

20
21

NOVI MEDIJI – STARI PROBLEMI 2021



Izveštaj o stanju u digitalnim
medijima u Crnoj Gori
Bojana Laković-Konatar

Autorka: Bojana Laković-Konatar
Saradnica: mr Dragana Žarić
Za izdavača: Sindikat medija Crne Gore
Prevod: Jelena Mitrović / Vanja Miličić
Dizajn i štampa: nITech doo
Tiraž: 100 primjeraka
Novembar 2021.

SADRŽAJ

Rezime	4
Uvod	6
Digitalni mediji u Crnoj Gori tokom 2021. godine	7
Informativni portali u eri digitalne ekonomije	10
Iskustva frilens novinara u Crnoj Gori	14
Škola digitalnog sindikalizma	17
Zaključci i preporuke	21
Bibliografija	22



REZIME

Izveštaj “**Novi mediji-stari problemi 2021**” četrto je istraživanje o položaju digitalnih medija u Crnoj Gori. U pitanju su nalazi istraživanja o uticaju digitalne ekonomije i krize izazvane pandemijom COVID-19 na rad portala i zaposlenih u ovim medijima u Crnoj Gori. Izveštaj daje prikaz stanja tokom četiri godine i nudi prikaz nekih novih izazova s kojima se ovaj dio medijske scene suočava.

Izveštaj koji je pred Vama, predstavlja nastavak rada Sindikata medija Crne Gore na unapređenju položaja digitalnih medija kroz jačanje pozicije zaposlenih. Istraživanje je dio projekta “Union to Union – Recruitment and Organizing campaign in CEE 2021”, koji Sindikat medija Crne Gore sprovodi tradicionalno uz podršku Međunarodne federacije novinara (IFJ), Union to Union-a i Sindikata novinara Švedske. Glavni cilj projekta je jačanje sindikata u borbi za bolje uslove rada u digitalnim medijima i otkrivanje uticaja koji na ove medije ostvaruju promjene i digitalna ekonomija.

Istraživanje je za potrebe Sindikata medija Crne Gore (SMCG) sprovela **Bojana Laković-Kona-tar**, 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, kao i medijskih objava;
- **Kvalitativne intervju**e – njih pet sa predstavnicima sindikata, medija, civilnog sektora i novinarima/kama;
- **Zvanične statističke podatke** – prikupljene sa dostupnih veb sajtova ili iz drugih dostupnih izvora.

Poseban dio istraživanja, koji je pripremila **Dragana Žarić**, odnosi se na prvu Školu digitalnog sindikalizma u Crnoj Gori, koju je Sindikat medija Crne Gore sproveo u 2021. godini.

Ovogodišnje istraživanje, nažalost, nije pokazalo neke pozitivne pomake kada je u pitanju online sektor medijske zajednice. I dalje je proces regulacije i evidentiranja online medija-portala pre-

pušten slučaju, pa postojeći registar sadrži veb sajtove koji se ne mogu smatrati medijima u pravom smislu te riječi. Zaposleni u medijima i dalje rade u jednako lošim uslovima, prisutan je rad na crno, zarade su i dalje ispod prosjeka, pritisci su očigledni, a prekovremeni i neplaćeni rad su gotovo konstanta. Digitalni mediji u Crnoj Gori ujedno okupljaju najveći broj frilensera, koji su prinuđeni da rade za više medija ne bi li omogućili sebi dostojanstvenu zaradu. Frilens novinarska zajednica u Crnoj Gori trenutno je jaka, sa velikim brojem uglavnom mladih ljudi koji na ovaj način stiču iskustvo u medijima. Ipak, zakonska regulativa i dalje nije blagonaklona prema njima i pominju se samo u jednom zakonu. Nedovoljna regulacija vodi frilensere, ali i druge zaposlene u digitalnim medijima, u još gori položaj ostavljajući istovremeno poslodavcima veliki prostor za slobodno tumačenje prava i obaveza prema zaposlenima. Istraživanje Sindikata medija Crne Gore pokazalo je da se ne može doći do preciznih podataka o finansijskom poslovanju svih evidentiranih portala, ali da dostupni podaci pokazuju da je dio ovih medija 2020. godinu završio pozitivno.

UVOD

Digitalni mediji u Crnoj Gori doživjeli su najveću ekspanziju u godini koja je za nama. Čak 60 novih portala osnovano je u posljednje četiri godine, te na malom crnogorskom tržištu trenutno funkcioniraju gotovo 200¹ registrovanih medija, uz značajan broj medija (pretežno portala) koji i dalje nijesu registrovani. Osnivanje digitalnih medija pratila su tri važna događaja u Crnoj Gori koja su se u mnogome reflektovala na rad medija: pandemija izazvana virusom Covid-19, parlamentarni izbori i uzavrela atmosfera u društvu, kao i masovni protesti i okupljanja. Sve to uticalo je na sužavanje slobode medija, nesigurne uslove rada i strah za ličnu bezbjednost zaposlenih u medijima.

Ni skoro dvije decenije od osnivanja prvog portala u Crnoj Gori nije bilo dovoljno da vlasnici medija i država uspostave minimalni okvir za njihovo funkcionisanje. I dalje zaposleni u ovim medijima rade u jako lošim uslovima, s platama koje su ispod prosjeka, prekovremenim radom, radom na crno ili bez ugovora i uz pritiske. Portali su uglavnom shvaćeni kao „dodatni mediji“, koji su povezani s već postojećim štampanim ili elektronskim medijem od kog crpe sadržaj. S druge strane, iako je Zakon o medijima usvojen 2020.

godine on i dalje ne predviđa minimalne standarde za funkcionisanje digitalnih medija, posebno u pogledu kazni za one medije koji se ne registruju.

Digitalna ekonomija uticala je na medijsku scenu širom svijeta, promjene su očigledne kako u biznis modelima, tako i u sadržaju koji mediji plasiraju. Ove promjene vjerovatno su najočiglednije u digitalnim medijima, koji s obzirom na to da su najmlađi trpe i najveće promjene. Digitalna ekonomija uticala je na medije da se bore da ostanu na tržištu, a da istovremeno kreiraju inovativan sadržaj koji će privući čitaoce. Istovremeno, navela je i zaposlene da rade u izmijenjenim okolnostima, često se plašeći za svoje radno mjesto.

Istraživanje „Novi mediji – stari problemi 2021“ četvrto je istraživanje Sindikata medija Crne Gore koje pokušava da da presjek stanja i pregled novina u digitalnoj medijskoj zajednici u našoj državi. Ono se sastoji od statističkih podataka, intervjua sa ekspertima i predstavnicima medijske zajednice, kao i zaposlenima i frilenserima iz digitalnih medija.

