

SOCIO-EKONOMSKI POLOŽAJ MEDIJSKIH RADNIKA

Sindikat medija Crne Gore

Jun 2023.



Za izdavača:

Sindikat medija Crne Gore

Autorka:

Bojana Konatar

Saradnici:

Radomir Kračković,
Dražen Đurašković,
Kristina Pašić

Lektor:

Predrag Nikolić

Dizajn i štampa:

Aspida doo
(print4you.me)

Podgorica, 2023. godine

Sadržaj je realizovan kroz projekat „Trade unions for a fair recovery“, koji sprovodi Sindikat medija Crne Gore (SMCG) u saradnji sa Evropskom federacijom novinara (EFJ), a finansira Evropska unija.

Sadržaj je isključivo odgovornost Sindikata medija Crne Gore i ne odražava nužno stavove Evropske unije.



**Finansira
Evropska unija**

Sadržaj

Uvod.....	5
Položaj medijskih radnika u Crnoj Gori 2023.....	7
-Anketa o socio-ekonomskom položaju medijskih radnika....	7
Poslovanje medija u Crnoj Gori u 2022. godini.....	18
-Nacionalni javni servis Radio – Televizija Crne Gore.....	19
-Koha Javore.....	20
-Lokalni javni emiteri.....	21
-Štampani mediji.....	24
-Televizije.....	25
-Radio stanice.....	27
-Portali.....	30
-Agencije.....	34
-Periodična štampa.....	34
Zaključci.....	36

Uvod

Novinari i medijski radnici u Crnoj Gori duži period rade u socio-ekonomskim uslovima koji zabrinjavaju i same zaposlene ali i profesionalna udruženja zaposlenih i organizacije koje se bave unapređenjem stanja u medijskom sektoru. Uslovi rada u medijima djelimično se mijenjaju iz godine u godinu, ali se standardni problemi nerješavaju već se godinama usložnjavaju i komplikuju rad u medijima. Postojeće stanje pogoršalo se od 2020. godine i pojave pandemije Covid-19 koja je doprinijela lošem položaju zaposlenih u medijima, ali je i negativno uticala na održivost medija i posredno dovela i do gašenja određenog broja medija u Crnoj Gori.

Iako se često govori o položaju zaposlenih u crnogorskim medijima, istraživanja o percepciji zaposlenih i problemima sa kojima se suočavaju ne sprovode se dovoljno često. Posljednje istraživanje o socio-ekonomskom položaju zaposlenih u medijima rađeno je 2021. godine¹ i ono je pokazalo da se iz godine u godinu položaj zaposlenih u medijima pogoršava, te da se neki problemi

uporno guraju pod tepih i nerješavaju. No i dalje postoji problem kada je u pitanju statističko praćenje položaja zaposlenih u medijima, obzirom da ni sami vlasnici medija ali ni država ne pokazuju spremnost da se konačno krene u prikupljanje statističkih podataka vezanih za medijski sektor.

Sindikata medija Crne Gore (SMCG) već deset godina vrši praćenje poštovanja radnih prava medijskih radnika, ali i njihovog socio-ekonomskog položaja, i ulaže velike napore da to stanje unaprijedi kroz zagovaranje za izmjene zakonskih rješenja i usvajanje kolektivnih ugovora. Sindikat medija je od osnivanja objavio na desetine izvještaja koji su se fokusirali na novinare koji rade u tradicionalnim i online medijima. Posebnu pažnju poklanjamo i istraživanju slobode medija i bezbjednosti novinara, i već osmu godinu za redom radimo istraživanje koje po istoj metodologiji vrši praćenje stanja u ovim oblastima u šest država regiona. Naš cilj je bio da istraživanjem koje je pred vama pokušamo da odgovorimo na pitanje da li su (i u kojoj mjeri) zaposleni u

¹ Socio-ekonomski položaj medijskih radnika u Crnoj Gori, Laković-Konatar, Sindikat medija Crne Gore, Podgorica, Decembar 2021. <https://sindikatomedija.me/publikacije/11655/>

medijima u Crnoj Gori osjetili uticaj pandemije Covid-19 i šta je to na čemu treba raditi kako bi se stanje promijenilo. Ovaj izvještaj bavi se slobodom medija, uticajima koje novinari i drugi medijski radnici trpe na radnom mjestu, ali i posljedicama pandemije Covid-19. Istraživanje je nastalo u okviru projekta „Sindikati za fer oporavak“, koji Sindikat medija Crne Gore već drugu godinu sprovodi uz pomoć Evropske federacije novinara (EFJ).

