

— 2019



# NOVI MEDIJI – STARI PROBLEMI 2019

**Istraživanje o stanju u  
digitalnim medijima**

Bojana Laković-Konatar

oktobar 2019.

*Izdavač:* Sindikat medija Crne Gore

*Autorka:* Bojana Laković-Konatar

*Lektor:* Predrag Nikolić

*Prelom:* Lavi Studio

*Tiraž:* 100 primjeraka

*Datum:* oktobar 2019.

CIP - Katalogizacija u publikaciji  
Nacionalna biblioteka Crne Gore, Cetinje

ISBN 978-9940-9922-3-1  
COBISS.CG-ID 39308048

ISBN 978-9940-9922-3-1



Rezime	4
Uvod	6
Pravna regulativa	7
Istraživanje o stanju u digitalnim medijima iz ugla zaposlenih	10
<i>Pložaj novinara/ki zaposlenih u portalima</i>	11
Online medji u Crnoj Gori i regionu	14
Preporuke	17
Bibliografija	18

Izveštaj **"Novi mediji-stari problemi 2019"** predstavlja nalaze istraživanja sa novinarima zaposlenim u digitalnim medijima i nastavak je istraživanja iz 2018. godine koje je bilo prvo istraživanje ove oblasti u Crnoj Gori. Izveštaj sumira nalaze dvogodišnjeg istraživanja i monitoringa stanja u online medijima i nudi preporuke za unaprijeđenje i rješavanje prepoznatih problema. Dokument koji je pred vama dio je projekta „Union to Union – Digital media organizing campaign 2019“, koji Sindikat medija Crne Gore sprovodi tradicionalno uz podršku Međunarodne federacije novinara (IFJ) i Sindikata novinara Švedske. Glavni cilj projekta jeste jačanje sindikata u borbi za bolje uslove rada u digitalnim medijima, dok su prošlogodišnje istraživanje od ove godine način da se i predstavnici Sindikata medija, ali i međunarodne i domaće javnosti upoznaju sa stanjem u ovoj oblasti.

Istraživanje je, za potrebe Sindikata medija Crne Gore, sprovela **Bojana Laković Konatar**, koristeći:

- Analizu kvalitativnih dokumenata (Qualitative Documents Analysis – QDA), odnosno analizu objavljenih studija o ovoj oblasti sačinjenih od strane drugih organizacija, akademija, NVO-a, individualnih istraživača, ali i analizu zakonskih i podzakonskih rješenja koje su uradile javne institucije te medijskih objava;
- Anketu sa novinarima/kama zaposlenim u digitalnim medijima u Crnoj Gori. U istraživanju je učestvovalo 30 novinara/ki iz 16 medija, što je gotovo polovina procijenjenog ukupnog broja novinara zaposlenih u portalima;
- Kvalitativne intervjuue – njih četiri sa predstavnicima akademske zajednice, sindikata iz regiona i predstavnika međunarodnih organizacija;
- Zvanične statističke podatke prikupljene sa dostupnih web sajtova ili drugih objavljenih izvora.

Istraživanje je pokazalo da je trenutno na sajtu Agencije za elektronske medije registrovana 61 elektronska publikacija, od tog broja je 45 informativnih medija. Problematično je što se na isti način registuju i u registru vode i mediji i web sajtovi pojedinih nevladinih organizacija, što dodatno otežava evidenciju.

Najveći broj zaposlenih u tim medijima čine novinarke, a većina zaposlenih ima diplomu o završenim studijama. Istraživanje je potvrdilo da u digitalnim medijima rade ljudi koji imaju od 15 do 25 godina radnog iskustva, što ne čudi s obzirom na činjenicu da oni uglavnom rade i za neki drugi tip medija (radio i televiziju) u čijem je sastavu i portal.

I drugu godinu za redom potvrđeno je da su novinari/ke u digitalnim medijima uglavnom stalno zaposleni, ali i to se može objasniti činjenicom da su oni većinom zaposleni u lokalnim javnim emiterima. Najveći broj anketiranih (63%) radi kao novinar/ka, ali veliki broj zaposlenih obavlja više funkcija istovremeno.

Osim toga, gotovo svi zaposleni su, ponekad ili uvijek, zaduženi za neki dodatni posao, dok čak 73,3% njih nije dodatno plaćeno za taj posao.

Istraživanje je pokazalo da radni dan novinara/ki u digitalnim medijima traje jednako kao i radni dan kolega iz drugih medija (u prosjeku osam sati). SMCG je to ranije prepoznao kao problem koji smo pokušali da riješimo u okviru pregovora o novom Granskom kolektivnom ugovoru za oblast medija, s obzirom na to da je priroda posla u digitalnim medijima mnogo drugačija od posla u drugim medijima. SMCG je predlagao poslodavcima iz oblasti medija da se radni dan zaposlenima u portalima, administratorima i novinarima, koji pored novinarskog obavljaju i tehnički posao, ograniči na šest časova dnevno te da im se obezbijede češće pauze kako bi smanjili štetan uticaj na zdravlje.

Čak 63% anketiranih je kazalo da radi prekovremeno, a samo nešto više od 13% zaposlenih ima taj luksuz da posao završi u toku regularnog radnog vremena. Ipak, svaki drugi ispitanik nikada ne dobije nadoknadu koja ga sleduje za prekovremeni rad.

Situacija je čak i gora kada je u pitanju rad u toku praznika ili vikendima, jer gotovo 67% anketiranih uvijek radi vikendom i praznicima. Ipak, više od polovine zaposlenih dobije novac za taj rad.

Sudeći po odgovorima novinara/ki njihove zarade su na nivou plata zaposlenih u drugim medijima. Najveći broj anketiranih je kazao da je njihova pla-

ta od 500-600 eura. To je ujedno značajna razlika u odnosu na podatke koje su nam prošle godine dali urednici i vlasnici ovih medija, mada je prošle godine veliki broj privatnih medija (koji ujedno i zapošljavaju veći broj novinara/ki) odbio da odgovori na pitanja i učestvuje u istraživanju.

Najveći broj zaposlenih zaradu prima redovno (73%) i preko računa u banci (83%), ali ima i onih koji dio zarade primaju „na ruke“, odnosno nezakonito, što je praksa koja se mora prekinuti. Novinari digitalnih medija uglavnom rade u redakcijama, a polovina anketiranih je kazala da dnevno objavi više od pet tekstova.

Mišljenje eksperata iz Crne Gore, ali i regiona i međunarodne zajednice, je da su problemi zajednički za sve digitalne medije, bez obzira na granice, ali da su neka od mogućih rješenja: edukacija zaposlenih i rukovodioca, bolje regulisanje ove oblasti i sindikalno organizovanje zaposlenih.

