

PRIJEDLOG



Medijska strategija Crne Gore 2023 – 2027.
sa Akcionim planom za period 2023 – 2024.



april 2023. godine

SKRAĆENICE

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

MF	Ministarstvo finansija
MKiM	Ministarstvo kulture i medija
MONSTAT	Uprava za statistiku Crne Gore
MP	Ministarstvo prosvjete
MUP	Ministarstvo unutrašnjih poslova
NATO	Organizacija Sjevernoatlantskog sporazuma
NSMP	Nacionalni savjet za medijsku pismenost
NVO	Nevladina organizacija
OEBS	Organizacija za evropsku bezbjednost i sigurnost
OSI	Osobe sa invaliditetom
PAM	Prava autora muzike Crne Gore
PDV	Porez na dodatnu vrijednost
PSSE	Parlamentarna skupština Savjeta Evrope
RCG	Radio Crne Gore
RDC	Radio-difuzni centar
RSF	Reporters without borders – Međunarodna NVO Reporteri bez granica
RTCG	Radio televizija Crne Gore
SAD	Sjedinjene Američke Države
SE	Savjet Evrope
SLAPP	<i>Directive on strategic lawsuits against public participation</i> – Direktiva EU o strateškim tužbama protiv učešća javnosti
TV	Televizija
TVCG SAT	Televizija Crne Gore satelitski program
TVCG	Televizija Crne Gore
VDT	Vrhovno državno tužilaštvo
UCG	Univerzitet Crne Gore
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i> – Organizacije Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu
UNICEF	<i>United Nations International children's fund</i> – Međunarodni dječji fond Ujedinjenih nacija za hitne slučajeve
ZoM	Zakon o medijima

SADRŽAJ

SAŽETAK	5
UVOD	7
Proces donošenja strateškog dokumenta	8
SVRHA I CILJ STRATEGIJE	10
Usklađenost strateškog dokumenta	15
ZAKONODAVNI OKVIR	26
INSTITUCIONALNI OKVIR	28
ANALIZA STANJA	30
Strateški cilj I – Poboljšan kvalitet informisanja građana/ki i unaprijeđena medijska pismenost	38
Strateški cilj II – O snažena urednička i finansijska nezavisnost, etika i profesionalizam javnih emitera	51
Strateški cilj III – Unaprijeđen ambijent za fer tržišno poslovanje medija	57
Strateški cilj IV – Poboljšan okvir za rad i položaj zaposlenih u medijima	65
	75
AKCIONI PLAN ZA PERIOD 2023 – 2024 ZA IMPLEMENTACIJU MEDIJSKE STRATEGIJE 2023- 2027	84
BUDŽET	112
IZVJEŠTAVANJE, MONITORING I EVALUACIJA	113

SAŽETAK

Mediji u Crnoj Gori su već duži niz godina pred ozbiljnim izazovima koji se ogledaju kroz pokušaje političkog i ekonomskog uticaja i ugroženu ekonomsku održivost medija. Poslovanje medija na slobodnom tržištu, bez direktnog miješanja vlasti, uz puno poštovanje zakona i propisa koji onemogućavaju političke pritiske i uticaj na poslovanje medija i njihovo izvještavanje je minimum preduslova koje je potrebno uspostaviti kako bi se obezbijedili osnovi za rad i djelovanje svih medija u Crnoj Gori, ali i ono što od nas očekuje Evropska unija na daljem putu ka punopravnom članstvu.

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

Sve su ovo razlozi za donošenje Medijske strategije Crne Gore 2023 – 2027, sa pratećim Akcionim planom za period 2023 – 2024. Dalja razmišljanja o reformi medijskog sektora usmjerena su ka promovisanju suštinske uloge profesionalnog i odgovornog novinarstva sa pravovremenim, tačnim i relevantnim informacijama, kao i rješenja za njegovu održivost. Stoga je i cilj Medijske strategije 2023 – 2027 kreiranje povoljnog ambijenta za puno ostvarivanje prava na slobodu izražavanja i slobodu medija u Crnoj Gori. U skladu sa usvojenim strateškim dokumentom ovaj rezultat će se dostići kroz 4 strateška cilja i 15 operativnih ciljeva:

STRATEŠKI CILJ I – POBOLJŠAN KVALITET INFORMISANJA GRAĐANA/KI I UNAPRIJEĐENA MEDIJSKA PISMENOST

Operativni cilj 1.1	Povećan kvalitet i obim medijskih sadržaja u audiovizuelnim medijima
Operativni cilj 1.2	Unaprijeđena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa
Operativni cilj 1.3	Poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija
Operativni cilj 1.4	Povećana dostupost prilagođenog medijskog sadržaja ranjivim kategorijama stanovništva (osobe sa invaliditetom, LGBTIQ, osobe koje koriste ili su koristile psihoaktivne supstance, žene koje su žrtve porodičnog nasilja, Romi i Egipćani)
Operativni cilj 1.5	Unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, sa posebnim osvrtom na mlade

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

Operativni cilj 2.1	Unaprijeđena nezavisnost javnih emitera
Operativni cilj 2.2	Uspostavljena adekvatna samoregulacija u medijima
Operativni cilj 2.3	Usaglašen nacionalni regulatorni okvir sa relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije
Operativni cilj 2.4	Poboljšana informisanost građana/ki o načinima podnošenja prigovora na rad medija

STRATEŠKI CILJ III – UNAPRIJEĐEN AMBIJENT ZA FER TRŽIŠNO POSLOVANJE MEDIJA

Operativni cilj 3.1	Osiguran jednak tretman svih učesnika/ca na medijskom tržištu
Operativni cilj 3.2	Uspostavljeno sistemsko prikupljanje relevantnih podataka o medijskom tržištu
Operativni cilj 3.3	Unaprijeđeni tehničko-tehnološki i produkioni kapaciteti medija

STRATEŠKI CILJ IV – POBOLJŠAN OKVIR ZA RAD I POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA

Operativni cilj 4.1	Osnažena socio-ekonomska pozicija zaposlenih u medijima
Operativni cilj 4.2	Unaprijeđena nezavisnost i kapaciteti novinara/ki i drugih zaposlenih u medijima
Operativni cilj 4.3	Obezbijeđen siguran ambijent za rad novinara/ki

UVOD

Kao rezultat petnaestomjesečnog rada Radne grupe za razvoj strategije, i dobijanja pozitivnog mišljenja GSV-a, te sugestija i komentara od strane Savjeta Evrope i Evropske komisije, prijedlog strategije je poslat Vladi Crne Gore. Medijska strategija 2023 – 2027 usvojena je na 70. sjednici 43. Vlade Crne Gore, sa Akcionim planom za period 2023 – 2024. Ukupan budžet za realizaciju Medijske strategije procijenjen je na 24.230.000 EUR.

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

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

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

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

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

PROCES DONOŠENJA STRATEŠKOG DOKUMENTA

Nakon parlamentarnih izbora u avgustu 2020. godine, i osnivanja Ministarstva javne uprave, digitalnog društva i medija¹, novodefinisane nadležnosti² ovog ministarstva su bile, između ostalog, priprema prijedloga propisa iz oblasti medijskog zakonodavstva, unapređivanje i razvoj međunarodne kulturne i medijske saradnje i ostalo.

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

Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija je u oktobru 2021. godine formiralo Radnu grupu za izradu strategije sa ukupno 20 članova/ica⁴. U radnoj grupi su predstavnici/ce⁵ 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, NVO predstavnici. Od 20 članova, 12 je članica Radne grupe. Ukupno je održano 15⁶ sjednica Radne grupe, koja je jednoglasno usvojila tekst Nacrta medijske strategije sa predloženim akcionim planom. Održana je i javna rasprava koja je otvorena 11. marta 2022. godine i trajala je 30

¹ Pređašnje Ministarstvo javne uprave

² Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija, *Lista kategorija registratruske građe Ministarstva javne uprave, digitalnog društva i medija*, 9.7.2021. godine - “priprema prijedloga propisa iz oblasti medijskog zakonodavstva; medijski i radio-difuzni sistem; informativnu djelatnost u domenu štampe, radija, televizije i drugih medija; medijsku koncentraciju štampanih medija; pristupanje i korišćenje međunarodnih fondova za razvoj medija; ostvarivanje zajemčenih prava građana na informisanje po osnovu programskih sadržaja od značaja za razvoj nauke, obrazovanja i kulture; ostvarivanje informisanja lica oštećenog sluha i vida; ostvarivanje informisanja pripadnika manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica; unapređivanje i razvoj međunarodne kulturne i medijske saradnje; saradnju sa regionalnim i međunarodnim organizacijama, institucijama i strukovnim asocijacijama iz oblasti medija; razmjenu i prenošenje medijskih programa i informacija; koordinaciju aktivnostima iz svoje nadležnosti u procesu pregovora sa Evropskom unijom i usklađivanje domaćih propisa iz okvira svoje nadležnosti sa pravnom tekovinom Evropske unije; saradnju sa međunarodnim i regionalnim organizacijama iz oblasti javne uprave; vođenje propisanih evidencija; upravni nadzor u oblastima za koje je ministarstvo osnovano; kao i druge poslove koji su mu određeni u nadležnost”.

³ Program rada Vlade Crne Gore za 2021. godinu, <https://www.gov.me/dokumenta/d727eb95-678f-4d44-96dc-116a65d1ad99>.

⁴ Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija, Odluka o obrazovanju Radne grupe za izradu Medijske Strategije 2022-2026 i Akcionog plana za 2022. godinu, br. 01-078/21-4057 od 5. oktobra 2021. godine.

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

⁶ Prva sjednica radne grupe za Medijsku strategiju je bila održana 19. oktobra 2021. godine, a zadnja 7. marta 2023. godine.

dana⁷. 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 u toku javne rasprave sa koje je ukupno dobijeno 66 primjedbi/predloga/sugestija od ukupno 18 predlagača. Dodatno, kreirana je mailing lista sa svim medijima i NVO koji su redovno dobijali materijal vezano za izradu strateškog dokumenta.

Prvi Nacrt strategije poslat je Savjetu Evrope 11. marta 2022. godine na mišljenje, te nakon dobijenih komentara i sugestija, iste su inkorporirane, i izrađen je drugi nacrt strateškog dokumenta.

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

Drugi nacrt strategije u zreloj fazi je poslat Savjetu Evrope 9. novembra 2022. godine, a komentari su dobijeni nakon mjesec dana. Ministarstvo kulture i medija je takođe aktivno obavljalo konsultaciju sa drugim resornim ministarstvima, državnim organima, javnim ustanovama, nevladinim sektorom i drugim subjektima nadležnim za sprovođenje aktivnosti u Akcionom planu i dobijene sugestije i prijedloge uvrstilo u tekst strateškog dokumenta. Nakon utvrđivanja Prijedloga, Ministarstvo kulture i medija je tekst dokumenta dostavilo Evropskoj komisiji na mišljenje. Finalno, Prijedlog medijske strategije 2023-2027 je usvojen na 70. sjednici 43. Vlade Crne Gore od 19. oktobra 2023. godine.

⁷ Javna rasprava o Nacrtu medijske strategije Crne Gore 2022-2026. i Akcioni plan 2022-2023., <https://www.gov.me/clanak/javna-rasprava-o-nacrtu-medijske-strategije-crne-gore-2022-2026-i-akcioni-plan-2022-2023>, Pristupljeno 11.4.2022. godine. Javna rasprava je trajala do 21. aprila 2022. godine.

SVRHA I CILJ STRATEGIJE

SVRHA

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

VIZIJA

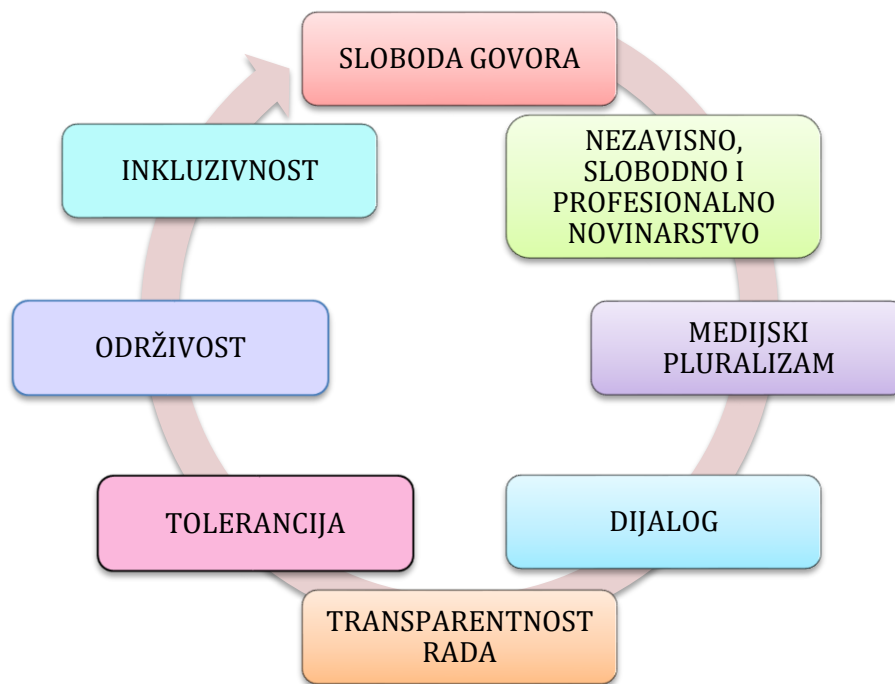
Medijska strategija je važan korak ka uspostavljanju slobodne, odgovorne i održive medijske scene koja će značiti da će za deset godina Crna Gora dominantno imati medije kojima se vjeruje, koji se bave temama od javnog interesa poštujući profesionalne standarde i javni prostor u kojem postoje mehanizmi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

CILJ

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

Na ovaj način, Vlada Crne Gore pokazuje punu spremnost i posvećenost da zajedno sa svim zainteresovanim stranama, medijskom zajednicom i partnerima iz civilnog sektora stvara ambijent za razvoj slobodnog i profesionalnog novinarstva, koji pospješuju funkcionalnost demokratije.

Principi na kojima počiva Medijska strategija su:



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

U Zaključcima Evropske komisije protiv rasizma i netolerancije (ECRI)⁸ usvojenim u junu 2017. godine, izražava se zabrinutost zbog činjenice da mediji prenose stereotipne ili čak ponižavajuće slike žena. ECRI upozorava na posebnu opasnost od širenja govora mržnje usmjerenog na žene zbog njihovog pola, seksualne orijentacije i rodnog identiteta, koji je često povezan sa jednom ili više drugih karakteristika (religija, starost ili etničko porijeklo), jer on direktno utire put nasilju. U skladu sa tim, mjere i aktivnosti u ovoj strategiji prepoznale su ovu ciljnu grupu.

Mediji bi trebalo da obrate posebnu pažnju da ne njeguju rodne stereotipe, te da redovno, kroz svoju uređivačku politiku, preduzimaju mjere za borbu protiv upotrebe seksističkog govora mržnje. Međutim, mediji često doprinose umnožavanju rodnih i drugih stereotipa, najviše usljed pada profesionalnih standarda, odsustva adekvatne regulacije i samoregulacije, kao i nedovoljnog znanja o rodnoj ravnopravnosti. Sa druge strane, sve intenzivnije korišćenje društvenih mreža dovodi do

⁸European commission against Racism and Intolerance and Council of Europe, *ECRI REPORT ON MONTENEGRO, (fifth monitoring cycle)*, ECRI Secretariat Directorate General II – Democracy Council of Europe, Strasbourg, 2017, str. 15, par. 21. Dostupno na linku: <https://rm.coe.int/second-report-on-montenegro/16808b5942>.

umnožavanja rodnih stereotipa i sve većeg prisustva online uznemiravanja, pri čemu su najčešće žrtve djevojčice, žene i osobe drugih rodni identiteta. Zbog toga je važno da se kroz odgovarajuće zakone i javne politike koje se bave medijima, digitalnim uslugama i audiovizuelnim uslugama direktno adresira ovaj problem.

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

Nacrtom zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama predviđeno je da su javni emiteri (nacionalni, regionalni i lokalni) dužni da pružaju javne usluge proizvodnje i emitovanja radijskih i/ili televizijskih programa sa informativnim, kulturnim, umjetničkim, obrazovnim, naučnim, dječijim, zabavnim, sportskim i drugim programskim sadržajima, kojima se obezbjeđuje ostvarivanje prava i interesa građana/ki i drugih subjekata u oblasti informisanja. Takođe je predviđeno da javna usluga, između ostalog znači i *“podsticanje i promocija principa rodne ravnopravnosti”*⁹. Sa druge strane, odgovornost javnog emitera se, između ostalog, postiže stavljanjem *„na uvid javnosti putem internet stranice, najkasnije do kraja juna tekuće godine izvještaja o radu za prethodnu godinu koji uključuje primjenu programskih standarda i ostvarivanje obaveza utvrđenih osnivačkim aktom ”*.¹⁰ Saglasno tome, a imajući u vidu ulogu, prava i obaveze javnih emitera, posebno RTCG, oni bi trebalo da definišu i sprovedu mjere kojima će se obezbijediti kako realizacija obaveza iz Zakona o rodnoj ravnopravnosti (dužni su da u svojim programima imaju rodno osjetljive sadržaje i da koriste rodno osjetljiv jezik), tako i obavezu koja proizilazi iz njihovih osnivačkih akata.

Zakonom o medijima¹¹ je propisano (član 17) da država iz budžeta Crne Gore finansira projekte u oblasti informisanja, obezbjeđivanjem finansijskih sredstava za pružanje javnih usluga putem Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija, kako bi se podstakao medijski pluralizam, a posebno proizvodnja i objavljivanje sadržaja koji su značajni, između ostalog, za *“zaštitu prava i dostojanstva manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica od diskriminacije, stereotipa i predrasuda”*. Organi zaduženi za sprovođenje javnih konkursa su Savjet regulatora za audiovizuelne medijske usluge i Nezavisna komisija koju obrazuje ministarstvo nadležno za oblast medija.

U oblasti medija, CEDAW Komitet preporučuje sljedeće¹²:

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

⁹ Nacrt Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama (ZAVM), čl. 75.

¹⁰ Nacrt ZAVM, čl. 79, st. 2, tačka 6.

¹¹ Zakon o medijima („Sl. List Crne Gore“ br. 82/20).

¹² MINISTARSTVO PRAVDE, LJUDSKIH I MANJINSKIH PRAVA CRNE GORE, *Nacionalna strategija rodne ravnopravnosti 2021-2025. godine sa Akcionim planom 2021-2022. godine*, Podgorica, 2021, str. 30.

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

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

Da bi se informacije koje plasiraju mediji razumjele i koristile za donošenje dobrih životnih odluka, stereotipi dekonstruisali i građani/ke bili rodno senzibilisani/e, neophodno je razvijati vještinu kritičkog čitanja medijskih sadržaja. Prvi korak je što veća i šira zastupljenost predmeta medijska pismenost u školama. Predmet medijska pismenost je izborni predmet samo u gimnazijama u Crnoj Gori i nije dostupan učenicima/ama srednjih stručnih škola i nižim osnovcima. Medijska pismenost postaje sve značajnija za razumijevanje na koji način se zaštititi od sve prisutnijeg online nasilja i zloupotrebe privatnosti preko društvenih mreža. Usvojena je inicijativa Nacionalne koalicije za medijsku pismenost, u kojoj su akteri/ke institucije koje se bave obrazovanjem i medijima, predstavnici/e civilnog društva i istaknuti pojedinci, da se predmet medijska pismenost uvede i u starijim razredima osnovnih škola (i to sedmi, osmi i deveti razred), od početka školske godine 2023/2024. godine.

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

Indikatori na kojima će biti stavljen poseban akcenat tiču se:

- **Broj rodno odgovornih programa i rodno osjetljivog jezika kod lokalnih javnih emitera i RTCG (0 za 2022; 2 programa, 50% sadržaja do 2025. godine; i 3 programa, 80% sadržaja do 2027. godinu)**
- **Procenat usaglašenosti Kodeksa novinara/ki Crne Gore u dijelu izvještavanja o nasilju nad ženama sa međunarodnim standardima (0% za 2022; 50% do 2025. godinu; i 100% do 2027. godinu)**
- **Procenat zabranjenih mizoginih sadržaja (0% za 2022; 100% do 2025. godinu; i 100% do 2027. godinu),**

a samo neke od identifikovanih aktivnosti su:

Organizovanje obuka za novinare/ke o pitanjima rodne ravnopravnosti

Održane 2 obuke za najmanje 60 novinara/ki

MKiM
NVO

Izrada analize i kreiranje politike za potpuno ostvarivanje rodne ravnopravnosti u medijima	Izrađena analiza i smjernice razvojne politike za potpuno ostvarivanje rodne ravnopravnosti u medijima	MKiM NVO
Primjena normi o rodnoj senzitivnosti i zabrani diskriminacije	<ul style="list-style-type: none"> - Donijete smjernice za izvještavanje o nasilju nad ženama u odnosu na Kodeks novinara/ki Crne Gore, sa ciljem smanjenja zloupotrebe i kršenja međunarodnih standarda u oblasti slobode izražavanja - Broj slučajeva nepoštovanja Kodeksa novinara/ki Crne Gore u dijelu primjene normi o upotrebi rodno osjetljivog jezika u štampanim medijima i internetskim publikacijama - Izrađena metodologija o upotrebi rodno osjetljivog jezika u komercijalnim audiovizuelnim medijima 	Mehanizmi samoegulacije AEM MKiM
Izrada Prijedloga zakona o medijima sa ciljem zabrane širenja medijskih sadržaja koji prikazuju mizogine i štetne sadržaje usmjerenih prema ženama	Utvrđen Prijedlog zakona o medijima sa odredbom zabrane širenja medijskih sadržaja prikazivanje mizoginih i štetnih sadržaja usmjerenih prema ženama, a u cilju suzbijanja i borbe protiv rodni stereotipa	MKiM

Rodna ravnopravnost podrazumijeva ravnopravno učešće žena i muškaraca, kao i lica drugačijih rodni identiteta, u svim oblastima društvenog života, jednak položaj i jednake mogućnosti za ostvarivanje svih prava i sloboda i korišćenje ličnih znanja i sposobnosti za razvoj društva, kao i ostvarivanje jednake koristi od rezultata rada. Na ulogu medija u stvaranju ravnopravnog i nediskriminatornog okruženja, između ostalog, utiče i prisustvo žena u medijskoj industriji, njihova uloga i uticaj na proizvodnju i distribuciju medijskog sadržaja. Analiza sprovedena 2019. godine pokazala je da u novinarskoj profesiji dominantno rade žene i da gotovo 60% objavljenih informacija, proizvode žene. Takođe, analiza je pokazala značajno prisustvo žena na uredničkim pozicijama, te da se češće javljaju kao prepoznatljiva lica centralnih informativnih emisija u odnosu na muškarce. Najveća razlika u zastupljenosti žena i muškarca u centralnim informativnim emisijama pokazala se prilikom upoređivanja broja sagovornika/ca u emisijama. Od ukupnog broja uzetih izjava, samo 20% su izjave uzete od žena.¹³

¹³ Agencija za elektronske medije, ANALIZA VIDLJIVOSTI ŽENA I MUŠKARACA I UPOTREBE RODNOG JEZIKA U CENTRALNIM INFORMATIVNIM EMISIJAMA, <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/03/Analiza-vidljivosti-zena-i-muskaraca-mart-2021.pdf>, pristupljeno 27.2.2023. godine.

USKLAĐENOST STRATEŠKOG DOKUMENTA

Pozicioniranje u strateškom okviru Crne Gore

Ključni ciljevi Strategije tiču se, između ostalog, unapređenja ukupnog ambijenta za rad i profesionalno obavljanje svih dužnosti novinara/ki, stvarajući sigurni ambijent u Crnoj Gori za njihov rad. Izdvojeni indikatori koji će mjeriti uspješnost ovih reformskih procesa su: broj procesuiranih slučajeva za ugrožavanje novinara/ki i broj izrečenih sankcija u slučajevima ugrožavanja novinara/ki. Izdvojene mjere direktno utiču na postizanje ciljeva Strategije održivog razvoja do 2030. godine¹⁴ i to obezbjeđivanja slobodnog pristupa informacijama i unaprjeđenju slobode medija. Konkretno, postizanjem operativnog cilja 4.3 Obezbijeđen siguran ambijent za rad novinara/ki te ispunjenjem indikatora u okviru ovog cilja - Broj procesuiranih slučajeva za ugrožavanje novinara/ki, Broj sankcionisanih napada u slučajevima ugrožavanja novinara/ki, Broj pokrenutih disciplinskih postupaka protiv odgovornih lica u nadležnim institucijama zbog neefikasnosti u rasvjetljavanju napada na novinare/ke, u direktnoj je korelaciji sa identifikovanim operativnim ciljem 2.3.2 Obezbijediti uslove za eliminaciju korupcije, organizovanog kriminala, kriminala i terorizma Strategije održivog razvoja i to konkretno indikatorom za 2030. godinu - *Obezbijeđen je Slobodan pristup informacijama i zaštićena prava novinara/ki i slobode medija*.

Strategija održivog razvoja do 2030.

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

Medijska strategija 2023-2027

- STRATEŠKI CILJ 4: POBOLJŠAN OKVIR ZA RAD I POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA
- OC 4.3 Obezbijeđen siguran ambijent za rad novinara/ki

Jedan od osnova demokratije i građanskog društva čine slobodni i nezavisni mediji, te su prioriteti Srednjoročnog programa Vlade Crne Gore za 2022-2024 godine usmjereni na unapređenje ukupnog ambijenta u kojem će novinari/ke moći nesmetano da rade svoj posao. U programu su prepoznati

¹⁴ Vlada Crne Gore, Ministarstvo održivog razvoja i turizma, *Nacionalna strategija održivog razvoja do 2030. godine*, Podgorica, 2016, str. 289. Dostupno i na :<https://www.gov.me/dokumenta/6852d215-af43-4671-b940-cbd0525896c1>.

dotatni napori da se kroz zakonski i strateški okvir kreiraju povoljni uslovi su izdvojeni prioritetima do 2024. godine. S tim u vezi srednjoročnim programom Vlade (u okviru mjere 1.4) konstatuje se da je „...osnov demokratije i građanskog društva čine slobodni i nezavisni mediji, te će rad Vlade biti usmjeren na unapređenje ukupnog ambijenta u kojem će novinari/ke moći nesmetano da rade svoj posao. Napori da se kroz zakonski i strateški okvir kreiraju povoljni uslovi će najbolje biti mjereni kroz unaprjeđenje položaja Crne Gore na indeksu slobode medija sa 34,33 na 50“.

Nadalje, Programom rada Vlade za 2023. godinu detaljnije su prikazani prioriteti u dijelu unaprjeđenja medijskih sloboda, profesionalnosti medija i usaglašavanje sa direktivama EU. U okviru cilja 1.4 konstatuje se da „donošenjem prve Medijske strategije, cilj je da se kroz usvajanje i primjenu najviših međunarodnih standarda u oblasti slobode izražavanja, obezbijedi povoljan ambijent za puno ostvarivanje slobode izražavanja, kao i da se obezbijedi adekvatan odgovor na širenje govora mržnje i dezinformacija, kao globalnu pojavu posebno prisutnu u Crnoj Gori.“ Iz tabele dolje, može se vidjeti da je postignuta potpuna usklađenost, te sve što je planirano Programom rada Vlade, planirano je i Medijskom strategijom, koja daje više informacija o samim aktivnostima u okviru strateškog cilja 1. Poboljšan kvalitet informisanja građana/ki i unaprijeđena medijska pismenost.

Program Vlade CG za 2023. godinu

- 1.4. Unapređenje ambijenta u oblasti slobode izražavanja i slobode medija
- TD 23 - Pripremiti Medijsku strategiju Crne Gore 2023-2027. sa Akcionim planom za period 2023-2024.
- ND 22 - Utvrditi Predlog zakona o javnom medijskom servisu Crne Gore
- ND 23 - Utvrditi Predlog zakona o audio-vizuelnim medijskim uslugama
- ND 24 - Utvrditi Predlog zakona o medijima

Medijska strategija 2023-2027

- Operativni cilj 1.3
Poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija
- 1.4.2 Donošenje Zakona o javnom medijskom servisu Crne Gore
- 1.1.1 Donošenje Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama
- 1.3.3. - Donošenje Zakona o medijima, sa ciljem efikasnijeg suprotstavljanja govoru mržnje, online uznemiravanju i dezinformacijama

U Crnoj Gori se ne vrši redovan monitoring programa javnih servisa i komercijalnih medija iz ugla moguće diskriminacije po osnovu pola i roda i diskriminacije višestruko marginalizovanih grupa. Konkretno RTCG definiše i sprovodi mjere kojima će se obavezati kako realizacija obaveza iz Zakona o rodnoj ravnopravnosti (dužni su da u svojim programima imaju rodno senzitivne sadržaje i da koriste rodno senzitivni jezik), tako i obavezu koja proizilazi iz njihovih osnivačkih akata. Sa druge strane, Evropska komisija za borbu protiv rasizma i netrpeljivosti (ECRI) zabranjuje objavljivanje informacija

kojima se podstiče diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica po osnovu rase, vjeroispovjesti, nacionalnog porijekla, etničke grupe, rodne i seksualne orijentacije i preporučuje da bi, bez zadiranja u nezavisnost medija, vlasti trebalo da ohrabre medije da obezbijede bolje poštovanje etičkih standarda i da pruže obuku sa tim ciljem. S toga, ovaj strateški dokument je usklađen sa Nacionalnom strategijom rodne ravnopravnosti 2021 – 2025 i to na sljedeći način: mjera 2.3 Nacionalne strategije rodne ravnopravnosti koja se odnosi na medijsku pismenost u dijelu prepoznavanja rodnih stereotipa je komplementarna sa operativnim ciljem 1.5 Medijske strategije kojim se kroz niz planiranih aktivnosti unaprjeđuje stepen obrazovanja učenika/ca osnovnih i srednjih škola o medijskoj pismenosti u Crnoj Gori sa konkretnim djelovima koj se tiču prepoznavanja dezinformacija, govora mržnje kao i rodnih stereotipa; kroz operativni cilj 1.2 i 1.4 Medijske strategije obezbijediće se podrška medijima da izvještavaju o temama od javnog interesa kao i medijski sadržaj koji je posebno posvećen ranjivim kategorijama stanovništva, što se odnosi i na rodno odgovorne programe ali i upotrebu rodno osjetljivog jezika što je upravo kompatibilno sa mjerom 2.5 Nacionalne strategije rodne ravnopravnosti.