U cilju što potpunije analize i prikaza stanja u ovoj oblasti, istraživanje je sprovedeno korištenjem kvalitativnih i kvantitativnih metoda, kroz nekoliko faza:

- Desk istraživanje-

analiza sekundarnih dokumenata, poput ranijih istraživanja, izvještaja domaćih i međunarodnih organizacija i organizacija civilnog društva, novinskih natpisa, zvanične statistike državnih organa;

-Anketno istraživanje sa zaposlenima u medijima -

gdje su upotrebom online ankete prikupljeni odgovori na 38 pitanja, podijeljenih u pet oblasti;

- Fokus grupe –

sa novinarima i drugim medijskim radnicima u kojima je učestvovalo oko 20 ispitanika;

- Analiza poslovanja medija –

koja je sprovedena na osnovu desk istraživanja i uporedne analize podataka dostupnih u zvaničnim izvještajima koje medija dostavljaju Upravi prihoda i carina Crne Gore za 2022. godinu.

Položaj medijskih radnika u Crnoj Gori 2023.

Analiza i praćenje promjena u medijskom sektoru u Crnoj Gori otežano je nepostojanjem adekvatne baze podataka, te neadekvatnim prikupljanjem podataka od strane državnih organa. Prema posljednjim podacima u Crnoj Gori radi 200 medija ali senjihovbrojsvakodnevnouvećava i mijenja. Međutim, poseban problem predstavlja činjenica da ne postoje podaci o tome ko kreira medijski sadržaj u Crnoj Gori, niti se zna koliko zaposlenih radi u medijskom sektoru ili kakav je sastav zaposlenih. Podaci o broju zaposlenih prikupljaju se sada u Upravi za statistiku – Monstat, a posljednji podaci se odnose na 2022. godinu kada je u medijima radilo 1.556 zaposlenih. Godinu dana radije u istom sektoru bilo je zapošljeno 1.484 medijskih radnika, a 2020. godine 1.445 zaposlenih. To znači da se broj zaposlenih po zvaničnim statističkim podacima iz godine u godinu povećava, dok se istovremeno zatvaraju neki mediji i dešavaju otpuštanja. Analiza poslovanja medija pokazalo je da je tokom 2022. godine u medijima radilo 1.939 zaposlenih.

Ova pitanja predstavljala su veliku prepreku u pripremanju istraživanja i definisanju uzorka, pa smo se odlučili da kombinujemo više metodoloških pristupa i napravimo što obuhvatniji

uzorak. Da bi na pravi način predstavili stanje u ovoj oblasti, trudili smo se da prvo sprovedemo anketno ispitivanje na uzorku od 95 medijskih radnika iz različitih djelova Crne Gore koji rade u različitim tipovima medija. Osim njih sproveli smo i fokus grupe sa 20 medijskih radnika koji su takođe predstavljali različite sociodemografske grupe ali i različite medije.

Anketa o socio-ekonomskom položaju medijskih radnika

Istraživanje o socio-ekonomskom položaju medijskih radnika sprovedeno je u periodu april – jun 2023. godine, dok je prikupljanje podataka i uspostavljanje metodologije počelo od januara. Anketa je distribuirana online, a uzorak su činile sve dostupne e-mail adrese zaposlenih u medijima, adrese redakcija ili medija koje su bile javne, a slali smo anketu i na mailing listu članova Sindikata medija. Anketa je poslata na preko 400 adresa, a odgovorilo je 95 medijskih radnika. Važno je napomenuti da je anketa u