¹ Podaci Agencije za elektronske medije pokazuju da su u novembru 2021. godine u Crnoj Gori poslovala 103 elektronska medija. Od štampanih medija, na teritoriji Crne Gore izlaze četiri dnevne novine i jedan nedjeljnik. Prema podacima iz marta ove godine, u registru Ministarstva javne uprave upisana su 104 portala.

DIGITALNI MEDIJI U CRNOJ GORI TOKOM 2021. GODINE

Medijska scena u Crnoj Gori u posljednjih nekoliko godina doživjela je velike promjene. Ipak, najveće promjene doživjela je sfera digitalnih/elektronskih/internet publikacija odnosno portala. Osim naziva ovih medija, mijenja se i njihov broj, pa je tako od 2016. do 2021. došlo do ogromnog povećanja broja portala. Za samo četiri godine, od kada sprovodimo ovo istraživanje, broj portala u Crnoj Gori, upisanih u evidenciju nadležnih organa, porastao je sa 40 na 104. Najveće promjene zabilježene su tokom posljednje dvije godine. Portali čine 50% ukupnog broja medija u Crnoj Gori što dovoljno govori o uticaju koji oni imaju na informisanje i kreiranje javnog mnjenja. Ipak stiče se utisak da je propuštena prilika da se ova oblast uredi do kraja. Posebno imajući u vidu činjenicu da se ogroman broj registrovanih portala ne bavi informativom, već su u pitanju različiti sajtovi nevladinih i drugih organizacija.

Oblast internetskih publikacija ili portala regulisana je Zakonom o medijima Crne Gore, koji ni nakon dvije godine rada na izmjenama, i dalje na pravi način ne reguliše ovu oblast. Posljednje izmjene, usvojene neposredno prije izbora 2020. godine dovele su do određenih formalnih promjena, pa je sada za ovu oblast zaduženo Ministarstvo javne uprave, digitalnog društva i medija. Važeći zakon definiše šta su to internetske publikacije i predviđa obavezu registrovanja ovih medija.

„Internetska publikacija je medij čiji se sadržaj širi putem interneta, a koji se ne može smatrati audiovizuelnom medijskom uslugom prema zakonu koji uređuje oblast audiovizuelnih medijskih usluga.“²

Osim upisa u evidenciju medija, koju vodi Ministarstvo, posebna pažnja zakonodavca bila je posvećena objavljivanju impresuma ovih medija, kao i regulisanjem komentara na internet portalima. Ipak, glavna novina koju donosi Zakon jeste mogućnost internetskih publikacija da se prijave za dio novca iz Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Naime, država se obavežala da će iznos od najmanje 0,09% tekućeg budžeta opredjeljivati za Fond.

“Raspodjelu sredstava iz stava 1 ovog člana vrši:

- 1) Savjet regulatora za audiovizuelne medijske usluge, 60% sredstava, koja se usmjeravaju u podfond za komercijalne i neprofitne medije; i**
- 2) Nezavisna komisija koju obrazuje Ministarstvo, 40% sredstava, koja se usmjeravaju u podfond za dnevne i nedeljne štampane medije i internetske publikacije.”³**

Problemi koje smo registrovali gotovo u svakom

² Zakon o medijima, član 26

³ Zakon o medijima član 18

istraživanju do sad, i dalje nijesu regulisani zakonom. To se posebno odnosi na registraciju ili evidentiranje portala, obzirom da u Zakonu o medijima ne postoji kazna za osnivače portala ako ih ne evidentiraju. Evidencija Ministarstva sadrži i dalje veliki broj internetskih publikacija koji se ne mogu smatrati medijima u pravom smislu te riječi, s obzirom na to da se bave kulturom, "fact checking"-om medijskih proizvoda ili su jednostavno veb sajtovi pojedinih nevladinih organizacija ili kompanija. Iako na prvu ruku bezazlen, ovaj problem može imati neke posljedice po rad medija, s obzirom na to da se i ove publikacije mogu prijaviti za novac iz Fonda. No, to nije jedini problem. Sa sindikalne tačke gledišta, portali su vjerovatno jedno od najnesigurnijih mjesta za rad medijskih radnika. Veliki broj zaposlenih u ovim medijima radi na crno, s obzirom na to da nemaju ugovore o radu i nijesu osigurani. Takođe, radni dan zaposlenih u portalima u prosjeku traje duže, zaposleni rade i vikendom, pritisci na njih su veći (posebno zbog brzine objavljivanja informacija), dok su zarade na jako niskom nivou i ispod prosjeka.

Sindikata medija Crne Gore već dugi niz godina pokušava da dođe do što obuhvatnijih podataka o medijskoj sceni, posebno u oblasti digitalnih medija, kako bi uticao na izmjene i unapređenje položaja zaposlenih. Upravo iz tog razloga, ove godine je sprovedena analiza poslovanja medija u Crnoj Gori, koja je pokazala velike probleme u funkcionisanju ovih medija. Prema riječima potpredsjednika Sindikata medija Crne Gore i autora analize poslovanja medija, Radomira Kračkovića, nemoguće je tačno izračunati vrijednost sektora digitalnih medija odnosno portala u Crnoj Gori.

Po njegovoj analizi, u Crnoj Gori je na kraju 2021. godine stvarno postojalo 108 informativnih portala. Neki od njih nisu evidentirani kod nadležnog Ministarstva.

Kako je objasnio, neki od najuticajnijih portala posluju u sklopu dnevnih listova poput Vijesti, Pobjede, Dana i Dnevnih novina. Takođe, u okviru nacionalnog javnog servisa postoji portal Radio Televizije Crne Gore, a portal ima i najveća privatna informativna radio stanica, Antena M, i još nekoliko njih.

Portale ima i većina lokalnih javnih emitera. Podaci o poslovanju svih ovih portala nalaze se u ukupnim finansijskim izvještajima medija pod čijim okriljem su nastali pa nema tačnih podataka o poslovanju samih portala i ne može se izračunati vrijednost ovog dijela digitalnog medijskog sektora.

Osim toga, od ostala 73 portala, podaci o poslovanju su dostupni za njih 49.