Na polarizovanoj medijskoj sceni u Crnoj Gori trenutno funkcioniše 165 medija<sup>1</sup>, od kojih 61 ili čak 37% čine elektronske publikacije, odnosno portali. To je, naravno, samo broj registrovanih portala, obzirom da je broj aktivnih portala znatno veći. Samo ovaj podatak pokazuje značaj i uticaj online medija na kreiranje javnog mnjenja u Crnoj Gori. Ipak, brojnost i dalje ne oslikava pluralizam mišljenja jer su i ovi mediji najčešće polarizovani na isti način kao i tradicionalni.

Iako predstavljaju relativno mlade i nove medije, koji pružaju mnoštvo mogućnosti, digitalni mediji u Crnoj Gori gotovo da su potpuno neiskorišten resurs. Osim što zakonodavci ne razumiju prirodu ovih medija, često se ni vlasnici i urednici ne snalaze u online sferi, odnosno ne znaju na koji način i u koje svrhe mogu iskoristiti portale.

Globalni razvoj medijske scene i savremeni trendovi, kao i pojava online medija, raširili su strah od mogućeg slabljenja tradicionalnih medija. Ni ta teza se nije realizovala u Crnoj Gori, što je posebno vidljivo u činjenici da svi štampani mediji i dalje izlaze i da značajan broj registrovanih publikacija u Crnoj Gori zapravo predstavlja online verziju štampanog ili elektronskog medija.

Osnivanje elektronskih publikacija – portala u Crnoj Gori počelo je relativno rano, čak krajem 90-ih godina prošlog vijeka. Međutim, ti mediji nijesu imali sve karakteristike pravih portala pa se kao početak digitalne ere uzimaju 2000-e godine. Od tada, pa do danas, gotovo svakodnevno se povećava broj online medija. To potvrđuje i činjenica da se za 10 mjeseci u Crnoj Gori registrovan čak 21 novi portal. I dalje je problem što postoje mnogi mediji koji čak ni tu preporuku, o registraciji na sajtu Agencije za elektronske medije (AEM) ne poštuju već djeluju u potpuno neregulisanoj sredini. Ipak zahvaljujući ovim medijima, građani makar u teoriji imaju veću mogućnost izbora informacija.

Uslovi rada u ovim medijima su i dalje veliki problem. Kako je za osnivanje portala neophodno jako malo resursa, uključujući tu i zaposlene, često se dešava da portal vodi i uređuje jedna osoba, a da redakciju čini jedno ili dvoje novinara/ki. Veliki broj ovih medija ne poštuje ni osnovna radna prava zaposlenih. Sve to su razlozi koji su nas naveli da se u Sindikatu medija Crne Gore, već drugu godinu, bavimo istraživanjem stanja u ovoj oblasti kako bi uspjeli da skrenemo pažnju na probleme i pomognemo u njihovom rješavanju, posebno kroz sindikalno organizovanje zaposlenih.

<sup>1</sup> Na sajtu Agencije za elektronske medije trenutno je evidentirano 160 elektronskih medija, i to: 24 AVM operatera, 61 elektronska publikacija, 35 komercijalnih radio emitera, 14 komercijalnih TV emitera, 14 lokalnih javnih radio emitera, pet lokalnih javnih TV emitera, dva neprofitna radija i pet medija u sastavu Javnog servisa – Radio televizije Crne Gore. Osim elektronskih, u Crnoj Gori izlaze i četiri dnevna lista i jedan nedjeljnik. Izvor: Agencija za elektronske medije, registar: <http://aemcg.org/emiteri-operatori-i-publikacije/>

Regulisanje slobode izražavanja, kao osnovnog uslova neophodnog za normalno funkcionisanje medija, nije se mijenjalo tokom 2019. godine. Ova sloboda i dalje je propisana Ustavom Crne Gore, kao i setom medijskih zakona koji se trenutno mijenjaju. Naime, još u prvoj polovini 2018. godine počeo je rad na izmjenama Zakona o medijima i Zakona o nacionalnom javnom emiteru Radio televiziji Crne Gore, a ove godine je počela izmjena Zakona o elektronskim medijima. Sve te izmjene još nijesu dobile svoje zvanične obrise s obzirom na to da su svi ovi zakoni i dalje u formi nacrtu. U proces izmjena medijskih zakona ušlo se, prije svega, zbog zastarjelosti pojedinih zakonskih rješenja, neka od njih datiraju još od 2006. godine. Ipak, sudeći po postojećim nacrtima, nije iskorištena prilika da se postojanje digitalnih medija, odnosno online medija ili portala reguliše.

Prema zakonskim rješenjima koja su i dalje na snazi, funkcionisanje online medija – portala u crnogorskom zakonodavstvu regulisano je Zakonom o elektronskim medijima. Njime se ova vrsta medija naziva zajedničkim imenom „elektronske publikacije“<sup>2</sup>. Trenutno su ovim nazivom, na osnovu člana 8 Zakona o elektronskim medijima i člana 4 Pravilnika o elektronskim publikacijama<sup>3</sup>, obuhvaćeni portali kao samostalni mediji, ali i portali kao glasila štampanih ili elektronskih medija.

**„Elektronske publikacije su urednički oblikovane internet stranice i/ili portali koji sadrže elektron-**

**ske verzije štampanih medija i/ili informacije iz medija na način da su dostupni širokoj javnosti bez obzira na njihov opseg“<sup>4</sup>**

Pravilnik detaljnije precizira da elektronske publikacije, odnosno Internet stranice i/ili portali, sadrže programske sadržaje sa prenosom zapisa zvuka ili slike, na način koji je dostupan javnosti. Osim onoga što jesu portali, Pravilnik o elektronskim publikacijama u članu 5 propisuje i precizira šta sve ne mogu biti elektronske publikacije. Tako se elektronskim publikacijama ne smatraju „bilteni, katalogi i druge publikacije, namijenjeni isključivo oglašavanju, poslovnim komunikacijama, obrazovnom procesu ili internom radu pravnih lica, vjerskih, nevladinih i drugih organizacija, školska glasila, ‘Službeni list Crne Gore’, službena glasila jedinica lokalne samouprave i druga službena glasila, kao i plakati, leci, prospekti, transparenti i video strane sa ili bez žive slike“<sup>5</sup>.