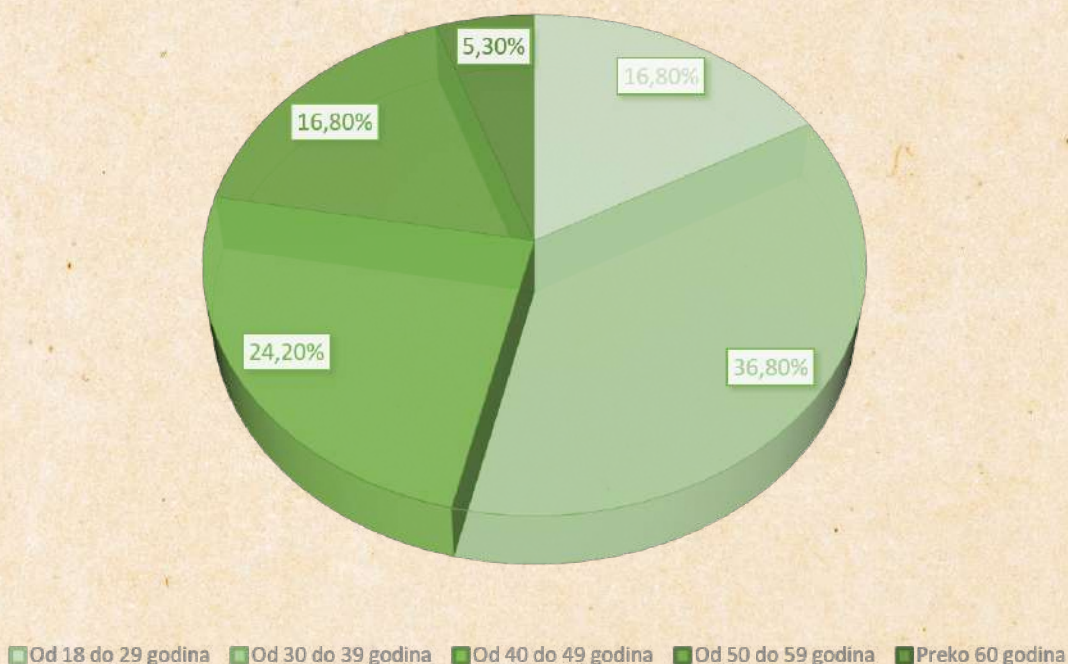
potpunosti anonimna i da istraživački tim nije bio upoznat sa identitetom anketiranih medijskih radnika. Anketa je bila sačinjena od pet cjelina sa ukupno 38 pitanja, otvorenog i zatvorenog tipa. Prilikom distribucije upitnika, koristili smo namjerni uzorak i „snowball” metodu, odnosno ispitanike smo zamolili da nakon što popune anketu istu prosljede koleginicama i kolegama u cilju što većeg obuhvata.

Više od polovine anketiranih činili su novinari (52,6%), dok je 26% anketiranih trenutno na poziciji urednika.

U istraživanju su učestvovali i urednici rubrike, glavni urednici, realizatori, tonci, montažeri, kamermani i predstavnici ostalih tehničkih zanimanja.

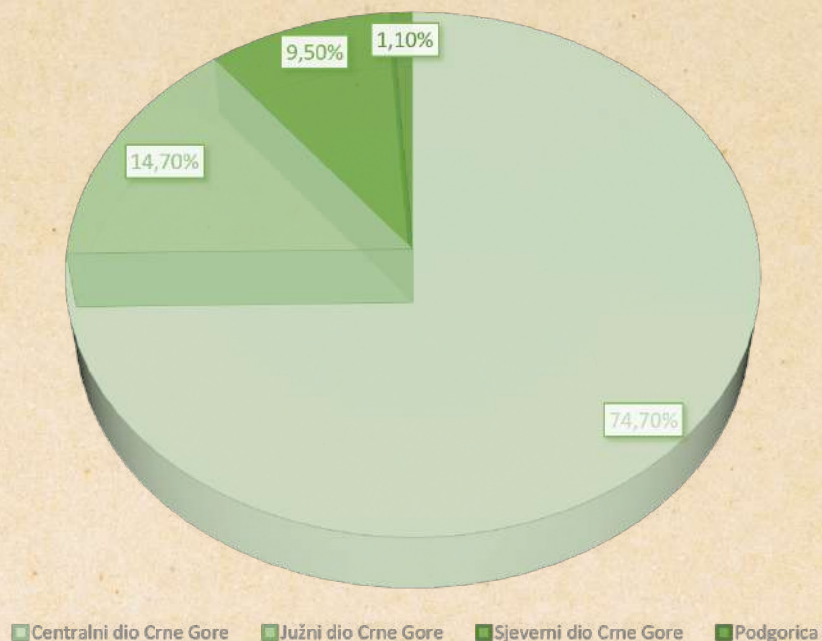
U istraživanju je učestvovalo 37% muškaraca i 61% žena. Kada je u pitanju starost ispitanika najviše njih se nalazi u kategoriji 30-39 (37%), zatim 40-49 godina (24%). Po nešto manje od 17% nalazi se u kategorijama od 18-29 godina i od 50 do 59 godina.