Nacionalna strategija rodne ravnopravnosti 2021 - 2025

- Mjera 2.3
Organizovati obuke iz medijske pismenosti u cilju prepoznavanja svih vrsta stereotipa, uključujući i rodne stereotipe
- Mjera 2.5
Podstaci medije da uvedu rodno odgovorne programe i da koriste rodno osjetljiv jezik
- Mjera 2.6
Uvesti praćenje medijskog izvještavanja iz rodne perspektive (rodno odgovorni monitoring medija)

Medijska strategija 2023-2027

- Operativni cilj 1.2
Unaprijeđena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa
- Operativni cilj 1.3
Poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija
- Operativni cilj 1.4
Povećana dostupnost prilagođenog medijskog sadržaja ranjivim kategorijama stanovništva (osobe sa invaliditetom, LGBTIQ, osobe koje koriste ili su koristile psihoaktivne supstance, žene koje su žrtve porodičnog nasilja, Romi i Egipćani)
- Operativni cilj 1.5
Unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, sa posebnim osvrtom na mlade

Vlada Crne Gore je u martu 2023, godine usvojila i Program pristupanja Crne Gore Evropskoj uniji 2023-2024. Ovaj dokument¹⁵ u odnosu na pregovaračka poglavlja daje smjernice tj identifikuje obaveze daljeg unapređenja situacije u konkretnom sektoru tj. pruža detaljan pregled obaveza i dinamike njihove realizacije, ali i predstavlja efikasan mehanizam za praćenje sprovođenja reformi, posebno u dijelu usklađivanja domaćih propisa sa pravnom tekovinom EU, ali i planiranja administrativnih kapaciteta neophodnih za efikasno i kvalitetno ispunjavanje zadataka na evropskom putu. U okviru cjeline 10. Informatičko društvo i mediji, u okviru koje su identifikovana ključna pitanja u oblasti audiovizuelne politike: audiovizuelne medijske usluge, javni emiteri Crne Gore, zaštita maloljetnika/ca, filmsko naslijeđe, kulturna raznolikost. S tim u vezi izuzetno je bilo važno postići usklađenost između programa pristupanja i same strategije što se jasno vidi iz sljedeće tabele:

Program pristupanja CG Evropskoj uniji 2023-2024

- Medijska strategija Crne Gore 2023-2027
- Zakon o audio-vizuelnim medijskim uslugama
- Zakon o javnom medijskom servisu Crne Gore
- Zakon o medijima

Medijska strategija 2023-2027

- Aktivnost 1.1.1 Donošenje Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama
- Aktivnost 1.4.2 Donošenje Zakona o javnom medijskom servisu Crne Gore
- Aktivnost 1.3.3 Donošenje Zakona o medijima

Usklađenost sa međunarodnim obavezama

U kontekstu procesa pristupanja Crne Gore EU, od samog otvaranja pregovora 2012. godine, u fokusu je vladavina prava, odnosno poglavlja 23 Pravosuđe i temeljna prava i 24 Pravda, sloboda i bezbjednost. Dalji napredak u pregovorima diktiraće uspješno ispunjavanje, prije svega, 83 privremena mjerila za poglavlja 23 i 24, s ključnim prioritetima u okviru borbe protiv korupcije i organizovanog kriminala, unaprijeđenju sistema pravosuđa i slobode medija. Pregovaračka poglavlja koja tretiraju pitanja medijske politike su poglavlja 10 - Informatičko društvo i mediji i 23 - Pravosuđe i temeljna prava. Usklađenost završnih mjerila pregovaračkih poglavlja sa strateškim i operativnim ciljevima Medijske strategije data je u sledećoj tabeli:

¹⁵ Dokument je dostupan u formi nacrtu.

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

Pregovaračko poglavlje 10	Pregovaračko poglavlje 23	Medijska strategija 2023 - 2027
<p>Uskladiti zakonodavstvo s pravnom tekovinom EU u cilju obezbjeđivanja nezavisnosti regulatornog tijela za elektronske komunikacije i s pravnom tekovinom o audiovizuelnim medijskim uslugama</p>	<p>Crna Gora obezbjeđuje unapređenje slobode izražavanja i medija u zemlji i primjenjuje nultu stopu tolerancije u pogledu prijetnji i napada na novinare/ke i određuje prioritete krivičnih istraga ukoliko do njih dođe</p>	<p>Operativni cilj 2.2 Uspostavljena adekvatna samoregulacija u medijima</p>
<p>Dovoljni administrativni kapacitete za sprovođenje pravne tekovine u oblastima elektronskih komunikacija i audiovizuelne politike, uključujući nezavisnost regulatora</p>	<p>Crna Gora uspostavlja Komisiju za praćenje aktivnosti nadležnih organa u istrazi starih i novijih slučajeva prijetnji i nasilja nad novinarima/kama, uključujući i slučaj ubistva.</p> <p>Crna Gora obezbjeđuje inicijalni bilans ostvarenih rezultata u napretku postignutom u istrazi, efektivnom gonjenju i odvratajućim sankcijama za počinioce ovih djela</p>	<p>Operativni cilj 2.3 Usaglašen nacionalni regulatorni okvir sa relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije</p>
		<p>Operativni cilj 1.3 Poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija</p>

Nacionalni Akcioni plan za poglavlje 23 posvećen je, između ostalog, pitanju medija kroz dio 4.3 *Obezbijeđen siguran ambijent za rad novinara/ki* ima za cilj adresiranje sljedeće preporuke iz Analitičkog pregleda (*Screening report*) za ovo poglavlje: „*Osigurati zaštitu novinara/ki od prijetnji i nasilja, naročito kroz efikasne istrage prethodnih napada i odvratajuće kazne. Ponovo ispitati i izmijeniti*

*zakonsku regulativu i institucionalni okvir za zaštitu slobode medija*¹⁶. U odnosu na ovaj cilj, definisan je i Strateški cilj IV – Poboľšan okvir za rad i položaj zaposlenih u medijima, i u sklopu njega, operativni cilj 4.3 – Obezbijeđan siguran ambijent za rad novinara/ki u Medijskoj strategiji, koji će se realizovati kroz planiranje aktivnosti predviđenih navedenim operativnim ciljem.

Završna mjerila poglavlja 10. odnose se na činjenicu da:

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

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

Prema ocjenama posljednjeg Izvještaja Evropske Komisije (EK) o Crnoj Gori¹⁷ za 2022. godinu¹⁸, u poglavlju 10 - digitalna transformacija i mediji, Crna Gora ima umjereni nivo spremnosti (ista ocjena od 2015. godine), a u toku izvještajnog perioda postignut je ograničen napredak, što predstavlja nastavak trenda iz prethodnog izvještajnog perioda jun 2020 – jun 2021. U fokusu i ovog Izvještaja je potreba za obezbjeđivanjem nezavisnosti medijskog sektora od političkog uticaja. Naglašeno je i da je potrebno jačati kapacitete medijskog regulatora i uopšte administrativnih kapaciteta za sprovođenje pravne tekovine EU. EK je, u okviru oba poglavlja koja tretiraju pitanja medija (10 i 23), sugerisala da je potrebno zaokružiti usklađivanje zakonodavstva u dijelu audiovizuelne politike, odnosno da je potrebno osigurati konzistentnost medijskih zakona i uskladiti sa Direktivom o AVM uslugama iz 2018. godine. Preporuka EK je i da Crna Gora treba obezbijediti operativnu nezavisnost medijskog regulatora i nacionalnog javnog servisa, kao i da ostvari napredak u obezbjeđivanju AEM-u mogućnost izricanja kompletnog seta mjera, uključujući upozorenja, finansijske kazne, suspenzije, oduzimanje licence, čime bi osigurala proporcionalnost i djelotvornost. EK je, u Izvještaju o Crnoj Gori, pozdravila profesionalnost Agencije za elektronske medije (AEM). Pored toga, istaknuta je i finansijska podrška medijima kroz novoosnovani Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Konačno, prepoznato je da je

¹⁶ Vlada Crne Gore, *Akcionni plan za poglavlje 23. pravosuđe i temeljna prava*, 2013, str. 180. Akcionni plan za poglavlje 23 je usvojen u junu 2013, a revidiran u februaru 2015.

¹⁷ EK godišnje izvještava o napretku zemalja kandidata za članstvo u skladu sa informacijama dobijenim od priloga crnogorskih institucija, diplomatskih predstavništava država članica EU, izvještaja Evropskog parlamenta i organizacija međunarodnih i organizacija civilnog sektora.

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

¹⁸ EUROPEAN COMMISSION, *Montenegro 2022 Report*, Brussels, str. 93. Izvještaj pokriva izvještajni period od juna 2021. do juna 2022. godine.

Ministarstvo kulture i medija nastavilo rad na Medijskoj strategiji, sa akcentom na borbu protiv dezinformacija i promociju medijske pismenosti.¹⁹

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

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

Izvor: MEP

Prema istom izvještaju, u poglavlju 23, Crna Gora ima umjereni nivo spremnosti, a ograničen godišnji napredak u cjelini. U oblasti sloboda izražavanja ocijenjeno je da je postignut ograničen napredak, što je pozitivan iskorak u odnosu na većinu prethodnih izvještaja u kojima je ocijenjeno da „nije ostvaren napredak“.²⁰

EK je dalje preporučila da Crna Gora treba da obezbijedi da pojedinačne mjere, preduzete u cilju ograničavanja posljedica dezinformacija i online uznemiravanja ili govora mržnje, ne ograničavaju nesrazmjerno slobodu izražavanja i medija. Ponovljene su ocjene o snažnoj polarizovanosti medijske scene i o potrebi za daljim kontinuiranim naporima da se uspostave efikasni samoregulatorni mehanizmi. Na liniji preporuka izvještaja iz 2021. godine, EK je notirala i činjenicu da je u toku revizija pravnog okvira u cilju potpune usklađenosti seta medijskih zakona sa pravnom tekovinom EU i njihove konzistentnosti. Takođe, ocijenjeno je da je javni servis, nakon imenovanja novog Savjeta RTCG-a u junu 2021. godine, nastavio da prikazuje politički uravnotežen i raznolikiji sadržaj.²¹

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

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

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

Izvor: MEP

¹⁹ EUROPEAN COMMISSION, *Montenegro 2022 Report*, str. 93-94.

²⁰ *Isto*, str. 19.

²¹ *Isto*, str. 6.

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

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

Izvor: MEP

Sa evidentnom izmjenom medijskog pejzaža u posljednjih deset godina, posebno u dijelu tradicionalnog gledanja TV sadržaja ispred porodičnog televizora, milioni Evropljana sada gledaju sadržaj na mreži na različitim mobilnim uređajima. Stoga je, na nivou Evropske unije 2018. godine, usvojena revidirana Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama, koja uključuje novi pristup online platformama koje šire audiovizuelni sadržaj. Revidirana Direktiva nudi mnogo novih elemenata: ojačan je princip zemlje porijekla, usklađene procedure odstupanja za emitere televizijskih programa i pružaoce usluga na zahtjev i mogućnosti za odstupanja u slučaju zabrinutosti za javnu bezbjednost i ozbiljnih rizika po javno zdravlje; proširenje određenih audiovizuelnih pravila na platforme za dijeljenje videa i usluge društvenih medija; bolja zaštita maloljetnika/ca od štetnog sadržaja u online svijetu; pojačana zaštita TV-a i videa na zahtjev od podsticanja na nasilje ili mržnju i javnog provociranja na činjenje terorističkih djela; veća fleksibilnost u televizijskom oglašavanju, omogućavajući emiterima da slobodnije biraju kada će prikazivati oglase tokom dana – opšte ograničenje je postavljeno na 20% vremena emitovanja između 6:00 i 18:00 časova sa istim udjelom u udarnom terminu (od 18:00 časova do ponoći); pojačane odredbe zaštite djece od neprikladne audiovizuelne komercijalne komunikacije; nezavisnost audiovizuelnih regulatora, i ostalo. Nacrtom zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama svi gore navedeni prijedlozi biće preneseni u crnogorsko zakonodavstvo, a zakon bi trebalo da bude usvojen tokom 2023 godine.

Takođe, u aprilu 2022. godine, Komisija je objavila Prijedlog direktive o strateškim tužbama protiv učešća javnosti²². Strateške tužbe protiv učešća javnosti, opšte poznate kao „SLAPP²³“, predstavljaju poseban oblik uznemiravanja koji se prvenstveno koristi protiv novinara/ki i branitelja/ki ljudskih prava da bi se spriječilo ili kaznilo iznošenje govora o pitanjima od javnog interesa. Predložena Direktiva pruža sudovima i ciljevima SLAPP-a instrumente za borbu protiv očigledno neosnovanih ili zloupotreba sudskih postupaka. Predložene zaštitne mjere će se primjenjivati u građanskim stvarima sa prekograničnim implikacijama. U skladu sa ovom novousvojenom politikom EU, Crna Gora će nakon

²² Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL, on protecting persons who engage in public participation from manifestly unfounded or abusive court proceedings (“Strategic lawsuits against public participation”), Brussels, 27.4.2022.

²³ Directive on strategic lawsuits against public participation (SLAPP).

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

Pravo na slobodu izražavanja i slobodu medija zaštićeni su takođe članom 10 Evropske Konvencije o ljudskim pravima i osnovnim slobodama i predstavljaju stubove demokratije i bezbjednosti u Evropi. Savjet Evrope promoviše okruženje koje omogućava slobodu izražavanja, potkrijepljenu pravnim garancijama za nezavisnost i raznolikost medija i bezbjednost novinara/ki i drugih medijskih aktera. Kroz operativni cilj 1.3 Poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, ovom strategijom je planirana izmjena Krivičnog zakonika, te usvajanje istog sa jasno definisanom normom govora mržnje kao krivičnog djela.

Evropska konvencija o ljudskim pravima

•ČLAN 10.

•Sloboda izražavanja

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

Medijska strategija 2023 - 2027

-
- Operativni cilj 1.3
Poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija
- Stateški cilj II – O snažena urednička i finansijska nezavisnost, etika i profesionalizam javnih emitera

Usvojena prije 20 godina i pravno obvezujuća od 2009. godine, Povelja EU-a o temeljnim pravima bila je velik napredak za EU. Njome se na smislen način potvrđuje da se EU temelji na vrijednostima poštovanja temeljnih prava, demokratije i vladavine prava. Temeljna prava mogu biti djelotvorna u životima ljudi samo u društvu u kom nezavisni sudovi jamče njihovu zaštitu, u kojem se mogu voditi otvorene i utemeljene demokratske rasprave, te u kom su mediji nezavisni, a civilno društvo aktivno²⁴. Strategija za jačanje primjene Povelje o temeljnim pravima u EU, oslanjajući se prije svega na član 11 –

²⁴ EUROPSKA KOMISIJA, KOMUNIKACIJA KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, VIJEĆU, EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA Strategija za jačanje primjene Povelje o temeljnim pravima u EU-u, Brisel, 2.10.2020. godine, str. 1.

Sloboda izražavanja i informisanja, predviđa niz aktivnosti, posebno sadržanih kroz Strateški cilj I – Poboljšan kvalitet informisanja građana/ki i unaprijeđena medijska pismenost, sa akcentom na operativni cilj 1.3 - Poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija, operativni cilj 1.5 - Unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, sa posebnim osvrtom na mlade, ne ograničavajući se na druge strateške ciljeve i njima predviđene operativne ciljeve – Strateški cilj II – Osažena urednička i finansijska nezavisnost, etika i profesionalizam javnih emitera, ali posredno i kroz Strateški cilj IV – Poboljšan okvir za rad i položaj zaposlenih u medijima, operativni cilj 4.3 - Obezbijeđen siguran ambijent za rad novinara/ki.

EU Akcioni plan za medije i audiovizuelne medije ima za cilj da podstakne evropske medije i pomogne u održavanju evropske kulturne i tehnološke autonomije u digitalnoj deceniji. On se fokusira na sektor informativnih medija — štampa i internetske publikacije, radio i audiovizuelne usluge — i sektor audiovizuelne zabave — bioskop, TV, video strimovanje, video igre i inovativne formate kao što su iskustva virtualne realnosti. Kroz identifikovane akcije: Akcija 2 – Namjenska platforma za ulaganje u kapital za podsticanje evropske audio-vizuelne produkcije; Akcija 3 - Bolji pristup finansijama, kroz kredite i pilot inicijativu za kapital, Izgradnja kapaciteta među medijima; Akcija 4 - Stvaranje prostora za medijske podatke za podršku medijskim kompanijama u deljenju podataka i razvoju inovativnih rešenja; Akcija 9 – Osaživanje građana/ki kroz praktičnu primjenu novih obaveza medijske pismenosti, ovaj Akcioni plan ima za cilj da pomogne medijskom sektoru da se oporavi od krize olakšavanjem i širenjem pristupa finansijama, transformiše se stimulisanjem investicija kako bi prihvatili dvostruku digitalnu i zelenu tranziciju, istovremeno osiguravajući buduću otpornost sektora i osnažujući evropske građane/ke i kompanije. Oslanjajući se na Akcioni plan EU, Medijska strategija takođe je identifikovala ciljeve koji vode ka usvajanju i primjeni najviših međunarodnih standarda u oblasti slobode izražavanja i usklađivanja sa politikama Evropske unije. S tim u vezi kroz operativni cilj 1.2 Unaprijeđena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa i operativni cilj 3.1 Osiguran jednak tretman svih učesnika/ca na medijskom tržištu, ulaže se u dalje u podsticanje audio-vizuelne produkcije, i obezbjeđuje se svim medijima bolji pristup finansijama. Dodatno, kroz sve strateške ciljeve u medijskoj strategiji fokus je stavljen na konstantno unapređivanje kapaciteta medija u svim relevantnim oblastima. Operativni cilj 3.2 Uspostavljeno sistemsko prikupljanje relevantnih podataka o medijskom tržištu, fokusira se na prikupljanje, sistematizaciju i dijeljenje podataka o medijskom tržištu, što proizilazi iz Akcije 4 EU Akcionog plana. Finalno, operativni cilj 5.1 Unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, sa posebnim osvrtom na mlade je na osnovu Akcije 9 EU Akcionog plana razvijen kako osnažio građane/ke, a posebno mlade da kroz izučavanje predmeta medijske pismenosti i velikog broja kampanja koje će biti organizovane za ukupno stanovništvo Crne Gore se podigne stepen medijske pismenosti cijelog društva.

Program Kreativna Evropa 2021-2027 ulaže u akcije koje jačaju kulturnu raznolikost i odgovaraju na potrebe i izazove kulturnog i kreativnog sektora. Program je podijeljen u 3 dijela, jedan od njih posvećenog medijima, gdje u okviru klastera „Sadržaj“ se fokusira na kreiranje i proizvodnju visokokvalitetnog sadržaja koji čini osnovu evropske audiovizuelne industrije, koji dalje u temi “TV i onlajn sadržaj“ pruža mogućnost nezavisnim producentima da preuzmu inicijativu i nastave sa

sopstvenim originalnim produkcijama. Ova osnovna teza programa je i okosnica Medijske strategije Crne Gore, te su tako, sa ciljem kreiranja kvalitetnih sadržaja za sve građane, a uzročno i povećanje sopstvene produkcije, u strategiji prepoznati operativni ciljevi 1.1. Povećan kvalitet i obim medijskih sadržaja u audiovizuelnim i štampanim medijima i 1.2 Obezbeđena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa. U okviru specifičnog cilja 2.2 Strateškog plana EU generalnog direktorata za obrazovanje, omladinu, sport i kulturu 2020-2024, u fokusu su s jedne strane aktivnosti EK u vezi sa procesom implementacije nedavno usvojenih zakonodavnih reformi kao što su reforma autorskih prava i ažuriranje Direktive EU 2018/1808 (AVMSD), kako bi se osiguralo da su nove mjere efikasne i da se beneficije iste direktno osjećaju na terenu, a sa druge strane, na planirane ili moguće buduće regulatorne revizije ili inicijative koje utiču na kulturni sektor. U odnosu na postavljen EU okvir, oslanjajući se na Strateški plan EU u ovom dijelu, Medijska strategija je u svom fokusu takođe prepoznala niz zakonodavnih unapređenja sa ciljem stvaranja boljeg normativnog okvira za implemetaciju reforme u sektoru medija (a sve u skladu i sa PEP), a konkretno u strateškom cilju 1. u sklopu utvrđivanja Prijedloga zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama relevantni djelovi Direktive EU 2018/1808 (AVMSD) biće u potpunosti preneseni u crnogorsko zakonodavstvo, a zakon bi trebalo da bude usvojen tokom 2023. godine.

ZAKONODAVNI OKVIR

Medijsko zakonodavstvo u Crnoj Gori se od 2002. godine u kontinuitetu usklađuje sa evropskim standardima u ovoj oblasti. U julu 2020. godine donijeti su novi Zakon o medijima (ZoM) ("Sl. list Crne Gore", br. 82/2020) i Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore ("Sl. list Crne Gore", br. 80/2020). Pored njih, ključni propis koji reguliše medije je Zakon o elektronskim medijima (Sl. list Crne Gore", broj 55/2016, 92/2017 i 82/2020), a koji bi, radi usklađivanja sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD), koja mijenja i dopunjuje Direktivu 2010/13, trebalo da zamijeni Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama.

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

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

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

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

Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama trebalo bi da obezbijedi finansijsku održivost i uredničku nezavisnost lokalnih javnih emitera. U javnoj raspravi je ukazivano na mogućnost da se obavežu lokalne samouprave da utvrde najmanji iznos dijela opšteg budžeta koji će se koristiti za finansiranje lokalnih javnih emitera, kao i da je potrebno promijeniti dosadašnji način izbora savjeta lokalnih javnih emitera kako bi se neutralisao politički uticaj vladajućih struktura u lokalnim samoupravama na rad ovih medija.

Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama, pored toga što će inkorporirati odredbe Direktive EU 2018/1808 (AVMSD), treba i da ojača nezavisnost Agencije za elektronske medije, između ostalog i na način što će joj omogućiti da novčano kažnjava emitere za prekršaje.

Radi bolje zaštite medijskih radnika/ca od napada i prijetnji, 29. decembra 2021. godine u Skupštini Crne Gore usvojen je Zakon o izmjenama i dopunama krivičnog zakonika kojim su propisani

kvalifikovani oblici krivičnih djela ugrožavanje sigurnosti, teško ubistvo, teška tjelesna povreda i prinuda, kada se izvrše prema osobi koja obavlja posao javnog informisanja, u vezi obavljanja tog posla. Preformulisano je krivično djelo sprječavanje štampanja i rasturanja štampanih stvari, emitovanja programa i objavljivanja informacija, tako da se obezbijedi strožije kažnjavanje ako službeno lice ometa ili sprječava objavljivanja informacija od javnog značaja putem medija.

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

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

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

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

Prema trenutnoj podjeli nadležnosti Ministarstvo kulture i medija – Direktorat za medije, preuzelo je obaveze od Ministarstva javne uprave, digitalnog društva i medija, kojem je ranije ova organizaciona jedinica pripadala. Direktorat za medije zadužen je prvenstveno za usklađivanje medijskog zakonodavstva sa evropskim standardima u oblasti medija. Direktorat je zadužen za Zakon o medijima, Zakon o Nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore (novi Zakon o javnom medijskom servisu Crne Gore), Zakon o elektronskim medijima (novi Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama) i Zakon o potvrđivanju Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji.

Osim normative, u nadležnosti ovog sektora je i dio primjene Zakona o medijima. To se prije svega odnosi na vođenje evidencije medija koja je potpuno prešla u nadležnost Ministarstva, kao i uvođenje nove evidencije o transparentnosti dodjele sredstava iz javnih prihoda. Takođe, Ministarstvo je u obavezi da sprovede proceduru dodjele sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija – pod-fonda za dnevne i nedjeljne štampane medije i internetske publikacije.

Agencija za elektronske medije (AEM, buduća Agencija za audiovizuelne medijske usluge) je nezavisni regulatorni organ za oblast AVM usluga. Kao samostalni pravni subjekt ona je funkcionalno nezavisna od bilo kog državnog organa i od svih pravnih i fizičkih lica koja se bave djelatnošću proizvodnje i emitovanja radijskih i televizijskih programa ili pružanja drugih AVM usluga. Osnivač Agencije je država, a prava osnivača u ime države vrši Savjet Agencije, kojeg bira Skupština Crne Gore. AEM predlaže program razvoja sektora AVM usluga, izdaje odobrenja za pružanje AVM usluga (odobrenja za emitovanje i odobrenja za pružanje AVM usluga na zahtjev), utvrđuje visinu naknada za izdavanje i korišćenje odobrenja za pružanje AVM usluga.

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

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

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

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

Komisija za praćenje postupanja nadležnih organa u istragama slučajeva prijetnji nasilja nad novinarima/kama, ubistava novinara/ki i napada na imovinu medija formirana je u decembru 2013. godine od strane Vlade Crne Gore, a nov sastav Komisije izmijenjen 2021. godine. U Komisiji su

predstavnicima medijskih kuća, novinari/ke, predstavnik/ca nevladinih organizacija, predstavnik/ca Društva profesionalnih novinara, Medijskog savjeta za samoregulaciju, Sindikata medija, Agencije za nacionalnu bezbjednost, Vrhovnog državnog tužilaštva, Višeg državnog tužilaštva i predstavnik/ca Uprave policije.

Radio-difuzni centar d.o.o. obavlja djelatnost pružanja usluga na području radiokomunikacija i telekomunikacija, pružajući usluge prenosa i emitovanja radijskih i televizijskih programa, prenosa slike, zvuka i podataka, kolokacije i druge savremene multimedijske usluge. Osnivač RDC-a je Vlada Crne Gore. Jedna od osnovnih djelatnosti navedena Statutom RDC-a je i prenos i emitovanje programa nacionalnog javnog servisa Radio i Televizije Crne Gore, ali i drugih medija u Crnoj Gori. U pogledu emitera, korisnici usluga Radio-difuznog centra na kraju 2021. godine bili su: 20 lokalnih radio i TV stanica, 6 komercijalnih TV stanica, 35 komercijalnih radio-stanica, što odgovara broju korisnika sa kraja 2020. godine.²⁵

Filmski centar, na osnovu Zakona o kinematografiji, saraduje sa komercijalnim emiterima televizijskih programa sa nacionalnom pokrivenošću.

²⁵ Radio-difuzni centar d.o.o. Podgorica, *IZVJEŠTAJ O POSLOVANJU za 2021. godinu*, str. 29 i *IZVJEŠTAJ O POSLOVANJU za 2020. godinu*, str. 33. Izveštaji dostupni na linkovima : <http://rdc.co.me/wp-content/uploads/2023/01/izvjestaj-o-poslovanju-radio-difuznog-centra-doo-podgorica-za-2021-godinu-sa-izvjestajem-nezavisnog-revizora-i-predlog-odluke-o-pokricu-gubitaka-za-2021-godinu-bez-rasprave.pdf> i <http://rdc.co.me/wp-content/uploads/2021/11/izvjestaj-o-poslovanju-radio-difuznog-centra-doo-za-2020-godinu-sa-izvjestajem-nezavisnog-revizora-i-predlogom-odluke-o-utvrdivanju-raspodjele-dobiti-za-2020-godinu.pdf>.

ANALIZA STANJA

Crna Gora je prvi Zakon o medijima, koji je bio na tragu standarda razvijenih demokratija za povoljno okruženje za rad slobodnih medija, donijela 2002. godine. Od tada su zakoni koji regulišu rad medija (Zakon o medijima, Zakon o nacionalnom javnom emiteru RTCG i Zakon o elektronskim medijima) mijenjani i dopunjavani sa obrazloženjem da je potrebno usklađivanje sa preporukama EU i Savjeta Evrope. Formalno, u značajnom dijelu je to bilo tako (posljednji put u julu 2020. godine), ali je praksa pokazivala favorizovanje vlasti lojalnih medija i, s druge strane, ekonomsko iscrpljivanje kritički nastrojenih medija. Uporedo, u posljednjih 18 godina desili su se brojni napadi na novinare/ke od kojih je većina ostala nerasvijetljena, a ekonomsko-socijalni položaj novinara/ki je ostao nezadovoljavajući. Prema posljednjim podacima Ministarstva kulture i medija, u Crnoj Gori postoji 182 registrovana, evidentirana i aktivna medija, tj. oni koji su upisani u Evidenciju medija. Ovaj ukupan broj nije konačan jer postoje internetske publikacije²⁶ koje objavljuju određeni sadržaj, stalno ili povremeno, ali nijesu upisane u evidenciju medija jer upis, po važećem zakonu, nije obavezan. U tabeli dolje dati su registrovani mediji u Crnoj Gori podijeljeni po kategorijama.

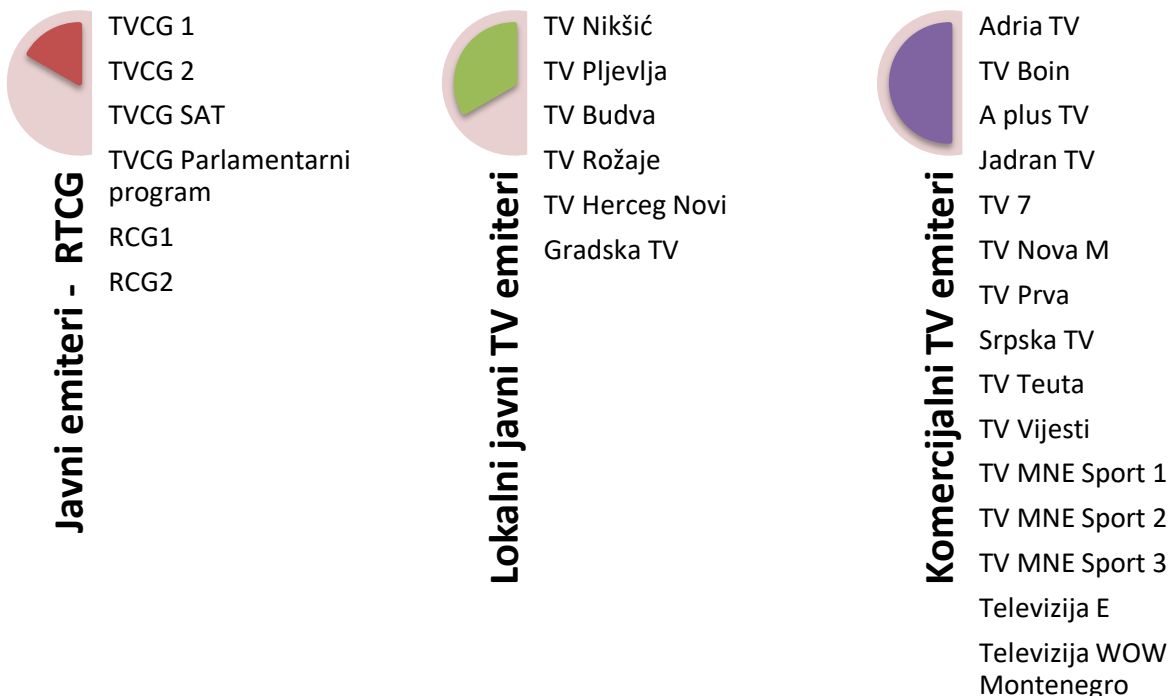


Tabela 5. Emiteri televizijskih programa

²⁶ Kao npr. dva relativno uticajna portala, IN4S i Aktuelno.