Nacrti zakona o medijima i o elektronskim medijima ne predviđaju neke dodatne obaveze, niti detaljnije objašnjavaju ove medije. Naime, trenutno je Nacrtom Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama (kako će se ubuduće zvati Zakon o elektronskim medijima) u članu 44 predviđeno da Agencija za audiovizuelne medijske usluge (odnosno AEM) donosi opšte i pojedinačne akte kojima se „bliže uređuju prava i obaveze pružalaca AVM usluga i elektronskih publikacija u skladu sa ovim zakonom i propisima donesenim na osnovu ovog zakona“<sup>6</sup>.

2 Zakon izmjenama i dopunama Zakona o elektronskim medijima, čl. 8  
3 Savjet Agencije za elektronske medije Crne Gore, Pravilnik o elektronskim publikacijama, (Podgorica: Agencija za elektronske medije, 2016.)

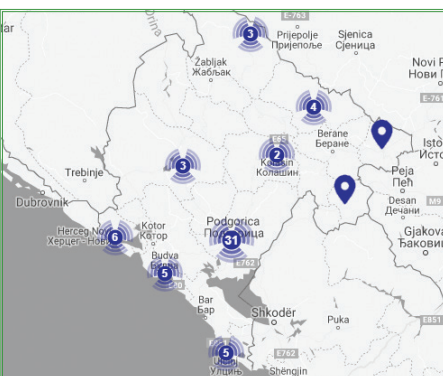
4 Zakon o izmjenama i dopunama Zakona elektronskim medijima, čl. 8.

5 Savjet Agencije za elektronske medije Crne Gore, Pravilnik o elektronskim publikacijama, (Podgorica: Agencija za elektronske medije, 2016), član 5

6 Nacrt zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, član 44

Osim što ne znamo kada će nova rješenja stupiti na snagu, ne znamo ni na koji način će regulator postupati i koje će sve obaveze i prava propisati elektronskim publikacijama, odnosno online portalima. Jasno je da postojeća rješenja ne ispunjavaju svoju svrhu, makar ne u potpunosti. Naime, na sajtu Agencije za elektronske medije moguće je pratiti koje su sve elektronske publikacije registrirane u Crnoj Gori. Tako je od početka 2016. pa do kraja 2018. godine registrirano ukupno 40 publikacija, dok je tokom 10 mjeseci 2019. godine registraciju izvršila još 21 takva publikacija i ukupno je registrirano 61.

Fotografija 1. Screen shoot sajta AEM i registra elektronskih publikacija



Međutim, i pored preporuke da se elektronske publikacije registruju na sajtu Agencije za elektronske medije<sup>7</sup>, jednostavnom pretragom na Internetu utvrdićemo da postoji veliki broj informativnih medija koji još nisu registrovani. To je uočio i regulator, koji je na svom sajtu objavio da određen broj elektronskih publikacija nije izvršio upis u registar elektronskih publikacija "kao i da nijesu omogućili jednostavan, neposredan i stalan pristup podacima

koji omogućavaju identifikaciju pružaoca usluge"<sup>8</sup>. Zato su pozvali ove medije da se registruju i izvrše dopunu podataka u skladu sa Zakonom.

**"Ukoliko ne izvrše dopunu identifikacionih podataka, Agencija će pokrenuti postupak za utvrđivanje prekršajne odgovornosti za kršenje člana 46 Zakona i izricanje novčane kazne (sa glasno članu 146 Zakona)."**<sup>9</sup>

Ovim članom je definisano da će se novčanom kaznom od 500 eura do 6.000 eura kazniti za prekršaj pravno lice, ako "korisniku usluge ne omogući pristup podacima o nazivu pružaoca AVM usluge, adresi sjedišta, odnosno prebivališta, adresi elektronske pošte ili internet stranici pružaoca AVM usluge, odnosno nadležnom organu pružaoca AVM usluge ili nadležnom regulatornom organu (član 46 stav 2)"<sup>10</sup>. Dodatno, precizira se da će se za taj isti prekršaj kazniti i odgovorno lice u pravnom licu i fizičko lice i to novčanom kaznom od 100 do 2.000 eura.

Problem je i to što postoji i veliki broj publikacija koje su registrovane na ovom sajtu, a koje ne predstavljaju informativne medije već samo online izdanja štampanih medija ili web prezentacije pojedinih nevladinih organizacija. Sve to otežava vođenje bilo kakve evidencije o informativnim online medijima, ali osim toga i ne dozvoljava nametanje bilo kakvih obaveza koje bi bile zajedničke za sve njih.

Od ukupno 61 registrovane elektronske publikacije njih 45 čine informativni online mediji, 4 su elektronske ili online verzije štampanih medija, dok su 12 web sajtovi nevladinih organizacija.

7 Agencija za elektronske medije, registar elektronskih publikacija, URL: [http://aemcg.org/emiteri-operatori-i-publikacije/?title&select-emiter\\_kategorija%5B0%5D=elektronske-publikacije#038;select-emiter\\_kategorija%5B0%5D=elektronske-publikacije](http://aemcg.org/emiteri-operatori-i-publikacije/?title&select-emiter_kategorija%5B0%5D=elektronske-publikacije#038;select-emiter_kategorija%5B0%5D=elektronske-publikacije), pristupljeno 20.10.2019.

8 Agencija za elektronske medije, AEM uputila poziv elektronskim publikacijama da usaglase rad sa Zakonom o elektronskim medijima, URL: <http://aemcg.org/obavjestjenja/aem-uputila-poziv-elektronskim-publikacijama-da-usaglase-rad-sa-zakonom-o-elektronskim-medijima>, pristupljeno 20.10.2019.

9 Ibid.

10 Zakon o elektronskim medijima, član 146.



Registar AEM-a omogućava uvid u podatke kao što su naziv „usluge“, osnivač, datum izdavanja i vrsta usluge, kao i platformu na kojoj se emituje, jezik, PIB. Kada su u pitanju informacije o upravljačkim strukturama, registrovane elektronske publikacije nude i informacije o direktoru, odgovornom licu, ali daju i adresu i kontakt podatke publikacije. Neki mediji nude čak i linkove koji vode do stranice na kojoj se korisnici mogu registrovati na pojedine portale. Ono u čemu postoji najveći stepen neslaganja jesu pravila komentarisanja. Naime, svega petnaestak registrovanih portala ima definisana pravila za korisnike kada je u pitanju komentarisanje, dok neki od njih nude link koji vodi ka praznoj stranici.

*Fotografija br. 2 – Screen shoot sa stranice „Pravila komentarisanja“ jednog od registrovanih portala*

## Ooops... Error 404

Sorry, but the page you are looking for doesn't exist.