Grafik 1. Starost ispitanika



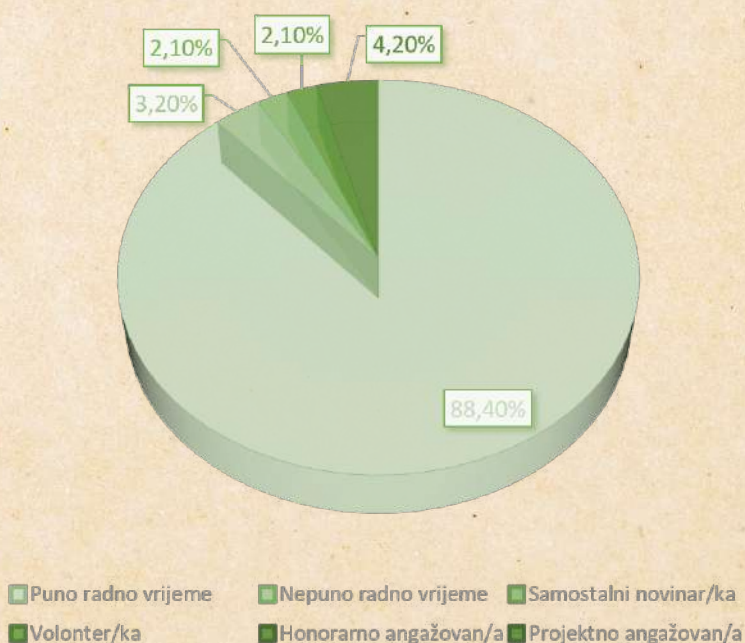
Oko 34% anketiranih završilo je neki od fakulteta koji se tiču novinarstva i medija, a 30,5% njih je završilo neki od fakulteta koji nemaju veze sa ovim oblastima. Srednju školu ima 16% anketiranih, a na studijama je i dalje nešto više od 8% anketiranih. Najveći broj anketiranih dolazi iz centralnog dijela Crne Gore – 75%.

Grafik 2. Gdje živite?



Apsolutna većina anketiranih angažovana je na puno radno vrijeme (88%), a među anketiranimima ima i projektno angažovanih, volontera, freelansera i medijskih radnika koji su honorarno angažovani (odnosno rade na crno). Sam uzorak potvrđuje praksu medija da i dalje omogućavaju prekarni rad u medijima i svojim zaposlenima daju nesigurne ugovore, što je praksa na koju Sindikat medija Crne Gore (SMCG) godinama ukazuje.

Grafik 3. Koja od navedenih kategorija najbolje opisuje Vaš trenutni radni status?



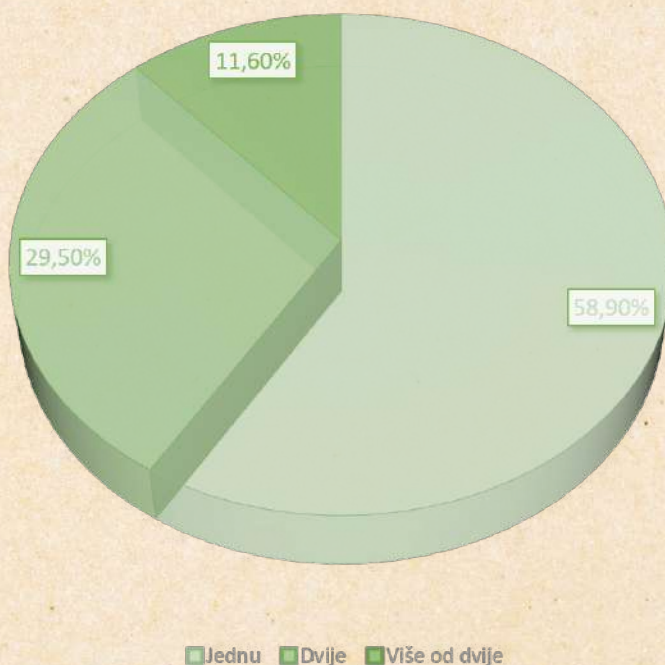
Najveći broj anketiranih radi u elektronskim medijima 47%, od čega je 35% njih zaposleno u televizijama, a nešto više od 12% u nekoj od radio stanica. U dnevnim novinama radi 18% anketiranih, a u više od jednog medija radi gotovo 14% anketiranih (radio+televizija+portal). Gotovo 70% anketiranih radi više od 10 godina u novinarstvu, dok 15% anketiranih u medijima radi između 5 i 7 godina. Nešto manje od 10% anketiranih radi u novinarstvu 2-5 godina.

Ispitanici su otkrili da uglavnom rade za jednu redakciju i to čak više od svakog drugog ispitanika (59%).

Ipak, zabrinjavajuće je da svaki treći ispitanik radi za najmanje dvije redakcije u okviru jedne medijske kuće (npr. radio i televizija). Nešto manje od 12% ispitanika radi za više od dvije redakcije.