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

Tabela 6. Štampani mediji

	Lokalni javni radio emiteri	Radio Andrijevića Radio Berane Radio Bijelo Polje Radio Budva Radio Cetinje Radio Danilovgrad Radio Herceg Novi Radio Kotor Radio Nikšić Radio Pljevlja Radio Tivat Radio Ulcinj Radio Bar Radio Rožaje Gradski radio
	Komercijalni radio emiteri	Radio Adriatic Radio Star FM Srpski Radio Radio D Radio D Plus Radio Dux Radio Jupok Radio Plus Radio Zeta Radio Krš Radio Petnjica Radio Teuta Mag Radio EL Radio
		Radio Antena M Radio S3 A Plus Radio Radio S Radio DRS Radio Elita TDI Radio PLAY Montenegro Radio 083 City Radio Radio Titograd Elmag Radio Radio Mojkovac Arena radio
	Neprofitni radio emiteri	Radio Fatih Radio Homer Radio Svetigora

Tabela 7. Radio emiteri



Internetske publikacije

Elita	Portal Bar	Portal Podgorica	Portal Danilovgrad	Portal Herceg Novi
Crnogorski portal	Eco portal	Fenjer TV	Kombinat	Bar info
Portal Kolašin	Portal Budva	Feral Bar	Portal Luča	Portal SjeverCG
Analitika	Sportski.me	Dan Portal	Glas Mrkojevića	Avioportal
Portal Ulcinj	Portal Tivat	Portal Nikšić	Portal Pljevlja	Portal Mojkovac
FOS Media	Portal Berane	Mne Sport	Berane online	Makanje
Onogošt	Sportfem	Dnevne	Borba	Espona (Nova sloboda)
Portal Mina	Glas Zabjela	Standard	Ul-info	Vijesti Online
Novine sjevera	Lupa	Gracija	Volim Podgoricu	www.caffe montenegro.me
Fokalizator	Portal Press	Jedro portal	Radiopetnjica.me	Kolašinski pogledi
Radio Kotor portal	Bruškin radio portal	Radio Titograd portal	Bar info	Pobjeda
CDM	Etos	Montenegro.me	Romanet	TV Boin portal
PV Novine portal	Bankar.me	Slobodna riječ	Dnevno portal	Normalizuj.me
PV Informer	PR Centar	Lopta	Volim Danilovgrad	Glas Žabljaka
Vijesti iz Bijelog Polja	Čitaj između redova	Portal Press Portal	Slobodna riječ	Pljevaljske novine
Investitor	Kolektiv.me	Cetinjski list	Raskrinkavanje	Pogled.me
Mediabiuro	Seljak.me	Portal CIN-CG	Roditelji.me	Libertas
Novski portal	Radio Elita portal	Organizacija KOD	Novine Nikšića	Portal Kotor
Lozen	Alo online	Avlija	Fashion mood	Srpska 24
Penzioneri	Fashion mood	Portal Novski	Portal radio Skala	Dijaspora. news
Montenegro.me	Avio portal	Portal Antena M	Biznis CG	Mir i Teuta
Boka news	MNE Magazin	Research and Inovation in Sport and Health Industry		
Primorski	Peripetija.me	A plus portal	Zrcalo.me	Portal Časopisa Prostor
Mladi Rožaje	Najnovije.me			

Tabela 8. Internetske publikacije

Crnogorska medijska scena je veoma šarolika, pri čemu je izražena oštra polarizacija između većine medija shodno njihovim uređivačkim politikama. Mediji u Crnoj Gori se već niz godina bore da opstanu na tržištu, tako da je zbog nepovoljne finansijske situacije država intervenisala nekoliko puta u posljednjih 10 godina. Situaciju je pogoršala ekonomska kriza usljed pandemije koronavirusa, a ona je naročito bila teška u lokalnim javnim emiterima i komercijalnim medijima. Komercijalni mediji ukazuju na nelojalnu konkurenciju na tržištu. Ovo je kao posljedicu proizvelo zarade novinara/ki na niskom nivou, nedostatak istraživačkog novinarstva i tema od javnog interesa u izvornoj produkciji medija, te opasnost da mediji budu zloupotrijebljeni kao "oglasne table" političkih i drugih centara moći. Dodatno, od 2014. godine civilni sektor ukazuje na nedosljednosti AEM-a u primjeni Zakona o elektronskim medijima, koje se odnose na gomilanje dugova pojedinih emitera zbog neplaćanja godišnjih naknada

za emitovanje, čime su emiteri koji uredno izmiruju svoje obaveze dovedeni u neravnopravan položaj, što u konačnom podstiče nelojalnu konkurenciju i podriva javni interes.²⁷

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

Prema Indeksu medijskih sloboda RSF-a za 2022. godinu, Crna Gora je na 63. mjestu od 180 zemalja u svijetu²⁸. To je napredak za 41 poziciju u odnosu na 2021. godinu. Ipak, u obrazloženju RSF-a se ističe da „*Crnogorski ustav i zakoni garantuju slobodu govora i izražavanja, ali sloboda štampe i dalje je ugrožena političkim miješanjem, nekažnjenim napadima na novinare/ke i ekonomskim pritiscima.*”

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

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

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

U dokumentu Evropske komisije – Izvještaj za Crnu Goru za 2022. godinu, navedeno je da se u oblasti slobode izražavanja Crna Gora postigla određeni nivo pripreme u ovoj oblasti. Tokom izvještajnog perioda, Crna Gora je generalno postigla ograničen napredak u pogledu slobode izražavanja, dok je određeni napredak postignut u medijskom zakonodavstvu.²⁹

U pogledu javnog medijskog servisa Crne Gore, u Izvještaju za Crnu Goru za 2022. godinu³⁰, konstatovano je da je „*Vlada u novembru 2021. odlučila da Skupštini podnese nekoliko nacrtu zakona koji su predložili da se ukinu fiksna budžetska izdvajanja koja su zakonom zagarantovana za nekoliko*

²⁷ Goran Đurović, *ANALIZA SPROVOĐENJA ZAKONSKE REGULATIVE U OBLASTI ELEKTRONSKIH MEDIJA I RADA AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE*, Media centar, Podgorica, 2022. godine, str. 8-9 i 11.

²⁸ Reporters without borders, MONTENEGRO, <https://rsf.org/en/country/montenegro>. Pristupljeno 1.11.2024. godine.

²⁹ EUROPEAN COMMISSION, Montenegro 2022 Report, str. 6.

³⁰ Isto, str. 38.

institucija, uključujući RTCG. Odluku je kritikovala Evropska radiodifuzna unija kao ozbiljno narušavajući upravnu, upravljačku i finansijsku nezavisnost RTCG. Na kraju je Ministarstvo finansija najavilo da će nacrti zakona biti privremeno povučeni do dodatnih konsultacija sa relevantnim zainteresovanim stranama".

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

Jedan od njih je obustava prakse da Vlada selektivnim netransparentnim finansiranjem putem oglašavanja vrši neprimjereni uticaj na medijsko tržište. To potvrđuju izvještaji NVO Centra za građansko obrazovanje³¹, koji ukazuju da je takvo finansiranje služilo da se nagrade mediji koji su naklonjeni Vladi, dok su sredstva uskraćena medijima koji preispituju zvanične politike i prakse.

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

Prema najnovijem izvještaju Freedom Hausa (*Freedom House*) za 2023. godinu³², Crna Gora je ocijenjena kao djelimično slobodna zemlja i našla se na 67. poziciji. Istu poziciju zauzela je i u 2022. godini. U odnosu na 2021. godinu, Crna Gora je napredovala četiri mjesta, kada je zauzimala 63. poziciju.

Sa ciljem dublje analize stanja u sektoru medija u Crnoj Gori, a sa ciljem sagledavanja unutrašnjih i spoljnih faktora koji utiču na sprovođenje rezultata ove javne politike, pristupilo se izradi PESTLE i SWOT analize (grafici dolje) kako bi se dalje konkretno identifikovali problemi u sektoru medija.

PESTLE analizom su se analizirali politički, ekonomski, socijalni, tehnološki i pravni faktori, kao i faktori koji utiču na okolinu. Ovom analizom se postiglo bolje razumijevanje postojećih okolnosti u različitim oblastima, te su se umanjili potencijalni rizici u sprovođenju ovog strateškog dokumenta.

SWOT analizom se ukazalo na spoljašnje i unutrašnje okruženje u oblasti medija kao javne politike, tj. identifikovane su snage i slabosti, kao i mogućnosti i prijetnje u okruženju.

³¹ Centar za građansko obrazovanje, *Jednake šanse za sve medije u Crnoj Gori izvještaj za 2021.*, Podgorica, 22, str. 8.

³² Freedom House, *FREEDOM IN THE WORLD 2023, Montenegro*, <https://freedomhouse.org/country/montenegro/freedom-world/2023>, Pristupljeno 4.4.2023. godine.



Tabela 7. PESTLE analiza

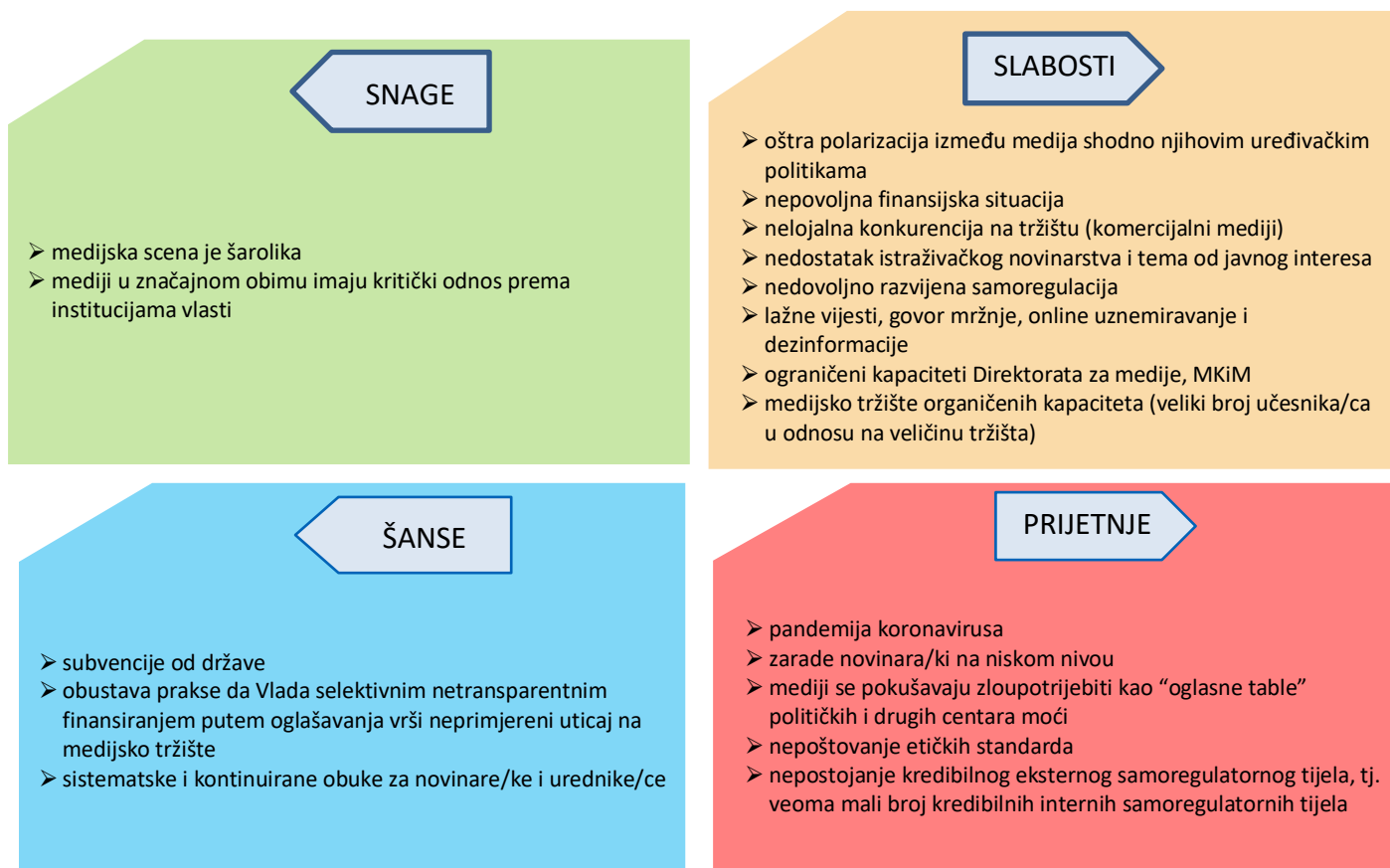


Tabela 8. SWOT analiza

Analiziranjem medijske scene u Crnoj Gori, kroz PESTLE i SWOT analizu, identifikovan je veliki broj izazova sa kojim se kreatori politika u ovome sektoru susrijeću, ali i nedostataka u radu javnih i komercijalnih emitera, te potencijalnih prilika za eliminisanje rizika koji su identifikovani.

Usljed evidentne veze između prilika u državi i medijima, česti su pokušaji političkog uticaja, a nestabilni politički ambijent može da uspori usvajanje relevantnih normativnih okvira, koji za cilj imaju poboljšanje kvaliteta ukupne medijske scene. Sljedeći faktor koji umnogome utiče na rad emitera su i ekonomski činiooci, a posebno se ovo odnosi na budžetska sredstva namijenjena za medije, kao i različite tipove subvencija. Dodatno, niski koeficijenti zarada, upotreba različitih instituta zapošljavanja novinara/ki i ostalih radnika/ca sa neizvjesnim dugoročnim angažovanjem, osnovni su socijalni faktori koji utiču na ovu javnu politiku. Ograničen tehnološko-tehnički napredak emitera, posebno javnih emitera, predstavlja još jedan rizik nekonkurentnosti na crnogorskom i regionalnom tržištu. Takođe, ograničeni kapaciteti insitutcija koje kreiraju i sprovode ovu javnu politiku otežavaju brži i efikasniji napredak u ovome sektoru. „Potrebni su trajni naponi da se suprotstavi dezinformacijama i da se ograniče efekti online uznemiravanja i govora mržnje, bez nesrazmjernog ograničavanja slobode

*izražavanja.*¹³³ Stoga, ovaj strateški dokument, uzimajući u obzir gore navedene rizike i prijetlje, ali i snage i šanse, uz urađenu prioretizaciju identifikovanih problema i rizika, a oslanjajući se na dostupne ljudske i finansijske kapacitete, kao i imajući na umu vremensku odrednicu (5 godina trajanja strateškog dokumenta) definiše 7 strateških ciljeva, koji su razrađeni operativnim ciljevima, indikatorima učinka i ciljanim rezultatima. Takođe, sastavni dio ovog dokumenta je Akcioni plan za period 2023-2024, sa nizom aktivnosti, indikatorima rezultata, nadležnim tijelima za sprovođenje mjera i budžetom.

³³ EUROPEAN COMMISSION, Montenegro 2022 Report, str. 6.

STRATEŠKI CILJ I – POBOLJŠAN KVALITET INFORMISANJA GRAĐANA/KI I UNAPRIJEĐENA MEDIJSKA PISMENOST

Stanje u oblasti

Upoređujući strukturu Prvog i Drugog programa Radija Crne Gore, po vrsti sadržaja, informativni program predstavlja dominantnu karakteristiku RCG1³⁴, dok Radio 98 ima strukturu specijalizovanog muzičkog programa. Po vrsti sadržaja, a prema posljednjoj Analizi programske strukture Nacionalnog emitera Radio Televizija Crne Gore, za period 05.12-11.12.2022. godine³⁵ u Prvom programu Radija Crne Gore u ukupno emitovanom programu dominira informativni sadržaj sa učešćem od oko 31% u nemuzičkom programu. U istoj analizi, konstatovano je veoma malo „dokumentarnih, obrazovnih i sadržaja namijenjenih djeci.“ Analizirajući količinu informativnog programa mora se imati u vidu da je ona determinisana zakonskom obavezom. Informativni program uglavnom čine kratke emisije (do 10 minuta) sa vijestima iz zemlje i svijeta, sadržajno i formalno odvojene od ostalog programa i prepoznatljive kao „klasičan“ informativni program. Količinu ove vrste programa uvećavaju emisije kolažnog tipa koje predstavljaju mješavinu informativnog sadržaja (dominantno servisnih i drugih informacija) i muzike. Informativni sadržaji se reemituju kod značajnog broja emitera. Treba imati u vidu da reemitovanje informativnog programa, često iz istog izvora, ne doprinosi pluralizmu i raznovrsnosti ove vrste sadržaja.

U lokalnim javim radio emiterima po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu dominiraju informativni i zabavni sadržaji, dok je najmanje sadržaja namijenjenih djeci.³⁶

Radijske programe komercijalnih emitera karakteriše uniformisanost. Programi su orijentisani na zadovoljenje potreba slušalaca/teljki za zabavom i informativnim sadržajem, što je preovladajuća forma radijske ponude³⁷. Svega nekoliko komercijalnih emitera se obraća specifičnim grupama slušalaca/teljki i odstupa od preovladavajuće forme radijskih programa. Kratak i sažet informativni program uglavnom je oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija.³⁸ Informativni program je veoma slično koncipiran (uglavnom oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija). Oslonjenost na agencijske vijesti utiče na smanjenje količine lokalnih informacija.. Prosječni emiter komercijalnog radijskog programa, , na sedmičnom nivou emituje program koji sadrži 71% muzike i 29% sadržaja različite vrste (po kategoriji, žanru ili produkcijskom izvoru). To pokazuje rast učešća nemuzičkih sadržaja u odnosu na 2020. godinu, kada je zabilježeno da su ovi programi, u prosjeku imali 80% muzike i 20% sadržaja

³⁴ Agencija za elektronske medije, *ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE NACIONALNOG EMITERA RADIO TELEVIZIJA CRNE GORE*, Broj: 02 – 2250, Podgorica, 30.12.2022.godine, str. 12.

³⁵ *Isto*, str.

³⁶ Agencija za elektronske medije, *IZVJEŠTAJ O RADU AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE ZA 2021. GODINU*, str. 21.

³⁷ Agencija za elektronske medije, *ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE KOMERCIJALNIH RADIO EMITERA*, Broj: 02 – 1475 Podgorica, 29.12.2021.godine, str. 6.

³⁸ Agencija za elektronske medije, *ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE KOMERCIJALNIH RADIO EMITERA*, str. 5.

različite vrste. Od različitih nemuzičkih sadržaja, 95% predstavlja sopstvena produkcija. Reemitovani program ima učešće od 4% a kupljeni sadržaj 1%. Posmatrano po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju zabavne emisije i informativni sadržaji, dok je najmanje sadržaja namijenjenog djeci i sportskog sadržaja.³⁹

Kod neprofitnih radijskih emitera po vrsti emitovanog nemuzičkog sadržaja zastupljenog u cjelodnevnom programu, dominiraju dokumentarno-obrazovni, informativni i kulturno-umjetnički program, i, dok je najmanje sadržaja namijenjenog djeci, zabavnog i sportskog sadržaja.⁴⁰

Po produkcijskom izvoru, u ukupno emitovanom programu TVCG1 dominantna je sopstvena produkcija (53.22%). Kupljeni program ima učešće od 23.18% ukupno emitovanog programa, dok reemitovanog sadržaja nema.⁴¹

U lokalnim javnim televizijskim emiterima po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 37% ukupno emitovanog sadržaja. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu (u prosjeku oko 24%) i odlikuje se klasičnim informativnim sadržajima sa značajnim učešćem lokalnih informacija. Kulturno-umjetnički program (od čega većinu čini filmski i serijski program) u prosjeku čini 19% ukupno emitovanog programa. Dokumentarno-obrazovni program ima prosječno učešće od 7% ukupno emitovanog programa. Sadržaja za djecu na programu lokalnih javnih televizijskih emitera ima malo, u prosjeku 2%. Učešće sportskog programa u ukupno emitovanom programu u prosjeku iznosi manje od 2%.⁴²

Kod komercijalnih televizijskih emitera sa nacionalnom pokrivenošću po vrsti sadržaja dominira filmski i serijski program - u prosjeku 34 % ukupno emitovanog sadržaja. Informativni program zauzima značajno mjesto u ukupno emitovanom programu, u prosjeku oko 24%, dok zabavni program zauzima oko 22 % ukupno emitovanog vremena. Dokumentarno-obrazovni program u prosjeku čini nešto više od 3% ukupno emitovanog programa. Sportskih sadržaja na programu posmatranih emitera televizijskih programima malo, oko 3%. Sadržaja za djecu na programu posmatranih televizija ima malo, nešto manje od 2% u prosjeku.⁴³ Kod komercijalnih televizijskih emitera sa regionalnom pokrivenošću po vrsti sadržaja dominira zabavni program, u prosjeku 56% ukupno emitovanog sadržaja. Dominantnu vrstu zabavnog sadržaja, koja se emituje na programu posmatranih TV emitera, čini emitovanje muzičkih spotova, kao i tzv. *intermezzo* sadržaji (panoramski snimci prirode). Informativni program zauzima oko 15 % u ukupno emitovanom programu. Kulturno-umjetnički program u prosjeku čini oko 12% ukupno emitovanog vremena. Dokumentarno-obrazovni program u prosjeku čini oko 8% ukupno emitovanog programa. Sadržaja za djecu u programu posmatranih televizija ima veoma malo,

³⁹ Isto, str. 3-6.

⁴⁰ Agencija za elektronske medije, *INFORMACIJA O POŠTOVANJU USLOVA IZ IZDATOG ODOBRENJA – NEPROFITNI EMITER*-, str. 3.

⁴¹ Agencija za elektronske medije, *ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE NACIONALNOG EMITERA RADIO TELEVIZIJA CRNE GORE*, str. 3.

⁴² Agencija za elektronske medije, *ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE LOKALNIH JAVNIH TV EMITERA*, str. 12.

⁴³ Agencija za elektronske medije, *ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE KOMERCIJALNIH TV EMITERA SA NACIONALNIM POKRIVANJEM*, Broj: 02 – 2251 Podgorica, 30.12.2022.godine, str. 8.

oko 2% u prosjeku, te većina sadržaja namijenjenog najmlađoj publici predstavljaju crtani filmovi. Sportskih sadržaja na programu posmatranih televizija imanajmanje, nešto više od 1%.⁴⁴

Analizom AEM-a programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem⁴⁵, koja je urađena na osnovu podataka dobijenih monitoringom programskih sadržaja emitovanih u periodu 19.- 25.06.2021. godine u periodu od 00 do 24 časa, u pogledu ispunjenosti odobrenja za emitovanje utvrđeno je:

Naziv emitera	Ostvarena sopstvena produkcija	Odobrenje za emitovanje
TVCG1	41,26%	52,39%
TV Vijesti	33,37%	26,28%
TV Prva	6,93%	18,15%
TV Nova M	26,02%	13,50%

Analizom AEM-a programske strukture lokalnih javnih emitera koja je urađena na osnovu podataka dobijenih monitoringom programskih sadržaja emitovanih u periodu 01.-07.10.2021. godine u periodu od 00 do 24 časa, u pogledu ispunjenosti odobrenja za emitovanje utvrđeno je:

Naziv emitera	Ostvarena sopstvena produkcija	Odobrenje za emitovanje
Gradska televizija	45,46%	40%
Televizija Budva	14,90%	31,15%
Televizija Nikšić	19,01%	26,90%
Televizija Pljevlja	12,27%	19,11%
Televizija Rožaje	15,71%	34,97%
Televizija Herceg Novi	22,89%	27,93%

Analizom AEM-a programske strukture komercijalnih TV emitera sa regionalnim pokrivanjem, koja je urađena na osnovu podataka dobijenih monitoringom programskih sadržaja emitovanih u periodu 01.-07.11.2021. godine u periodu od 00 do 24 časa, u pogledu ispunjenosti odobrenja za emitovanje utvrđeno je:

Naziv emitera	Ostvarena sopstvena produkcija	Odobrenje za emitovanje
Adria TV	22,60%	23,61%
TV Boin	10,39%	18,45%
TV Corona	10%	82%
Jadran TV	0%	31,65%
TV 7	27,76%	46,83%

⁴⁴ Agencija za elektronske medije, ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE KOMERCIJALNIH TV EMITERA SA REGIONALNIM POKRIVANJEM, Broj: 02 – 1591 Podgorica, 10.10.2022.godine, str. 13.

⁴⁵ Goran Đurović, ANALIZA SPROVOĐENJA ZAKONSKE REGULATIVE U OBLASTI ELEKTRONSKIH MEDIJA I RADA AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, str. 14-16.

Srpska TV	13,02%	14,63%
TV SUN	1,68%	37,50%
TV Teuta	26%	26,84%

Prema istraživanju koje je, za potrebe Medijske asocijacije Jugoistočne Evrope (MASE), sproveo DeFacto consultancy 2021. godine na reprezentativnom uzorku 1.000 ispitanika/ca, svaki dan novine kupuje svega 7,3% građana/ki, 6,7% više puta sedmično, 16,2% nekoliko puta mjesečno, dok 68,7% uopšte ne kupuje dnevne novine. Na pitanje *Šta bi bila motivacija da građani/ke više kupuju dnevnu štampu*, 40,3% njih navodi da sadržaj mora biti zanimljiviji, 39,3% smatra da u dnevnoj štampi mora imati više kupona i poklona, 36,2% navodi da bi to bila niža cijena, 34,1% govori o dodacima uz novine kao stimulaciju da se one više kupuju, 32,8% je tražilo više istraživačkih priča, 22,50% više kolumni, nešto manje od toga više analitičkih tekstova, 5,7% navodila ih ništa ne bi podstaklo da kupuje dnevnu štampu i 4,10% navodi druge razloge. Prema rezultatima istraživanja, vijesti iz države, lokalne vijesti i ekonomija prednjače u onome što građani/ke Crne Gore smatraju relevantnim sadržajima u štampanim medijima. Vijesti iz svijeta, društvene teme i obrazovanje, zabavni sadržaji, politička dešavanja se nalaze po sredini. Cifre su nešto lošije kada govorimo o kulturi, sportu, dodacima, koji imaju nižu relevantnost za čitaoce, dok se čitulje i crna hronika nalaze na dnu ljestvice onoga što većina čitalaca dnevne štampe smatra relevantnim.

Fond za podsticanje pluralizma i transparentnosti medija je institut uveden važećim Zakonom o medijima, sa ciljem finansiranja projekata u oblasti informisanja, posredstvom kog se obezbjeđuju finansijska sredstva za pružanje javnih usluga, odnosno objavljivanje sadržaja od javnog interesa. ZoM u članovima 17-23 propisuje za koje medijske sadržaje je namijenjen, način i visinu finansiranja Fonda, način raspodjele sredstava, finansiranje operativnih troškova različitih mehanizama samoregulacije, prioritetne oblasti za koje se finansiraju medijski sadržaji, vođenje evidencije o dodjeljenim sredstvima, obaveza donošenja podzakonskih akata u cilju propisivanja kriterijuma za dodjelu sredstava i njihovog korišćenja, rokove za dostavljanje izvještaja o realizaciji projekta i obavezu namjenskog korišćenja sredstava. U 2021. godini kroz Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija dodijeljen je 31 grant. Prosječno dodijeljen grant ima 28 emisija (bez repriza) sa prosječnom dužinom trajanja emisije od 36 minuta. Ukupna minutaža podržanih grantova iznosi 31.350 minuta ili 523 sata programa⁴⁶. U 2022. godini ukupna produkcija u štampanim medijima sa sadržajem od javnog interesa je planirana da bude ukupno 1.700 tekstova. U okviru javnih konkursa za dodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i transparentnosti medija tokom posljednje dvije godine nije posebno prepoznata rodna ravnopravnost kao jedna od tema konkursa.

Crna Gora je, kao i ostatak svijeta, sa napretkom tehnologije i demokratizacijom medija u posljednjih nekoliko godina, suočena sa porastom govora mržnje, propagande i dezinformacija u javnom prostoru. Demokratski deficiti, nepovjerenje u institucije i procese, politička nestabilnost, podijeljena

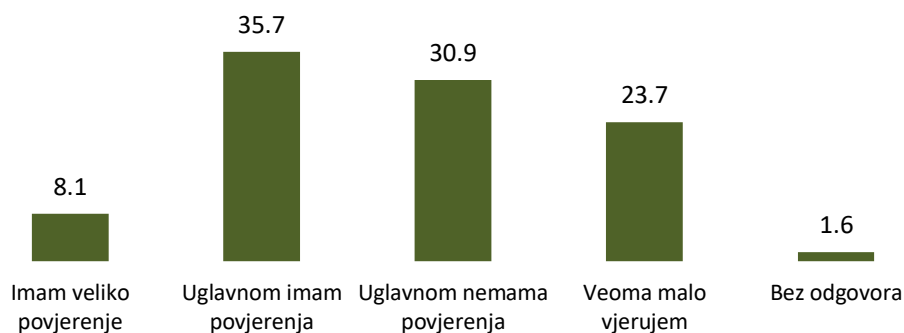
⁴⁶ Agencija za elektronske medije, IZVJEŠTAJ O RASPODJELI SREDSTAVA IZ FONDA ZA PODSTICANJE PLURALIZMA I RAZNOVRNOSTI MEDIJA NAMIJENJENIH KOMERCIJALNIM I NEPROFITNIM ELEKTRONSKIM MEDIJIMA ZA 2021. GODINU, str. 7.

medijska zajednica, ranjivost na strane uticaje – sve su to problemi koji otežavaju borbu sa dezinformacijama i propagandom. Osim toga, istraživanja iz godine u godinu⁴⁷ pokazuju da je Crna Gora zajedno sa susjednim državama sa Balkana na začelju evropske rang liste kada je u pitanju medijska pismenost. Važećim Zakonom o medijima govor mržnje je predmet hitnog sudskog postupka, ali samo na zahtjev nadležnog/e tužioca/teljke. To se smatra manjkavošću tog zakona jer se u praksi taj mehanizam slabo ili nimalo ne koristi, te se čini nužnim i zainteresovanoj strani, koja je žrtva govora mržnje, dati mogućnost da pokrene hitno sudsko odlučivanje. Takođe, govor mržnje nije u Krivičnom zakoniku zastupljen kao posebno krivično djelo.

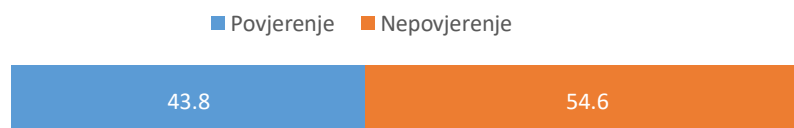
Platforma za provjeru činjenica Raskrinkavanje.me, koju je pokrenula NVO Centar za demokratsku tranziciju (CDT) je u trogodišnjem periodu svoga rada na analizi i raskrinkavanju dezinformacija objavila oko 1.000 analiza, u kojima je analizirano preko 5.000 sumnjivih ili lažnih informacija i objava, i obuhvaćeno je više od 600 medija koji imaju publiku u Crnoj Gori. Centar za demokratiju i ljudska prava – CEDEM je u okviru projekta „Jačanje kapaciteta lokalnih medija za izvještavanje o ljudskim i manjinskim pravima“, a uz podršku ambasade SAD u Podgorici, sproveo istraživanje na temu medija i medijskih sloboda u decembru 2020. godine⁴⁸.

