razvoj usluga digitalne zemaljske televizije (DVB-T2); stvaranje uslova za implementaciju prvog nacionalnog multipleksa za T-DAB+ tehnologiju; usaglašavanje regulatorne prakse koja se odnosi na distributere linearnih AVM usluga i AVM usluga na zahtjev sa relevantnom regulativom EU u cilju jačanja njihove odgovornosti. Sve su ovo mjere koje treba da doprinesu daljem razvoju, ali i postavljanja osnova za održivost medijskog tržišta, na kom bi svi učesnici bili jednako tretirani zadovoljni.

Osim navedenog uticaja, na privredu bi pozitivno uticale aktivnosti koje se odnose na povećanje iznosa tekućeg Budžeta Crne Gore iz kog bi se finansirali medijski sadržaji od javnog interesa, predviđanje zakonskih rješenja kojima bi se povećalo, odnosno omogućilo stabilno i održivo finansiranje lokalnih javnih emitera, mogućnosti uspostavljanja fondova za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija na nivou jedinica lokalne samouprave, kako bi se omogućilo i komercijalnim i neprofitnim medijima, odnosno njihovim osnivačima, koji su od posebnog značaja za lokalne sredine da obezbjede sredstva za finansiranje medijskih sadržaja od javnog interesa.

Ujedno, privreda će posredno imati benefite kroz pripremu i usvajanje novog Granskog kolektivnog ugovora za oblast medija i grafičke djelatnosti kojim će se poboljšati ekonomski status i radna prava zaposlenih u medijima i usvajanje Odluke o povezivanju radnog staža novinarima/kama, fotoreporterima/kama i snimateljima/kama medijskih kuća koje su bile u stečaju i čija su preduzeća likvidirana, čime će se opet recipročno podstaći bolja konkurenciju i jačanje ljudskih resursa.

Neće biti troškova po građane/ke i privredu.

Ne postoje administrativna opterećenja i biznis barijere.

5. Procjena fiskalnog uticaja

- **Da li je potrebno obezbjeđenje finansijskih sredstava iz budžeta Crne Gore za implementaciju propisa i u kom iznosu?**
- **Da li je obezbjeđenje finansijskih sredstava jednokratno, ili tokom određenog vremenskog perioda? Obrazložiti.**
- **Da li implementacijom propisa proizilaze međunarodne finansijske obaveze? Obrazložiti.**
- **Da li su neophodna finansijska sredstva obezbijedena u budžetu za tekuću fiskalnu godinu, odnosno da li su planirana u budžetu za narednu fiskalnu godinu?**
- **Da li je usvajanjem propisa predviđeno donošenje podzakonskih akata iz kojih će proisteći finansijske obaveze?**
- **Da li će se implementacijom propisa ostvariti prihod za budžet Crne Gore?**
- **Obrazložiti metodologiju koja je korišćena prilikom obračuna finansijskih izdataka/prihoda.**
- **Da li su postojali problemi u preciznom obračunu finansijskih izdataka/prihoda? Obrazložiti.**
- **Da li su postojale sugestije Ministarstva finansija na nacrt/predlog propisa?**
- **Da li su dobijene primjedbe uključene u tekst propisa? Obrazložiti.**

Za implementaciju Medijske strategije 2023-2027. potrebno je obezbjediti finansijska sredstva iz Budžeta Crne Gore, ali i odgovarajuća finansijska sredstva identifikovanih donatora kroz tekst strategije i Akcionog plana. Procijenjeni Budžet za implementaciju Medijske strategije je 24.300.000 eura, što podrazumijeva finansijske izdatke za sve identifikovane nacionalne institucije koji su nosioci aktivnosti.

Od tog iznosa, za sprovođenje Akcionog plana za period 2023-2024, predviđeno je 8.921.660.000 eura, dok će ostatak iznosa za sprovođenje dva naredna akciona plana biti utvrđen naknadno prilikom definisanja aktivnosti,

sa nadležnim institucijama kao njihovim nosiocima. Od iznosa 8.921.660 eura, koliko je predviđeno za implementaciju prvog Akcionog plana, iz Budžeta Crne Gore (računajući i sredstva iz budžeta Agencije za elektronske medije) je potrebno izdvojiti ukupno 6.152.160 eura, iz donatorskih sredstava 222.500 eura, dok za sprovođenje tri aktivnosti iz Akcionog plana predviđeno zajedničko finansiranje iz Budžeta Crne Gore i donatorskih sredstava u ukupnom iznosu od 2.547.000 eura.