“Za preostala 24 nisu dostupni podaci iz više razloga. Naime, neke portale su osnovale firme koje su bave drugim djelatnostima (npr. kompjuterskim programiranjem kao osnivači portala Mondo i Onogošt ili zimskim turizmom kao osnivač portala Aktuelno) a koje generišu i najveći dio prihoda pa im mediji dođu kao dodatna djelatnost. Mnoge portale osnovale su nevladine organizacije koje nemaju eksplicitnu zakonsku obavezu da prijavljuju finansijske izvještaje Upravi prihoda i carina pa nema podataka o njihovom poslovanju.”⁴

4 Intervju, Radomir Kračković, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

Prema riječima Kračkovića, neke portale osnovala su fizička lica pa se ne mogu naći podaci o njihovom poslovanju na portalu Uprave prihoda i carina jer su kao poreski identifikacioni broj prijavili svoje jedinstvene matične brojeve.

„Uzimajući sve to u obzir, nemoguće je tačno izračunati vrijednost sektora digitalnih medija odnosno portala u Crnoj Gori, a najbliži mogući podaci pokazuju da je 49 od 73 portala u 2020. godini sveukupno imalo profit od nešto preko 45 hiljada eura, sa ukupnim prihodima od milion i 479 hiljada eura i rashodima od blizu milion i 434 hiljade a u njima je bio prijavljen 71 zaposleni. Skoro polovina portala ili čak 24 nisu prijavili stalno zaposlene ili su naveli da ih je 0 što ukazuje da u ovom sektoru ima rada na crno.”⁵

Kračković dodaje da od 49 portala, za koje postoje podaci, samo 14 je poslovalo pozitivno ali je i devet bilo na nuli, dok je 25 poslovalo s minusom. “Skoro polovina ili 23 je u plusu ili na pozitivnoj nuli, a malo više od polovine odnosno 25 je imalo gubitak.”⁶

Podaci do kojih je došao Kračković ukazuju da je najveću dobit među crnogorskim portalima u 2020. godini imao portal CDM i to više od 84 hiljade eura, te da je u tom mediju radilo 10 ljudi. Najviše prijavljenih zaposlenih imao je Portal Analitika i to 14, a zabilježio je profit od pet i po hiljada eura. Najveći gubitak imao je portal FOS media koji je registrovao i 16 portala po gradovima. Ovih 17 portala godinu je završilo u minusu od blizu 86 hiljada eura. U finansijskom izvještaju za sve ove medije, prema riječima Kračkovića, nije prijavljen nijedan stalno zaposleni. I portal IN4S poslovaio je s gubitkom od preko 26 hiljada eura, a u njemu

je bio prijavljen jedan stalno zaposleni.

Svi ovi problemi naveli su Sindikat medija Crne Gore da predloži izmjene zakonskih rješenja, kao i da učestvuje u radu radnih grupa koje će mijenjati postojeća zakonska rješenja i pisati prvu medijsku strategiju u Crnoj Gori.

⁵ Ibid.

⁶ Intervju, Radimir Kračković, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

INFORMATIVNI PORTALI U ERI DIGITALNE EKONOMIJE

Promjene koje se odnose na radna mjesta i uslove rada u medijima gotovo da su konstantne tokom posljednjih decenija. Uvođenje Interneta doprinijelo je unapređenju rada medija, približilo je medije građanima, i u velikom broju slučajeva olakšalo je novinarima dolazak do informacija. Međutim, najznačajnije promjene dešavaju se od pojave pandemije Covid-19. Dosadašnji način rada medija, koji se odnosio na rad u redakcijama, dnevnim i nedjeljnim sastancima novinara i urednika, sastancima sa izvorima informacija zamijenila je onlajn sfera. Poslodavci su, s jedne strane, morali da nađu održive načine za rad, koji će omogućiti nesmetan rad medijima, dok su novinari, s druge strane, bili prinuđeni da se snađu u izmijenjenim okolnostima pritom radeći isti posao. Naše istraživanje tokom 2020. godine pokazalo je da su i jedni i drugi bili nespremni na sve novine koje je donijela pandemija i izmijenjeni uslovi rada, ali se stiče utisak da se vremenom ta situacija ipak promijenila u korist poslodavaca.

Kada je u pitanju poslovanje medija, tradicionalni biznis modeli zasnovani isključivo na oglašavanju gotovo su potpuno prevaziđeni. To se u

prvom redu desilo sa uvođenjem digitalne ekonomije, koja podrazumijeva dostupnost sadržaja putem društvenih mreža i mogućnost praćenja medija „na zahtjev“. Takođe, prema riječima predstavnika medija u Crnoj Gori, pandemija Covid 19 uticala je da se marketinški kolač smanji za 30%⁷. Korona virus doveo je do paradoksalne situacije, pokazuju podaci Evropske federacije novinara.

„Konzumiranje vijesti se povećalo ali su broja zaključavanja od marta 2020. godine izazvala dramatično smanjenje prihoda od prodaje i oglašavanja, širom Evrope, posebno u štampanim medijima. U ovim uslovima, ne samo da novinarstvo mora stalno da se unapređuje, već ono isto mora da bude i finansijski održivo.“⁸

Digitalna ekonomija i digitalna radna mjesta su, u određenoj mjeri, novina za sve zemlje svijeta i predstavnike svih zanimanja. Mogućnost da se radi od kuće, u bilo koje vrijeme, koristeći praktično bilo koje dostupno tehničko pomagalo (telefon, računar, laptop) olakšalo je rad zaposlenima.

7 Janković, Srdan, *Oglašivači se povlače, crnogorski mediji pred recesijom*, SlobodnaEvropa.org, april 2020, URL: <https://www.slobodnaevropa.org/a/mediji-crna-gora-pandemija-korona-virus-kri-za/30568307.html>, pristupljeno novembar 2021.

8 European Federation of Journalists, *Sustainable innovative journalism and new business models*, str. 5, URL: https://europeanjournalists.org/wp-content/uploads/2021/07/EFJ-INNOVAT2021-WEB_pages.pdf, pristupljeno novembar 2021.

Novinari koji i onako nemaju standardno radno vrijeme u principu mogu da bolje organizuju svoj radni dan, da u udobnosti doma organizuju onlajn razgovore i sastanke sa sagovornicima, predstavljaju svoje ideje. Ipak, postavlja se pitanje i privatnog života, neograničene dostupnosti novinara i drugih medijskih radnika, a na kraju, ali ne i manje važno, postavlja se i pitanje ko snosi troškove svih tih dodatnih radnih sati i utrošenih resursa.