Za potrebe ovog dokumenta dajemo pregled rezultata ovog istraživanja:

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



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

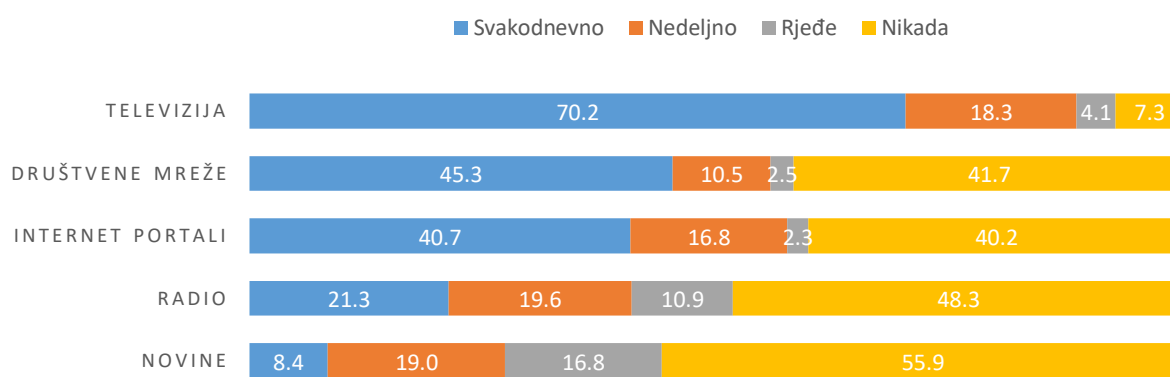


⁴⁷ Open Society Institute – Sofia, Media Literacy Index 2021, dostupno na : <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>

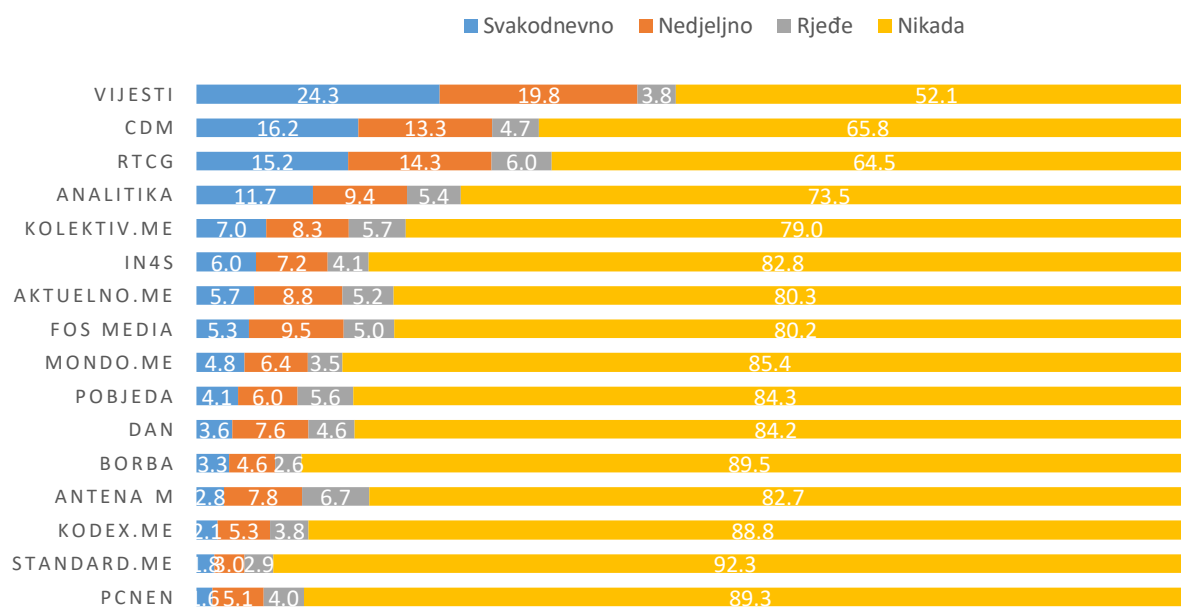
⁴⁸ Izvještaj je dostupan na sljedećem linku : <https://www.cedem.me/wp-content/uploads/2022/02/Izvjestaj-za-medije-FINAL-small.pdf>.

Podaci ukazuju da se najučestalije prati TV, a potom slijede društvene mreže i internetske publikacije.. Značajno ređe se prati radio, dok se u najmanjoj mjeri prate novine.

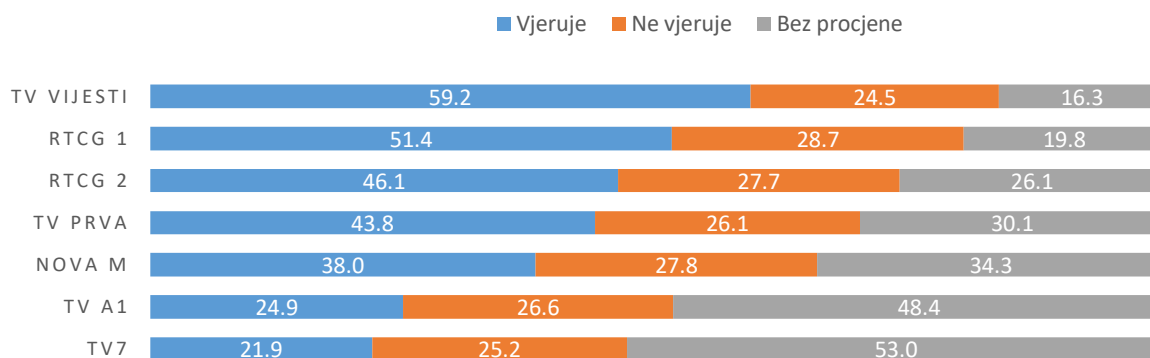
Učestalost praćenja medija - %



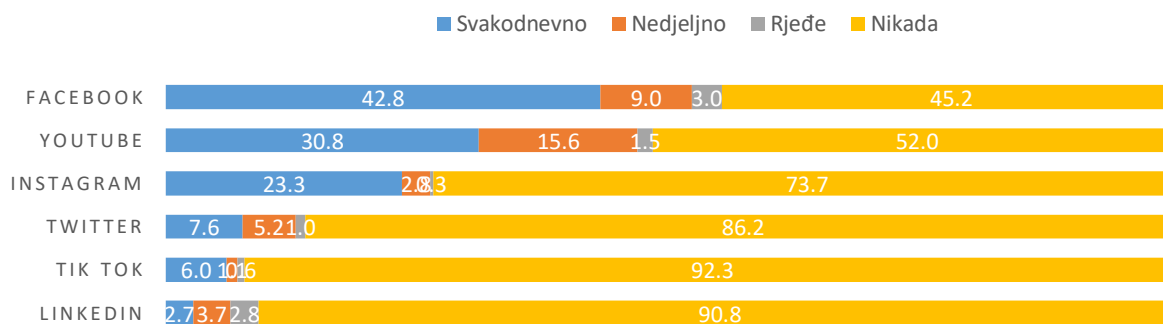
Učestalost praćenja internet portala po kategorijama - %



Povjerenje u informacije na TV stanicama



Učestalost praćenja društvenih mreža po kategorijama - %



Iz priručnika Akcije za ljudska prava (HRA) pod nazivom „Suzbijanje govora mržnje evropski standardi i praksa“ iz januara 2022. godine⁴⁹, a vezano za govor mržnje u medijima i na društvenim mrežama, u 2021. godini evidentirano je ukupno 10 slučajeva govora mržnje. Međutim, od strane nadležnih institucija, nijesu svi slučajevi u konačnom okvalifikovani kao govori mržnje ili su počinioci oslobođeni prekršajne i/ili krivične odgovornosti. Neki slučajevi još nijesu pravosnažno riješeni. U jednom istraživanju Instituta za medije „Govor mržnje i dezinformacije u Crnoj Gori u propisima i u praksi“⁵⁰, je navedeno da je „između novembra 2019. godine i aprila 2021. godine, policija pokrenula 64 slučaja koji se odnose na izazivanje nacionalne, vjerske i rasne mržnje, izazivanje panike i nereda i ugrožavanje bezbjednosti na internetu.“ „Podaci koje su objavili mediji, pokazuju da je između marta 2020. godine i januara 2021. godine, do sudova stiglo 13 predmeta. „U aprilu (2021. godine) su izrečene zatvorske kazne protiv dvije osobe pod optužbom da su podsticale nacionalnu, rasnu i vjersku mržnju. U maju i junu po istoj optužbi osuđene su četiri osobe, od kojih su tri poslate u zatvor, a četvrta je uslovno osuđena. Prema podacima Zaštitnika ljudskih prava i sloboda zabilježen je trend porasta pritužbi zbog

⁴⁹ Akcija za ljudska prava (HRA), *Suzbijanje govora mržnje evropski standardi i praksa, Priručnik*, Podgorica, 2022.

⁵⁰ Milica Bogdanović, *GOVOR MRŽNJE I DEZINFORMACIJE U CRNOJ GORI U PROPISIMA I U PRAKSI*, Institut za medije Crne Gore, Podgorica, SEENPM, Tirana i Mirovni institut, Ljubljana, Podgorica, 2021, str. 8-9.

govora mržnje. U 2019. godini zbog govora mržnje na nacionalnoj osnovi podnesena je jedna pritužba, 2020. sedam, a do septembra 2021 – 13 pritužbi, od čega sedam na nacionalnoj osnovi, tri zbog pola, promjene pola ili rodnog identiteta i po jedna po osnovu političkog ili drugog mišljenja, pripadnosti grupi i „drugog ličnog svojstva“. Češće od formalno podnesenih pritužbi, ova institucija ima obraćanja građana/ki s upitima koje mehanizme mogu iskoristiti da bi što prije bio uklonjen neki komentar koji prepoznaju kao govor mržnje na društvenim mrežama ili portalima, budući da su oni dominantno izvorište govora mržnje."

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

- i. Analiza programske strukture lokalnih javnih TV emitera –novembar 2022⁵¹, u kojoj se navodi da na programu lokalnih javnih televizijskih emitera nema sadržaja posebno prilagođenim osobama sa invaliditetom.
- ii. Analiza programske strukture nacionalnog emitera RTCG – novembar 2021⁵², u kojoj se navodi:

- a. TVCG:

Na TVCG1 emituje se jedan programski sadržaj prilagođen osobama sa invaliditetom, dok TVCG2 nema ovakve sadržaje. Na albanskom jeziku se emituje informativna emisija "Lajmet" (radnim danima i prosječnog trajanja od 10 minuta), kao i sedmična, jednočasovna, emisija "Mozaiku". TVCG2 nema sadržaje na jezicima nacionalnih manjina. Takođe je emitovan sadržaj na romskom jeziku "Savore", u trajanju od 23 minuta.

Agencija za elektronske medije (AEM) sprovela je u periodu 19.-25.06.2021. godine redovni monitoring strukture programskih sadržaja emitera sa nacionalnom frekvencijom (<https://aemcg.org/obavjestenje/izvjestaji-o-monitoringu/>) i konstatovala da je u posmatranom periodu TVCG1 proizvela 41,26% sopstvene produkcije, što je manje u odnosu na izdato odobrenje od 52,39%.

- b. Radio CG

Na RCG1 na albanskom jeziku se emituje informativna emisija "Vijesti" (radnim danima i prosječnog trajanja od 5 minuta), "Dnevnik" (radnim danima i prosječnog trajanja od 20 minuta) kao i sedmična, jednočasovna, emisija.

RCG2/Radio 98 nema sadržaje na jezicima nacionalnih manjina

⁵¹ AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE LOKALNIH JAVNIH TV EMITERA br. 02 – 1985 od 01.12.2022. godine, str. 12, dostupno na :<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/12/02-1985-Analiza-programske-strukture-lokalnih-javnih-TV-emitera-novembar-2022.pdf>.

⁵² AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE NACIONALNOG EMITERA RADIO TELEVIZIJA CRNE GORE, br. 02 – 1178 od 10.11.2021.godine, dostupno na: <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2021/11/Analiza-programske-strukture-nacionalnog-emitera-RTVCG.pdf>.

- iii. Analiza programske strukture komercijalnih radio emitera – februar 2023⁵³, u kojoj nijesu obrađeni navedeni podaci, ali je konstatovano da se radijskim programom zadovoljavaju prije svega potrebe slušalaca za muzičkim sadržajem.
- iv. Informacija o poštovanju uslova iz izdatog odobrenja - neprofitni emiteri – april 2022⁵⁴, u kojoj se navodi:
 - a. Saglasno izdatim odobrenjima, dva neprofitna emitera emituju program specijalizovan za ispunjenje informativnih, obrazovnih, naučnih, stručnih, umjetničkih, kulturnih i drugih potreba određenih društvenih grupa ili zajednica.
 - b. Radio Homer svakodnevno emituje oko 13 sati različitih sadržaja, među kojima i sadržaje kao što su Radio roman, Radio drama, Homerov audio bioskop, kurs stranog jezika. Navedeni sadržaji su od posebnog značaja imajući u vidu da su prvenstveno namijenjeni osobama oštećenog vida i da slične programske sadržaje ne emituje ni jedna druga radijska stanica.
 - c. Radio Fatih emituje vjerski program islamske zajednice. Emitovani program sadrži emisije u kojima se obrađuju vjerske teme i pojašnjavaju vjerski propisi. Emitovani sadržaji su od posebnog značaja imajući u vidu očuvanje vjerskog identiteta islamske zajednice.

Analiza programske strukture TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem – decembar 2022⁵⁵, u kojoj se navodi da na programu posmatranih televizijskih emitera nema sadržaja posebno prilagođenih osobama sa invaliditetom, dok nema informativnih emisija na albanskom i romskom jeziku. Tokom „Neđelje ponosa“, u periodu 03.-09. oktobra 2022. godine⁵⁶, analizirane su centralne informativne emisije u programima šest televizijskih emitera sa nacionalnim pokrivanjem, na osnovu čega je objavljena Informacija o televizijskom izvještavanju tokom „Neđelje ponosa“ – oktobar 2022. godine. Gotovo 50% informacija vezanih za Paradu ponosa je objavljeno na sam dan održavanja Parade, dok je ostalih dana broj objavljenih informacija bio zanemarljivo mali. Upoređujući sa podacima prikupljenim u vrijeme održavanja Parade ponosa ranijih godina, prosječan broj priloga je veći, kao i ukupna količina objavljenih informacija. Objavljeni prilozi su bili duži i sadržajni. Prilozi su većinom bili informativnog karaktera. Značajan broj priloga imalo je zastupajući karakter, u pozitivnom ili negativnom tonu. Tema

⁵³ AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE KOMERCIJALNIH RADIO EMITERA, br. 02 – 319 od 03.02.2023. godine, str. 3, dostupno na : <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/02/Analiza-programske-strukture-komercijalnih-radio-emitera-februar-2023.pdf>.

⁵⁴ AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, INFORMACIJA O POŠTOVANJU USLOVA IZ IZDATOG ODOBRENJA - NEPROFITNI EMITERI – br.02 od 20.04.2022. godine, dostupno na : <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/05/Informacija-o-postovanju-uslova-iz-izdatog-odobrenja-Neprofitni-emiteri.pdf>.

⁵⁵ AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, ANALIZA PROGRAMSKE STRUKTURE TV EMITERA SA NACIONALNIM POKRIVANJEM, br. 02-2251 od 30.12.2022. godine, str. 8 dostupno na: <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2023/01/Analiza-programske-strukture-nacionalnih-TV-emitera.pdf>.

⁵⁶ AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, ANALIZA TELEVIJSKOG IZVJEŠTAVANJA TOKOM „NEĐELJE PONOSA“ – OKTOBAR 2022, br. 02-1746 od 24.10.2022. godine, str. 2, dostupno na : <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2022/10/Analiza-televizijskog-izvjestavanja-tokom-Neđelje-ponosa-oktobar-2022.pdf>.

je uobičajeno predstavljana uz učešće sagovornika/ca, uglavnom predstavnika/ca LGBTIQ zajednice ili nevladinih organizacija, ali i političkih predstavnika/ca, crkvenih predstavnika/ca i građana/ki.⁵⁷

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

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

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

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

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

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

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

Postojanje medijske pismenosti u crnogorskim školama je polazna osnova za Strategiju medijske pismenosti. U školama je kao izborni predmet ona uvedena u crnogorski obrazovni sistem 2009. godine.

⁵⁷ Isto, str. 7.

Crna Gora je 2018. godine postala dio Global Education Network of Europe (GENE) i u skladu sa međunarodnim preporukama Globalnog obrazovanja, urađen je set modula za II, III i IV razred srednjih škola: Savremeno odrastanje, Socijalne mreže i globalizacija i Poslovna kultura (kroz sva tri se prožimaju aspekti medijske pismenosti).⁵⁸Ove predmete su u mogućnosti da biraju učenici/e gimnazija, a od školske godine 2023./2024. biće dostupan i učenicima/ama u starijim razredima osnovnih škola (i to u sedmi, osmi i deveti razred). Problem je mali obuhvat tog predmeta, nedovoljna promocija predmeta u školama, nepostojanje kontinuirane obuke nastavnika/ca i činjenica da se ova vrsta znanja za sada samo nudi gimnazijalcima. Učenici/ce gimnazije čine 30% ukupnog broja srednjoškolaca (oko 32.000 srednjoškolaca, 11.000 ih je u gimnazijama, a izborni predmet medijska pismenost u posljednje 3 godine je u prosjeku biralo svega 200 srednjoškolaca).

Postojanjem brojnih inicijativa nevladinog sektora i kampanje “Birajmo šta gledamo” koju su sproveli Agencija za elektronske medije i UNICEF u Crnoj Gori, te radu Nacionalne koalicije za medijsku pismenost, došlo je do određenih pomaka na ovom polju. U posljednje četiri godine obuke Zavoda za školstvo je prošlo 50 nastavnika/ca osnovnih i srednjih škola, pa je zaključno sa 2020. godinom obuku Zavoda prošlo najmanje 260 profesora srednjih i osnovnih škola. Od decembra 2022. godine do danas organizovane su 4 obuke na temu medijske pismenosti u koje je bilo uključeno 100 nastavnika/ca. Kroz projekte nevladinog sektora predmet je promovisan u većini škola u Crnoj Gori, gdje su održane brojne radionice.

Na inicijativu Instituta za medije Crne Gore formirana je i Nacionalna koalicija za medijsku pismenost (Koaliciju čine predstavnici/e Zavoda za školstvo Crne Gore, Unije direktora škola Crne Gore, Ministarstva kulture i medija, Agencije za elektronske medije, univerzitetski profesori/ce, eksperti iz ove oblasti, nastavnici/e i predstavnici/e nevladinog sektora). Oni su došli do prijedloga kako da se medijska pismenost dovede na potreban nivo kada je u pitanju obuhvat učenika/ca i razvoja kompetencija kritičkog čitanja i upotrebe medija.⁵⁹

Medijska pismenost je jedini održivi, dugoročan odgovor na izazove digitalnog doba, jer na taj način svako dijete kroz školu stiče osnove medijske pismenosti i uči da koristi nove tehnologije, čime se osposobljava da nađe posao i da kao građanin/ke učestvuje u digitalnom društvu. U razvoju medijske pismenosti svoje mjesto imaju razni akteri, počev od obrazovnih institucija, medija i institucija kulture, uključujući i zakonodavne i izvršne institucije, policiju i nevladine organizacije. Medijska pismenost odnedavno je prepoznata u Zakonu o medijima i Nacrtu zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama. Zakon o medijima, u članu 20, pominje medijsku pismenost kroz Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija, pa se kao jedan od kriterijuma za dodjelu sredstava medijima navodi medijska pismenost i medijski profesionalizam. Nacrtom Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, imenuje se nadležni organ zadužen za promociju medijske pismenosti – Agencija za audiovizuelne medijske usluge.

⁵⁸ Podaci dobijeni od Centra za stručno obrazovanje.

⁵⁹ Istraživanja i kampanje UNICEFA o medijskoj pismenosti u Crnoj Gori.

Identifikovani izazovi

Radijski programi ne zadovoljavaju potrebe slušalaca/teljki za različitim vrstama programskih sadržaja. Kod većine emitera radijskih programa, kulturno-umjetnički, dokumentarno-obrazovni, sportski i dječji program se svode na po jedan sadržaj sedmično, kako bi se formalno zadovoljio zahtjev raznovrsnosti koji važi za opšti radijski program. Tematski sadržaji iz sfere sporta, kulture ili obrazovanja koji se na radiju emituju, nedostaje inovativan i zanimljiv način obraćanja slušaocima. Informativni sadržaji se reemituju kod značajnog broja emitera što ne doprinosi pluralizmu i raznovrsnosti ove vrste sadržaja. U lokalnim javnim radio emiterima najmanje je sadržaja namijenjenih djeci. Ograničen broj komercijalnih emitera se obraća specifičnim grupama slušalaca i odstupa od prevladavajuće forme radijskih programa. Kratak i sažet informativni program uglavnom je oslonjen na agencijske vijesti i portale većih medija.

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

I pored planirane ograničene (malog procenta) sopstvene produkcije javnih i komercijalnih emitera, što negativno utiče na medijski pluralizam, konstatovano je da iste nijesu realizovane u 2021. godini. Na osnovu redovnog monitoringa emitovanih programskih sadržaja, AEM je konstatovala kršenje programskih obaveza i izrekla 13 upozorenja zbog nepoštovanja programske šeme, odnosno strukture programa koja je utvrđena odobrenjem za emitovanje (čl. 58 Zakona o elektronskim medijima, člana 23 stav 2 Pravilnika o uslovima i postupku izdavanja odobrenja za emitovanje, kao i člana 11 Pravilnika o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom).⁶⁰

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

Crna Gora do sada ni u jednom strateškom dokumentu se nije bavila govorom mržnje i dezinformacijama. Izostanak saradnje i komunikacije među crnogorskim medijima, koji već duži niz godina onemogućava uspostavljanje efikasne samoregulacije, nepovoljno utiče i na borbu sa dezinformacijama i govorom mržnje. Najbolja evropska praksa ukazuje na to da se sa ovim problemom nije moguće boriti samo represijom, ili regulacijom, već je neophodan minimum konsenzusa u novinarskoj zajednici kako bi se dao kredibilan odgovor i diferencijacija između medija i fabrika, laži i mržnje, između novinarstva u javnom interesu i propagandista i dezinformatora. Ombudsman takođe

⁶⁰ Goran Đurović, *nav. djelo*, str. ANALIZA SPROVOĐENJA ZAKONSKE REGULATIVE U OBLASTI ELEKTRONSKIH MEDIJA I RADA AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, str. 16.

ukazuje na to da problem predstavljaju društvene mreže, jer je reakcija na prijavljene neprimjerene sadržaje spora ili izostane, te da je teško doći do gašenja profila ili uklanjanja sadržaja i u slučajevima kad postupa policija, a kad se to tiče lociranja IP adresa najčešće u inostranstvu.

Glavni mediji iz Crne Gore (registrovani mediji, sa transparentnim podacima o urednicima/ama i potpisanim tekstovima i priložima) nikada nijesu bili među glavnim proizvođačima dezinformacija. Njihovi prestupi se najčešće odnose na *copy-paste* prenošenje dezinformacija, ili pristrasno izvještavanje. Dodatni izazov predstavlja to da crnogorski informacioni prostor nije ograničen državnim granicama, već puno širim prostorom čije je granice odredio zajednički jezik. To omogućava da se informisanje i dezinformisanje vrši iz većih regionalnih centara. Ovo predstavlja dodatnu prijetnju za održivost crnogorskih medija, koji u uslovima ovakve konkurencije gube uticaj na javno mnjenje, a time i marketinški značaj.

Internetske publikacije i društvene mreže su najčešći izvor dezinformacija i lažnih vijesti. Komplikovani produkcijski i uređivački proces koji su zadržali tradicionalni mediji se pokazuje kao solidna brana za dezinformacije. Na listi medija koji su u ovom periodu prednjačili u dezinformisanju građana/ki, ali i širenju govora mržnje uvijek su dominirali tabloidi iz okruženja, putem društvenih mreža i desničarskih internetskih publikacija. Mediji sa "margina", tabloidi iz zemalja regiona i ne mali broj aktera/ki na društvenim mrežama postali su fabrike lažnih vijesti i kreirali su razgranatu mrežu dezinformacija.

Uočeni su jasni obrasci propagande i dezinformacija koji su motivisani geopolitičkim ili političkim agendama. Međutim, nije nikako zanemarljivo ni ekonomski motivisano širenje dezinformacija koje online medijima donosi čitanost i zaradu. Na meti dezinformacionih kampanja su bile izvorne vrijednosti zapadnih demokratija, reformski procesi, ustavna prava građana/ki i sekularnost države. Kreiranje lažnih narativa koji favorizuju Rusiju i Kinu u odnosu na EU i NATO konstantno je prisutno tokom ovog perioda. Podizanje nacionalnih i vjerskih tenzija, nerijetko i mržnje, te radikalizacija političke scene kroz plasiranje dezinformacija, takođe je važno obilježje dezinformativnih kampanja. U periodu krize izazvane pandemijom koronavirusa posebno je zabrinjavajuća propaganda usmjerena na podrivanje povjerenja u nauku i zdravstveni sistem, i predstavlja ozbiljno ugrožavanje javnog zdravlja. Uočena je kontinuirana aktivnost desničarskih grupacija koje na ekstremno-desnim internetskih publikacijama, u komentarima ispod tekstova ili društvenim mrežama šire govor mržnje, etiketiraju građane/ke i čitave narode i pokreću linč-kampanje protiv pojedinaca i grupa koji se ne uklapaju u njihov sistem vrijednosti.

Cijeneći opšti društveni kontekst i narastajući problem uvredljivog, diskriminatornog i govora mržnje, Agencija za elektronske medije iskazuje posebnu zabrinutost i ukazuje na neophodnost aktivnosti sa ciljem da se ojačaju kapaciteti crnogorskih audiovizuelnih medija i spriječi prelivanje navedenih oblika govora sa online kanala komunikacije u audiovizuelne medije. Iako rijedak, govor mržnje u audiovizuelnim medijima nosi posebnu opasnost jer je direktan, otvoren, najčešće izrečen od strane ličnosti koje se smatraju istaknutim predstavnicima/ama društva.

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

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

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

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

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

Jedan od identifikovanih izazova je i ukupno nepostojanje strateškog pristupa i kontinuirani rad na promociji, podizanju svijesti i otpornosti građana/ki na loše komunikacione prakse i edukaciju. U Crnoj Gori postoji regionalna nejednakost, nemaju svi jednak pristup medijskom opismenjavanju i na mnogo mjesta nedostaju resursi, što je posebno vidljivo u školama. Ne postoji koordinacija u ovoj oblasti (izuzev nastojanja Instituta za medije da objedini razne aktere u Nacionalnu koaliciju za medijsku pismenost), nisu jasne i definisane nadležnosti za ovu oblast, a nisu identifikovane ni grupe u osjetljivom položaju i njihove potrebe.

Operativni ciljevi

Strateški cilj će se dostići kroz sljedeće operativne ciljeve:

➤ *Operativni cilj 1.1 Povećan kvalitet i obim medijskih sadržaja u audiovizuelnim medijima*

U pogledu Nacrta zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, potrebno je staviti fokus na povećanje kvaliteta sadržaja u audiovizuelnim medijima. Zakonskim ili podzakonskim rješenjima propisat će se minimalni procenat proizvodnje sopstvenih sadržaja emitera televizijskih programa, dakle sadržaja proizvedenih u sopstvenoj produkciji, sa naglaskom na informativne, kulturne i obrazovne teme. Dodatno, ovim zakonom je potrebno definisati uslove prilikom dodjele prava na emitovanje programa sa nacionalnom pokrivenošću u skladu sa javnim interesom, odnosno potrebom sveobuhvatnog informisanja građana/ki. Nadležnosti Agencije za elektronske medije proširuju se na rad internetskih publikacija u dijelu gdje se one smatraju audiovizuelnim medijskim uslugama. Na ovaj način, doprinijeće se ispunjenju načela uravnoteženog razvoja javnih i komercijalnih emitera, razvoju konkurencije i pluralizma, primjenjujući (kroz raspisivanje konkursa za dodjelu prava na emitovanje programa sa nacionalnom pokrivenošću) međunarodne standarde, objektivnosti i zabranu diskriminacije. Kroz donošenje novog Zakona o medijima, potrebno je definisati ko vrši nadzor nad poštovanjem zakonskih normi od strane štampanih medija i internetskih publikacija, kao i kako će se ovaj nadzor sprovesti.

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

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat ukupne sopstvene produkcije registrovanih emitera televizijskih programa	10% (2021)	20%	25%
Procenat registrovanih emitera televizijskih programa koji imaju minimum 20% sopstvene produkcije	10% (2021)	20%	40%
Broj izdatih upozorenja AEM na rad audiovizuelnih medija	26 upozorenja po prigovorima subjekata 128 upozorenja po službenoj dužnosti (2021)	-20% u odnosu na polaznu vrijednost	-25% u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat audiovizuelnih medija koji imaju osnovano interno samoregulatorno tijelo ili su pristupili eksternom samoregulatornom tijelu	Manje od 5% (2021)	Više od 20%	Minimum 50%

➤ *Operativni cilj 1.2 Unaprijeđena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa*

Unaprijeđen kvalitet, standardi i procedure Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija će biti u fokusu ovog cilja. Povećanjem prije svega procenta finansiranja Fonda, kroz novi Zakon o medijima, te pravovremeno objavljivanje konkursa i povećanjem broja medijskih sadržaja objavljenih u komercijalnim medijima finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Izmjenama Pravilnika o raspodjeli sredstava za štampane medije i internetske publikacije unaprijediće se uslovi za učešće na konkursu, osnovaće se Komisija za evaluaciju dospelih prijedloga, kao i uslovi i način evaluacije prijedloga. Takođe, uvešće se nove kategorije/teme od javnog interesa, uključujući i temu rodne ravnopravnosti u medijima.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim emiterima televizijskih programa finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	9 (2021) ⁶¹	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim emiterima radijskih programa finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	22 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa objavljen u internetskim publikacijama, upisanim u Evidenciju medija, finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	1700 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u komercijalnim štampanim medijima, upisanim u Evidenciju medija, finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	491 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Iznos sredstava Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija ⁶²	516.057,37 eura (2021)	2,527,283.32 eura	3,159,104.15 eura

⁶¹ Podaci dobijeni na osnovu konkursne dokumentacije i odluke o dodjeli sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija u decembru 2021. godine. Isto važi i za naredna tri indikatora.

⁶² Iznos od 0.09% predviđen čl. 18 stav 1 Zakona o medijima („Sl. list Crne Gore", broj 82/20), novčani iznos koji odgovara procentu od 0.20 % je utvrđen u Nacrtu novog zakona o medijima, dok će novčani iznos, koji odgovara procentu od 0.25 %, biti naknadno predložen u izmjenama i dopunama zakona, po usvajanju novog Zakona o medijima, imajući u vidu da će proporcionalno povećanom broju sadržaja finansiranih iz Fonda, biti neophodno povećati i iznos ukupno dodjeljenih sredstava iz tekućeg budžeta.

➤ *Operativni cilj 1.3 Poboljšan sistem za efikasnu borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija*

Težnja da se ne promovise ili podstiče diskriminacija je jedan od osnovnih principa etičkog novinarstva. Imajući u vidu da nedostatak uvažavanja različitih kultura, tradicija i vjerovanja vodi ka stereotipima u medijima koji jačaju ekstremne političke, nacionalističke i druge stavove, i u krajnjem rezultiraju govorom mržnje, neophodno je preduzeti aktivnosti u pravcu podizanja inkluzivnosti medijskih sadržaja. Inkluzivnost medijskih sadržaja podrazumijeva način izvještavanja koji ima za cilj da uključi različite društvene grupe u medijsku sferu. Zasnovan je na konkretnim postupcima koje sprovode novinari/ke kako bi proizveli medijski sadržaji koji imaju kapacitet da utiču na nejednakosti koje proizilaze iz nepravilnog funkcionisanja društvenih struktura. Svrha ovog vida izvještavanja je i da se ostvari dublji uvid u društvene procese, osnaži društveni, politički i kulturni pluralizam, kao i da se prepoznaju i prihvate različitosti.