Kada je riječ o iznosu finansijskih sredstava koje je potrebno izdvojiti iz Budžeta Crne Gore, po nosiocima aktivnosti, u pitanju su sljedeći iznosi: Ministarstvo kulture i medija – 5.945.160 eura; Ministarstvo prosvjete – 83.000 eura; Univerzitet Crne Gore – 38.000 eura; Ministarstvo unutrašnjih poslova – 12.000 eura. Takođe, iznosi sredstava za Agenciju za elektronske medije su 74.000 eura. U pogledu aktivnosti koje će se djelimično finansirati iz Budžeta Crne Gore, a djelimično iz donatorskih sredstava, u pitanju su sljedeći iznosi: Ministarstvo kulture i medija – 30.000 eura (od čega 20.000 eura iz Budžeta Crne Gore, a 10.000 eura iz donatorskih sredstava); Radio i Televizija Crne Gore – 2.500.000 eura (od čega 2.000.000 iz Budžeta Crne Gore, a 500.000 iz donatorskih sredstava) i Ministarstvo prosvjete – 17.000 eura (od čega 12.000 eura iz Budžeta Crne Gore, a 5.000 eura iz donatorskih sredstava).

Sredstava iz nacionalnog budžeta za sprovođenje aktivnosti iz strategije potrebno je obezbjediti u kontinuitetu kroz sljedećih 5 godina, budući na period njenog trajanja (2023-2027), obzirom da će se realizovati kroz dva dvogodišnja i jedan jednogodišnji akcioni plan. Ovdje je potrebno, u skladu sa donešenim Akcionim planom planirati budžetska sredstva za svaku godinu komplementarno sredstvima za aktivnosti koje se odnose na tu godinu. Ove obaveze se odnose kako na instituciju koordinatora procesa donošenja Strategije – Ministarstvo kulture i medija, tako i na sve identifikovane institucije u Akcionom planu.

Neophodna finansijska sredstva su obezbjeđena u budžetu za tekuću fiskalnu godinu, budući da su samo dvije aktivnosti iz Akcionog plana predviđene za realizaciju u toku 2023. godine. Za jednu od njih – aktivnost 1.1.5 - uvođenje nadzora nad poštovanjem zakonskih odredbi od strane svih medija, čiji je nosilac Ministarstvo kulture i medija, sredstva su obezbjeđena u sklopu Programa 11 054 Mediji : Potprogram 11 054 001 Medijski pluralizam; Aktivnost 11 054 001 001 Podrška razvoju medijskog pluralizma pozicije: 4111 Neto zarade 52.933,31 eura; 4112 Porez na zarade 2.191,27; 4113 Doprinosi na teret zaposlenog 10.111,73; 4114 Doprinosi na teret poslodavca 4.024,25; 4115 Opštinski prirez 339,02, dok su za aktivnost 1.1.8 - Sprovođenje istraživanja javnog mnjenja, čiji je nosilac Agencija za elektronske medije, sredstva obezbjeđena u sklopu Finansijskog plana Agencije za 2023. godinu. Za aktivnosti čija je realizacija predviđena u 2024. godini, ista će biti planirana sa početkom novog budžetskog ciklusa za 2024. godinu. Sredstva za aktivnosti, čiji početak realizacije je predviđen u 2023. godini, a završetak u 2024. godini, će takođe biti planirana sa početkom novog budžetskog ciklusa za 2024. godinu, budući da inicijalne aktivnosti za realizaciju tih sredstava u toku tekuće fiskalne godine neće povlačiti potrebu za finansiranjem.

Kada se radi o finansiranju aktivnosti iz donatorskih sredstava, prepoznati donatori koji će pružiti podršku u implementaciji strateških aktivnosti su EU, RCC, OSCE i ostali. Izdvojene aktivnosti za koje su kao nosioci istih prepoznate NVO, će se uz prethodni dijalog sa MJU finansirati kroz javni konkurs dodjele sredstava NVO, koje ovo ministarstvo objavljuje na godišnjem nivou.

Implementacijom ovog propisa ne postoje međunarodne finansijske obaveze.