Korona virus pojavio se početkom 2020. godine, a već u martu Crna Gora je bila „zatvorena“, pa su i poslodavci omogućili zaposlenima da rade od kuće. Takva odluka bila je zasnovana na potrebi da se izborimo sa virusom, a značila je potpunu promjenu dosadašnjeg načina rada i funkcionisanja medijske zajednice. Iako je pokrenuta pandemijom, ovakva promjena samo je jedna od novina koje donosi digitalna ekonomija. Prema riječima novinarkе i fintech analitičarke **Ane Nives Radović** potrebno je da shvatimo da „bilo koji principi rada koji sada važe možda neće važiti u vrlo bliskoj budućnosti“⁹.

„Izgradiće se mnogo industrija koje će za nas biti poptuno nove i u kojima ćemo morati dodatno da se snalazimo. Mnogi od nas, u toku školovanja, ili dok smo planirali da započnemo sopstveni posao, vjerovali su da je sfera naših studija ona koja nam je dala dovoljno znanja. Ali, sve se mijenjalo velikom brzinom. Čim pomislite da nešto razumijete, shvatite da su se promijenili algoritmi, da postoje inovacije, da je došlo do nekog zaokreta...Kada mislite da ste uočili neko pravilo na internetu, već naredne godine uviđate da se promijenilo.“¹⁰

9 Ana Nives Radović, predavanje u školi Digitalnog sindikalizma, oktobar 2021.

10 Ibiđ.

Istraživanje koje je sproveo Cisco Sistem¹¹ mnogo prije pandemije Covid-19 (2010. godine) pokazalo je da bi 64% zaposlenih pristalo na manju zaradu kada bi im bilo omogućeno da rade van kancelarije. Istraživanje je pokazalo i da zaposleni koji se bave informisanjem preferiraju novije komunikacione alatke, posebno instant dopisivanje, za razliku od i-mejla¹². Sve ove „pogodnosti“ nekada su se činile kao nedostižan san. Međutim, čini se da je njihovo uvođenje dovelo zaposlene u još gori položaj, a sindikate navelo da se suoče sa ovim izazovima i probaju da nađu rješenje za njih.

Prema riječima zamjenice generalnog sekretara Unije slobodnih sindikata Crne Gore (USSCG) **Ivane Mihajlović**, osim na zdravstveni sistem, epidemija izazvana širenjem koronavirusa, najveće potrese i promjene izazvala je na tržištu rada. Ističe da gotovo ne postoji zaposleni, niti djelatnost/sector, koji se nije suočio s promjenama u načinu i uslovima rada. Osim neizvjesnosti koja je obilježila tržište rada, zaposleni su se, dodaje, suočili sa: promjenom radnog vremena; umanjenjem zarade zbog zabrane rada u određenim djelatnostima; neproduženjem ugovora na određeno vrijeme; nedostatkom zaštitne opreme (maske, dezinfekciona sredstva, zaštitna odijela, rukavice...); nemogućnošću obezbjeđivanja fizičke distance; preopterećenošću onih koji ostaju da rade i preuzimaju na sebe teret zaposlenih koji zbog obolijevanja bivaju odsutni s posla; stresom kako zbog preopterećenosti, tako od neizvjesnosti od mogućeg gubitka posla i/ili zarade, strahom od razbolijevanja... Promjene u načinu i uslovima rada, skrenule su pažnju na sve zastupljeniji oblik rada kakav je rad van prostorija poslodavca koji, prema crnogorskom zakonodavstvu, obu-

11 CISCO, *The Cisco Connected World Report, (2010)*, URL: https://newsroom.cisco.com/dlls/2010/ekits/ccwr_final.pdf, pristupljeno novembar 2021.

12 Ibiđ.

hvata rad na daljinu i rad od kuće. Iako je ovakva vrsta rada zasigurno doprinijela sprečavanju širenja virusa, zaštiti života i zdravlja zaposlenih, ipak je dugotrajnost pandemije, a i činjenica da je rad od kuće postao pravilo a ne izuzetak, za mnoge radnike otvorili brojna pitanja i dileme.

„Činjenica da u većini slučajeva poslodavci sa zaposlenima nijesu zaključili aneks ugovora kojim mijenjaju osnovne odredbe ugovora o radu vezane za mjesto rada i uslove rada, neminovno su problematizovali neke od sljedećih pitanja: obaveze poslodavca da nadoknadi zaposlenom sve troškove vezane za rad od kuće (internet, električnu energiju, servisiranje sredstava rada, obezbjeđivanje elektronskih uređaja neophodnih za obavljanje poslova i radnih zadataka,...); obaveze poslodavca da zaposlenom obezbijedi zdrave i bezbjedne uslove rada, odnosno brine o aspektu zaštite i zdravlja na radu; nepoštovanje radnog vremena, odnosno nemogućnosti zaposlenih da se diskonektuju zbog čega je većina zaposlenih izgubila granicu između radnog i privatnog vremena. Brojni su primjeri zaposlenih s manjkom ili nedostatkom adekvatnog stambenog prostora koji su se susretali s problemima nesmetanog rada budući da su istovremeno bili okruženi članovi porodice.“¹³

Prema riječima Mihajlović, negativne posljedice epidemije pogodile su najviše zaposlene s pre-karnim ugovorima o radu, odnosno zaposlene na određeno vrijeme, zaposlene na privremenim i povremenim poslovima i agencijske radnike. Došlo je do porasta nezaposlenosti, ali smatra da su blagovremene i sveobuhvatne mjere podrške privredi i građanima, koje su sprovodile i prethod-

na i nova Vlada, rezultirale očuvanjem najvećeg broja radnih mjesta u Crnoj Gori, te da nije došlo do kolektivnih otpuštanja izazvanih korona virusom. No, trenutna stopa nezaposlenosti od 23.81% veoma je zabrinjavajuća, posebno imajući u vidu da je u mjesecu kada je proglašena epidemija ona iznosila 15.31%.