Jasnim izvođenjem i definicijom norme govora mržnje kao krivičnog djela kroz izmjenu Krivičnog zakona, te donošenjem novog Zakona o medijima, sa akcentom na dio iniciranja hitnog sudskog postupka od zainteresovane strane u slučajevima govora mržnje i online nasilja, uspostaviće se efikasniji mehanizmi suprotstavljanju ovim pojavama. Dodatno, analizom potreba za izmjenama postojećih mehanizama u cilju sankcionisanja širenja dezinformacija, kao i uspostavljanjem tijesne koordinacije relevantnih subjekata (Ministarstvo pravde, MUP, Državno tužilaštvo, sudovi i sl.) unaprijediće se proaktivni pristup kako bi se spriječili ovi slučajevi. Medijskim kampanjama povećaće se svijest građana/ki o problemima govora mržnje, kao i posljedicama istog, a 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, doprinijeće lakšem prepoznavanju i sprječavanju govora mržnje.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

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

- *Operativni cilj 1.4 Povećana dostupnost prilagođenog medijskog sadržaja ranjivim kategorijama stanovništva (osobe sa invaliditetom, LGBTIQ, osobe koje koriste ili su koristile psihoaktivne supstance, žene koje su žrtve porodičnog nasilja, Romi i Egipćani)*

Donošenjem Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, a kroz dio koji se odnosi na primjenu člana 7 Direktive EU 2018/1808 (AVMSD), doći će do kontinuiranog i postupnog povećanja sadržaja pristupačnih osobama sa invaliditetom, te definisanjem mjera koje pružaoce AVM usluga podstiču da izrade akcione planove kojima utvrđuju postepeno povećanje pristupačnih sadržaja, kojima će se povećati procenat sadržaja prilagođenih najranjivijim kategorijama stanovništva. Dodatno je predviđeno utvrđivanje jedinstvene, pristupačne i online dostupne kontakt tačke koja pruža informacije o dostupnim sadržajima i nudi mogućnost prigovora u odnosu na pristupačne sadržaje. Posebno će se staviti akcenat na informacije i javna obavještenja u slučajevima elementarnih nepogoda, pandemije, vanrednog stanja i prirodnih katastrofa kako bi bile pristupačne i osobama sa invaliditetom. Donošenjem Zakona o javnom medijskom servisu Crne Gore, i Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama povećaće se obim sadržaja sa audio-deskripcijom i gestovnim govorom, te procenat programa posvećenih najranjivijim kategorijama stanovništva. Organizovanjem obuka za novinare/ke o izvještavanju i proizvodnji sadržaja od značaja za najranjivije kategorije i posebnih treninga za komercijalne medije o senzibilitetu prema marginalizovanim grupama utiće se na kvalitet i obim sadržaja posvećenih ovim grupama.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat medijskih sadržaja prilagođen OSI u ukupnom procentu medijskih sadržaja RTCG ⁶³	0,01% (2021)	1,5%	2%
Broj rodno odgovornih programa i rodno osjetljivog jezika kod lokalnih javnih emitera i RTCG	0	2	3
Broj emisija na javnom medijskom servisu koje se bavi ranjivim kategorijama stanovništva ⁶⁴	1	2	3
Broj novih medijskih sadržaja u komercijalnim medijima koji se bave pitanjem relevantnim za OSI finansiranih od strane Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	0	20	50
Broj novih sadržaja posvećenih ranjivim kategorijama stanovništva finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	0	27	45

⁶³ Podaci dobijeni od RTCG.

⁶⁴ Emisija u nedjeljnoj programskoj šemi.

➤ *Operativni cilj 1.5 Unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, sa posebnim osvrtom na mlade*

Ono što je potrebno jeste snažniji institucionalni pristup koji ima za cilj jačanje medijske pismenosti svih građana/ki Crne Gore (formiranjem Nacionalnog savjeta za medijsku pismenost), i kreiranje nacionalnih politika usklađenih sa okvirom politike EU. Neophodno je koncept medijske pismenosti, unijeti u propise koji uređuju oblast medija. Vlada bi trebalo da razvije nacionalnu politiku za promovisanje medijske pismenosti u svim segmentima društva radi izgradnje kapaciteta za aktivno, kritičko i kreativno korišćenje medija i jačanje svijesti gledalaca i slušalaca u pogledu njihovih medijskih prava i sigurnog korišćenja medijskih usluga, kao i dugoročnu šemu finansiranja aktivnosti koje unaprjeđuju informacionu i medijsku pismenost. AEM-u bi trebalo dati nadležnost i osoblje da prati razvoj medijske i informacione pismenosti i da koordinira aktivnosti usmjerene na istraživanje i promovisanje medijske pismenosti, u snažnom partnerstvu sa nadležnim ministarstvima.

Smatra se da je uvođenje medijske pismenosti u obavezne školske programe preduslov za jačanje uloge svakog pojedinca u društvu koje teži da bude demokratski opredjeljeno i u kome je dijalog osnovno obilježje, čime bi trebalo da prethodi analiziranje nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama sa preporukama. Na osnovu analize neophodno je razviti i višegodišnji plan za podizanje nivoa medijske pismenosti, te organizovanje redovnih obuka za donosioce/teljke odluka, kreatore/ke politika, predstavnike/ce državnih i lokalnih institucija. Redovnom revizijom (unaprjeđenjem) postojećeg nastavnog plana i izradnjom priručnika medijske pismenosti, te specijalizovanim obukama za nastavni kadar, kao i kontinuiranom evaluacijom kvaliteta sprovođenja nastave, osigurao bi se kvalitet i poboljšala zainteresovanost za ovaj nastavni program. Potrebno je dalje raditi na uvođenju predmeta kao izbornog i u svim ostalim srednjim školama te nižim razredima osnovnih škola, kao i klasifikaciju istog kao obaveznog predmeta u narednom periodu.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Indeks medijske pismenosti u Crnoj Gori ⁶⁵	32. mjesto (2021)	31. mjesto	30. mjesto
Procenat učenika/ca gimnazije koji su upoznati ⁶⁶ sa osnovnim principima medijske pismenosti	1,8% (2021)	+ 20% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 30% u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat učenika/ca osnovne škole koji su upoznati ⁶⁷ sa osnovnim principima medijske pismenosti	0% (2021)	15%	20%

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

Stanje u oblasti

Od 2002. godine Radio Crne Gore i Televizija Crne Gore su javni radio-difuzni servisi građana. Zakonskim rješenjem iz 2016. godine osigurana je finansijska stabilnost i preduslovi za održiv razvoj javnog servisa izdvajanjem 0,3% BDP-a za finansiranje javnog servisa. Zakonom iz 2020. godine, RTCG-u je smanjena marketinška kvota i zabranjeno oglašavanje i telešoping od 20:00 – 22:00 časova na kanalima Televizije Crne Gore, sa izuzetkom kada se emituju događaji od posebnog značaja za javnost. Aktuelni zakon je predvidio i institut Ombudsmana RTCG, čime se teži unapređenju samoregulacije i podsticanju interaktivnosti i dijaloga sa građanima/kama. Javni servis više nema obavezu potpisivanja Ugovora o pružanju javnih usluga sa Vladom Crne Gore, već shodno zakonu, u obavezi je organizuje javne rasprave na Prijedlog programsko-produkcionog plana u trajanju od 30 dana, kako bi se razmotrili komentari, sugestije i prijedlozi građana/ki i svih zainteresovanih strana.

RTCG je otvorila dopisništvo u Briselu 2019. godine, a u martu 2021. godine počelo ja emitovanje Parlamentarnog programa. RTCG je 2019. godine zakoračila u eru modernizacije i najveće transformacije u svojoj istoriji – digitalizacije produkcionih i tehničkih kapaciteta, čime je postala konkurentna na polju digitalne produkcije i audiovizuelnih standarda najvišeg kvaliteta.

⁶⁵ Podaci dobijeni od NVO Institut za otvoreno društvo iz Sofije, u sklopu Incijative za Evropske politike (*European Policies Initiative (EuPI)*), Republika Bugarska, a dostupni na linku: <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>. Zemlje Zapadnog Balkana su tradicionalno na dnu ljestvice medijske pismenosti u Evropi. Ciljane vrijednosti indikatora za 2025. i 2027. godinu su s tog razloga postavljene u realnom aspektu, budući da je, npr. u 2019. godini, prema podacima iste organizacije, Crna Gora zauzimala 31. mjesto kada je u pitanju indeks medijske pismenosti, a u 2022. godini čak 35. mjesto, što je pad za čak tri mjesta u odnosu na 2021. godinu.

⁶⁶ Pohađali predmet Medijska pismenost.

⁶⁷ Pohađali predmet Medijska pismenost.

RTCG ima četiri opšta televizijska i dva opšta radijska kanala. Televizijski kanali su: TVCG1, TVCG2, TVCG SAT i PARLAMENTARNI program, a radijski RCG1 i R98. Prosječna bruto zarada u februaru 2023. godine iznosila je 843,99 €, a broj zaposlenih u tom mjesecu je bio 739 osobe.

*“Transformacija RTCG iz državnog medija u javni medijski servis smatra se nepotpunom. Proces imenovanja članova/ica Savjeta RTCG koji je u krajnjem u rukama Skupštine i lakoća razrješenja pojedinih članova/ica ili Savjeta u cjelini, ukazuje na to da je cjelokupna upravljačka struktura, uključujući uredništvo, obično veoma vezana i povezana sa političkim interesima. I lokalni javni emiteri su vrijedni pažnje budući da ih uglavnom finansiraju opštine, i oni se često opisuju kao glas lokalnih političara/ki na vlasti”.*⁶⁸

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

Preporuke iz Analize su sljedeće⁶⁹:

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

Prema važećem zakonu, usvojenom 27. jula 2020. godine, postupak imenovanja članova/ica Savjeta RTCG sprovodi Administrativni odbor Skupštine Crne Gore na osnovu biografije kandidata/kinja, intervjuja i podrške ovlašćenih subjekata za imenovanje. Ovo praktično znači da se članovi/ce Savjeta biraju u zavisnosti od volje većine u skupštinskom odboru, čime bi bio ostvaren direktan politički uticaj na rad RTCG.⁷⁰

⁶⁸ Tanja Kerševan Smokvina, Jean-François Furnémont Marc Janssen Dunja Mijatović Jelena Surčulija Milojević Snežana Trpevska *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije*, Savjet Evrope, 2017, str. 10.

⁶⁹ Isto.

⁷⁰ Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore (ZRTCG) („Sl. list Crne Gore”, br. 80/20), čl. 40.

Na osnovu *Istraživanje snage Brenda RTCG*⁷¹, 3 aspekta koja su najviše napredovala u odnosu na 2020. godinu, su:

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

U tabeli dolje se nalaze podaci o povjerenju u TVCG na osnovu istraživanja RTCG⁷²:

Godina	2011	2012	2013	2016	2017	mart 2018	decembar 2018	2019	2020	2021
Najveće povjerenje u TVCG	18%	26%	26%	29,7%	30.0%	31%	22.5%	22.7%	19%	25%

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

U Crnoj Gori postoji više eksternih i internih mehanizama samoregulacije, što se može prepoznati kao rezultat političkih tenzija koje su nedvosmisleno podijelile medijski pejzaž. Formalno postoje dva samoregulatorna tijela: Medijski savjet za samoregulaciju i Samoregulativni savjet za lokalnu štampu (koji se bavi samo lokalnim štampanim medijima), ali ona ne obuhvataju sve relevantne medije. Tri štampana medija (Dan, Monitor i Vijesti), koja imaju značajan tržišni udio, nijesu pristupila gore pomenutim samoregulatornim tijelima, već su osnovali svoja sopstvena interna samoregulatorna tijela (jedno za dnevni list Dan i jedan zajednički za dnevni list Vijesti i nedjeljnik Monitor). Vođene su diskusije u periodu od 2010. do 2012. godine sa ambicijom da se sistem samoregulacije proširi na cijeli sektor, kao što je to bio slučaj od 2003. godine. Međutim, predstavnici/e samoregulatornih organa tvrde da se sporazum nije mogao postići zbog različitih pogleda na profesionalne standarde, dok predstavnici/e

⁷¹ OSCE, Organization for Security and Co-operation in Europe, *Istraživanje snage bredna RTCG*, dostupno na: <https://www.osce.org/me/mission-to-montenegro/521980>.

⁷² Goran Đurović, *ANALIZA RADA RTCG I PRIMJENA ZAKONSKIH PROPISA*, Media centar, Podgorica, 2021, str. 22.

medija koji su osnovali svoje interno samoregulatorno tijelo, objašnjavaju neuspjeh političkim razlozima, a posebno polarizacijom između medija koji podržavaju vladu i medija koji je kritikuju.

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

Direktive EU 2018/1808 (AVMSD), usvojena 2018. godine, predstavlja osnov za razvoj standarda i principa u oblasti audiovizuelnih usluga u medijima, a posebno tretira instrumente samoregulacije i instrumente koregulacije, transparentnosti vlasništva medija, mjere za zaštitu maloljetnika/ca, zaštitu djece od strane pružalaca medijskih usluga, osiguravanje pristupačnosti audiovizuelnog sadržaja, sredstva za postizanje dostupnosti audiovizuelnih medijskih usluga, uredničku odgovornost pružatelja medijskih usluga, mjere za zaštitu integriteta programa i audiovizuelnih medijskih usluga i ostalo. Crna Gora je trenutno na oko 70% usaglašenosti, tj. transpovala je ova rješenja u Zakon o elektronskim medijima. Dodatno, Parlamentarna skupština Savjeta Evrope naglasila je u Rezoluciji o povećanju transparentnosti vlasništva nad medijima da je "*transparentnost vlasništva nad medijima neophodna kako bi se građanima/kama omogućilo da formiraju mišljenje o vrijednosti informacija, ideja i zapažanja koje plasiraju mediji*" (PSSE 2015). Transparentnost vlasništva nad medijima takođe predstavlja prvi korak ka efikasnoj primjeni pravila medijske koncentracije, koja je i dalje u potpunosti relevantna, čak i u našoj eri mnoštva sadržaja koji su često dostupni u svakom trenutku, bilo gdje i na bilo kom uređaju. U skladu sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD) i nalazima Savjeta Evrope planira se dalja harmonizacija, a posebno uvođenje najvećih standarda u dijelu transparentnosti javnih emitera.

U svojim Smjernicama za EU podršku medijskim slobodama i medijskom integritetu u zemljama obuhvaćenim procesom proširenja (EK 2014a), Generalni direktorat za proširenje pozvao je urednike/ce i vlasnike/ce medija da se pridržavaju "*jasno (i javno) definisanih uredničkih i etičkih kodeksa*" jer "*treba da postoje efikasni mehanizmi za fer i transparentno postupanje sa žalbama čitalaca/gledalaca*".⁷³

Zbog nepoštovanja Kodeksa novinara/ki Crne Gore i nepoštovanja programskih standarda koje propisuje Savjet RTCG za javni servis, odnosno AEM za emitere radijskih i televizijskih programa, žalbe

⁷³ Tanja Kerševan Smokvina i dr, *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije*, str. 96.

na rad ovih servisa građani/ke podnose eksternom samoregulatornom tijelu, ako je medij na koji se žale član tog tijela, ili internom samoregulatornom tijelu, ako medij koristi taj mehanizam samoregulacije. Što se tiče komercijalnih radijskih i televizijskih emitera, i u slučaju da nijesu u mehanizmu samoregulacije prigovor se može podnijeti Agenciji za elektronske medije, u slučaju da se procijeni da sporni sadržaj nije u skladu sa Pravilnikom o programskim standardima, koji donosi AEM.

Javni servis ima Ombudsmana, kojem se prigovor podnosi 30 dana od dana emitovanja spornog sadržaja. Podnošenje prigovora na rad lokalnog javnog emitera podnosi se Savjetu lokalnog javnog emitera. Od početka godine na adresu Ombudsmana RTCG pristiglo je 29 prigovora. Od toga, 14 je bilo prihvaćeno kao opravdano.⁷⁴ Što se tiče podnošenja prigovora, procedura je veoma jednostavna – na internet stranici RTCG, u rubrici Ombudsman, nalazi se formular za prigovore koji je neophodno ispuniti i poslati elektronskim putem ili poštom <https://rtcg.me/rtcg/savjet/ombudsman.html>.

U pogledu broja osnovanih/usvojenih žalbi na rad audiovizuelnih i štampanih medija u 2021. godini, a prema podacima iz Izvještaja Medijskog savjeta za samoregulaciju za 2021. godinu⁷⁵, od pet osnovanih žalbi, u četiri je konstatovana povreda nekog od načela Kodeksa novinara/ki. Kada su u pitanju interna samoregulatorna tijela, Ombudsman medija „Dan“ u toku 2021. godine nije imao osnovanih žalbi na rad tog medija⁷⁶. Kada je u pitanju Ombudsman „Vijesti“, podaci za 2021. godinu su sljedeći: od 5 usvojenih žalbi, njih 3 su usvojene u potpunosti, dok su 2 djelimično usvojene.⁷⁷ Prema podacima dobijenim iz Izvještaja o radu Agencije za elektronske medije (AEM) za 2021. godinu⁷⁸, podnijeto je ukupno 9 prigovora na rad lokalnih javnih emitera, od čega po 1 na rad LJE TV Herceg Novi, LJE TV Budva, i LJE Radio Kotor, dok je protiv LJE Gradska TV podnijeto 6 prigovora.

Identifikovani izazovi

Transformacija RTCG iz državnog medija u javni medijski servis suštinski još uvijek traje. Potrebno je da RTCG, bez izuzetka, sprovodi profesionalne novinarske standarde kao i standarde koji proizilaze iz Direktive EU 2018/1808 (AVMSD). Neophodna je optimalna sistematizacija i organizacija RTCG, te veća produkcija medijskih sadržaja od javnog interesa. Potrebno je postaviti mehanizme koji garantuju uredničku i novinarsku nezavisnost.

Neophodna su zakonska rješenja koja u najvećoj mogućoj mjeri osiguravaju nezavisnost Savjeta RTCG-a od partijskog uticaja. Nedostatak važećeg Zakona o nacionalnom javnom emiteru RTCG i nepostojanje bližih kriterijuma za imenovanje predstavnika/ca nevladinih organizacija u Savjetu RTCG-a, otvorilo je mogućnost da zainteresovani pojedinci registruju veliki broj NVO i da sami sebi osiguraju podršku za imenovanje za člana/icu Savjeta.

⁷⁴ Svi zapisnici sa zaključcima, nalaze se na Portalu RTCG, dostupni na linku : <https://rtcg.me/rtcg/savjet/zapisniciombudsmana.html>.

⁷⁵ Medijski savjet za samoregulaciju, Izvještaj o radu za 2021. godinu, str. 1.

⁷⁶ Podaci dostupni na linku : <https://www.dan.co.me/ombudsman>.

⁷⁷ Podaci dobijeni od Paule Petričević, Ombudsmana Vijesti.

⁷⁸ Agencija za elektronske medije, *IZVJEŠTAJ O RADU AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE ZA 2021. GODINU*, Podgorica, 2022, str. 42.

Lokalni javni emiteri, u najvećoj mjeri, suočavaju se sa nedostatkom finansija i opasnošću od političkih pritisaka svojih osnivača – jedinica lokalnih samouprava. Lokalni javni emiteri se uglavnom finansiraju od strane opština, te se zbog toga često opisuju kao glas lokalnih političkih partija.

Samoregulacija je važno sredstvo za zaštitu uređivačkih sloboda, promovisanje kvaliteta i osiguranje kredibiliteta medija i reputacije novinara/ki. To je takođe vitalni mehanizam za svođenje uticaja države na medije na minimum. Glavni nedostatak u smislu koncepta samoregulacije je nepostojanje jedinstvenog tijela koje bi bilo nadležno za sve štampane medije i internetske publikacije. Time se javnosti ne omogućava da ima jasnu svijest o nadležnom organu kojem može da se žali u slučaju navodnih kršenja novinarske etike, što dovodi do ozbiljnih sumnji među zainteresovanim stranama o efikasnom funkcionisanju samoregulacije. Ukupno 17 medija se nalazi u nekom obliku samoregulacije, bilo da su članovi eksternog samoregulatornog tijela, bilo da su članovi internog ili eksternog mehanizma samoregulacije.

Harmonizacija nacionalnog zakonodavstva sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD) iz 2018. godine biće finalizovana, te kasni usljed odlaganja usvajanja Zakona o medijima. Obzirom da Direktiva predstavlja osnov za razvoj standarda i principa u oblasti audiovizuelnih usluga u medijima, istoj je potrebno što prije pristupiti. Dodatni izazovi u ovom dijelu predstavljaju trenutna politička situacija u CG, te ubrzano usaglašavanje Zakona o medijima kao osnovnog normativnog okvira u medijskom sektoru. Problemi postoje i u kadrovskim, te administrativno-tehničkim kapacitetima zaposlenih kod pripreme zakona.

Pravilnikom o programskim standardima u elektronskim medijima identifikovan je i mehanizam žalbe koji se rijetko koristi, pa se ovlašćenja samoregulatornih organa i ombudsmana ne vrše u najvećoj mjeri. Jedan od osnovnih razloga je zapravo neobaviještenost građana/ki o ovom institutu, njihova inertnost i generalna neinformisanost. Dodatno, potrebno je jasno razgraničiti uloge i nadležnosti Ombudsmana javnog servisa, te Savjeta RTCG, kako ne bi došlo ponovo do situacije da Savjet RTCG utiče na izmjene odluka Ombudsmana javnog servisa.

Operativni ciljevi

Strateški cilj će se dostići kroz sljedeće operativne ciljeve:

➤ *Operativni cilj 2.1 Unaprijeđena nezavisnost javnih emitera*

Pitanje ostvarenja sopstvene produkcije, odnosno ostvarenja produkciono-programskih planova javnih emitera je direktno vezano za podsticanje proizvodnje medijskih sadržaja od javnog interesa. Izvještavanjem i informisanjem građana/ki o takvim temama, onemogućava se da javni interes bude podređen ili da trpi uticaj bilo kakvih pojedinačnih ili privatnih interesa, bez obzira na njihovo porijeklo. Na taj način se posredno utiče i na jačanje nezavisnosti javnih emitera. Stabilno i predvidivo finansiranje Javnog servisa RTCG neophodno je kako bi se osigurao održiv razvoj, institucionalna autonomija i garantovala nezavisnost od bilo kojeg izvora moći, ekonomskih ili političkih uticaja. Ulaganje u visokokvalitetne, nezavisne i kredibilne javne medijske servise treba smatrati ulaganjem u

razvoj demokratske kulture, znanja i društva. S druge strane, potrebno je definisati odgovornost upravljačkih tijela u slučaju neispunjenja programsko-produkcionih i finansijskih planova.

Donošenjem novog Zakona o javnom medijskom servisu Crne Gore, sa akcentom na dio kriterijuma i procedura izbora članova/ica Savjeta javnog servisa, uticaće se na pojačanje stepena odgovornosti ključnih upravljačkih pozicija kao i ukupne odgovornosti Savjeta. Takođe, potrebno je obezbjediti punu depolitizaciju i nezavisnost upravljačkih struktura RTCG kao i racionalizaciju i optimizaciju zaposlenih. Usvajanjem Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama sa propisanom obavezom lokalnih samouprava o procentu finansiranja javnih lokalnih emitera, osiguraće se veća urednička samostalnost, a potrebna je i preciznija regulacija kriterijuma za izbor članova/ica Savjeta. Dodatno, izmjenama Zakona o lokalnoj samoupravi unaprijediće se pravni osnov za uređenje pitanja osnivanja i rada lokalnih javnih emitera.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat ostvarenja produkciono-programskih planova RTCG	50% (2021)	70%	80%
Procenat ostvarenja produkciono-programskih planova lokalnih javnih emitera	80% ⁷⁹	85%	90%

➤ *Operativni cilj 2.2 Uspostavljena adekvatna samoregulacija u medijima*

Promocijom dobrih praksi u samoregulaciji, tj. podsticanjem različitih oblika samoregulacije i obaveza medija da poštuju mehanizme samoregulacije, kao i promocijom profesionalnog i odgovornog novinarstva, sa fokusom na kreiranje sadržaja koji će se baviti i informisati o relevantnim događajima na profesionalni način, izbjeci će se „tabloidno“ izvještavanje. Analiziranjem stanja u ovoj oblasti i dubljom analizom o izazovima i razlozima zbog kojih mediji nemaju mehanizme samoregulacije će se dobiti više informacija stanju u ovoj oblasti, te na osnovu donijenih preporuka iz analize definisati sljedeći koraci u ovoj oblasti. Dodatno, pospješiće se dijalog na temu samoregulacije, te će se organizovati kontinuirano okrugli stolovi sa svim relevantnim medijima o relevantnim temama o odgovornosti samoregulatora.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

⁷⁹ Polazna vrijednost utvrđena sagledavanjem prosječne ostvarenosti produkciono-programskih planova javnih emitera, prema podacima dobijenim u komunikaciji sa lokalnim javnim emiterima, a projekcije rasta indikatora učinka su zasnovane na realnoj projekciji višegodišnjih izvještaja o njihovoj ostvarenosti.

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

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

Neophodno je dalje raditi na usaglašavanju nacionalnog pravnog okvira sa direktivama EU, a posebno Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD). Ovdje je potrebno dalje unaprijediti nacionalni okvir u dijelu samoregulacije i instrumenata koregulacije, transparentnosti vlasništva medija, mjera za zaštitu maloljetnika/ca, zaštitu djece od strane pružatelja medijskih usluga, osiguravanje pristupačnosti audiovizualnog sadržaja, sredstva za postizanje dostupnosti audiovizualnih medijskih usluga, uredničku odgovornost pružatelja medijskih usluga, mjere za zaštitu integriteta programa i audiovizualnih medijskih usluga. U cilju unapređenja transparentnosti vlasništva nad medijima, potrebno je novim Zakonom o audiovizuelnim medijskim uslugama unaprijediti odredbe koje se odnosi na transparentnost vlasništva i medijsku koncentraciju. Posebnu pažnju treba usmjeriti i na trenutni model finansiranja lokalnih javnih emitera, što stvara visok rizik od političkog uplitanja u uredničku politiku.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat usaglašenosti Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD), odnosno relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije ⁸¹	70% ⁸² (2021)	100% ⁸³	100%

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

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

⁸⁰ Procenat dobijen prema broju medija upisanih u Evidenciju medija koji su uključeni u neki oblik samoregulacije od ukupnog broja medija upisanih u Evidenciju medija.

⁸¹ *Acquis communautaire*, direktive i uredbe EU.

⁸² Na osnovu postojećeg Zakona o elektronskim medijima.

⁸³ Na osnovu Nacrta zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj podnijetih prigovora na rad komercijalnih medija ⁸⁴	38 (2021)	130	11
Broj pristiglih prigovora na rad RTCG	29 (2021)	35	25
Broj prigovora na rad lokalnih javnih emitera	9 (2021) ⁸⁵	13	7

STRATEŠKI CILJ III – UNAPRIJEĐEN AMBIJENT ZA FER TRŽIŠNO POSLOVANJE MEDIJA

Stanje u oblasti

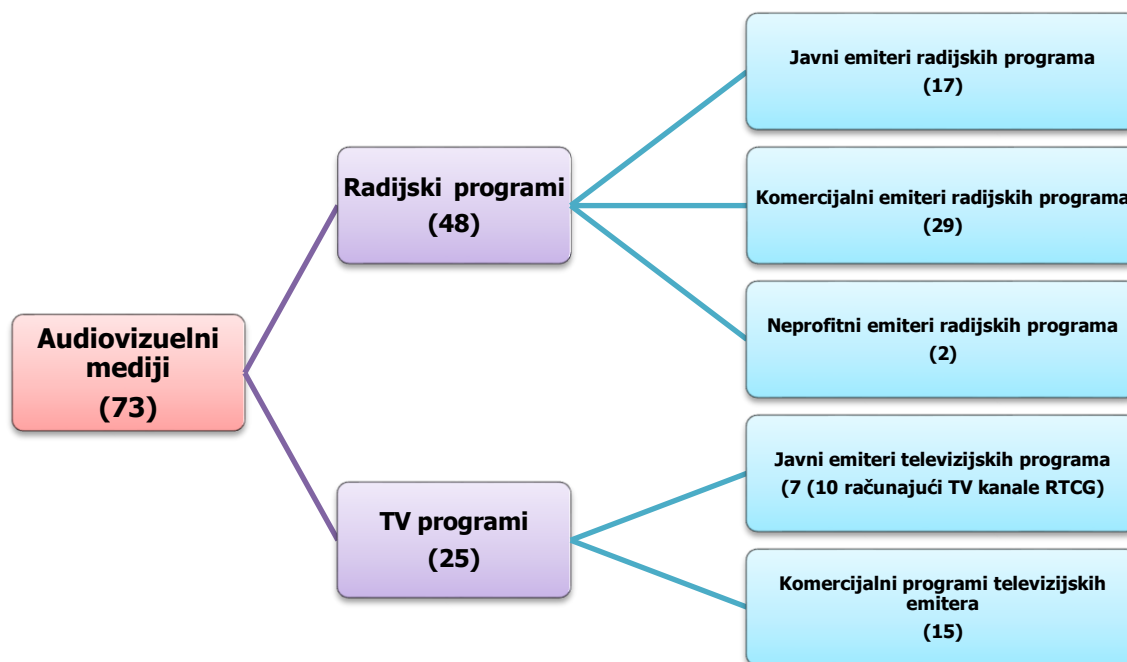
U Crnoj Gori, na tržištu nešto većem od 620.000 stanovnika, posluje više od 182 medija. Prema posljednjim podacima Agencije za elektronske medije (AEM) broj audiovizuelnih medija je 73, od čega 25 emitera televizijskih programa i 48 emitera radijskih programa, dok je prema podacima nadležnog Ministarstva broj upisanih internetskih publikacija u Evidenciju medija 104. Na tržištu su i tri dnevna štampana medija, dva nedjeljna štampana medija i jedna novinarska agencija. Po strukturi vlasništva, od 25 emitera televizijskih programa, sedam su javni emiteri -televizija Crne Gore sa svojim kanalima na nacionalnom nivou, i lokalni javni emiteri u opštinama Nikšić, Pljevlja, Budva, Herceg Novi, Rožaje i od 2021. godine, Glavnom gradu Podgorica.

Komercijalnih TV emitera sa nacionalnom pokrivenošću je četiri i to su: TV Vijesti, TV Prva, TV Nova M i TV ADRIA⁸⁶. U odnosu na 48 emitera radijskih programa, komercijalnih je 29, dok je javnih radio emitera 17, uz dva neprofitna emitera radijskih programa. Na albanskom jeziku se emituju dva kanalotelevizijskih programa i i tri kanala radijskih programa, te nedjeljni štampani medij Koha Javore.