You can go to the [HOMEPAGE](#)

I dok zakonodavci i medijski poslenici ne vide potencijale i probleme u oblasti online medija, pojedine međunarodne organizacije idu i korak dalje i daju smjernice za primjenu Etičkog kodeksa novinara/ki u ovim medijima. Tako je uz pomoć Misije OEBS-a u Crnoj Gori početkom marta 2019. godine predstavljen Vodič za primjenu smjernice 2.8. Etičkog kodeksa novinara/ki Crne Gore, koji „razrađuje pravila, etičke standarde i smjernice o tome kako moderirati komentarima čitalaca na internet portalima“<sup>11</sup>. Sam dokument<sup>12</sup> je nastao kao proizvod rada Teh-

ničke radne grupe za samoregulaciju, koju su činili predstavnici Medijskog savjeta za samoregulaciju, ali i ombudsmani Dana, Vijesti i Monitora. Smjernica 2.8. Kodeksa daje preporuku online medijima da definišu interna pravila koja se tiču komentara trećih osoba.

**„Ova pravila treba da imaju za cilj izbjegavanje nezakonitog i neetičkog sadržaja, uz puno poštovanje slobode izražavanja. Komentatori moraju biti upoznati sa ovim pravilima. Komentare na portalima moderira administrator, po ustanovljenim pravilima.“<sup>13</sup>**

Imajući u vidu ovu smjernicu, postavlja se pitanje koliko je registrovanih portala u stanju da je primljeni, s obzirom na to da mnogi od njih nemaju definisana pravila.

U dokumentu se precizira da pravila koja on sadrži treba da omoguće „suvislu, argumentovanu i zabavnu raspravu u kojoj se uvažava dostojanstvo svih učesnika, a kojom se doprinosi raspravi na temu otvorenu tekstem“<sup>14</sup>. Vodič, između ostalog, predviđa zabranu govora mržnje, uvredljivog govora i psovki i vulgarnih izraza u komentarima. Osim toga, u komentarima ne smije biti ni narušavanja prava na privatnost niti reklama. Vodič definiše i vrste moderiranja, ali propisuje i procedure prilikom registracije, automatskog filtriranja, kao i sankcije prilikom kršenja predviđenih normi. Iako je riječ o preporukama i smjericama koje nijesu obavezujuće, ipak je dokument jedan od prvih pokušaja da se uvede red među elektronske publikacije posebno u segmentu komentarisanja koji je često i najproblematičniji dio.

11 OEBS, OEBS-ov Vodič za moderiranje komentara čitalaca na internet portalima predstavljen u Podgorici, URL: <https://www.osce.org/me/mission-to-montenegro/413105>, pristupljeno 15.10.2019.

12 Vodič za primjenu smjernice 2.8. Kodeksa novinara/ki Crne Gore, Organizacija za evropsku bezbjednost i saradnju, (Podgorica: OEBS, 2019), URL: <https://www.osce.org/me/mission-to-montenegro/413048?download=true>, pristupljeno 15.10.2019.

13 Kodeks novinara/novinarke Crne Gore, Smjernica 2.8.

14 Vodič za primjenu smjernice 2.8. Kodeksa novinara/ki Crne Gore, Organizacija za evropsku bezbjednost i saradnju, (Podgorica: OEBS, 2019), URL: <https://www.osce.org/me/mission-to-montenegro/413048?download=true>, pristupljeno 15.10.2019, str. 5

# ISTRAŽIVANJE O STANJU U DIGITALNIM MEDIJIMA IZ UGLA ZAPOSLENIH

Sindikata medija Crne Gore već drugu godinu sprovodi istraživanje o stanju u digitalnim medijima, čiji je cilj da otkrije na koji način funkcionišu portali i koji su to problemi karakteristični za te medije. Iako je prošlogodišnje istraživanje dalo uvid u ovu problematiku, ove godine otišli smo korak dalje i umjesto urednika i vlasnika, kao što smo to radili prošle godine, pitali novinare/ke zaposlene u tim medijima da ocijene svoj položaj.

Prošlogodišnje istraživanje o stanju u digitalnim medijima<sup>15</sup> pokazalo je da je u 15 portala radilo 92 zaposlenih, od čega su najveći dio činili novinari/ke. Naše podaci su pokazali da u portalima u Crnoj Gori radi zapravo oko 70 novinara/ki, što je bio osnov za ovogodišnje istraživanje. Samo 31,5% zaposlenih u ovim „novim“ medijima činili su mlađi od 35 godina. Odgovori koje smo prošle godine dobili od urednika i vlasnika medija pokazali su da je ugovor o radu imalo ukupno 83 zaposlenih, ili 90% njih. Kada je u pitanju tip ugovora, najviše ih je imalo ugovor o radu na neodređeno vrijeme (74 zaposlenih) dok je oko 10% njih imalo ugovor na određeno vrijeme. Takođe, u oko 15 digitalnih medija angažovano je bilo oko 10%, odnosno 9 honorarnih saradnika.

Istraživanje o stanju u digitalnim medijima za 2018. godinu je pokazalo da je prosječna zarada na nivou digitalnih medija, iz ugla vlasnika i urednika tih medija, bila 362 eura. Plate novinara/ki zaposlenih u portalima su neznatno veće od zarada ostalih zaposlenih u ovim medijima, pa novinari/

ke prosječno zarade oko 370 eura mjesečno. Ipak, u poređenju sa platama u ostalim medijima, kao i u poređenju sa prosječnim zaradama na nivou države (koja je prošle godine iznosila 510 eura) jasno je da su zaposleni u ovim medijima u lošijoj ekonomskoj poziciji. Ono što je nesumnjivo uticalo na ovaj podatak jeste i činjenica da je veliki broj privatnih medija odbio da učestvuje u istraživanju i pruži podatke o visini zarade u tim medijima.

Dio prošlogodišnjeg istraživanja odnosio se i na način na koji su regulisani ovi mediji ali i na probleme sa kojima se zaposleni suočavaju. Tako je naše istraživanje pokazalo da je samo šest portala imalo neke pravilnike o radu. Nedostatak ljudskih resursa, loši tehnički kapaciteti i nedostatak finansija, kao i ekonomski pritisci pokazali su se kao najveći problemi sa kojima su se u portalima suočavali.