Usvajanjem strateškog dokumenta nije predviđeno donošenje podzakonskih akata iz kojih će proisteći finansijske obaveze.

Implementacijom ovog strateškog dokumenta ostvaruje se prihod za budžet Crne Gore u kontekstu povećanja zarada zaposlenih u medijima, pojačanog nadzora i dosljednog poštovanja zakona od strane svih društvenih subjekata, što će posredno uticati i na veći priliv u državnu kasu putem plaćanja doprinosa, širenjem liste kaznenih odredbi i kruga zaštićenih prava u zakonima za čije nepoštovanje se mogu pokrenuti postupci pred nadležnim sudom i izricati novčane kazne u slučaju njihovog nepoštovanja.

Prilikom izrade Nacrta strateškog dokumenta, u toku javne rasprave, Ministarstvo finansija je dalo više primjedbi, prijedloga i sugestija koje su u potpunosti uvrštene u konačni tekst Prijedloga, na način da su sve primjedbe, prijedlozi i sugestije uvažene te neophodni djelovi preformulisani i u prvom Akcionom planu uz Medijsku strategiju.

6. Konsultacije zainteresovanih strana

- **Naznačiti da li je korišćena eksterna ekspertska podrška i ako da, kako.**
- **Naznačiti koje su grupe zainteresovanih strana konsultovane, u kojoj fazi RIA procesa i kako (javne ili ciljane konsultacije).**
- **Naznačiti glavne rezultate konsultacija, i koji su predlozi i sugestije zainteresovanih strana prihvaćeni odnosno nijesu prihvaćeni. Obrazložiti.**

U pripremi strateškog dokumenta korišćena je eksterna ekspertska podrška, na način što je angažovana konsultatkinja, koja je u mnogome doprinijela konačnom izgledu dokumenta, te je isti metodološki znatno usklađeniji.

Takođe, konsultovani su javnost i sve zainteresovane strane. Pređašnje Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija, u čijoj ingerenciji je, između ostalog, bila i priprema prijedloga propisa iz oblasti medijskog zakonodavstva, uključujući i Medijsku strategiju, u oktobru 2021. godine formiralo je Radnu grupu za izradu strategije sa ukupno 20 članova/ica. U radnoj grupi su predstavnici/ce državnih organa, sudstva, tužilaštva, nezavisnih regulatora, medijskih udruženja, Sindikata medija i nevladinih organizacija. Poimenično, Radna grupa je obrazovana sa članovima/cama iz sledećih institucija: Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija, Kancelarija za evropske integracije, Generalni sekretarijat Vlade Crne Gore, Univerzitet Crne Gore, RTCG, Ministarstvo finansija, Direkcija za zaštitu tajnih podataka, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, Ministarstvo prosvjete, nauke, kulture i sporta, Ministarstvo pravde, Vrhovni sud, Osnovno državno tužilaštvo, Agencija za elektronske medije i NVO predstavnici. U periodu od 19. oktobra 2021. godine do 7. marta 2023. godine, ukupno je održano 15 sjednica Radne grupe, koja je jednoglasno usvojila tekst Nacrta medijske strategije sa predloženim akcionim planom.

Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija je takođe sprovelo javnu raspravu na Nacrt medijske strategije, a izvještaj sa javne rasprave je dostupan na sljedećem linku: <https://www.gov.me/dokumenta/1a074621-dcf3-40f7-b902-b2a573eba6eb>. Javna rasprava je otvorena 11. marta 2022. godine i trajala je 30 dana. U tom periodu, dobijeno je 66 primjedbi/predloga/sugestija od ukupno 18 predlagača. Od tog broja, njih 38 je prihvaćeno, 17 nije prihvaćeno, dok je 11 djelimično prihvaćeno. Među predlagačima su bili udruženja medija, predstavnici medija, predstavnici NVO sektora, privredna društva i organi državne uprave.

Ministarstvo je takođe organizovalo dane Otvorenih vrata (8 dana) tokom mjeseca marta i aprila 2022. godine i pozvalo zainteresovanu javnost (građane/ke, 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. Tokom otvorenih dana, svoje sugestije i komentare je u direktnoj komunikaciji sa Direktoratom za medije podijelilo 15 učesnika i 22 učesnice. Svi zainteresovani su bili u mogućnosti da direktno kontaktiraju i neposredno dođu u Direktorat za medije i zajedno sa nadležnima razgovaraju o samom unaprjeđenju strateškog dokumenta. Dodatno, kreirana je mailing lista sa svim medijima i NVO koji su redovno dobijali materijal vezano za izradu strateškog dokumenta.