⁸⁴ Realizacijom kampanje podizanja svijesti građana o koracima i razlozima za podnošenje prijava na rad medija, očekuje se povećanje u prve dvije godine, nakon čega opet očekujemo smanjenje broja prijava.

⁸⁵ AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE, *IZVJEŠTAJ O RADU AGENCIJE ZA ELEKTRONSKE MEDIJE ZA 2021. GODINU*, str. 42. Projekcija ciljane vrijednosti indikatora učinka za 2025. godinu i 2027. godinu.

⁸⁶ Pored ova 4 emitera, 2 lokalna javna emitera i to TV Gradska i TV Nikšić takođe imaju nacionalnu pokrivenost van svojih zona pokrivanja kao komercijalni emiteri.



Grafik 1 – Prikaz strukture audiovizuelnih medija iz dostupnih podataka

U dijelu finansijskog poslovanja svih medija na crnogorskom tržištu, analiza Sindikata medija Crne Gore, objavljena krajem 2021. godine, na bazi analize finansijskih izvještaja dostupnih na internet stranici Uprave priroda i carina Crne Gore, pokazuje da su crnogorski mediji pretežno pozitivno poslovali tokom 2020. godine i ostvarili ukupan profit od blizu 2,7 miliona eura. Ukupni prihodi bili su im blizu 41,8 miliona eura, a rashodi gotovo 39,1 milion i u njima je radilo 1.806 ljudi. Blizu polovine prihoda ili 20 miliona eura medijima je stiglo iz javnih izvora odnosno iz državnog i budžeta opština, a ostatak ili skoro 22 miliona eura, najvećim dijelom od marketinga i manjim dijelom od ostalih usluga, projekata i dotacija osnivača.

Iz javnih prihoda, a prema podacima koje su dostavili mediji u Godišnjem izvještaju o transparentnosti finansiranja medija, iz javnih prihoda za period od 15.02.2021 – 31.12.2021. godine, na ime oglašavanja i drugih ugovorenih usluga i po osnovu pružanja javnih usluga medijima je uplaćeno ukupno 3.987.504,92 eura, bez PDVa.

Prema podacima iz Godišnjeg izvještaja o transparentnosti finansiranja medija iz javnih prihoda za period od 15.02.2021 – 31.12.2021. godine, procenat medija koji su prijavili da su dobili sredstva od organa javnog sektora je 37 %.⁸⁷

⁸⁷ Ministarstvo kulture i medija, *GODIŠNJI IZVJEŠTAJ O TRANSPARENTNOSTI FINANSIRANJA MEDIJA IZ JAVNIH PRIHODA ZA PERIOD OD 15.02.2021.-31.12.2021.*, Podgorica, 2022, str. 4-5.

„Činjenica da mnoge medijske kuće nijesu finansijski održive ima negativan uticaj na kvalitet izvještavanja i profesionalizam⁸⁸. Crna Gora treba da obezbijedi da se ne vrši neformalni pritisak na uređivačku politiku kroz distribuiranje sredstava za oglašavanje, uključujući i preko javnih preduzeća, kao i kroz projekte koji se sufinansiraju iz budžeta lokalne samouprave. Održivost medija treba da se rješava u predstojećem medijskom zakonu.”

U izvještaju IREX-a⁸⁹, kojim se procjenjuju indeks održivosti medija kroz različite oblasti, u dijelu biznis modela ocjena je 2,19, uz konstataciju da se većina crnogorskih medija bori da preživi na medijskom tržištu. Dodatno se navodi da većina medija opstaje ne zahvaljujući prihodima od primarne djelatnosti, već dodatnim prihodima koji se ostvaruju kroz domaće i međunarodne projekte, rekapitalizaciju i pozajmice.

JUFREX Analiza medijskog sektora iz 2017. godine daje preporuke da sve vrste državne pomoći medijima, uključujući i tzv. oglašavanje institucija javnog sektora budu transparentne i rigorozno objektivne. Dodatne preporuke su⁹⁰:

- Obezbjedivanje pristupa elektronskim komunikacionim mrežama, elektronskoj komunikacionoj infrastrukturi i pripadajućim objektima od strane operatora trebalo bi garantovati pod istim uslovima svim subjektima koji zahtijevaju navedene usluge.
- Trebalo bi preduzeti sve neophodne korake, uključujući i zakonodavne i praktične, kako bi se obezbijedila transparentnost vlasništva nad svim medijskim kućama i pravilna primjena pravila o konkurenciji.
- Trebalo bi uzeti u obzir sve relevantne vrste medijske koncentracije kako bi se uzelo u obzir unakrsno vlasništvo subjekata koji obavljaju medijsku djelatnost.
- S obzirom na to da bi medijska koncentracija trebalo da se reguliše i u smislu uticaja vlasnika na uređivačke politike, trebalo bi usvojiti zakonodavne mehanizme da se osigura urednička nezavisnost redakcija i pravna zaštita novinara/ki kada dođe do promjene vlasništva i/ili uređivačke politike.
- Javni organi, uz pomoć međunarodnih partnera, trebalo bi da uspostave program koji će pomoći jačanje domaće audiovizuelne proizvodnje, uključujući i komponente finansiranja i obuke.
- Javni organi trebalo bi da procijene mogućnost izrade i sprovođenja sistema rejtinga gledanosti koji je dogovoren konsenzusom.

⁸⁸ Tanja Kerševan Smokvina i dr, *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije*, str.70.

⁸⁹ IREX, *MEDIA SUSTAINABILITY INDEX 2019 Tracking Development of Sustainable Independent Media Around the World*, Vašington, 2019, str. 64-65. Izvještaj dostupan na: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-full.pdf>.

⁹⁰ Tanja Kerševan Smokvina i dr, *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije*, str. 7.

- Privatne medije bi trebalo snažno podsticati da se uključe u dijalog sa nacionalnim sindikatom, koji je duže vrijeme radio na granskom kolektivnom ugovoru; nacrt je spreman već godinu dana, a poslodavci nisu preduzimali nikakve dalje radnje niti reagovali.
- Subjekti koji obavljaju medijsku djelatnost bi trebalo da poštuju i pravilno primjenjuju prava novinara/ki iz rada i po osnovu rada.

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

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

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

Savjet Evrope je donio preporuku stvaranja podsticaja za održiv rad medija u javnom interesu, održivost medijskog tržišta, obezbjeđivanje resursa medijima kako bi ispunjavali svoje zadatke, tačno i pouzdano izvještavali o pitanjima od javnog interesa i druge podsticajne mjere koje idu u pravcu jačanja javne funkcije medija.⁹¹

⁹¹ Medijska asocijacija Jugoistočne Evrope (MAJE), *MEDIJI U CRNOJ GORI Analiza o uslovima za poslovanje medija i biznis barijerama za medijsku industriju u Crnoj Gori*, Podgorica, 2020, str. 19.

Audiovizuelni mediji dužni su da plate usluge za prenos signala Radio-difuznom centru (RDC), te naknade za AEM i PAM. Dio njih zbog slabog medijskog tržišta i nelojalne konkurencije, ne ostvaruju dovoljne prihode, tako da često dolazi do gomilanja dugova. Kako bi se omogućio lakši rad i spriječilo gašenje pojedinih medija zbog nagomilanih dugovanja prema RDC-u, Vlada Crne Gore u kontinuitetu donosi odluke o preuzimanju dijela obaveza prema RDC-u.

Pojava internetom posredovanih medija dovela je do podjele medija na tradicionalne i nove medije. društvene mreže, teoretičari zapravo smatraju medijima nove generacije. Nesporna je činjenica da su ovi mediji pokretači brojnih promjena, što je dovelo do podjele na dvije struje; jednu struju čine pobornici tradicionalnih, a drugu pobornici novih medija.⁹² Sve veća dostupnost svih vrsta sadržaja na internetu, razvoj društvenih mreža, AVM usluga na zahtjev u više različitih tipova i oblika, dovelo je do promjene sa strane korisnika/ca u načinu na koji komuniciraju, informišu se i zabavljaju. U velikoj mjeri smanjuje se upotreba klasičnih kanala distribucije, bilo da se radi o namjenskim mrežama elektronskih komunikacija (npr. kablovske televizije) ili o tradicionalnim načinima distribucije štampanih medija.

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

Sljedeći emiteri televizijskih i radio programa imaju opremu za emitovanje digitalnog signala:

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

U kontekstu savremenih platformi koje omogućavaju korisnicima/ama pristup medijskim sadržajima, AVM usluga na zahtjev je u procesu značajne ekspanzije i jedno od sredstava putem kojeg korisnici/ce interneta konzumiraju razne video sadržaje. Ove usluge su po definiciji nelinearne, što znači da korisnik/ca usluge pristupa programskim sadržajima koji su raspoređeni u odgovarajući katalog, kada to želi na osnovu sopstvenog zahtjeva, i kod kojih je katalog ponuđenih programskih sadržaja odabran od strane ponuđača ove usluge. Ove usluge našle su svoje mjesto u regulatornom okviru Evropske unije

⁹² Jovana Vuković, „Mehanizmi društvenih medija u oblasti odnosa s javnošću“, *Matica : časopis za društvena pitanja, nauku i kulturu*, god. 22, br. 85, 2021, str. 106-107.

u tekstu Direktive 2007/65/CE, odnosno, u konsolidovanoj verziji ove direktive iz 2010. godine, kojima su utvrđene odredbe koje se primjenjuju na sve pružaoce AVM usluga, kao i posebnu odredbu kojom je definisana zastupljenost evropskih djela u katalogima ponuđača ovih usluga. U Crnoj Gori, ove usluge dobro su razvijene. Gotovo svi vodeći operatori na tržištu elektronskih komunikacija i kablovske televizije nude, uz uslugu distribucije televizijskih programa, i neku od usluga koja je po definiciji AVM usluga na zahtjev. Ove usluge mogu se razvrstati u dva tipa usluga, koje mogu biti dostupne na televizijskim prijemnicima, mobilnim telefonima, konzolama za video igre i tablet uređajima, specijalizovanim prijemnicima (media player, setup box i sl.): catch-up TV i usluge videa na zahtjev (VOD). Prva grupa nudi na raspolaganje na određeni vremenski period programske sadržaje emitovane na televizijskim kanalima. Ovi servisi su besplatni kada su ponuđeni od strane proizvođača televizijskih programa na određenoj teritoriji, npr. javnog servisa ili komercijalnih emitera odnosno proizvođača televizijskog sadržaja. Kod drugog tipa usluge postoji više kategorija koje se mogu razvrstati na osnovu pretplatničkog modela, npr. pretplate ili korisničkog zahtjeva. Većina ovih usluga dostupna je korisnicima/ama po nekom od pretplatničkih modela, mada postoje i servisi koji su besplatni, a čiji ponuđači se finansiraju od prihoda ostvarenih na osnovu neke od aktivnosti iz domena reklamiranja.

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

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

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

Situacija u arhivu RTCG je potpuno drugačija, proces digitalizacije nije započet, a samo radio ima preko 80.000 ploča. Identifikovani su koraci koji vode ka digitalizaciji, koja predstavlja veoma kompleksan proces, kako bi ova veoma bitna i bogata arhiva javnog servisa bila što prije digitalizovana.

S obzirom na nove formate medija u eri ubrzanih tehnoloških promjena i na sve veći i lako dostupni opseg različitih informacija na internetu, postavlja se pitanje mjere zaštite slobode izražavanja na internetu, kao i na zloupotrebe slobode izražavanja i njihovo sankcionisanje. U Crnoj Gori, kao i u mnogim drugim zemljama, internet nije uređen u okviru jedne pravne oblasti, već se njime bave različiti zakonski propisi, na različitim nivoima, a to su Ustav Crne Gore, Zakon o medijima, Zakon o elektronskim komunikacijama, Zakon o elektronskoj trgovini i Krivični zakonik. Isto se može reći i za institucionalni okvir. Postoji više institucija u okviru državne uprave i među nacionalnim regulatornim organima sa nadležnostima u upravljanju internetom. Pored toga, postoje i samoregulatorna tijela i NVO koje su aktivne u ovoj oblasti.⁹³

Identifikovani izazovi

Privredna društva, osnivači medija, koja su registrovana u Centralni registar privrednih subjekta (CRPS), njih 88, generišu 22,2 miliona eura prihoda. Iako je broj upisanih internetskih publikacija 104, procjenjuje se da je realni broj onih koji posluju na tržištu značajno veći. Međutim, zbog neizvedenih zakonskih rješenja osnivači medija ne prijavljuju rad i djelovanje. Obzirom da mnoge medijske kuće nijesu finansijski održive, to ima negativan uticaj na kvalitet izvještavanja i profesionalizam.

Na malo i jedva održivo crnogorsko tržište medija, naročito zbog tako velikog broja medija prisutnih u Crnoj Gori, utiče jaka konkurencija iz susjednih zemalja i oštra polarizacija medija duž linije "biti blizak" vladi ili opoziciji. Ova polarizacija ima za rezultat prilično neprijateljske odnose ne samo između pro-opozicionih medija i državnih organa, već i između aktera na tržištu iz različitih djelova (političkog) spektra i onemogućava preduzimanje zajedničkih koraka radi ostvarivanja zajedničkih ciljeva. Mehanizmi finansiranja iz javnih prihoda se ne bi trebali koristiti za podršku "pro-vladinim medijima" jer je to veoma destabilizujući faktor, koji ugrožava ne samo aktere na tržištu, već podrija i glavnu ulogu medija kao i povjerenje građana/ki u medije". Takođe, otpis dugova tog sektora prema državi (porezi, takse) ili preduzećima u državnom vlasništvu (troškovi usluga Radiodifuznog centra - RDC) je samo kratkoročno rješenje. U ograničenom crnogorskom medijskom tržištu, gdje su komercijalni emiteri često okrenuti proizvodnji zabavnih programskih sadržaja i formata koji privlače pažnju publike, iako često nemaju suštinski važnu informativnu i edukativnu funkciju, te je zbog toga razvijanje medijskog pluralizma od suštinskog značaja.

Posebnu opasnost za opstanak tradicionalnih medija predstavlja i činjenica da široki auditorijumi do kojih dopiru novi mediji, kako internetske publikacije, tako i posrednici informacija (društvene mreže)

⁹³ Konvencije Savjeta Evrope sa posljedicama po internet saobraćaj koje su prenijete u nacionalno pravo Crne Gore kroz zakone o njihovom potvrđivanju direktno se primjenjuju, a to su Evropska konvencija o ljudskim pravima (EKLP), Konvencija o sprječavanju terorizma (SE 2005), Konvencija o računarskom kriminalu (sa njenim Dodatnim protokolom) (SE 2001), Konvencija o zaštiti djece od seksualnog iskorištavanja i seksualnog zlostavljanja (SE 2012), Konvencija o zaštiti lica u pogledu automatske obrade ličnih podataka (sa njenim Dodatnim protokolom) (SE 1981) i Konvencija o pristupu službenim dokumentima (SE 2009).

smanjuju njihov potencijal za direktno oglašavanje ciljanoj publici, što dovodi do porasta trenda preusmjeravanja dostupnih marketinških budžeta ka novim medijima. Zbog toga, država treba da strateški osmisli i direktno pomogne očuvanju medija i razvoju medijskog pluralizma.

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

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

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

Na institucionalnom nivou, Agencija za elektronske komunikacije i poštanske usluge (EKIP) je nadležna za zaštitu interesa korisnika i rješavanje sporova na tržištu elektronskih komunikacija i za praćenje operatora, kako je propisano u članu 11 Zakona o elektronskim komunikacijama.

U Crnoj Gori nijesu rađena detaljnija istraživanja u kojoj mjeri korisnici/e ostaju privrženi tradicionalnim medijima radija i televizije, a u kojem procentu koriste nove, moderne medije.

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

Operativni ciljevi

Strateški cilj će se dostići kroz sljedeće operativne ciljeve:

- *Operativni cilj 3.1 Osiguran jednak tretman svih učesnika/ca na medijskom tržištu*

Zakonom o medijima će se stvoriti mogućnost za ovlašćeno službeno lice da provjerava oglašavanje javnog sektora u internetskim publikacijama i štampanim medijima (propisane kaznene odredbe prema subjektima javnog sektora koji se oglašavaju u medijima koji nijesu upisani u evidenciju medija).

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

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

Obezbjediavanjem sredstva za prenos signala javnih i komercijalnih emitera država će nastaviti da pokriva dio troškova svih javnih i komercijalnih emitera za prenos radio-difuznog signala putem zemaljskih radio-difuznih sistema.

Neophodno je omogućiti jedinicama lokalne samouprave da uspostave svoje fondove za podsticanje pluralizma i transparentnosti medija, koji bi služili kao podrška lokalnim medijima.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat obezbijeđenih subvencionisanih troškova smještaja opreme, prenosa i emitovanja signala putem mreže radio-difuznih predajnika za sve lokalne javne i komercijalne emitere	60% (2021)	70%	80%
Prihodi medija na ime oglašavanja i drugih ugovorenih usluga i po osnovu pružanja javnih usluga	3.987.504,92 ⁹⁴ EUR (2021)	+ 10 % u odnosu na polaznu vrijednost	+ 15 % u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat medija koji objavljuju prihode dobijene od organa javnog sektora	37% ⁹⁵ (2021)	85%	90%
Broj osnovanih lokalnih fondova za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	0 ⁹⁶ (2022)	5	8

⁹⁴ Bez PDV-a. Ministarstvo kulture i medija, GODIŠNJI IZVJEŠTAJ O TRANSPARENTNOSTI FINANSIRANJA MEDIJA IZ JAVNIH PRIHODA ZA PERIOD OD 15.02.2021.-31.12.2021. ,str. 4-5.

⁹⁵ Isto, str. 4.

⁹⁶ Lokalni fondovi za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija nijesu predviđeni važećim Zakonom o medijima, već je njihovo uvođenje predviđeno Nacrtom zakona o medijima.

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

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

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

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj realizovanih istraživanja o čitanosti, gledanosti, slušanosti, povjerenju za sve medije u Crnoj Gori	0 (2022)	2	5

➤ *Operativni cilj 3.3 Unaprijeđeni tehničko-tehnološki i produkioni kapaciteti medija*

Novi Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama mora na adekvatan način da definiše nelinearnu uslugu i propiše mjere koje se odnose na distributere AVM usluga na zahtjev, a koje su i predviđene evropskim regulatornim okvirom, odnosno Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD). Tako bi se otklonila trenutno prisutna disproporcija u primjeni mjera, odnosno smanjena primjena mjera na ove servise u odnosu na uslugu kablovskih operatora koji su po važećem zakonskom rješenju svrstani u kategoriju pružalaca AVM usluga na zahtjev, iako veliki dio njihove ponude čini usluga distribucije televizijskih programa, odnosno distribucija linearnih sadržaja kod kojih uređivačka odgovornost pripada trećim licima.

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

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

Nadalje, potrebno je stvoriti podsticajan ambijent za dalji razvoj usluga digitalne zemaljske televizije (DVB-T2) i stvoriti uslove za implementaciju prvog nacionalnog multipleksa za T-DAB+ tehnologiju kroz odgovarajuće izmjene i dopune Zakona o digitalnoj radio-difuziji.

RTCG na godišnjem nivou izdvaja sredstva za digitalizaciju najugroženijih, odnosno najstarijih materijala u svom arhivu, kako bi se ti materijali prebacili na sigurniji medij za čuvanje, te sa ovom praksom se planira nastaviti i ubuduće. To je samo početak čitavog procesa, jer je neophodno uspostaviti čitav sistem za trajno čuvanje materijala, na siguran način. Ovakav sistem mora da omogući laku pretragu, kao i unošenje svih neophodnih metapodataka kojim će se povećati vidljivost i iskoristivost svih materijala. Definisani su koraci za započinjanje digitalizacije arhiva javnog servisa i to: 1. Popisivanje i katalogizacija svake kasete, trake, VHS trake i ploče; 2. Određivanje prioriteta za digitalizaciju; 3. Detaljan opis svih materijala koji se digitalizuju, uključujući i osobe koje se pojavljuju; 4. Nabavka servera za čuvanje digitalizovanog materijala, standard je da se moraju čuvati po tri kopije na tri različita mjesta. Ovaj proces je višegodišnji, koji zahtijeva prije svega stručno rukovanje materijalom, ali i pažljivu trajnu digitalizaciju podataka.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat digitalizacije arhiva javnog servisa RTCG	0% (2021)	30%	50%
Broj emitera televizijskih programa koji imaju adekvatnu opremu za emitovanje digitalnog signala	8 (2021) ⁹⁷	11	16
Broj emitera radijskih programa koji imaju adekvatnu opremu za emitovanje digitalnog signala ⁹⁸	5 (2021)	7	10

STRATEŠKI CILJ IV – POBOLJŠAN OKVIR ZA RAD I POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA

Stanje u oblasti

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

⁹⁷ Podaci dobijeni u komunikaciji sa emiterima televizijskih programa.

⁹⁸ Podaci dobijeni u komunikaciji sa emiterima radijskih programa.

I pored izmjena medijskih zakona od 2020. godine, stanje slobode medija u Crnoj Gori i dalje karakterišu brojni problemi vezani za materijalni položaj novinara/ki i medijskih radnika/ca. Zakonom o medijima unaprijeđena je autonomija novinara/ki unutar redakcija usvajanjem rješenja da im ne smije biti mijenjan tekst/prilog bez njihove saglasnosti, da imaju pravo da odbiju da urade sadržaj koji je u suprotnosti sa etičkim načelima, da imaju pravo na slobodu izražavanja mišljenja, bez straha da im zbog toga može prestati radni odnos. Istraživanje Sindikata Medija Crne Gore⁹⁹ iz 2021. godine pokazalo je da ekonomski i socijalni položaj novinara/ki i dalje obilježava loš materijalni status, pritisci, preopterećenost i strah. Prosječni radni dan novinara/ki u Crnoj Gori traje oko šest sati za nešto više od 12% ispitanih, a čak 78% novinara/ki radi prekovremeno. Ogromna većina ispitanika/ca tj. 69% njih nikada nije dobilo nadoknadu za prekovremeni rad. Čak 38% novinara/ki ima zaradu manju od prosječne odnosno manju od 500 eura dok veću od 600 eura ima 30% anketiranih. Anketirani novinari/ke su ocijenili da novinari/ke u Crnoj Gori nijesu solidarni (80,5%), a gotovo svi novinari/ke smatraju da novinari/ke u Crnoj Gori nijesu ni slobodni. Istraživanje je pokazalo da je čak 45% novinara/ki bilo u situaciji u kojoj su morali cenzurisati sadržaj. Takođe, 37% anketiranih tokom rada osjeća neku vrstu političkog miješanja ili pritisaka.

Prema podacima Ministarstva kulture i medija iz maja 2022. godine¹⁰⁰, ukupan broj zaposlenih u medijima je 2.141.

Zbog pandemije koronavirusa došlo je i do povećanja obima posla u nekim medijima. Podaci do kojih je Ministarstvo kulture i medija došlo tokom 2020. godine ukazuju na to da, zbog promjene uslova rada tokom pandemije koronavirusa, dolazi do toga da novinari/ke troše sopstvene resurse (npr. internet, telefon, struju...) radeći redakcijski posao, a to nijesu troškovi koji im se na bilo koji način refundiraju, niti im je, zbog takvih okolnosti, uvećana plata. Prema podacima dobijenim od Uprave prihoda i carina, u decembru 2022. godine, prosječna bruto zarada zaposlenih u medijima iznosila je 801,23 eura, dok je 2020. godine, taj prosjek bio 764,09 eura.¹⁰¹

⁹⁹ Sindikat medija, *Socio-ekonomski položaj medijskih radnika u Crnoj Gori*, Podgorica, 2021, str. 5.

¹⁰⁰ Podaci dobijeni na osnovu prijave koje su mediji podnosili Ministarstvu na konkurs za dodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija za 2021. godinu i konkursa za dodjelu sredstava za kreiranje informativnih i edukativnih sadržaja u dnevnom, nedjeljnim, lokalnim štampanim medijima, na internetskim publikacijama i u lokalnim javnim emiterima s ciljem oporavka medija od štetnih posljedica izazvanih pandemijom Covid-19 iz aprila 2022. godine, uključujući i broj zaposlenih u komercijalnim emiterima.

¹⁰¹ Obračun je izvršen tako što je suma bruto iznosa podijeljena je sa brojem zaposlenih (kojima se se zarada obračunava po nekom od navedenih osnova za obračun : 1. Zarada; 2. Zarada za dopunski rad; 3. Zarada invalidnih lica; 4. Zarada zaposlenih koji su i korisnici starosne penzije; 5. Zarada zaposlenih koji su i korisnici djelimične invladske penzije; 6. Naknada zarade za vrijeme privremene spriječenosti za rad (bolovanje) do 60 dana; 7. Naknada zarade za vrijeme privremene spriječenosti za rad (bolovanje) preko 60 dana; 8. Naknada zarade po osnovu trudničkog, odnosno porodijskog odsustva; 9. Naknada zarade za vrijeme rada sa polovinom radnog vremena, u skladu sa zakonom kojim se uređuje socijalna i dječja zaštita; 10. Određene kategorije novozaposlenih lica za koje poslodavac ostvaruje subvencije u skladu sa propisom Vlade Crne Gore; 11. Zarade novozaposlenih lica u nedovoljno razvijenim opštinama; 12. Naknada zarade za određene kategorije novozaposlenih lica za koje poslodavac ostvaruje subvencije u skladu sa propisom Vlade Crne Gore i 13. Lica zaposlena u biznis zonama za koje poslodavac ostvaruje olakšice u skladu sa propisom Vlade Crne Gore) za koje je predat IOPPD obrazac.

O ambijentu u kojem rade novinari govori istraživanje NVO Akcija za ljudska prava za period od maja 2004. godine do oktobra 2016. godine iz kojeg proizilazi da je ukupan broj slučajeva napada na zaposlene u medijima 55, od kojih 15 usmjerenih na novinarkе i 40 usmjerenih na novinare:

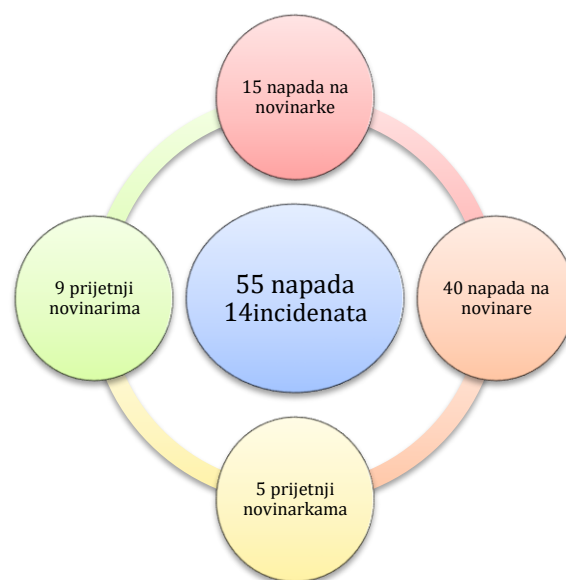
- ~ 1 ubistvo (2004 godine)
- ~ 21 napad na novinare/ke i timove novinara/ki
- ~ 16 prijetnji i prijetnje smrću
- ~ 9 paljenja i oštećenja službenih i ličnih vozila novinara/ki
- ~ 1 eksplozija pred komercijalnim medijem
- ~ 1 incident ka novinaru i fotoreporteru
- ~ 7 kamenovanja vozila ili zgrade medija

U dodatnih 14 slučajeva – incidenata gdje su novinarima/kama upućene prijetnje ili su na drugi način ometeni u radu, nijesu prijavljene ili su novinari/ke odustali od gonjenja, od kojih 5 usmjerene na novinarkе, a 9 na novinare.

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

Iz izvještaja o radu Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke ¹⁰² dobijeni su sledeći podaci o slučajevima napada:

septembar 2016 – januar 2017	2 slučaja (ugrožavanje sigurnosti i prijetnja)	1 slučaj sa nepoznatim ishodom i 1 slučaj gdje je krivična prijava odbačena
Januar 2017 – maj 2017	3 slučaja (prijetnja, kamenovanje zgrade)	3 slučaja gdje je odbačena krivična prijava
maj 2017 – septembar 2017	1 slučaj (verbalne prijetnje)	Slučaj u postupku
septembar 2017 – januar 2018	1 slučaj (napad)	slučaj u postupku



¹⁰² Izvještaji dostupni na internet stranici Vlade Crne Gore.

januar – maj 2018	6 slučajeva (3 napada, 1 prijetnja, paljenje vozila i ranjavanje novinarka)	1 slučaj procesuiran, 1 krivična prijava odbačena, u jednom slučaju osuđena 2 lica, u 2 slučaja istrage u toku
maj 2018 – februar 2019	9 slučajeva (3 napada i 6 prijetnji)	4 postupka u toku, 1 novčana kazna, 4 prijave odbačena
februar 2019 – maj 2020	6 slučajeva (uznemiravanje, napad, 4 hapšenja novinara)	1 postupak u toku, 1 postupak napadač kažnjen prekršajno, 3 novinara puštena, 1 osoba osuđena
jun – oktobar 2021	11 slučajeva (10 napada, 1 prijetnja)	6 presuda, 2 postupak u toku, 3 slučaja bez pokretanja postupka
oktobar 2021 – februar 2022	1 slučaj (napad)	Bez pokrenutog postupka
februar 2022 – jun 2022	5 slučajeva (prijetnja, napad, kamenovanje)	1 krivična prijava odbačena, 4 postupka u toku

U odnosu na gore date podatke, 14 prijetnji je bilo usmjereno novinarkama, a 31 novinarima.

Mreža „Safejournalists“ je u posljednje tri godine (2020-2022), registrovala ¹⁰³ 73 napada prijetnji i pritisaka na novinare/ke i medijske kuće (2020. godine - 17; 2021. godine – 28, 2022. godine – 28) , od čega 31 prijetnju i napad koji se dogodio u online sferi (2020. godine – 9; 2021. godine – 10; 2022. godine – 12), a 19 napada se dogodilo tokom protesta i demonstracija (2020. godine – 5, 2021. godine – 10, 2022. godine – 4), od čega 9 usmjereno na novinarka, a 64 na novinare.

Za slučajeve napada, nadležne su Uprava policije i Državno tužilaštvo, obzirom da je u njihovoj nadležnosti istražni postupak, te se na osnovu njega podnosi zahtjev za pokretanje prekršajnog postupka ili krivična prijava, o čemu finalno odlučuje nadležni sud i donosi odluku za svaki slučaj.

*„Nasilje nad novinarima/kama je veoma zabrinjavajući trend i treba da bude stavljen visoko na listi prioriteta kreatora politike, zakonodavca, pravosuđa i medijske djelatnosti. Neriješeni napadi nasilja na neke novinare/ke potresli su profesiju u posljednjih nekoliko godina, ali postoje i izvještaji o neopravdanom i intruzivnom pritisku od menadžmenta medija i političara koji se svakodnevno vrše u redakcijama ... I pored dekriminalizacije klevete koja je bila pozitivan razvoj, postoje indikacije da u nekim slučajevima sudstvo ne omogućava nezavisnu sudsku ocjenu slučajeva klevete i smatra se da je pod uticajem političkih i drugih struktura vlasti“.*¹⁰⁴

¹⁰³ Podaci dostupni na linku : <https://safejournalists.net/search/#sf%7B%221%22:%22MN%22,%225%22:%222022%22,%22wpml%22:%22en%22,%22search-id%22:%224%22,%22page%22:%223%22%7D>.