„Globalizacija i digitalizacija zaista mijenjaju svijet, ali u ovom trenutku nije dovoljno jasno u kojem smjeru. Brojni su pozitivni, ali i negativni primjeri, brojni primjeri pro et contra, brojne prednosti i nedostaci koji se u praksi ispoljavaju kada je u pitanju digitalna ekonomija. Sindikati širom svijeta, pa samim tim i Unija slobodnih sindikata Crne Gore u fokusu imaju socijalne aspekte ovog rada.“¹⁴

Mihajlović ističe sindikati treba da nađu načine da zaštite nove oblike rada koje digitalizacija i globalizacija nose sa sobom. Otvorila su se, kaže, mnoga pitanja: “Da li imate pravo na diskonektovanje, kada možete da se isključite, da li gubite granicu između radnog i vremena za porodicu? Da se desi povreda dok radite od kuće, pitanje je – da li se to smatra povredom na radnom mjestu. Da li inspekcija rada može da dođe da utvrdi okolnosti nastale povrede ako znamo da nam Ustav garantuje nepovredivost stana i privatnost? Da li se otuđujete od kolega? Da li će poslodavac onima koji rade iz kancelarije prije ponuditi napredovanje i usavršavanje? Da li možete da ostanete bez nekih primanja dok ste kod kuće, npr. naknadu za prevoz? Da li će poslodavac da pokrije troškove računa za internet, struju? Bezbroj pitanja, a malo odgovora. Zakonodavstvo nema rješenje, makar za sad.”¹⁵

¹³ Intervju, Ivana Mihajlović, novembar 2021, intervju-izala Bojana Laković-Konatar

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

Digitalna ekonomija i novine koje ona donosi za medije teme su kojima se bavi i nevladina organizacija 35 mm. Koordinatorica projekata u toj NVO, **Snežana Nikčević**, ističe da je važno ponavljati da digitalni aspekt nije nešto na šta treba gledati kao na nešto što je posebno, već kao na integralni dio današnjice.

“Digitalna ekonomija kao takva u Crnoj Gori se još razvija, i važno je da mediji sebe osim kao čuvere demokratije u ovom kontekstu posmatraju kao biznise jer principi po kojima će na kraju dana moći da obezbijede prostor za kreiranje profesionalnog novinarskog sadržaja u mnogome zavise od ljudi, koji nijesu oni koji donose priče.”¹⁶

NVO 35 mm je od početka 2020. godine počela sa sprovođenjem regionalnog projekta “Povećanje građanskog angažmana na polju Digitalne agende – ICEDA”. Digitalna agenda predstavlja inicijativu Evropske unije koja je proširena i usvojena u šest zemalja Zapadnog Balkana. Ona ima za cilj da osigura građanima regiona da u potpunosti iskoriste prednosti digitalne transformacije. Njen cilj je da omogući veći broj Vladinih usluga onlajn, a građani neće morati da brinu o privatnosti svojih podataka. Uz to, digitalizacija će ubrzati birokratske procedure, pojačati povjerenje na relaciji građani-institucije, i kroz digitalno opismenjavanje poboljšati klimu neophodnu za socio-ekonomski razvoj.

Nikčević ističe da su promjene u pogledu zaposlenosti koje donosi Digitalna agenda već izvjesne, posebno jer je sama priroda posla uslovljena

tehnologijom. Ipak, smatra da će svi morati da izlaze iz komfor zone mnogo više nego što bi možda željeli.

“Rutina je nešto što više neće trajati 20 ili 30 godina, već ćemo stalno morati da pravimo neke nove rutine. Ali, da ćemo imati prilike da štedimo vrijeme i resurse- i to je činjenica, bar za jedan segment. Ali isto tako, potrebno je da se ulaže u razvoj zaposlenih, što je nešto što prema istraživanjima od prethodnih godina¹⁷, poslodavci u privatnom sektoru nemaju praksu da rade.”¹⁸

Digitalna agenda će olakšati i pristup informacijama, jer će razni alati (poput slobodnog pristupa informacijama, otvorenih podataka, mehanizmi e-participacije) omogućiti novinarima veći broj izvora i prilika da dekonstruišu neke pojave i objektivno izvijeste o nekim temama.

“Najčešće vidim da se na portalima prenose tvitovi, saopštenja, objave sa drugih društvenih mreža ili slične objave u kojima rijetko imate direktan i živ komentar ljudi koji se pominju u tekstu. Međutim, smatram da je važno i da budući novinari imaju u vidu da se moraju prilagođavati i njegovati čitav set vještina koje su im neophodne ako rade na portalu. S druge strane, urednici i kreatori uređivačkih politika treba da imaju u vidu da je potrebno tražiti balans između profesionalnog novinarstva i održivosti.”¹⁹

¹⁶ Intervju, Snežana Nikčević, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

¹⁷ Nikčević, Snežana, Accelerated digital advancement and its impact on job-skills demand in the Western Balkans, LinkedIn.com, URL: <https://www.linkedin.com/pulse/accelerated-digital-advancement-its-impact-job-skills-nik%C4%8Devi%C4%87/>, pristupljeno novembar 2021.

¹⁸ Intervju, Snežana Nikčević, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

¹⁹ Ibid.

ISKUSTVA FRILENS NOVINARA U CRNOJ GORI

Iako ih zakonodavstvo u dovoljnoj mjeri ne prepoznaje i ne štiti, crnogorska medijska scena može se pohvaliti dobrom mrežom slobodnih novinara. Ne postoji zvanična statistika o njihovom broju, ali je Sindikat medija Crne Gore oformio posebnu mrežu članova koji su slobodni novinari i s njima pokušava da utvrdi koji su najveći problemi i mogući načini njihovog rješenja.

“Imajući u vidu da su frilenseri porepoznati kao rastuća zajednica u novinarstvu, Glavni odbor SMCG je oformio neformalnu mrežu frilensera i usvojio plan daljih koraka u cilju poboljšanja njihovog položaja. Naš plan je da mreža bude aktivna i da se članovi redovno sastaju i informišu nas o svim eventualnim problemima.”²⁰

Fokus grupa s novim članovima – slobodnim novinarima ukazala je na pet glavnih problema, koji će kaže Kračković, biti u fokusu rada Sindikata. Njihovi problemi su, između ostalog, to što ih ni radno ni medijsko zakonodavstvo ne prepoznaju, kako nemaju ugovore o radu, uglavnom rade “na crno” - bez zdravstvenog i penzionog osiguranja, nemaju podršku redakcije, a ne prepoznaje ih ni Centralni registar privrednih subjekata i nemaju pristup državnim fondovima.

Prema riječima zamjenice generalnog sekretara Unije slobodnih sindikata, Ivane Mihajlović od sredine prošle godine u propisima u Crnoj Gori prvi put se uvodi definicija frilensera, jer ih je Zakon o podsticajnim mjerama za razvoj istraživanja i inovacija označio kao “domaće ili strano fizičko lice koje ima boravište u Crnoj Gori i koje samostalno obavlja inovativne aktivnosti pružajući intelektualne usluge za potrebe domaćih i stranih pravnih i fizičkih lica”²¹. Iako ovo rješenje nudi određene povoljnosti za registraciju i oporezivanje frilensera, nedostatak je to što se one priznaju samo frilenserima koji rade za strana fizička i pravna lica. No, Mihajlović naglašava da ne postoji zakonsko rješenje koje garantuje socijalnu zaštitu i prava iz rada i po osnovu rada za frilensere (bolovanje, trudničko, porodijsko, roditeljsko odsustvo, odmor, garantovana zarada, pravo na ostvarivanje kredita, pravo na osnivanje sindikata...).