U konačnom, Ministarstvo kulture i medija je prije utvrđivanja Prijedloga još jednom aktivno komuniciralo sa svim nosiocima aktivnosti iz prvog Akcionog plana uz Medijsku strategiju, ne bi li od njih dobilo saglasnost ili nove primjedbe/predloge/sugestije, što je u dodatno unaprijedilo strateški dokument.

Sve prethodno navedene konsultacije su bile od nemjerljivog značaja za koncipiranje strateškog dokumenta, posebno u dijelu koji se odnosi na aktivnosti iz Akcionog plana, operativne ciljeve, vrijednosti indikatora učinka, ali i na brojne podatke koje smo od navedenih subjekata dobili od značaja za analizu stanja i sl.

7: Monitoring i evaluacija

- **Koje su potencijalne prepreke za implementaciju propisa?**
- **Koje će mjere biti preduzete tokom primjene propisa da bi se ispunili ciljevi?**
- **Koji su glavni indikatori prema kojima će se mjeriti ispunjenje ciljeva?**
- **Ko će biti zadužen za sprovođenje monitoringa i evaluacije primjene propisa?**

Nema potencijalnih prepreka za implementaciju strateškog dokumenta.

Strateški dokument realizovaće se kroz dva dvogodišnja i jedan jednogodišnji Akcioni plan koji sadrže pregled aktivnosti, nosioce aktivnosti i partnere, rokove za realizaciju, indikatore učinka, iznos sredstava i izvore finansiranja. Institucije zadužene za sprovođenje aktivnosti će dostavljati godišnje izvještaje o realizovanim

aktivnostima i druge podatke, na zahtjev Ministarstva kulture i medija. Kako bi izvještaji o realizaciji bili potpuni i blagovremeni, u odgovornim institucijama biće određene kontakt osobe koje će pružati i dostavljati sve tražene informacije, a ovo ministarstvo će u kontinuitetu pružati stručnu i administrativnu podršku.

Glavni indikatori su:

- jačanje sopstvene produkcije, etike i profesionalizma u izvještavanju;
- povećanje i podrška medijskim sadržajima od javnog interesa;
- osvješćenost građana/ki u pogledu podnošenja prigovora na rad medija, efikasno suzbijanje govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija;
- povećan procenat učenika osnovnih i srednjih škola koji su upoznati sa osnovama medijske pismenosti;
- veća ostvarenost programsko-produkcionih planova javnih emitera;
- jačanje samoregulacije u medijima;
- bolja usklađenost sa EU pravnom tekovinom;
- uvid u ukupna izdvajanja medijima od javnog sektora po osnovu pružanja javnih usluga, oglašavanja i drugih ugovorenih usluga;
- povećanje zarada u medijskom sektoru i unaprijeđenje medijskog pluralizma,
- procenat usklađenosti medija u skladu sa zakonom i Kodeksom novinara/novinarki u Crnoj Gori u pogledu statuta, zabranjenih mizoginih sadržaja i
- povećan broj obučanih novinara/ki na godišnjem nivou u cilju jačanja postojećih kapaciteta medija i broj procesuiranih slučajeva napada na novinare/ke.

Za praćenje realizacije strategije i nadzora nad kvalitetom i dinamikom implementacije planiranih aktivnosti odgovorna je Komisije za praćenje sprovođenja Medijske strategije Crne Gore 2023-2027, koja će biti formirana nakon usvajanja strateškog dokumenta, a u njenom sastavu će biti, pored predstavnika/ca Ministarstva kulture i medija, predstavnici/ce i sljedećih institucija: Ministarstvo pravde, Ministarstvo finansija, Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma, Ministarstvo javne uprave, Ministarstvo prosvjete, Agencija za elektronske medije, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, Radio-difuzni centar, predstavnici NVO pri čemu će se voditi pažnja o uključivanju približno ujednačenog broja predstavnika/ca). Predstavnici/ce međunarodnih organizacija, Zaštitnika ljudskih prava i sloboda i drugih institucija mogu biti članovi/ce Komisije u svojstvu posmatrača/ica.

Datum i mjesto

24.04.2023, Podgorica



Starješina