<sup>15</sup> *Novi mediji – stari problemi. Izvještaj o stanju u digitalnim medijima u Crnoj Gori, Bojana Laković-Konatar (Podgorica: Sindikat medija Crne Gore, 2018)*

# POLOŽAJ NOVINARA/KI ZAPOSLENIH U PORTALIMA

Polazeći od podatka da u digitalnim - online medijima radi 70 novinara/ki, ovogodišnje istraživanje fokusirali smo na ispitivanje njihovog doživljaja situacije u online medijima. U istraživanju je učestvovalo 30 novinara/ki iz 16 medija, što je gotovo polovina procijenjenog ukupnog broja novinara zaposlenih u portalima.

Tabela 1. Uzorak

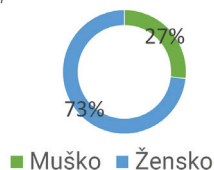
Naziv medija	Broj anketiranih
Portal Analitika	1
Portal Antena M	2
Portal CDM	1
Portal Vijesti	1
Portal Fos media	2
Portal LJE Radio Berane	2
Portal LJE RTV Herceg Novi	4
Portal LJE RTV Pljevlja	1
Portal LJE Radio Tivat	3
Portal LJE RTV Rožaje	3
Portal LJE Radio Kotor	2
Portal LJE RTV Budva	1
Portal LJE RTV Ulcinj	1
Portal LJE RTV Cetinje	2
Portal RTCG	3
PV Portal	1

Istraživanje je sprovedeno primjenom anketnog metoda, a anketa je rađena lično ili elektronskim putem. Upitnik sa sastojao od 21 pitanja, koja su se ticala nekoliko oblasti: ekonomskog i socijalnog položaja, prava i obaveza novinara/ki, kao i njihovog profesionalnog položaja u redakciji.

U istraživanju SMCG učestvovalo je 73% žena i oko 27% muškaraca, što zapravo pokazuje da je i u

ovim medijima zaposlen veći broj novinarki, kao što je slučaj i sa ostalim tipovima medija.

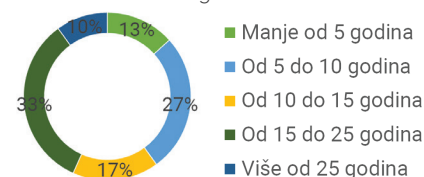
Grafik 1. Pol ispitanika



Istraživanje je pokazalo da u ovim medijima rade uglavnom novinari/ke koji imaju diplomu fakulteta – čak 70% njih ima završen fakultet. Podjednak broj zaposlenih novinara/ki (13%) ima završenu srednju školu i magistarske studije. I dok je mali broj zaposlenih završilo višu školu, nije bilo ispitanika koji su završili doktorske studije.

Kada je u pitanju radno iskustvo zaposlenih, najveći broj anketiranih novinara/ki radi od 15 do 25 godina što potvrđuje i podatke iz prošlogodišnjeg istraživanja da je mali broj zaposlenih u online medijima mlađi od 35 godina. Na drugom mjestu su zaposleni sa od 5 do 10 godina iskustva (27%). Najmanje anketiranih ima preko 25 godina iskustva (10%).

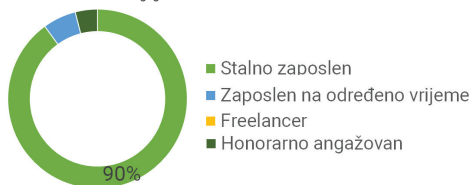
Grafik 2. Koliko radnog iskustva imate?



Bez obzira na dužinu radnog staža, polovina ispitanika je kazalo da je radilo do sada za 1 do 3 redakcije. Istraživanje je pokazalo i da je trećina ispitanika radila samo za jednu redakciju, dok je svega 10% njih radilo za više od pet medija.

Ovogodišnje istraživanje je još jednom potvrdilo da je najviše zaposlenih u digitalnim medijima stalno zaposleno, i to čak 90% njih. Sudeći po odgovorima ispitanika, u digitalnim medijima nema freelancera, a jako je mali broj honorarno angažovanih novinara/ki. Sve ove podatke možemo razumjeti ukoliko na umu imamo i činjenicu da je najveći broj anketiranih novinara/ki zaposlen u lokalnim javnim emiterima koji imaju ipak stabilnija radna mjesta u odnosu na kolege iz privatnih medija.

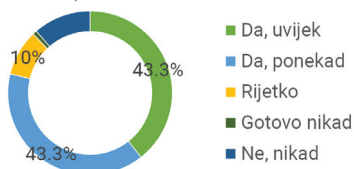
Grafik 3. *Koji je Vaš trenutni radni status?*



Najveći broj anketiranih radi kao novinar/ka u redakciji (63%), dok je nešto više od 23% njih na poziciji urednika/ce. Međutim, ono što su nam anketirani novinari kazali, najveći broj njih obavlja više funkcija (prije svega funkciju novinara i urednika).

Gotovo svi zaposleni novinari zaduženi su, ponekad ili uvijek, za neki dodatni posao (npr. snimanje, montaža ili slično). Naime, 43% ispitanika kazalo je da te dodatne poslove obavlja uvijek, a isti broj njih da te poslove obavlja ponekad. Samo 10% njihovih kolega ima tu sreću da rijetko radi dodatne poslove.

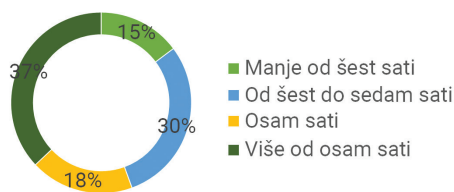
Grafik 4. *Da li ste, osim primarnog posla, zaduženi za još neki dodatni posao (npr. fotografisanje, snimanje, montaža...)?*



To što su angažovani dodatno ne predstavlja najveći problem zaposlenih novinara/ki. Naime, čak 73,3% njih nije plaćeno za taj dodatni rad. Samo 10% njih plaćeno je za taj dodatni posao, dok 16,7% novac dobija ponekad.

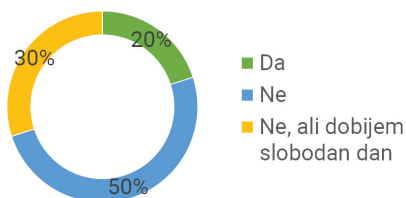
Radni dan novinara/ki zaposlenih u digitalnim medijima-portalima traje u prosjeku osam sati, jednako kao i kod zaposlenih u drugim medijima. To još jednom pokazuje nerazumijevanje prirode posla u portalima od strane vlasnika i urednika, ali i zakonodavca. Sindikat medija Crne Gore pokušao je da, kroz pregovore o novom Granskom kolektivnom ugovoru za oblast medija, unaprijedi položaj zaposlenih u portalima, propisujući da radno vrijeme zaposlenih traje do 6 sati, uz češće pauze<sup>16</sup>, obzirom na prirodu posla u ovom tipu medija. Nažalost, nije bilo razumijevanja za ta rješenja.