¹⁰⁴ Tanja Kerševan Smokvina, Jean-François Furnémont Marc Janssen Dunja Mijatović Jelena Surčulija Milojević Snežana Trpevska *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Savjeta Evrope i Evropske unije*, Savjet Evrope, 2017, str. 11.

Ovo su neke od konstatacija Analize medijskog sektora kroz JUFREX program, tako da su date sljedeće preporuke¹⁰⁵:

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

Identifikovani izazovi

Osim standardno loših uslova rada, praćenih radom na crno, neisplaćenim prekovremenim radom ili radom u toku praznika, pritiscima, samocenzurom i strahom od mogućih napada, crnogorski novinari/ki su tokom 2020. godine imali i dodatani strah za život sa obzirom na to da su radili u uslovima pandemije koronavirusa. Ne postoje mehanizmi kojima se novinarima/kama pruža socijalna zaštita u slučaju promjene vlasništva ili redakcije. Ekonomski i socijalni položaj novinara/ki i dalje obilježavaju loš materijalni status, pritisci, preopterećenost i strah. Osim loših zarada, problem su i nedostatak opreme, mogućnosti usavršavanja i napredovanja. Sve ovo dovodi do napuštanja profesije od strane velikog broja novinara/ki. Manjak zaposlenih dovodi do preopterećenosti novinara/ki da zadovolje „dnevnu

¹⁰⁵ Isto.

traku” i objavljuju svakodnevno veliki broj tekstova/priloga, što u konačnom utiče na pad kvaliteta novinarstva i gotovo gašenja istraživačkih poduhvata u redakcijama.

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

U posljednjoj godini (2022. godina), a prema podacima NVO Centar za građansko obrazovanje¹⁰⁶, u toku 2022. godine, zabilježeno je 19 napada i prijetnji u odnosu na novinare, novinarku i medijske kuće, od čega 8 napada na novinare/novinku, 7 prijetnji novinarima/novinkama putem interneta, tri napada na medijske kuće i jedna prijetnja medijskim kućama.

Pred Disciplinskom komisijom MUP-a, od formiranja komisije u septembru 2021. godine, nije pokrenut nijedan postupak protiv policijskih službenika u vezi napada na novinare, kao ni u periodu prije formiranja Komisije. Takođe, nema podatka da je bilo disciplinskih postupaka istim povodom.

Kada je u pitanju rad Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke, on je otežan zbog nedostavljanja podatka koji su potrebni u cilju sagledavanja ukupne situacije, te definisanja tačnih radnji u određenim slučajevima. Dodatno, izazov predstavlja i činjenica da tri člana/ice Komisije i dalje nemaju dozvolu za pristup tajnim podacima tako da ne mogu da rade i razmjenjuju informacije u punom kapacitetu. U izvještajima Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke, kao glavni izazovi u radu se pominje nedostatak i kašnjenje odgovora na preporuke i nedostavljanje ili nepotpuno dostavljanje podataka i ograničavanje njihovog pristupa od strane drugih državnih organa – Državnog tužilaštva, Ministarstva unutrašnjih poslova, Uprave policije, Agencije za zaštitu ličnih podataka i same Vlade. Time je, naročito u ranijem periodu, bio krajnje ograničen rad Komisije, što je nerijetko doprinosilo manjku efikasnosti i djelotvornosti u njenom radu. Komisija ne posjeduje evidenciju ili registar o procentu realizovanih preporuka, uslijed prethodno navedenih poteškoća sa dobijanjem povratnih informacija od strane nadležnih institucija.

Nijesu organizovane specijalizovane obuke za Državno tužilaštvo Crne Gore i MUP vezano za krivična djela izvršena preko društvenih mreža.

¹⁰⁶ Vijesti, CGO: Ove godine 19 napada i prijetnji novinarima i medijima, <https://www.vijesti.me/vijesti/drustvo/637035/cgo-ove-godine-19-napada-i-prijetnji-novinarima-i-medijima>, pristupljeno 24. 2. 2023. godine.

Operativni ciljevi

Strateški cilj će se dostići kroz sljedeće operativne ciljeve:

➤ Operativni cilj 4.1 Osnajena socio-ekonomska pozicija zaposlenih u medijima

Donošenjem novog Zakona o medijima planira se postići bolja zaštita prava novinara/ki u Crnoj Gori. Takođe, predviđa se uvođenje obaveze poslodavca da u mediju ne može biti smanjen broj zaposlenih u periodu od najmanje šest mjeseci prije konkurisanja za raspodjelu sredstava iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Planira se i izrada analize o trenutnim izazovima u radu medija, a usvajanjem novog Granskog kolektivnog ugovora za oblast medija, poboljšaće se status i radna prava zaposlenih u medijima. Povezivanjem radnog staža novinarima/kama, fotoreporterima/kama i snimateljima/kama u onim medijskim kućama koje su bile u stečaju ili čija su preduzeća likvidirana, unaprijediće se materijalno-pravni položaj ovih lica. Takođe definišaće se koeficijenti za zaposlene u medijima, i beneficirani radni staž za novinare/ke i druge medijske radnike/ce koji se bave poslovima sa povišenim stepenom rizika.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Prosječna zarada zaposlenih u medijima ¹⁰⁷	764.09 (2020)	+30 odnosu na polaznu vrijednost	+40 u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat usaglašenosti koeficijenata fotoreportera/ki i drugih tehničkih zanimanja sa koeficijentom novinara/ki u granskom kolektivnom ugovoru	0%	100%	100%

➤ Operativni cilj 4.2 Unaprijedena nezavisnost i kapaciteti novinara/ki i drugih zaposlenih u medijima

Donošenjem novog Zakona medijima, utićaće se na snaženju nezavisnosti novinara/ki i zaposlenih u medijima. Uspostavljanjem posebnih etičkih mehanizama, moglo bi se dodatno osnažiti profesionalnost u radu novinara/ki ili tijela unutar profesionalnih udruženja koja bi se bavila problematikom primjene Kodeksa novinara/ki Crne Gore i profesionalnih standarda, te bi se na taj način dodatno osnažila profesionalnost u radu novinara/ki i njihov integritet. Dodatno, potrebno je organizovani širok opseg obuka za zaposlene u medijima, u cilju jačanja postojećih kapaciteta. Takođe, uspostavljanje novih studijskih programa i predmeta iz oblasti medija, direktno bi uticalo na kvalitet, znanje i vještine zaposlenih u medijima.

Neophodno je jačati ulogu profesionalnih udruženja novinara,/ki koji bi trebali da imaju edukativnu, ali i korektivnu ulogu unutar svog članstva. Takođe, oni bi učestvovali u izradi novog Kodeksa novinara/ki

¹⁰⁷ Bruto zarada. Podaci dobijeni od Uprave prihoda i carina.

Crne Gore. Obzirom da je dominantan stav profesije da nije uputno uvoditi akreditaciju novinara/ki i polaganja stručnog ispita, neophodno je jačati korektivnu ulogu unutar profesionalnih asocijacija, koje bi tako ispravljale greške u radu novinara/ki.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat registrovanih medija koji su donijeli statute u skladu sa zakonom i osigurali zaštitu glavnog urednika	Polazna vrijednost biće utvrđena 2024. godine ¹⁰⁸	+ 10% u odnosu na polaznu vrijednost	+20 % u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat usaglašenosti Kodeksa novinara/ki Crne Gore u dijelu izvještavanja o nasilju nad ženama sa međunarodnim standardima	0% (2021)	50%	100%
Procenat sankcionisanih/neemitovanih/neobjavljenih mizoginih sadržaja	0% (2021)	100%	100%
Broj zaposlenih u medijima koji se usavršava na godišnjem nivou	Polazna osnova će biti naknadno utvrđena	Najmanje 20	Najmanje 30

➤ *Operativni cilj 4.3 Obezbijeden siguran ambijent za rad novinara/ki*

Potrebno je obezbijediti zdravo, bezbjedno i fer okruženje za rad novinara/ki u Crnoj Gori, standardizovati izvještavanje Vrhovnog suda o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni pojavljuju novinari/ke te na taj način redovno će se pratiti kaznena politika sudova i rasvjetljavanje ovih djela. Na osnovu ovih podataka i podataka ostalih relevantnih subjekata potrebno je razvijati godišnje izvještaje 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. Dodatno, potrebno je tačno definisati kontakt osobe u Upravi policije i Vrhovnom državnim tužilaštvu, te formirati specijalizovane timove sa obučanim osobama koje će pratiti i istraživati slučajeve napada na novinare/ke.

Kako bi se o ovoj temi podigla svijest građana/ki, ali i institucija zaduženih za rasvjetljavanje napada, organizovaće se relevantne medijske kampanje, okrugli stolovi za sudove, Državno tužilaštvo i medije, kao i treninzi za relevantne institucije.

Dodatno, potrebno je obezbijediti dalju podršku Komisiji za praćenje istraga napada na novinare/ke, te analizirati njihov učinak i tjesnije pratiti sam rad komisije. Promocijom njihovog rada kroz predstavljanje izvještaja o radu Skupštini Crne Gore i približavanju nalaza i zaključaka koja ova Komisije donosi,

¹⁰⁸ Nakon usvajanja novog Zakona o medijima.

dodatno će se uticati na razumijevanje ukupne javnosti o pritiscima koji novinarska profesija trpi, sa ciljem kreiranja zdravih i sigurnih uslova rada. Potrebno je ulagati vještine i znanja novinara/ki, sa ciljem podizanja standarda u novinarskoj profesiji u Crnoj Gori.

Indikatori kojima se prati ispunjenje ovog operativnog cilja su:

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj procesuiranih slučajeva za ugrožavanje novinara/ki ¹⁰⁹	11 (2021)	8	5
Broj sankcionisanih napada u slučajevima ugrožavanja novinara/ki	3 (2021)	8	5
Broj pokrenutih disciplinskih postupaka protiv odgovornih lica u nadležnim institucijama ¹¹⁰ zbog neefikasnosti u rasvjetljavanju napada na novinare/ke	0 (2021)	2	5
Procenat realizovanih preporuka Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke	Polazna vrijednost će biti naknadno utvrđena ¹¹¹	30% realizovanih preporuka	50% realizovanih preporuka

¹⁰⁹ Izvor dobijen od Komisije za praćenje slučajeva napada na novinare.

¹¹⁰ Podaci dobijeni od MUP-a, Uprave policije i Tužilaštva.

¹¹¹ Komisija za praćenje istraga napada na novinare trenutno još uvijek nema evidenciju o procentu realizovanih preporuka.

**AKCIONI PLAN ZA PERIOD
2023 – 2024 ZA
IMPLEMENTACIJU
MEDIJSKE STRATEGIJE 2023
– 2027**

STRATEŠKI CILJ I – POBOLJŠAN KVALITET INFORMISANJA GRAĐANA I UNAPRIJEĐENA MEDIJSKA PISMENOST

OPERATIVNI CILJ 1.1 Povećan kvalitet i obim medijskih sadržaja u audiovizuelnim medijima			
Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat ukupne sopstvene produkcije registrovanih emitera televizijskih programa	10% (2021)	20%	25%
Procenat registrovanih emitera televizijskih programa koji imaju minimum 20% sopstvene produkcije	10% (2021)	20%	40%
Broj izdatih upozorenja AEM na rad audiovizuelnih medija	26 upozorenja po prigovorima subjekata 128 upozorenja po službenoj dužnosti (2021)	-10% u odnosu na polaznu vrijednost	-15% u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat audiovizuelnih medija koji imaju osnovano interno samoregulatorno tijelo ili su pristupili eksternom samoregulatornom tijelu	Manje od 5% (2021)	Više od 20%	Minimum 50%

AKTIVNOSTI

Aktivnost		Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
1.1.1	Utvrđivanje Prijedloga zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama	Utvrđen Prijedlog zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.1.2	Analiziranje programskih sadržaja emitera televizijskih programa sa nacionalnom pokrivenošću	Izrađena analiza programskih sadržaja emitera televizijskih programa sa nacionalnom pokrivenošću (informativni, kulturni, umjetnički, obrazovni, naučni, dječji, zabavni, sportski i drugi programski sadržaj)	AEM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.1.3	Definisanje uslova prilikom dodjele prava na emitovanje programa sa nacionalnom pokrivenošću, u skladu sa javnim interesom, odnosno potrebom sveobuhvatnog informisanja građana/ki	Usvojen Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama i relevantni podzakonski akti sa detaljima o raspisivanju konkursa za dodjelju prava na emitovanje programa sa nacionalnom pokrivenošću od strane Savjeta AEM	AEM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

1.1.4	Sprovođenje periodičnih nezavisnih izvještaja o radu regulatora u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga	Urađen najmanje 1 godišnji izvještaj o radu regulatora u oblasti audiovizuelnih medijskih usluga	NVO	I Q svake godine	II Q svake godine	30.000 EUR	Donatorska sredstva
1.1.5	Uvođenje nadzora nad poštovanjem zakonskih odredbi od strane svih medija	Usvojen Zakon o medijima sa definisanim nadzorom nad poštovanjem zakonskih odredbi od strane štampanih medija i internetskih publikacija	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	15.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.1.6	Organizovanje kampanje o isticanju uloge samoregulacije u medijima	Sprovedena jedna kampanja podizanja svijesti o ulozi samoregulacije u medijima	MKiM AEM NVO	IV Q 2023	IV Q 2024	17.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.1.7	Sprovođenje analize o faktorima koji utiču na ugrožavanje medijskog tržišta u Crnoj Gori	Završena i objavljena Analiza o faktorima koji utiču na ugrožavanje medijskog tržišta u Crnoj Gori sa preporukama za dalji razvoj plana akcija	MKiM AEM NVO	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.1.8	Sprovođenje istraživanja javnog mnjenja	Završena Analiza sa istraživanjem javnog mnjenja o kvalitetu i obimu plasiranih sadržaja u medijima	AEM	IV Q 2023	I Q 2024	15.000 EUR	Budžet CG (AEM)
1.1.9	Analiziranje posljedica i uticaja stranih medija na javno mnjenje u Crnoj Gori	Završena analiza o uticaju stranih medija na javno mnjenje u Crnoj Gori sa preporukama	MKiM AEM	II Q 2024	IV Q 2024	21.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.1.10	Razvijanje analize o pravcima razvoja i učešću na tržištu globalnih platformi za razmjenu video sadržaja i AVM usluga na zahtjev, kao i mogućnostima ostvarenja saradnje na ovom polju	Urađena analiza o mogućnostima i modelima saradnje sa globalnim platformama za <i>elektronske</i> komunikacije	MKiM AEM	I Q 2024	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

OPERATIVNI CILJ 1.2

Unaprijeđena podrška komercijalnim medijima koji izvještavaju o temama od javnog interesa

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim emiterima televizijskih programa financiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	9 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u registrovanim komercijalnim emiterima radijskih programa financiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	22 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa objavljen u internetskim publikacijama, upisanim u Evidenciju medija, financiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	1700 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Broj novih medijskih sadržaja od javnog interesa proizveden u komercijalnim štampanim medijima, upisanim u Evidenciju medija, financiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	491 (2021)	+ 50% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 60 u odnosu na polaznu vrijednost
Iznos sredstava Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	516.057,37 eura (2021)	2,527,283.32 eura	3,159,104.15 eura

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
1.2.1 Izrada Pravilnika o izmjenama i dopunama pravilnika o raspodjeli sredstava za štampane medije i internetske publikacije	Pripremljen Pravilnik o izmjenama i dopunama pravilnika o raspodjeli sredstava za štampane medije i internetske publikacije u dijelu uslova za učešće na konkursu, tematskih sadržaja, tijela za upravljanje projektima i sl.	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

1.2.2	Izrada Prijedloga zakona o medijima	Utvrđen Prijedlog zakona o medijima, sa akcentom na povećanje procenta finansiranja iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.2.3	Podsticanje povećanja broja medijskih sadržaja finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	Povećan broj novih medijskih sadržaja objavljenih u komercijalnim medijima finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	5.054.566.64 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.2.4	Uspostavljanje mehanizama za evaluaciju projekata finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	Usvojena odluka o članovima/cama tijela za monitoring i evaluaciju rezultata projekata finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.2.5	Sprovođenje evaluacije učinaka projekata finansiranih kroz Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	Finalizovane najmanje 1 evaluacije učinaka projekata finansiranih kroz Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	MKiM	II Q 2024	III Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.2.6	Izrada analize i kreiranje politike za potpuno ostvarivanje rodne ravnopravnosti u medijima	Izrađena analiza i smjernice razvojne politike za potpuno ostvarivanje rodne ravnopravnosti u medijima	MKiM NVO	II Q 2024	IV Q 2024	8.000 EUR	Budžet CG (MKiM)

OPERATIVNI CILJ 1.3			
Efikasan sistem za borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija			
Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj podnijetih prigovora AEM u slučajevima govora mržnje u audiovizuelnim medijima	2 (2021)	15	5
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u audiovizuelnim medijima	2 (2021)	15	5
Broj podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u štampanim medijima	2 (2021)	5	3
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u štampanim medijima	0 (2021)	5	0
Broj podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u internetskim publikacijama	0 (2021)	30	10
Broj izrečenih mjera povodom podnijetih prigovora u slučajevima govora mržnje u internetskim publikacijama	0 (2021)	20	5

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
1.3.1 Priprema Prijedloga zakona o izmjenama i dopunama krivičnog zakonika	Utvrđen prijedlog zakona o izmjenama i dopunama krivičnog zakonika sa jasno definisanom normom govora mržnje kao krivičnog djela	Ministarstvo pravde	II Q 2024	III Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.3.2 Priprema analize potreba za izmjenama postojećih mehanizama u cilju sankcionisanja širenja dezinformacija	Razvijena analiza potreba za izmjenama postojećih mehanizama u cilju sankcionisanja širenja dezinformacija sa preporukama	MKiM	IV Q 2023	II Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

1.3.3	Izrada Prijedloga zakona o medijima sa ciljem efikasnijeg suprotstavljanja govoru mržnje, online uznemiravanju i dezinformacijama	Utvrđen Prijedlog zakon o medijima, sa akcentom na dio iniciranja hitnog sudskog postupka od strane zainteresovane strane u slučajevima govora mržnje online uznemiravanja i dezinformacija	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.3.4	Izrada Prijedloga zakona o medijima sa ciljem zabrane širenja medijskih sadržaja koji prikazuju mizogine i štetne sadržaje usmjerenih prema ženama	Utvrđen Prijedlog zakona o medijima sa odredbom zabrane širenja medijskih sadržaja prikazivanje mizoginih i štetnih sadržaja usmjerenih prema ženama, a u cilju suzbijanja i borbe protiv rodnih stereotipa	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.3.5	Uspostavljanje mehanizma tijesne koordinacije za borbu govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacija sa obavezom izvještavanja o ovim slučajevima i pripremu preporuka za unapređenje stanja u medijima	Osnovana mreža za borbu protiv govora mržnje, online uznemiravanja i dezinformacijai donijet osnivački akti rada mreže sa akcionim planom rada	MKiM univerziteta u Crnoj Gori	IV Q 2023	IV Q 2024	150.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.3.6	Organizovanje obuka za novinare/ke i medijske radnike/ce o prepoznavanju i sprječavanju govora mržnje	Održane najmanje 4 obuke	MKiM AEM	IV Q 2023	IV Q 2024	26.500 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.3.7	Organizovanje obuka budućih moderatora/ki na internetskim publikacijama i na zvaničnim stranicama internetskih publikacija na društvenim mrežama o prepoznavanju i sprječavanja govora mržnje	Najmanje 30 moderatora/ki prošlo obuku	MKiM AEM	I Q 2024	II Q 2024	11.700 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.3.8	Organizovanje kampanje za sprječavanje govora mržnje i povećanje svijesti građana o problemu govora mržnje	Realizovana najmanje jedna kampanja godišnje za građane/ke Crne Gore o sprječavanju govora mržnje i povećanju svijesti građana/ki o problemu govora mržnje	MKiM AEM	I Q 2024	IV Q 2024	18.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.3.9	Razvijanje analize o pravicima saradnje sa globalnim internetskim kompanijama i društvenim mrežama u cillju borbe protiv dezinformacija i govora mržnje	Urađena analiza o mogućnostima i modelima saradnje sa globalnim internetskim kompanijama i društvenim mrežama sa ciljem definisanja odgovornosti za plasiranje informacija na ovim kanalima	MKiM	I Q 2024	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

OPERATIVNI CILJ 1.4

Povećana dostupnost prilagođenog medijskog sadržaja ranjivim kategorijama stanovništva (osobe sa invaliditetom, LGBTIQ, osobe koje koriste ili su koristile psihoaktivne supstance, žene koje su žrtve porodičnog nasilja, Romi i Egipćani)

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat medijskih sadržaja prilagođen OSI u ukupnom procentu medijskih sadržaja RTCG	0,01% (2021)	1,5%	2%
Broj rodno odgovornih programa i rodno osjetljivog jezika kod lokalnih javnih emitera i RTCG	0 (2021)	2	3
Broj emisija na javnom medijskom servisu koji se bave ranjivim kategorijama stanovništva ¹¹²	1 (2021)	2	3
Broj novih medijskih sadržaja u komercijalnim medijima koji se bave pitanjem relevantnim za OSI finansiranih od strane Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	0 (2022)	20	50
Broj novih sadržaja posvećenih ranjivim kategorijama stanovništva finansiranih iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	0 (2022)	27	45

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
1.4.1 Izrada Prijedloga zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama	Utvrđen Prijedlog zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, sa akcentom na dio koji se odnosi na primjenu člana 7 Direktive EU 2018/1808 (AVMSD) (mjere sa ciljem	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

¹¹² Emisija u nedjeljnoj programskoj šemi.

		kontinuiranog i postupnog povećanja sadržaja pristupačnih OSI)					
1.4.2	Izrada Prijedloga zakona o javnom medijskom servisu Crne Gore	Utvrđen Prijedlog zakona o javnom medijskom servisu Crne Gore sa izmjenama u dijelu povećanja obima sadržaja pomoću audio-deskripcije i gestovnog govora (tj. utvrđenog procenta sadržaja namijenjenim OSI)	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.4.3	Organizovanje obuka za novinare/ke o izvještavanju i proizvodnji sadržaja primjerenih OSI	Najmanje 50 novinara/ki obučeno o standardima za proizvodnju sadržaja o OSI u medijima	MKiM NVO	IV Q 2023	IV Q 2024	8.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.4.4	Izrada Prijedloga zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama	Utvrđen Prijedlog zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama sa propisanom obavezom javnih emitera na obavezan procenat programa posvećenih ranjivijim grupama	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.4.5	Organizovanje sistemskih i kontinuiranih obuka za novinare/ke komercijalnih medija	Najmanje 40 novinara/ki prošlo obuku o senzibilitetu prema marginalizovanim grupama i temama od interesa za ovu grupu građana/ki	MKiM AEM NVO	IV Q 2023	IV Q 2024	14.500 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.4.6	Organizovanje obuka za novinare/ke o pitanjima rodne ravnopravnosti	Održane 2 obuke za najmanje 60 novinara/ki o pitanjima rodne ravnopravnosti	MKiM NVO	II Q 2024	IV Q 2024	15.000 EUR	Budžet CG (MkiM)

OPERATIVNI CILJ 1.5**Unaprijeđena medijska pismenost svih segmenata društva, sa posebnim osvrtom na mlade**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Indeks medijske pismenosti u Crnoj Gori ¹¹³	32. mjesto (2021)	31. mjesto	30. mjesto
Procenat učenika/ca gimnazije koji su upoznati ¹¹⁴ sa osnovnim principima medijske pismenosti	1,8% (2021)	+ 20% u odnosu na polaznu vrijednost	+ 30% u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat učenika/ca osnovne škole koji su upoznati ¹¹⁵ sa osnovnim principima medijske pismenosti	0% (2021)	15%	20%

AKTIVNOSTI

Aktivnost		Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
1.5.1	Formiranje Nacionalnog savjeta za medijsku pismenost u cilju uspostavljanja sistematičnog planiranja i praćenja aktivnosti vezanih za unaprjeđivanje medijske pismenosti	Odluka o formiranju Nacionalnog savjeta za medijsku pismenost usvojena sa Pravilnikom o radu NSMP, imenovanju koordinatora/ke iz MKiM koji bi pružao/la tehničku podršku radu NSMP, agendom rada Nacionalnog savjeta	MP MKiM AEM NVO	IV Q 2023	IV Q 2024	105.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.5.2	Izrada sveobuhvatne analize nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama i polnoj strukturi, sa preporukama	Izrađena analiza nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama i polnoj strukturi, sa preporukama i prezentovana na okruglom stolu	NSMP MKiM AEM	IV Q 2023	II Q 2024	24.000 EUR	Donatorska sredstva

¹¹³ Podaci dobijeni od NVO Institut za otvoreno društvo iz Sofije, u sklopu Incijative za Evropske politike (*European Policies Initiative (EuPI)*), Republika Bugarska, a dostupni na linku: <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>. Zemlje Zapadnog Balkana su tradicionalno na dnu ljestvice medijske pismenosti u Evropi. Ciljane vrijednosti indikatora za 2025. i 2027. godinu su s tog razloga postavljene u realnom aspektu, budući da je, npr. u 2019. godini, prema podacima iste organizacije, Crna Gora zauzimala 31. mjesto kada je u pitanju indeks medijske pismenosti, a u 2022. godini čak 35. mjesto, što je pad za čak tri mjesta u odnosu na 2021. godinu.

¹¹⁴ Pohađali predmet Medijska pismenost

¹¹⁵ Pohađali predmet Medijska pismenost

			NVO Mediji				
1.5.3	Izrada višegodišnjeg plana za podizanje nivoa medijske pismenosti	Na osnovu aktivnosti 1.5.2 izrađen plan za unaprjeđenje medijske pismenosti	MKiM AEM NSMP	II Q 2024	IV Q 2024	8.000 EUR	Donatorska sredstva
1.5.4	Izrada godišnjih analiza i izvještaja o primjeni mjera sa preporukama za unaprjeđenje politika iz oblasti medijske pismenosti	Izrađeni godišnji izvještaji o primjeni mjera sa preporukama za unaprjeđenje politika iz oblasti medijske pismenosti i upućeni Vladi Crne Gore na usvajanje	AEM NSMP	II Q 2024	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.5.5	Organizovanje redovnih godišnjih obuka za donosiocice odluka, kreatore politika, predstavnike pravosuđa i jedinice lokalne samouprave, novinare/ke i medijske radnike/ce	Najmanje 40 polaznika/ca na godišnjem nivou iz oblasti medijske pismenosti na osnovu plana iz aktivnosti 1.5.3 prošle obuke	AEM MKiM NSMP NVO	IV Q 2023	I Q 2024	42.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.5.6	Organizovanje kampanje za podizanje nivoa svijesti građana/ki o značaju medijske pismenosti i sticanju znanja i vještina iz te oblasti	Organizovana najmanje jedna kampanja o podizanju nivoa svijesti građana/ki o značaju medijske pismenosti i sticanju znanja i vještina iz te oblasti	AEM MKiM NSMP NVO Mediji	IV Q 2023	IV Q 2024	8.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
1.5.7	Analiziranje postojećih nastavnih programa iz oblasti medijske pismenosti i izrada potrebnih priručnika iz medijske pismenosti za osnovne i srednje škole	Revidirani i unaprijeđeni priručnici iz predmeta medijske pismenosti za osnovne i srednje škole	MP Zavod za školstvo NSMP	IV Q 2023	IV Q 2024	12.000 EUR	Budžet CG (MP)
1.5.8	Kontinuirana edukacija nastavnog kadra	Povećan broj edukatora/ki za predmet medijske pismenosti za 30	MP Zavod za školstvo NSMP	IV Q 2023	IV Q 2024	17.000 EUR	Budžet CG (MP)

1.5.9	Kontinuirana evaluacija kvaliteta sprovođenja programa medijske pismenosti u školama i ishoda učenja	Sprovedeno najmanje jedno eksterno testiranje učenika/ca koji su izabrali predmet medijske pismenosti	MP NSMP	IV Q 2023	IV Q 2024	36.000 EUR	Budžet CG (MP)
1.5.10	Upućivanje inicijative MP	Upućena inicijativa MP i ostalim relevantnim institucijama, sa ciljem identifikovanja koraka za uvođenje predmeta medijska pismenost u svim srednjim školama u CG, kao i nižim razredima osnovnih škola	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.5.11	Upućivanje inicijative ka Univerzitetu Crne Gore za uvođenje modula medijske pismenosti na Filološkom i Filozofskom fakultetu	Poslata inicijativa Univerzitetu Crne Gore i održan minimum jedan sastanak u cilju razmatranja mogućnosti uvođenja modula medijske pismenosti na Filološkom i Filozofskom fakultetu	MKiM UCG	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.5.12	Uvođenje obaveznog izbornog predmeta medijska pismenost za sve osnovne i srednje škole	Medijska pismenost uvedena u svim osnovnim i srednjim školama kao obavezni izborni predmet	MP Zavod za školstvo	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
1.5.13	Kontinuirana edukacija nastavnog kadra	Minimum 30 edukatora/ki godišnje prošlo obuku za medijsku pismenost	MP Zavod za školstvo	IV Q 2023	IV Q 2024	18.000 EUR	Budžet CG (MP)
1.5.14	Sprovođenje redovne revizije (prilagođavanje) i unaprijeđenje postojećih nastavnih programa i izrada potrebnih priručnika iz medijske pismenosti za osnovne i srednje škole	Svi programi za osnovne i srednje škole iz oblasti medijske pismenosti revidirani i unaprijeđeni	MP Zavod za školstvo	IV Q 2023	IV Q 2024	17.000 EUR	Budžet CG (MP) Donatorska sredstva
1.5.15	Sačinjavanje inicijative ka Univerzitetu Crne Gore za uvođenje medijskog obrazovanja za učitelje/ice i vaspitače/ice i analiziranje potrebe i mogućnosti za kontinuiranu obuku istraživača u visokoškolskim	Poslata inicijativa Univerzitetu Crne Gore i održan minimum jedan sastanak sa ciljem uvođenja medijskog obrazovanja za učitelje/ice i vaspitače/ice i analiziranje potrebe i mogućnosti za kontinuiranu obuku istraživača	MP UCG NSMP	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

institucijama iz medijske pismenosti i medijske pedagogije

u visokoškolskim institucijama iz medijske pismenosti i medijske pedagogije

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

OPERATIVNI CILJ 2.1 Unaprijeđena nezavisnost javnih emitera			
Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat ostvarenja produkciono-programskih planova RTCCG	50% (2021)	70%	80%
Procenat ostvarenja produkciono-programskih planova lokalnih javnih emitera	80% (2021)	85%	90%

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
2.1.1 Izrada Prijedloga zakona o javnom medijskom servisu Crne Gore	Utvrđen Prijedlog zakona o javnom medijskom servisu, sa akcentom na dio unaprijeđenja kriterijuma i procedura izbora Savjeta javnog medijskog servisa, odgovornosti ključnih upravljačkih pozicija uz depolitizaciju rada Savjeta	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
2.1.2 Izrada Prijedloga zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama	Utvrđen prijedlog zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama sa propisanim obavezama jedinica lokalnih samouprava o finansiranju lokalnih javnih emitera	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
2.1.3 Standardizovanje donošenja godišnjih planova javnih emitera i izvještaja o realizaciji godišnjih planova	Pripremljen i usvojen model godišnjeg plana i godišnjeg izvještaja javnih emitera o realizaciji istih	AEM	II Q 2024	IV Q 2024	19.500 EUR	Donatorska sredstva

OPERATIVNI CILJ 2.2 Uspostavljena adekvatna samoregulacija u medijima			
Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat registrovanih medija koji su uključeni u neki oblik samoregulacije	10% (2021)	70%	80%

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja	
2.2.1	Sprovođenje analize o poštovanju standarda Kodeksa novinara/ki Crne Gore i ukupnom stanju u oblasti samoregulacije	Razvijena analiza sa <i>fact-finding</i> istraživanjem o poštovanju standarda Kodeksa novinara/ki i stanju u oblasti samoregulacije medija, uporednim praksama i preporukama za snaženje samoregulacije/poštovanje profesionalnih standarda	MKiM AEM NVO	I Q 2024	III Q 2024	21.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
2.2.2	Analiziranje o izazovima priključenja samoregulatornom tijelu	Izrađena analiza o izazovima priključenja samoregulatornom tijelu sa preporukama	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	8.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
2.2.3	Sprovođenje periodičnih analiza i istraživanja o radu samoregulatornih tijela	Finalizovano najmanje jedno istraživanje o radu samoregulatornih tijela	MKiM NVO	IV Q 2023	IV Q 2024	14.000 EUR	Donatorska sredstva
2.2.4	Promovisanje dobrih praksi u samoregulaciji	Realizovana najmanje jedna medijska kampanja o benefitima samoregulacije	MKiM NVO	IV Q 2023	IV Q 2024	8.000 EUR	Donatorska sredstva
2.2.5	Organizovanje okruglih stolova o odgovornosti samoregulatora	Održana najmanje 2 okrugla stola o relevantnim temama o samoregulaciji	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	6.000 EUR	Budžet CG (MKiM)

OPERATIVNI CILJ 2.3

Usaglašen nacionalni regulatorni okvir sa relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat usaglašenosti Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD), odnosno, relevantnom pravnom tekovinom Evropske unije	70% ¹¹⁶	100%	100%

AKTIVNOSTI

¹¹⁶ Na osnovu važećeg Zakona o elektronskim medijima.

	Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
2.3.1	Transformacija Agencije za elektronske medije u Agenciju za audiovizuelne medijske usluge u skladu sa propisima EU	Usvojen Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama sa propisanim nadležnostima Agencije za audiovizuelne usluge i obezbijeđena njena puna finansijska i operativna nezavisnost	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	45.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
2.3.2	Organizovanje sastanaka radne grupe za harmonizaciju nacionalnog zakonodavstva sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD)	Održano najmanje 6 sastanaka radne grupe za harmonizaciju nacionalnog zakonodavstva sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD)	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	7.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
2.3.3	Donošenje zaključaka/preporuka o daljoj harmonizaciji nacionalnog zakonodavstva sa Direktivom EU 2018/1808 (AVMSD)	Donijeti zaključci/ preporuke o daljim koracima	MKiM	I Q 2024	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
2.3.4	Organizovanje medijske kampanje o podizanju svijesti o važnim aspektima novo-harmonizovanog zakonodavstva	Sprovedena najmanje jedna medijska kampanja o podizanju svijesti o važnim aspektima novog zakonodavstva	MKiM	III Q 2024	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
2.3.5	Unapređivanje ljudskih kapaciteta u Direktoratu za medije, MKiM	Povećan broj zaposlenih u Direktoratu za medije	MKiM	I Q 2024	IV Q 2024	42.500 EUR	Budžet CG (MKiM)
2.3.6	Jačanje administrativnih, ljudskih i tehničkih kapaciteta zaposlenih u Direktoratu za medije i AEM sa ciljem usaglašavanja nacionalnog normativnog okvira sa standardima EU	Zaposleni/e u Direktoratu za medije i AEM obučeni kroz najmanje 3 specijalizovane obuke za usaglašavanje normativnog okvira sa standardima EU i o najboljim regionalnim praksama	MKiM AEM	II Q 2024	IV Q 2024	12.000 EUR	Budžet CG (MKiM)

OPERATIVNI CILJ 2.4**Poboljšana informisanost građana/ki o načinima podnošenja prigovora na rad medija**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj podnijetih prigovora na rad komercijalnih medija	38 (2021)	130	11
Broj pristiglih prigovora na rad RTCG	29 (2021)	35	25
Broj prigovora na rad lokalnih javnih emitera	9 (2021)	13	7

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
2.4.1 Pružanje servisa besplatne pomoći za podnošenje prigovora na rad medija	Najmanje 60 građana/ki koristilo besplatan servis podrške u podnošenju prigovora na rad medija i kršenje profesionalnih standarda	NVO	I Q 2024	IV Q 2024	30.000 EUR	Donatorska sredstva Budžet CG (MKiM)
2.4.2 Organizovanje radionica za edukaciju građana/ki o procedurama za podnošenje prigovora	Najmanje 60 građana/ki učestvovalo na jednodnevnim obukama o profesionalnim standardima u medijama i procedurama za podnošenje prigovora	NVO	I Q 2024	IV Q 2024	16.000 EUR	Donatorska sredstva
2.4.3 Organizovanje treninga za zaposlene u lokalnim javnim emiterima	Organizovana 2 treninga o temama od značaja za zaposlene u lokalnim javnim emiterima	AEM MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	12.000 EUR	Budžet CG (AEM)
2.4.4 Sprovođenje medijske kampanje o mogućnostima ulaganja prigovora i koracima za sve građane/ke	Objavljen najmanje jedan TV spot sa informacijama o načinu podnošenja prigovora na rad medija i o dostupnim servisima	MKiM	I Q 2024	III Q 2024	7.000 EUR	Budžet CG (MKiM)

STRATEŠKI CILJ III – UNAPRIJEĐEN AMBIJENT ZA FER TRŽIŠNO POSLOVANJE MEDIJA

OPERATIVNI CILJ 3.1			
Osiguran jednak tretman svih učesnika/ca na medijskom tržištu			
Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat obezbijeđenih subvencionisanih troškova smještaja opreme, prenosa i emitovanja signala putem mreže radio-difuzinih predajnika za sve lokalne javne i komercijalne emitere	60% (2021)	70%	80%
Prihodi medija na ime oglašavanja i drugih ugovorenih usluga i po osnovu pružanja javnih usluga	3.987.504,92 EUR ¹¹⁷ (2021)	+ 10 % u odnosu na polaznu vrijednost	+ 15 % u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat medija koji objavljuju prihode dobijene od organa javnog sektora	37% (2021)	85%	90%
Broj osnovanih lokalnih fondova za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	0 (2022)	5	8

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
3.1.1 Analiziranje primjene zakonske norme koja obavezuje javni sektor i medije da objave podatke o uplatama po osnovu oglašavanja i drugih ugovorenih usluga	Urađena najmanje jedna godišnja analiza primjene zakonskih normi o obavezama javnog sektora i medija da objave podatke o uplatama po osnovu oglašavanja i drugih ugovorenih usluga	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
3.1.2 Pripremanje periodičnih izvještaja o primjeni Zakona o medijima i Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama od	Urađen najmanje jedan godišnji izvještaj o sprovođenju zakona koji sadrži podatke o vlasništvu u audiovizuelnim medijima, poštovanju odredbi o	MKiM AEM NVO	IV Q 2023	IV Q 2024	34.000 EUR	Budžet CG (MKiM)

¹¹⁷ Bez PDV-a

	strane regulatornog organa za oblast AVM usluga	minimalnom procentu sopstvene produkcije i oglašavanju					
3.1.3	Sprovođenje analize o efektima oglasnih sadržaja kreiranih u zemljama regiona sa emitovanjem na prostoru Crne Gore	Urađena analiza o efektima oglasnih sadržaja iz zemanja regiona sa emitovanjem u Crnoj Gori sa preporukama	MKiM NVO	IV Q 2023	II Q 2024	18.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
3.1.4	Priprema periodičnih izvještaja o primjeni Zakona o medijima	Urađen najmanje jedan godišnji izvještaj o primjeni Zakona o medijima koji sadrži podatke o poštovanju odredbi o obavezi isticanja impresuma i transparentnosti vlasništva u internetskim publikacijama	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
3.1.5	Podizanje svijesti medija o novinama u Zakonu o medijima i Zakonu o audiovizuelnim medijskim uslugama u dijelu transparentnog finansiranja iz javnih prihoda	Objavljena najmanje 1 kampanja o neophodnosti transparentnog finansiranja iz javnih prihoda Organizovana najmanje 3 okrugla stola sa medijama, posvećena ovim temama	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	13.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
3.1.6	Istraživanje o uticaju svih vrsta državnih davanja na razvoj medija, ekonomski status zaposlenih u medijima	Urađen najmanje jedan godišnji izvještaj o uticaju svih vrsta državnih davanja na ekonomski status zaposlenih u medijima	NVO Sindikat medija	IV Q 2023	IV Q 2024	44.000 EUR	Donatorska sredstva
3.1.7	Sprovođenje analize o funkcionalnosti i održivosti lokalnih javnih emitera	Usvojena analiza o funkcionalnosti i održivosti lokalnih javnih emitera sa preporukama	MKiM AEM	I Q 2024	III Q 2024	23.000 EUR	Donatorska sredstva
3.1.8	Sprovođenje istraživanja o osnivanju lokalnih fondova za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	Finalizovano istraživanje o osnivanju lokalnih fondova za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija sa preporukama	MKiM	III Q 2024	IV Q 2024	14.000 EUR	Donatorska sredstva
3.1.9	Razvijanje preporuka/smjernica za osnivanje lokalnih fondova za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	Usvojene smjernice/preporuke za osnivanje lokalnih fondova za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija	MKiM	II Q 2024	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

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

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj realizovanih istraživanja o čitanosti, gledanosti, slušanosti, povjerenju za sve medije u Crnoj Gori	0 (2022)	2	5

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
3.2.1 Uspostavljanje metrike za sve formate medija kako bi se mjerila čitanost, gledanost, slušanost, povjerenje i drugi parametri za sve medije u Crnoj Gori	Urađena metodologija za sprovođenje istraživanja uz učešće medija sa ciljem mjerenja čitanosti, gledanosti, slušanosti, povjerenja i drugih parametara za sve medije u Crnoj Gori	AEM MKiM	IV Q 2023	II Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
3.2.2 Sprovođenje redovnih polugodišnjih istraživanja javnog mnjenja o trendovima na medijskom tržištu	Urađena metodologija nezavisnog regulatornog organa za oblast AVM usluga za sprovođenje istraživanja o trendovima na medijskom tržištu, urađena i objavljena kvartalna istraživanja	AEM	IV Q 2023	IV Q 2024	32.000 EUR	Budžet CG (AEM)

OPERATIVNI CILJ 3.3**Unaprijeđeni tehničko-tehnološki i produkcijski kapaciteti medija**

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat digitalizacije arhiva javnog servisa RTCG	0% (2021)	30%	50%
Broj emitera televizijskih programa koji imaju adekvatnu opremu za emitovanje digitalnog signala	8 (2021)	11	16
Broj emitera radijskih programa koji imaju adekvatnu opremu za emitovanje digitalnog signala	5 (2021)	7	10

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
3.3.1 Definisane usluge i aktera na tržištu AVM usluga u pogledu primijenjene tehnologije i uravnotežene regulatorne mjere	Usvojen Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama	AEM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
3.3.2 Stvaranje podsticajnog ambijenta za dalji razvoj usluga digitalne zemaljske televizije (DVB-T2)	Usvojen Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
3.3.3 Stvaranje uslova za implementaciju prvog nacionalnog multipleksa za T-DAB+ tehnologiju	Usvojen Zakon o izmjenama i dopunama zakona o digitalnoj radio-difuziji	MERT	II Q 2024	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
3.3.4 Usaglašavanje regulatorne prakse koja se odnosi na distributere linearnih AVM usluga i AVM usluga na zahtjev sa relevantnom regulativom EU	Usvojen Zakon o audiovizuelnim medijskim uslugama sa akcentom na dio obaveza i odgovornost distributera linearnih AVM usluga i AVM usluga na zahtjev	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

3.3.5	Digitalizacija arhiva RTCG	Kasete, trake, VHS trake i ploče popisane, katalozi napravljeni i dijelom digitalizovane	RTCG	IV Q 2023	IV Q 2024	2.500.000 EUR	Budžet RTCG Donatorska sredstva
-------	----------------------------	--	------	-----------	-----------	---------------	------------------------------------

STRATEŠKI CILJ IV – POBOLJŠAN OKVIR ZA RAD I POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA

OPERATIVNI CILJ 4.1 Osnažena socio-ekonomska pozicija zaposlenih u medijima			
Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Prosječna zarada zaposlenih u medijima	764.09 (2020)	+30% odnosu na polaznu vrijednost	+40% u odnosu na polaznu vrijednost
Procenat usaglašenosti koeficijenata fotoreportera/ki i drugih tehničkih zanimanja sa koeficijentom novinara/ki u granskom kolektivnom ugovoru	0% (2022)	100%	100%

AKTIVNOSTI

Aktivnost	Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
4.1.1 Priprema novog Granskog kolektivnog ugovora za oblast medija i grafičke djelatnosti kojim će se poboljšati ekonomski status i radna prava zaposlenih u medijima	Usvojen novi Granski kolektivni ugovor za oblast medija i grafičke djelatnosti (definisani koeficijenti za zaposlene u medijima, utvrđen beneficirani radni staž za novinare/ke i druge medijske radnike/ce koji obavljaju posao sa povišenim stepenom rizika)	Medijski sindikati Unija poslodavaca	IV Q 2023	II Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
4.1.2 Predlaganje odluke Vlade Crne Gore o povezivanju staža novinarima/kama, fotoreporterima/kama i snimateljima/kama	Usvojena Odluka o povezivanju radnog staža novinarima/kama, fotoreporterima/kama i snimateljima/kama medijskih kuća koje su bile u stečaju i čija su preduzeća likvidirana	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/

4.1.3	Sprovođenje analize o izazovima u radu novinara/ki i drugih medijskih radnika/ca	Urađena analiza sa preporukama za poboljšanje socio-ekonomskog položaja medijskih radnika/ca	MKiM Sindikat medija	I Q 2024	III Q 2024	17.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
4.1.4	Istraživanje javnog mnjenja o radu medija i nezavisnosti novinara/ki	Sprovedeno najmanje jedno istraživanje o radu medija i nezavisnosti novinara i prezentovano na okruglom stolu	MKiM	IV Q 2023	III Q 2024	14.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
4.1.5	Sprovođenje obuka za novinare/ke zaposlene u javnim emiterima	Organizovanje najmanje 2 obuke za novinare/ke zaposlene u javnim emiterima	MKiM AEM	I Q 2024	IV Q 2024	4.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
4.1.6	Sprovođenje treninga za Ombudsmana/ku RTCG i ombudsmane/ke lokalnih javnih emitera	Organizovana najmanje jedna specijalizovana obuka u cilju poboljšanja rada Ombudsmana/ke RTCG i ombudsmana/ki lokalnih javnih emitera Povećan kapacitet članova Ombudsmana/ke RTCG i ombudsmana/ki lokalnih javnih emitera u cilju jačanja njihove odgovornosti	MKiM RTCG	I Q 2024	IV Q 2024	6.000 EUR	Budžet CG (MKiM)

OPERATIVNI CILJ 4.2

Unaprijeđena nezavisnost i kapaciteti novinara/ki i drugih zaposlenih u medijima

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Procenat registrovanih medija koji su donijeli statute u skladu sa zakonom i osigurali zaštitu glavnog urednika	Polazna vrijednost biće utvrđena 2024. godine	+ 10% u odnosu na polaznu vrijednost	+20 % u donosu na polaznu vrijednost
Procenat usaglašenosti Kodeksa novinara/novinarki Crne Gore u dijelu izvještavanja o nasilju nad ženama sa međunarodnim standardima	0 % (2021)	50%	100%
Procenat zabranjenih mizoginih sadržaja	0 % (2021)	100%	100%
Broj zaposlenih u medijima koji se usavršavaju na godišnjem nivou	Polazna osnova će biti naknadno utvrđena	Najmanje 20	Najmanje 30

AKTIVNOSTI

Aktivnost		Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
4.2.1	Izrada Prijedloga zakona o medijima	Utvrđen Prijedlog zakona o medijima, sa akcentom na dio normiranja definicije novinara/ki, izmjene strukture Statuta medija sa ciljem garantovanja zaštite urednika/ca, odvojenost informativne i marketinške redakcije, poboljšanje procedure zaštite izvora informacije	MKiM	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
4.2.2	Razvijanje analize potreba za unapređenjem Kodeksa novinara/ki Crne Gore	Razvijena Analiza potreba za unapređenjem Kodeksa novinara/ki Crne Gore sa preporukama za unapređenje kodeksa	MKiM Novinarska udruženja	I Q 2024	III Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
4.2.3	Primjena normi o rodnoj senzitivnosti i zabrani diskriminacije	- Donijete smjernice za izvještavanje o nasilju nad ženama u odnosu na Kodeks novinara/ki Crne Gore, sa ciljem smanjenja zloupotrebe i kršenja međunarodnih standarda u oblasti slobode izražavanja i indetifikovan broj slučajeva nepoštovanja Kodeksa novinara/ki Crne Gore u dijelu primjene normi o upotrebi rodno osjetljivog jezika u štampanim medijima i internetskim publikacijama - Izrađena metodologija o upotrebi rodno osjetljivog jezika u komercijalnim audiovizuelnim medijima	Mehanizmi samoegulacije AEM MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	15.000 EUR	Budžet CG (AEM)
4.2.4	Sprovođenje Analize o postojećim studijskim programima/obukama u sektoru medija	Završena analiza o postojećim studijskim programima/obukama u sektoru medija sa preporukama za poboljšanje i sistematizovanje istih	MKiM UCG	I Q 2024	III Q 2024	15.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
4.2.5	Sprovođenje širokog opsega obuka za zaposlene u medijima u cilju jačanja postojećih kapaciteta	Sprovedeno najmanje 8 obuka, za najmanje 150 novinara/ki i drugih zaposlenih u medijima	MKiM AEM Medijske organizacije	IV Q 2023	IV Q 2024	75.000 EUR	Budžet CG (MKiM)

4.2.6	Sprovedenje istraživanja o kapacitetima (obrazovanju, iskustvu, vještinama i ostalo) medijskih radnika/ca u Crnoj Gori	Sveobuhvatno istraživanje prezentovano na okruglom stolu	MKiM	II Q 2024	IV Q 2024	42.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
4.2.7	Razvijanje prijedloga za uspostavljanje trening centra za mlade novinare	Usvojena inicijativa za 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	Univerzitet CG MP MKiM	II Q 2024	IV Q 2024	38.000 EUR	Budžet CG (UCG)

OPERATIVNI CILJ 4.3 Obezbijeđen siguran ambijent za rad novinara/ki			
Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljana vrijednost 2025	Ciljana vrijednost 2027
Broj procesuiranih slučajeva za ugrožavanje novinara/ki	11 (2021)	8	5
Broj sankcionisanih napada u slučajevima ugrožavanja novinara/ki	3 (2021)	8	5
Broj pokrenutih disciplinskih postupaka protiv odgovornih lica u nadležnim institucijama ¹¹⁸ zbog neefikasnosti u rasvjetljavanju napada na novinare/ke	0 (2021)	2	5
Procenat realizovanih preporuka Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke	Polazna vrijednost će biti naknadno utvrđena	30% realizovanih preporuka	50% realizovanih preporuka

AKTIVNOSTI

¹¹⁸ MUP, Uprava policije i Tužilaštvo

Aktivnost		Indikator	Nadležnost	Početak	Kraj	Budžet	Izvor finansiranja
4.3.1	Praćenje kaznene politike sudova kroz redovno godišnje izvještavanje Vrhovnog suda o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni/e pojavljuju novinari/ke	Usvojeni godišnji izvještaji o pravosnažnim presudama u postupcima gdje se kao oštećeni/e pojavljuju novinari/ke	Komisija za praćenje istraga napada na novinare/ke	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
4.3.2	Pokrenuta Inicijativa za izmjenu Odluke o obrazovanju Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke	Usvojena izmijenjena odluka o formiranju Komisije sa obavezom relevantnih institucija da po službenoj dužnosti dostavljaju podatke o prijavljenim i procesuiranim slučajevima napada na novinare/ke	MKiM Komisija za praćenje istraga napada na novinare/ke MUP Sudovi Državno tužilaštvo	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
4.3.3	Iniciranje uspostavljanja budžeta za Komisiju za praćenje istraga napada na novinare/ke	U okviru relevantne budžetske jedinice identifikovana sredstva za rad Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke	MUP MF	IV Q 2023	I Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
4.3.4	Organizovanje medijske kampanje o slučajevima napada na novinare/ke	Sprovedena najmanje 1 kampanja o slučajevima napada na novinare/ke	MKiM	I Q 2024	IV Q 2024	12.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
4.3.5	Organizovanje okruglih stolova za sudove, Državno tužilaštvo i medije o slučajevima napada	Organizovana najmanje 2 okrugla stola na temu napada na novinare/ke	MKiM	IV Q 2023	IV Q 2024	9.000 EUR	Budžet CG (MKiM)
4.3.6	Uspostavljanje SOS linije za pomoć novinarima/kama, žrtvama mobinga ili nezakonitog postupanja poslodavca (osnivača medija, tj rukovodećeg kadra)	Besplatna SOS linija za pomoć novinarima/kama, žrtvama mobinga ili nezakonitog postupanja poslodavca (osnivača medija, tj rukovodećeg kadra) funkcionalna	Sindikata medija	I Q 2024	IV Q 2024	22.000 EUR	Donatorska sredstva
4.3.7	Unaprjeđenje rada Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke	- Finalizovana Analiza učinka Komisije sa preporukama za poboljšanje njihovog rada	MUP	IV Q 2023	IV Q 2024	7.000 EUR	Budžet CG

		- Realizovana najmanje jedna medijska kampanja sa ciljem promocije rada Komisije - Izvještaji Komisije su predstavljeni u Skupštini Crne Gore	MKiM Komisija za praćenje istraga napada na novinare/ke				(MUP)
4.3.8	Unaprjeđenje strukture izvještaja Komisije za praćenje istraga napada na novinare/ke, Uprave policije i Vrhovnog državnog tužilaštva koji uključuju posebne djelove sa osvrtom na rezultate u rješavanju napada na novinare/ke	Pripremljen i usvojen godišnji izvještaj relevantnih institucija sa posebnim djelovima o rezultatima u rješavanju napada na novinare/ke	MKiM Komisija za praćenje istraga napada na novinare/ke Uprava policije VDT	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
4.3.9	Formiranje specijalizovanih timova/određivanje kontakt osoba u Upravi policije i Državnom tužilaštvu koji će pratiti i istraživati slučajeve napada na novinare/ke	Formiran tim za istraživanje slučajeva napada na novinare/ke/određene kontakt osobe kojeg sačinjavaju predstavnici/ce Uprave policije i Državnog tužilaštva	Uprava policije VDT	IV Q 2023	IV Q 2024	Nijesu potrebna sredstva	/
4.3.10	Organizovanje treninga za Upravu policije i Državno tužilaštvo	Organizovana najmanje 2 specijalizovana treninga za kontakt osobe i relevantna lica koja se bave slučajevima napada na novinare/ke u Upravi policije i Državnom tužilaštvu	Uprava policije VDT	I Q 2024	IV Q 2024	12.000 EUR	Budžet CG (MUP)
4.3.11	Sprovođenje sveobuhvatne analize o napadima na novinare/ke u CG	Finalizovana analiza o slučajevima napada na novinare/ke sa preporukama za unaprjeđenje mehanizama zaštite	MKiM Sindikata medija	I Q 2024	III Q 2024	21.000 EUR	Budžet CG (MKiM)

BUDŽET

Procijenjeni troškovi strategije, tj. Akcionog plana za period 2023-2024 za realizaciju Medijske strategije razvijeni su primjenom *Metodoloških smjernica za procjenu troškova vladinih Strategija – s primjerima iz strategija za reformu javne uprave* razvijenih od strane ReSPA 2018. godine.

Ukupni procijenjeni troškovi implementacije Strategije u periodu od 2023. od 2027. godine iznosiće 24.230.000 €. Troškovi aktivnosti planiranih Akcionim planom za period 2023-2024. godinu koji je sastavni dio Strategije iznose 8.926.266.640 €, detaljna struktura po strateškim ciljevima je data u tabeli dolje.

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

Aktivnosti akcionog plana za period 2022-2024 finansiraće se iz Budžeta CG, kao i iz izdvojenih 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.

Strateški cilj	Naziv	Trošak u EUR
I	POBOLJŠAN KVALITET INFORMISANJA GRAĐANA/KI	5.691.266.640
II	OSNAŽENA UREDNIČKA I FINANSIJSKA NEZAVISNOST, ETIKA I PROFESIONALIZAM JAVNIH EMITERA	248.000
III	UNAPRIJEĐEN AMBIJENT ZA FER TRŽIŠNO POSLOVANJE MEDIJA	2.678.000.000
VI	POBOLJŠAN OKVIR ZA RAD I POLOŽAJ ZAPOSLENIH U MEDIJIMA	309.000
	UKUPNO	8.926.266.640

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

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

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

Za praćenje realizacije strategije i nadzor nad kvalitetom i dinamikom implementacije planiranih aktivnosti formiraće se Komisija za praćenje sprovođenja Medijske strategije Crne Gore 2023-2027. Pored predstavnika/ca ministarstva nadležnog za oblast medija, članovi/ce Komisije biće predstavnici institucija čije su aktivnosti prepoznate Strategijom: Ministarstvo pravde, Ministarstvo finansija, Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma, Ministarstvo javne uprave, Ministarstvo prosvjete, Agencija za elektronske medije, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, Radio-difuzni centar, predstavnici/ce 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.

Komisija će biti formirana nakon usvajanja Medijske strategije Crne Gore 2023-2027. Radom Komisije koordiniraće Ministarstvo kulture i medija, koje takođe obezbjeđuje tehničku i stručnu podršku prilikom organizacije sastanaka i pripreme kvartalnih i godišnjih izvještaja. Komisija bi trebalo da se sastaje kvartalno i da se za svaki sastanak pripremi izvještaj o sprovedenim aktivnostima. Izvještaj sa sastanka Komisije u kome su sumirani glavni zaključci trebalo bi objaviti na internet stranici MKiM, sa ciljem poštovanja principa transparentnosti. U okviru Komisije, ukoliko za to bude bilo potrebe, mogu se osnovati i radni podtimovi sa ciljem bolje i učinkovitije implementacije određenih strateških i operativnih ciljeva.

Članovi/ce Komisije i njihovi/e zamjenici/ce bi trebalo da imaju pređašnja znanja i iskustva i oblasti za koju izvještavaju, te ukoliko to nije slučaj potrebno je da obuku prođu, a poželjno je da imaju i iskustva u implementaciji strateških ili akcionih planova. U roku od najviše godinu dana od dana imenovanja, članovi/ce Komisije i njihovi/e zamjenici/e bi trebalo da završe Program obrazovanja za stručno usavršavanje državnih službenika/ca za strateško planiranje koji sprovodi Generalni sekretarijat Vlade u saradnji sa Upravom za ljudske resurse. Ove obaveze bi trebalo da budu dio opisa poslova članova/ica Komisije. Na ovaj način se takođe obezbjeđuje poštovanje ranije pomenutih principa, kao i jačanje kadrovskih kapaciteta za strateško planiranje i sprovođenje javnih politika, monitoring, izvještavanje i evaluaciju.

Dodatno, članovi/ce Komisije bi trebalo redovno da izvještavaju starješine institucije/organa koji ih je imenovao/la o napretku Strategije za medije i obavezama koje ta institucija ima u njenom sprovođenju, da prati sprovođenje strategije u svojoj instituciji i da redovno izvještava Komisiju o tome. Time se osigurava poštovanje principa odgovornosti organa državne uprave zaduženih za izradu i sprovođenje strateškog dokumenta. U cilju efikasne implementacije svih aktivnosti, potrebno je sa relevantnim organima tokom sprovođenja Strategije, na vrijeme uvidjeti i izvjestiti o potencijalnim rizicima i preprekama u samoj implementaciji na sastancima Komisije.



Sprovođenje Medijske strategije Crne Gore 2023-2027 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. Ministarstvo je u obavezi da sačini godišnje izvještaje o realizovanim aktivnostima u skladu sa Metodologijom i iste dostavi Vladi na usvajanje. Institucije identifikovane kroz Medijsku strategiju vršiće monitoring pojedinačnih ciljeva reforme kao i pripadajućih indikatora. One će u narednom petogodišnjem periodu izvještavati ministarstvo i dostavljati sve potrebne podatke. U cilju blagovremenog izvještavanja, ministarstvo, koje će pružati stručnu i administrativnu podršku, u svim odgovornim institucijama biće određene kontakt osobe koje će pružati i dostavljati sve tražene informacije. U odnosu na prepoznate odgovornosti, od svakog člana Komisije se očekuje da dostavlja tražene podatke i priloge za izvještaj u cilju sačinjavanja godišnjih izvještaja o realizaciji Startegije. Radi kreiranja objektivnog izvještaja koristiće se različiti izvori podataka – počevši od podataka koje budu dostavljale relevantne institucije, materijali na Vladi, izvještaji o realizaciji programa rada organa, intervjui sa kontakt osobama, fokus grupe sa relevantnim stranama, materijali NVO-a, kao i istraživanja i izvještaji međunarodnih organizacija.

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

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

Nakon isteka roka realizacije Strategije, sačinice se i završni izvještaj koji će, nakon upoznavanja Komisije sa istim, biti dostavljen Vladi na usvajanje.

Monitoring sprovođenja strateškog dokumenta sadržaće i rodnu komponentu, kako bi se vidjelo da li su se programske aktivnosti bavile različitim prioritetima i potrebama žena i muškaraca u skladu sa planom, što će dalje pomoći u identifikaciji i praćenju razlika u rezultatima i uticajima implementacije sa rodnog aspekta.

Da bi se utvrdio stepen ispunjavanja ciljeva, djelotvornosti i održivosti Strategije predviđena je i evaluacija ovog strateškog dokumenta. Evaluacija će biti sprovedena na kraju implementacionog perioda Strategije radi ocjenjivanja stvarnih efekata i učinka. Evaluaciju će vršiti nezavisni/e eksperti/kinje, a izvještaj će biti dostavljen Vladi na usvajanje. Evaluacija će uključivati i odgovor na pitanje da li je strateški dokument bio koncipiran na način da uvažava rodne razlike, te da li je na iste odgovorio adekvatnim ciljevima, aktivnostima i indikatorima. Neophodan budžet za sprovođenje evaluacija u iznosu od ukupno 40.000 EUR će biti planiran iz sredstava Ministarstva kulture i medija u godinama u kojima je evaluacija predviđena.