“Udruživanje frilensera u poseban vid strukovnog sindikata ili formalnog udruženja koje bi kao interesna organizacija djelovao pri sindikatu, preduslov je efikasnije i plodotvornije borbe za njihova prava. Iskustva iz određenih evropskih zemalja, ukazuju da je upravo udruživanje frilensera doprinijelo izmjeni zakonodavnog okvira i unapređenju njihovog položaja.”²²

²⁰ Intervju, Radomir Kračković, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

²¹ Zakon o podsticajnim mjerama za razvoj istraživanja i inovacija, član 5

²² Intervju, Ivana Mihajlović, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

Novinarka **Marija Pešić** ističe da položaj mladih frilens novinara nije zavidan u Crnoj Gori. Smatra da javnost najčešće ne razumije da je biti frilens novinar, zapravo izbor. Frilens novinari se, kako kaže, često gledaju kao nedovoljno dobri da budu stalni dio neke redakcije “što je daleko od istine”. Ona u Sindikatu medija vidi partnera koji im može pomoći u unapređenju zakonske regulative, koja ih ne prepoznaje.

“Frilens novinari nijesu u mogućnosti da se prijave kao zaposleni, samim tim nemaju zdravstveno i penziono osiguranje iako neki godinama rade na taj način. Zakonska regulacija položaja frilens novinara je posebno važna, jer za razliku od drugih profesija, oni bivaju izloženi različitim rizicima, poput pritisa, neprijatnosti, napada, prijetnji, a nemaju redakciju koja bi ‘stala iza njih’, te je zato važno da imaju zakon koji će to učiniti.”²³

Pešić smatra da će povećanje broja digitalnih medija sigurno povećati broj radnih mjesta, ali se mora postaviti pitanje po kojoj cijeni. Smatra da će ipak u moru onoga što se smatra medijskim biznisom, lakše biti prepoznati pravo novinarstvo, istaći se kao medij i novinar koji radi u javnom interesu.

“Hiperprodukcija portala sa sobom će donijeti hiperprodukciju ‘copy-paste’ novinarstva, prepisivačku naviku prenijeti na mlade i neiskusne novinare a sve u cilju prvenstva, većeg broja pregleda, reklama i zarade. Na taj način digitalna ekonomija ne samo da negativno utiče na profesionalne standarde novinarstva, već ih skoro čupa iz korijena jer budući nosioci medijske scene bivaju učeni upravo tome.”²⁴

Sa njom je saglasna i novinarka **Andrea Jelić**. Jelić ocjenjuje da mladi novinari-frilenseri ukoliko rade za više medija, i to danonoćno, mogu pristojno do zarade, ali da sve druge beneficije (poput doprinosna, radnog staža, osiguranja...) izostaju.

“Novinari frilenseri žive od danas do sutra, u stalnoj neizvjesnosti kad je riječ o zaradi, zato je za njih svako planiranje ozbiljnih životnih poteza gotovo neizvodljivo. Bilo bi zato od značaja da medijska zakonska rješenja u Crnoj Gori konačno prepoznaju frilensere kao kategoriju, a dobro bi bilo kada bi i naš Sindikat mogao da reaguje u tom pravcu.”²⁵

Jelić ističe da u svijetu bujaju nove sfere u novinarstvu kao što je “solution journalism-SoJo”, koje privlači sve veći broj mladih novinara, jer je inovativno, zanimljivo, drugačije i jer traži specijalne vještine.

“Ako govorimo o novinaru koji istinski razumije smisao i svrhu svoje profesije, onda ništa ne može da naruši njegov integritet, pa ni posljednja riječ digitalne ekonomije. Standardi su standardi, ma u kom vremenu ili prostoru. Ukoliko to nije slučaj, onda je riječ o problemu druge vrste, koji je činjenica, u Crnoj Gori prilično izražen.”²⁶

Kada je riječ o najvećim izazovima s kojima se suočavaju frilenseri u Crnoj Gori, Jelić smatra da je najveći od njih zaraditi dovoljno za dostojanstven život i ostati priseban i zdrav. Angažman novinara frilensera, dodaje, varira od mjeseca do mjeseca, što ima višestruke posljedice: materijalne, profesionalne i psihološke. Jelić ističe da je teško pronaći sagovornike, a pritom voditi računa o tome da se ne ponavlja, da ista osoba ne go-

23 Intervju, Marija Pešić, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar
24 Ibid.

25 Intervju, Andrea Jelić, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar
26 Ibid.

vori o više različitih tema, što je još teže kada ste prinuđeni da to radite sami, bez pomoći kolega iz redakcije ili urednika.

“Najtužnije je što, s vremenom, kada entuzijazam opadne i realnost ‘ubije u pojam’, većina mladih novinara odustaje i ulazi u druge profesije, najčešće PR ili marketing, što ima mnogobrojne posljedice za društvo u cjelini.”²⁷

27 Ibid.

ŠKOLA DIGITALNOG SINDIKALIZMA

U okviru projekta „Suport for the Recruitment campaign“ čiji je ovo istraživanje dio, Sindikat medija organizovao je prvu Školu digitalnog sindikalizma. Škola je realizovana od septembra do novembra 2021, a prijavilo se 23 polaznika/ca. Serifikate o završenoj Školi je dobilo 14 polaznika/ca.

U okviru Škole održano je osam tematskih predavanja iz oblasti sindikalizma i digitalnih medija. Prvo predavanje, na temu „Osnove sindikalizma“ održala je zamjenica generalnog sekretara Unije slobodnih sindikata, **Ivana Mihajlović**. Drugo predavanje ticalo se promjena u novinarskoj profesiji („Odnos 'starog' i 'novog' novinarstva“), a govorila je novinarka **Dragana Žarić**. Treće predavanje održala je stručna saradnica SMCG, **Kristina Pašić**, koja je učesnicima govorila o digitalnim vještinama. Docent na Univerzitetu Crne Gore, dr **Vuk Vuković**, održao je predavanje na temu „Podkast – nova šansa za akciju“. Peto predavanje održala je finansijska analitičarka **Ana Nives Radović** na temu „Digitalna ekonomija i zapošljavanje mladih“. Pravnik **Mirko Bošković** govorio je o autorskim pravima na internetu, a stručni saradnici SMCG, **Bojana Laković Konatar** i **Dražen Đurašković**, predstavili su uslove rada u digitalnim medijima, s fokusom na „kovid krizu“ i „teleworking“ (rad od kuće). Posljednje predavanje održao je fotoreporter **Boris Pejović**, koji je govorio o uslovima rada fotoreportera u digitalnom dobu.