Grafik 5. *Koliko u prosjeku traje Vaš radni dan?*



Novinare/ke smo pitali i da li rade prekovremeno. Čak 63% anketiranih ponekad radi prekovremeno, dok nešto više od 23% njih prekovremeni rad obavlja gotovo svakodnevno. Svega nešto više od 13% anketiranih ima luksuz da samo rijetko radi prekovremeno. Svaki drugi ispitanik ipak nikada ne dobije nadoknadu koja ga sleduje za prekovremeni rad, a svaki peti biva plaćen za taj rad. Umjesto novca, kako je to zakonom propisano, 30% njih dobija slobodan dan.

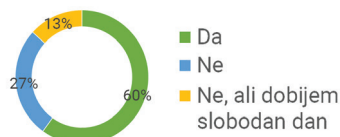
Grafik 6. *Da li ste plaćeni za prekovremeni rad?*



<sup>16</sup> Analiza položaja lokalnih javnih emitera i novinara u medijskim zakonima Crne Gore, Sindikat medija Crne Gore, dostupno na: <http://safejournalists.net/me/resources/page/2/>

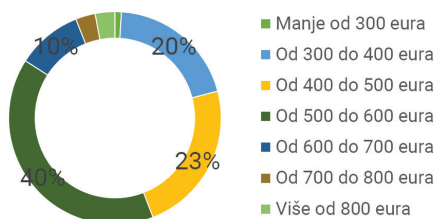
Situacija je znatno teža kada je u pitanju rad vikendom ili u toku praznika. Naime, gotovo 67% ispitanika gotovo uvijek radi vikendom i u toku praznika. Taj podatak ne čudi obzirom na činjenicu da u ovom mediju radi mali broj novinara/ki a da je tekstove neophodno objavljivati gotovo tokom cijelog dana, a naravno i vikendom. Svaki treći zaposleni novinar radi ponekad vikendom i tokom praznika, a zanemarljiv je broj onih koji rijetko rade tokom tih dana. Na svu sreću, više od polovine zaposlenih ili 60% njih dobija novac za rad vikendom ili u toku praznika. Manje od 27% anketiranih ne dobija novac, a 13% anketiranih umjesto novca dobija slobodan dan.

Grafik 7. Da li ste plaćeni za rad vikendom ili u toku praznika?



Anketirane novinare/ke pitali smo i o visini njihove zarade. Sudeći po podacima iz ankete, zaposleni u digitalnim medijima zarađuju na nivou zaposlenih u drugim medijima. Podaci se međutim razlikuju u odnosu na podatke koje su nam prošle godine dostavili urednici i vlasnici medija, što ne čudi uzimajući u obzir podatak da je prošle godine u istraživanju učestvovalo najviše lokalnih medija, u kojima su zarade mnogo manje nego u privatnim medijima. Oko 40% anketiranih ili 12 odsto ispitanika zarađuje od 500 – 600 eura neto, dok oko 23% njihovih kolega prima od 400 do 500 eura. Svaki peti ispitanik mjesečno primi od 300 do 400 eura.

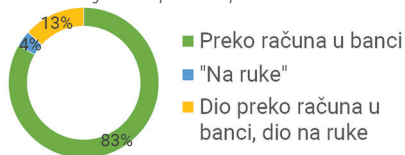
Grafik 8. U koju od sljedećih kategorija bi smjestili vašu neto zaradu?



Polovina ispitanika prijavila je da je njihova zarada povećana u posljednje tri godine, dok je kod 10% ispitanika plata smanjivana u tom periodu. Čak 40% ispitanih otkrilo je da im zarada nije mijenjana u poslednje tri godine. Nešto više od 73% ispitanika platu prima redovno, a njih 27% je kazalo da im plata ponekad kasni.

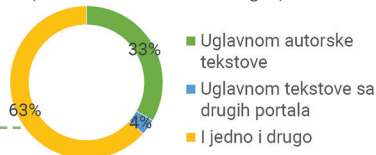
Ispitanike smo pitali i na koji način primaju platu, a sudeći po njihovim odgovorima, najveći broj zaradu prima preko računa u banci (83%). Nije zanemarljiv ni broj zaposlenih novinara koji dio zarade primaju preko računa, a dio na ruke (13%).

Grafik 9. Na koji način primete platu?



Novinari digitalnih medija najčešće rade iz kancelarije/redakcije (57%). Međutim, često su prinuđeni da rade i od kuće. Čak 43% anketiranih kazalo je da rade i iz kancelarije i od kuće. Anketirane smo pitali i koliko u prosjeku dnevno objave tekstova, kako bi mogli da steknemo uvid u to koliki je obim posla. Polovina ispitanika nam je kazala da dnevno objavi do pet tekstova, i to se uglavnom odnosi na zaposlene u portalima lokalnih javnih emitera, koji osim za taj medij, rade i za radio i/ili televiziju. Oko 13% njih objavi od pet do 10 tekstova dnevno, a čak svaki treći dnevno objavi deset, dvadeset ili i više tekstova. Novinari online medija, sudeći po odgovorima ispitanika, vrlo rijetko objavljuju isključivo tekstove sa drugih portala. Svaki treći ispitanik je kazao da objavljuju uglavnom autorske tekstove, dok je 63% njih kazalo da objavljuju i autorske i tekstove sa drugih portala.

Grafik 10. Da li uglavnom objavljujete autorske tekstove ili prenosite tekstove sa drugih portala?



# ONLINE MEDIJI U CRNOJ GORI I REGIONU

Iako su online mediji relativna novost u Crnoj Gori, postoje neke zajedničke karakteristike između njih i medija iz drugih država. Saradnica u nastavi na Fakultetu političkih nauka, **Dragana Žarić** smatra da digitalni mediji u Crnoj Gori moraju definisati sopstveni identitet. Ona objašnjava da je jedna opcija da pripadaju grupi koja ne vodi računa o profesionalnim standardima i kvalitetu sadržaja, a druga da pripadaju malobrojnijoj grupi profesionalaca. Problem je, smatra, u tome što su oglašivačima zanimljiviji manje profesionalni mediji.

„Radi se o složenom odnosu uzroka i posljedice: ako pišete temeljnije (a to često znači sporije, što se u svijetu digitalnih medija tumači kao nedostatak), uz visok nivo analitičnosti i uravnoteženo, velike su šanse da će vas čitati/posjetiti manji broj ljudi. Ako objavljujete ‘senzacije’ ili se prilagođavate uvjerenjima i ukusima masovne publike, onda ste čitaniji/posjećeniji i bolje zarađujete. Ne treba biti u zabludi da je moguće odjednom presjeći ovaj čvor i riješiti sve probleme. Ali, možemo reći da je jedno od rješenja u – znanju. Pri tom, mislim i na znanje onih koji medijske sadržaje stvaraju, i na znanje onih koji te sadržaje primaju (čitaju, slušaju, gledaju).”<sup>17</sup>

Žarić ističe da su zaposleni u portalima u radu svakodnevno suočeni sa dilemama koje nastaju usljed tehnoloških promjena. Poznavanje digitalnih alata je neophodno, ali nimalo lako, obzirom da se ova oblast stalno mijenja. Dodaje da su zaposleni suočeni sa više različitih pritisaka: „moraš pratiti tehnologiju, moraš raditi brzo, moraš pratiti konkurenciju...”

„Mislim da svako dobro uredništvo mora sebi da odgovori na pitanje – vrijedi li žrtvovati kvalitet i gdje je granica? Dobro uredništvo će, također, uključivati svoje zaposlene u obuke – razvoj digitalnih vještina, poznavanje autorskih prava, etično postupanje s fotografskim i video sadržajem, provjera izvora u novim medijima i tako dalje.”<sup>18</sup>

Prema njenim riječima zajednički problem velikog broja portala u Crnoj Gori je previsok procenat pseudovijesti, kao i preuzetog sadržaja. Na sličan način kao i ostali mediji, Žarić ističe da portali svakodnevno objavljuju ogroman broj saopštenja koje im dostavljaju PR službe institucija ili privatne agencije za odnose s javnošću, a procenat sopstvenih sadržaja je prilično nizak. Međutim, ona poručuje da novinari nijesu dužni da objave svako saopštenje koje im stiže na mejl adresu, ali da jesu dužni da pokreću pitanja od javnog interesa.

„Nedostatak sopstvenih priča najbolje se vidi ujutro, kada većina portala u Crnoj Gori objavljuje tekstove iz štampe. Slična je situacija vikendom – dežurni novinari ili administratori ‘popunjavaju’ prostor preuzimanjem velikog broja agencijskih vijesti, ‘zanimljivosti’ iz svijeta ili se, zbog nedostatka domaćih dešavanja, okreću tzv. ‘lakim’ temama. Uzroci su, između ostalog, ekonomske prirode – redakcije nemaju dovoljno novca da svoje zaposlene pošalju na teren gdje bi nastale autentične novinarske priče.”<sup>19</sup>

<sup>17</sup> Intervju, Dragana Žarić, intervjuisala Bojana Lako-  
vić Konatar, 20. oktobar 2019.

<sup>18</sup> Ibid.  
<sup>19</sup> Ibid.

Žarić podsjeća da Agencija za elektronske medije (AEM) u 2020. godini planira da dopuni pravilnik o radu elektronskih medija i da precizira koji je postotak sopstvene produkcije uslov da bi se medij registrovao, te šta se sve smatra sopstvenom produkcijom. Ona dijeli mišljenje da se Agencija do sada malo bavila portalima (registrovanim kao „elektronske publikacije“), a više elektronskim medijima. Međutim, zaključuje da bi trebalo da postoje pravila i za portale, i potrebno je raditi njihov monitoring.

Prema riječima **Darka Duridanskog** iz Samostalnog sindikata novinara Makedonije (SSNM) situacija u makedonskim digitalnim medija je vrlo teška i to iz više razloga. Kako je naveo, ne poštuju se ni radna, ni autorska prava, ali ni Kodeks novinara i profesionalni standardi.

„Postoji na stotine online medija, ali se samo mali broj njih mogu računati kao profesionalni mediji, koji imaju svoje redakcije i zaposlene novinare. Mnogo sajtova nema ni svoju produkciju, već se radi o copy paste sajtovima koji preuzimaju sadržaj od drugih. Na taj način se proizvodi šum i čitaoci ne znaju jednostavno kome da vjeruju i to je veliki problem, zbog koga profesionalni mediji gube publiku.“<sup>20</sup>

Duridanski ističe da u Sjevernoj Makedoniji rijetko koji online medij poštuje radna prava zaposlenih, pa su prekarijat, odnosno nesigurna radna mjesta, niske plate, prekovremeni neplaćeni rad i nepoštovanje prava na odmor, samo neki od problema sa kojima se suočavaju zaposleni. Međutim, glavni problem, prema njegovom mišljenju je to što je sindikalno organizovanje zaposlenih u digitalnim medijima na niskim granama, jer ih je teško motivisati da se učlane u sindikat.

„Oni ne vide korist od toga. Digitalni mediji su najčešće mali, sa manje od 10 zaposlenih, i čine ih najčešće direktor i glavni urednik, koji su i sami u istom problemu kao i zaposleni. Samostalni sindikat novinara i medijskih radnika u Makedoniji je pred velikim izazovom da nađe kreativne, nove i efikasne načine kako da motiviše ove radnike da vide svoju korist i da se sindikalno organizuju.“<sup>21</sup>

I kolege i kolegice u Srbiji imaju slične probleme. Prema riječima predsjednice Sindikata novinara Srbije (SINOS), **Dragane Čabarkape**, u Srbiji ima oko 600 web portala, od kojih su 530 nezavisni mediji dok su ostali u vlasništvu drugih medija. Podaci SINOS-a pokazuju da trećina nezavisnih medija zapravo nije aktivna.

„Portali su cma ili siva rupa kada su mediji u Srbiji u pitanju. Plate su najniže, idu do 200 eura, a to je ispod prosjeka i ispod minimalca. U portalima uglavnom rade samo vlasnik i još dva ili tri novinara. To su jako teški uslovi rada: ljudi koji rade uglavnom su neprijavljeni, negdje imaju povremene ili privremene ugovore o radu, radno vrijeme je nedefinisano i obično je duže od onog koje je propisano zakonom. Radi se vikendom. Uopšte položaj novinara zaposlenih u internet medijima je teži nego u ostalim medijima u Srbiji.“<sup>22</sup>

Rješenje svih ovih problema je, prema riječima zamjenika generalnog sekretara Međunarodne federacije novinara **Džeremi Dira** (Jeremy Dear) u sindikalnom organizovanju zaposlenih. Dir ističe da činjenica da su neki od trenutno najboljih novinarskih radova u svijetu nastali online govori o tome da ovi mediji nude mnogo mogućnosti. Ipak, donose i izazove poput prekarnih uslova

<sup>20</sup> Intervju, Darko Duridanski, intervjuisala Bojana Laković Konatar, 08. oktobar 2019.