Polaznici/e Škole digitalnog sindikalizma dobili su mogućnost i da učestvuju u takmičenju, čiji je cilj bio da kod mladih probudimo interesovanje za sindikalne teme. Na zadatu temu, „Mladi, sindikalizam i...“, pristiglo je devet radova (infografici, članci, komentari, video i fotografije). Žiri u sastavu: predsjednica SMCG **Marijana Camović Veličković**, potpredsjednik SMCG i urednik u Televiziji Vijesti **Radomir Kračković**, i istraživačica Bojana Laković Konatar, nagradio je tri polaznice Škole: **Anđelu Ašanin, Tanju Ceklić i Andreu Čvorović**.

Ašanin je sprovela anketno istraživanje o mladima i sindikatu i rezultate predstavila na odličnom infografiku. Podaci do kojih je došla korišćiće i Sindikatu medija u budućem djelovanju. Ceklić je napisala članak o frilenserima, sjajno uočivši izazove koji čekaju sindikate u procesu digitalizacije poslova. Čvorović je kreirala zanimljiv video, čiji je fokus izumiranje štampanih medija.

Poziv za Školu digitalnog sindikalizma upućen je svim mladim ljudima koje zanima rad u medijima. Očekivano, među njima su dominirali studenti/kinje društvenih nauka.

Student/kinja novinarstva	Student/kinja društvenih nauka	Student/kinja prirodnih nauka	Novinar/ka	Ukupno prijavljenih polaznika/ca
34,8 %	43,5 %	4,3 %	17,4 %	23 100%

Tabela 1: Struktura prijavljenih polaznika/ca po oblasti studija/zanimanju

U prijavama su polaznici/e teme "Digitalne vještine" i "Odnos tradicionalnog i 'novog' novinarstva" označili kao oblasti koje ih najviše zanimaju.

Digitalne vještine	30 %
Odnos tradicionalnog i „novog“ novinarstva	30 %
Digitalna ekonomija	15 %
Autorska prava na internetu	15 %
Osnove sindikalizma	10 %

Tabela 2: Teme koje su najviše zainteresovale polaznike/ce

Na pitanje: "Koliko su Vam bliske teme Škole", više od 13 posto polaznika/ca kazalo je da uopšte nijesu upoznati sa sindikalizmom i digitalnim medijima, što je za SMCG bio poseban izazov.

Nimalo	Djelimično	Uglavnom	Poznajem teme
13,6 %	50 %	4,5 %	31,8 %

Tabela 3: Predznanje polaznika/ca o temama Škole

U prijavnom procesu, polaznike/ce smo zamolili da napišu svoje motive za učešće i daju kratko viđenje digitalnih medija. U nastavku su neki od najzanimljivijih odgovora:

- "Kao neko ko je skoro završio novinarstvo na Fakultetu političkih nauka sa interesovanjem za digitalne medije želim da proširim svoja znanja i unaprijedim se na tom polju. Takođe, zanima me tema sindikalizma a prethod-

no nisam imala priliku da slušam o njoj."

- "Budući da sam od skoro poslom vezana za rad medija, mislim da mi ova Škola može dati širu sliku o medijskoj sceni i uslovima rada u digitalnim medijima."
- "Mediji su nezamjenjiv dio svakodnevnog političkog diskursa i kao studentu političkih nauka teme koje se bave novinarstvom uvijek će mi biti bliske. Takođe, rad sindikata će uvijek imati moju pažnju posebno u današnjem vremenu neoliberalizma. Proširenje znanja kao i zadaci koje bih dobijao su glavni motivi za prijavu. Smatram da bi mi ova škola pružila iskustvo i znanje koje tražim i pomoglo da bolje razumijem svijet oko sebe, ali i moju užu specijalizaciju."
- "S obzirom na činjenicu da živimo u 21. vijeku, eri tehnologije i digitalizacije, smatram da su digitalni mediji jedna od glavnih karika u društvu. Upravo zbog tolike važnosti mislim da je veoma bitno da se što veći broj mladih ljudi obrazuje na ovom polju kako bi se stvorio dobar kolektiv za budućnost, koji će raditi posao na ispravan način. Oduvijek sam novinare prepoznavala kao grupu koja se nalazila u nezavidnom položaju, naročito zbog rada u kriznim situacijama."
- "Digitalizacija iziskuje određene stepene prilagodljivosti skoro pa u svim branšama i smatram da je to posebno važno za novinarstvo."

Sudeći po navedenim zapažanjima, mladi i te kako prepoznaju da je u oblasti rada u digitalnim medijima potrebno konstantno usavršavanje.

Evidentno je da se radi o aktivnim mladim ljudima, zainteresovanim za društveno djelovanje. Potvrdu stava da se mladima treba obraćati putem onih kanala komunikacije koji su im najprijemčiviji, potvrđuje podatak da je većina polaznika/ca za Školu čula na internetu.

Na društvenim mrežama	Na veb-sajtu Univerziteta Crne Gore	Od kolega/koleginica
35,7 %	42,9 %	21,4 %

Tabela 4: Kanali kojim su polaznici/e saznali za Školu digitalnog sindikalizma

Većina polaznika Škole je u završnoj poruci (izlazna anketa) napisala da su ovakve obuke, treninzi i predavanja veoma potrebni mladima i da ih treba nastaviti.

Na pitanje - koja im je tema bila najinspirativnija, većina polaznika je odgovorila da su to autorska prava (28,5 %). Ostali su naveli da su to bile teme: „staro“ i „novo“ novinarstvo, digitalna ekonomija, sindikalizam i fotonovinarstvo.

Na pitanje da, na skali od 1 do 5, ocijene znanje stečeno u Školi digitalnog sindikalizma, 75 posto polaznika/ca dalo je "peticu", a 25 posto "četvorku". Ubjedljiva većina tvrdi da je Škola sasvim ispunila njihova očekivanja.

U okviru Škole, 14 polaznika vodilo je „medijski dnevnik“, čime smo htjeli da ispitamo neke od navika mladih zainteresovanih za novinarstvo i medije, a koje se tiču upotrebe društvenih mreža. Polaznici/e su ispunjavali dnevnik pet dana zaredom.