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Intervju, Dragana Čabarkapa, intervjuisala Bojana Laković Konatar, 08. oktobar 2019.

---

rada, nesigurnosti i loših ugovora. Nerijetko su zaposleni veoma loše plaćeni, a moraju da urade mnogo više posla i da imaju više vještina istovremeno i manje resursa da odrade posao.

„Trebalo bi da posao u digitalnim medijima bude cijenjen. Digitalni mediji mogu biti uzbudljivo radno okruženje, ali oni to neće postati ukoliko dozvolimo poslodavcima da ih koriste samo za svoju ličnu korist. Zato se novinari digitalnih medija ovdje, ali i širom svijeta, učlanjuju u sindikate i organizuju, jer oni žele uzbudljivo radno okruženje, ali takođe žele i poštene i pravedne uslove. Žele ugovore, dostojanstven rad i da budu pravično plaćeni za obavljeni posao, ali žele i da imaju mogućnost da imaju porodični život i da imaju dostojanstven život.“<sup>23</sup>

Širom svijeta, od Australije, preko Sjedinjenih Američkih Država do Evrope, mladi digitalni radnici se, prema njegovim riječima, udružuju i organizuju u sindikate. Dodaje da je to jako pozitivna poruka, jer sindikati mogu imati pozitivnu ulogu u omogućavanju da digitalni mediji budu bolje mjesto za rad.

---

<sup>23</sup> Intervju, Džeremi Dir, intervjuisala Bojana Laković Konatar, 08. oktobar 2019.



Dvogodišnji intenzivni monitoring stanja u digitalnim medijima u Crnoj Gori pokazao je da postoje neke zajedničke karakteristike svih online medija, posebno kada je u pitanju poštovanje radnih prava i profesionalnih standarda. Ono što raduje jeste činjenica da bi veliki dio problema bio riješen uz relativno mali napor kako regulatora, tako i predstavnika medijske zajednice.

Sindikata medija Crne Gore pripremio je, nakon dvogodišnje analize, set preporuka koje bi mogle da unaprijede položaj zaposlenih ali i samih digitalnih medija:

- Online mediji trebalo bi da se registruju na sajtu Agencije za elektronske medije i da redovno dopunjavaju podatke koji se tiču njihovih medija. Iako postoje sankcije za medije koji se ne registruju, mediji bi trebalo da prepoznaju svoj interes u registrowanju, a na taj način bi omogućili i praćenje promjena u ovoj relativno novoj medijskoj sferi;
- Prilikom registracije na web sajtu Agencije za elektronske medije, online mediji bi trebalo da daju ispravne informacije ali i linkove/veze ka stranicama koje se tiču pravila komentarisanja i načina registrowanja na njihove web prezentacije. Mediji bi trebalo da imaju usvojena pravila komentarisanja, s obzirom na to da postoje i posebne samoregulatorne smjernice koje im mogu poslužiti kao primjer;
- Portali bi trebalo da imaju interna pravila koja se tiču funkcionisanja tih medija. To se posebno odnosi na medije koji u svom sastavu imaju više vrsta medija, na primjer i radio i televiziju i portal, jer su njihovi zaposleni posebno preopterećeni;
- Online mediji bi trebalo da objavljuju impresume na svojim web prezentacijama, koji će pružati informacije o uredničkoj strukturi i novinarima zaposlenim u tim medijima. Iako ne postoji zakonska obaveza, online mediji bi trebalo da preuzmu praksu štampanih medija i na taj način pokažu dodatni stepen transparentnosti i odgovornosti;
- Agencija za elektronske medije bi trebalo da, u svom registru, odvoji informativne medije od ostalih elektronskih publikacija, posebno od web prezentacija nevladinih organizacija. Iako registar trenutno pruža neke informacije o stanju u digitalnim medijima, postojanje posebnog registra medija značajno bi olakšalo praćenje stanja u ovoj oblasti;
- Online mediji bi trebalo da poštuju zakone, posebno one koje regulišu radno vrijeme i rad u toku praznika, i na taj način zaposlenima omoguće dostojanstvene uslove rada i odgovarajuće radno vrijeme;
- Zaposleni u digitalnim medijima bi, kao jedan od načina unapređenja svog položaja, trebalo da razmotre mogućnost sindikalnog organizovanja i udruživanja u sindikate u značajnijoj mjeri nego što je to sada slučaj.

# BIBLIOGRAFIJA

Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o elektronskim medijima, Službeni list Crne Gore, broj 92/17

Nacrt zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, Ministarstvo kulture Crne Gore, URL: <http://www.gov.me/naslovna/vijesti-iz-ministarstava/203903/Objavljen-javni-poziv-za-sprovođenje-javne-rasprave-o-Nacrtu-zakona-o-audiovizuelnim-medijskim-uslugama.html>, pristupljeno 15.10.2019.

Savjet Agencije za elektronske medije Crne Gore, Pravilnik o elektronskim publikacijama, (Podgorica: Agencija za elektronske medije, 2016.)

Vodič za primjenu smjernice 2.8. Kodeksa novinara/ki Crne Gore, Organizacija za evropsku bezbjednost i saradnju, (Podgorica: OEBS, 2019), URL: <https://www.osce.org/me/mission-to-montenegro/413048?download=true>, pristupljeno 15.10.2019.

Kodeks novinara/novinarki Crne Gore, 2015.

Novi mediji – stari problemi, Izvještaj o stanju u digitalnim medijima u Crnoj Gori, Bojana Laković Konatar (Podgorica: Sindikat medija Crne Gore, 2018)

Analiza položaja lokalnih javnih emitera i novinara u medijskim zakonima Crne Gore, Sindikat medija Crne Gore, dostupno na: <http://safejournalists.net/me/resources/page/2/>

OEBS, OEBS-ov Vodič za moderiranje komentara čitalaca na internet portalima predstavljen u Podgorici, URL: <https://www.osce.org/me/mission-to-montenegro/413105>, pristupljeno 15.10.2019.

Intervju, Darko Duridanski, intervjuisala Bojana Laković Konatar, 08. oktobar 2019.

Intervju, Dragana Žarić, intervjuisala Bojana Laković Konatar, 20. oktobar 2019.

Intervju, Dragana Čabarkapa, intervjuisala Bojana Laković Konatar, 08. oktobar 2019.

Intervju, Džeremi Dir, intervjuisala Bojana Laković Konatar, 08. oktobar 2019.