Pojedini rezultati sasvim su očekivani, imajući u vidu podatke iz velikih, globalnih istraživanja. Na Instagramu, YouTube-u i Facebook-u mladi provode najviše vremena. Naši polaznici/e su se na ovim platformama zadržavali i po četiri sata dnevno.

Indikativno je, međutim, da mladi, uprkos tome što uočavaju anomalije, nepravde ili govor mržnje u digitalnim medijima, ne reaguju na te pojave.

Sasvim ispunjena očekivanja	Ispunjen veći dio očekivanja	Ispunjen mali dio očekivanja	Nijesu ispunjena očekivanja
87,5 %	12,5 %	/	/

Tabela 5: Ispunjenost očekivanja polaznika/ca

Koliko vremena provode na društvenim mrežama (prosjek, dnevno)

Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	TikTok
37 minuta	95 minuta	6 minuta	109 minuta	11 minuta

Koje sadržaje prate

Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	TikTok
Objave prijatelja; Komentari pratilaca na omiljenim stranicama; Dnevna politika; Univerzitetske grupe	Fotografije prijatelja; Objave influensera; Recepti; Turizam	Mimovi i rasprave	Muzika; Emisije; Kursevi i tutorijali	Razonoda i zabava

Koliko su im korisni

Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	TikTok
Uglavnom	Malo	Djelimično	Korisno	Nimalo

Da li uočavaju nepravde, govor mržnje, anomalije

Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	TikTok
Uglavnom da	Uglavnom da	Uglavnom da	Uglavnom da	Uglavnom da

Da li reaguju

Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	TikTok
Uglavnom ne	Uglavnom ne	Uglavnom ne	Uglavnom ne	Uglavnom ne

Tabela 6: Najvažniji rezultati iz medijskih dnevnika polaznika/ca

ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Iako se istraživanje o stanju u digitalnim medijima u Crnoj Gori, "Novi mediji-stari problemi" sprovodi od 2018. godine, pomaka kao da gotovo i nema. Ekonomski i socijalni položaj zaposlenih i dalje oslikavaju niske plate, prekovremeni rad, rad vikendima i u toku praznika, pritisci, rad na crno i sve češća potreba da zaposleni rade kao frilenser. Razgovori sa ekspertima, istraživačima, teoretičarima ali i samim novinarima, frilenserima u Crnoj Gori, pokazao nam je da i dalje postoje brojne oblasti u kojima bi poslodavci i država mogli da urade mnogo u cilju unapređenja položaja zaposlenih i jačanja ovog dijela medijske zajednice.

Sindikata medija Crne Gore još jednom je pripremio niz preporuka u cilju unapređenja položaja zaposlenih u digitalnim medijima, koji se naslanjaju na istraživanja iz prethodnih i zaključke iz ove godine.

- Država mora unaprijediti zakonodavni okvir kojim će se informativne internetske publikacije, odnosno portali, prepoznati u obimu i na način koji odgovara njihovom uticaju u društvu.
- Država mora donijeti podzakonske akte kojima bi se bliže regulisao postupak registracije portala, kako bi se izbjegla dosadašnja mogućnost registrovanja veb sajtova nevladinih organizacija ili kompanija kao medija.
- Država mora prepoznati i na pravi način zakonski zaštititi frilensere u Crnoj Gori, kojih će u narednim godinama biti sve više.
- Medijska strategija 2021-2025. trebalo bi da bude posvećena pitanjima regulacije i funkcionisanja online medija, odnosno portala.
- Medijska strategija mora prepoznati i na pravi način predstaviti izazove koji stoje pred zajednicom frielns novinara u Crnoj Gori.
- Vlasnici i menadžeri portala moraju učiniti sve da omoguće dostojanstven rad zaposlenima u online medijima.
- Država, vlasnici medija i zaposleni u portalima moraju prepoznati i na vrijeme reagovati na izazove koje donosi digitalizacija radnih mjesta i digitalna ekonomija i na taj način omogućiti stabilno poslovanje ovih medija.
- Zaposleni u digitalnim medijima-portalima trebalo bi da se sindikalno organizuju kako bi zajedno radili na rješavanju svojih problema. Oni bi u tome trebalo da prate rezultate i aktivnosti neformalne mreže frilensera koji su dio Sindikata medija Crne Gore.
- Sindikat medija Crne Gore, zajedno sa ostalim sindikatima, mora pratiti promjene na medijskoj sceni u regionu i svijetu, mora jačati svoje unutrašnje kapacitete kako bi mogli da odgovore na izazove digitalizacije radnih mjesta i kako bi pružili adekvatnu pomoć svom članstvu.
- Sindikat medija Crne Gore trebalo bi da nastavi sa Školom digitalnog sindikalizma, koja se pokazala kao odličan poduhvat koji sa jedne strane omogućava studentima da se upoznaju sa onim što ih čeka na tržištu rada, ujedno pružajući priliku Sindikatu da se upoznata sa izazovima sa kojima se mladi srijeću prilikom zaposlenja.

BIBLIOGRAFIJA

Zakon o medijima, Službeni list Crne Gore, br. 82/2020

Zakon o podsticajnim mjerama za razvoj istraživanja i inovacija, Službeni list Crne Gore, br. 82/2020

European Federation of Journalists, Sustainable innovative journalism and new business models, str. 5, URL: https://europeanjournalists.org/wp-content/uploads/2021/07/EFJ-INNO-VAT2021-WEB_pages.pdf

CISCO, The Cisco Connected World Report, (2010), URL: https://newsroom.cisco.com/dlls/2010/ekits/ccwr_final.pdf

Agencija za elektronske medije, www.aemcg.org

Janković, Srđan, Oglašivači se povlače, crnogorski mediji pred recesijom, SlobodnaEvropa.org, april 2020, URL: <https://www.slobodnaevropa.org/a/mediji-crna-gora-pandemija-korona-virus-kriza/30568307.html>

Nikcevic, Snezana, Accelerated digital advancement and its impact on job-skills demand in the Western Balkans, LinkedIn.com, URL: <https://www.linkedin.com/pulse/accelerated-digital-advancement-its-impact-job-skills-nik%C4%87Dev%C4%87/>

Ana Nives Radović, predavanje u školi Digitalnog sindikalizma, oktobar 2021.

Intervju, Andrea Jelić, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

Intervju, Ivana Mihajlović, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

Intervju, Marija Pešić, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

Intervju, Radomir Kračković, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

Intervju, Snežana Nikčević, novembar 2021, intervjuisala Bojana Laković-Konatar

Fokus grupa sa frilenserima, oktobar 2021, sproveli Dražen Đurašković i Bojana Laković-Konatar