Ispitanici su istakli i da u najvećem broju rade za veće redakcije koje imaju više od 50 zaposlenih (58%). Oko 18% ispitanika radi u redakcijama koje imaju više od 20 zaposlenih, dok 13% ispitanika radi u redakcijama koje broje od 5 do 10 zaposlenih. Do pet zaposlenih ima u redakcijama nešto manje od 8% ispitanika.

Grafik 4. Za koliko redakcija radite trenutno?

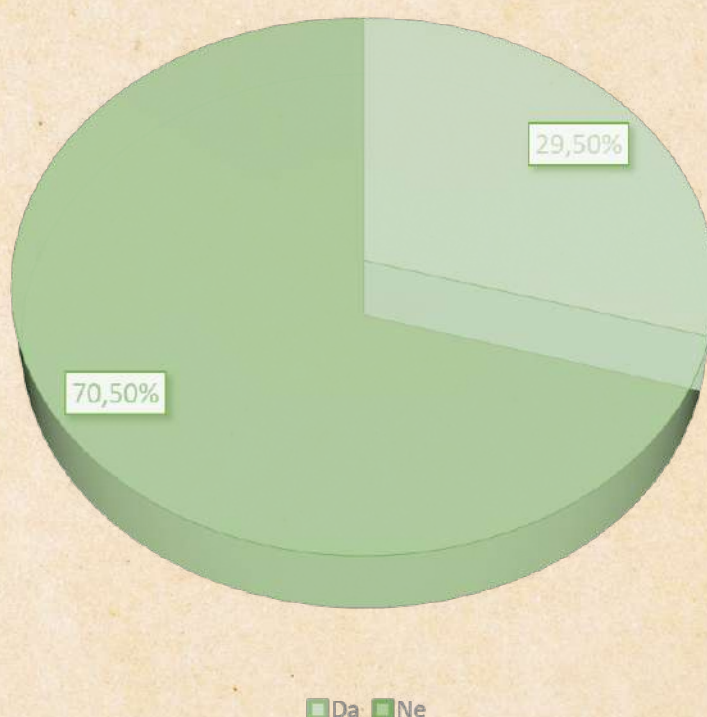


Gotovo 13% anketiranih medijskih radnika radi za između dvije i četiri različite medijske kuće, što ukazuje na konstantan problem zaposlenih u medijima koji su prinuđeni da rade više kako bi obezbijedili sebi dostojanstven život. Najveći broj ispitanika kazao je da radi za jednu redakciju (85%).

Anketa je pokazala i poražavajuć

podatak – tek svaki treći ispitanik specijalizovan je samo za jednu oblast, kao što su recimo politika, ekonomija ili kultura, dok je nešto više od 70% ispitanika kazalo da nijesu specijalizovani za jednu oblast. Ako se ima u vidu činjenica da je najveći broj ispitanika zapravo kazao da su novinari ili urednici, onda je jasno da mediji u Crnoj Gori ne prepoznaju potrebu za specijalizacijom novinara.

Grafik 5. Da li ste specijalizovani za jednu oblast (npr. Politiku, ekonomiju, kulturu...)?



Kada je u pitanju usavršavanje zaposlenih u medijima, situacija se ponavlja. Svega 17% ispitanika imalo je više od pet obuka u prethodnih pet godina, i to 10.5% njih više od 10, a 6.3% pet i više. Sa druge strane, čak 66% ispitanika imalo je manje od jedne obuke godišnje tokom prethodnih pet godina. Nešto više od 17% ispitanika nije imalo ni jednu priliku da se stručno usavršava tokom prethodnih pet godina.

Iskustva ispitanika su podijeljena kada je u pitanju mogućnost za napredovanjem. Više od polovine ispitanika smatra da mediju komerade ne nudi priliku za napredovanjem.

„Ne može se precizno definisati šta je napredovanje. Dolazak na odgovorniju poziciju ne znači automatski napredovanje ako taj radnik ne može u potpunosti da obavlja posao odgovorno i slobodno već mora da slijedi politiku medija koji slijedi neku politiku.“²

Pojedini zaposleni iz privatnih medija kazali su da mediji u kojima rade nude ograničene prilike za napredovanjem, posebno u slučajevima u kojima se prijavljuju za projekte.

2 Fokus grupa sa novinarima I, maj 2023.

3 Fokus grupa sa novinarima I, maj 2023.

4 Fokus grupa sa novinarima I, maj 2023

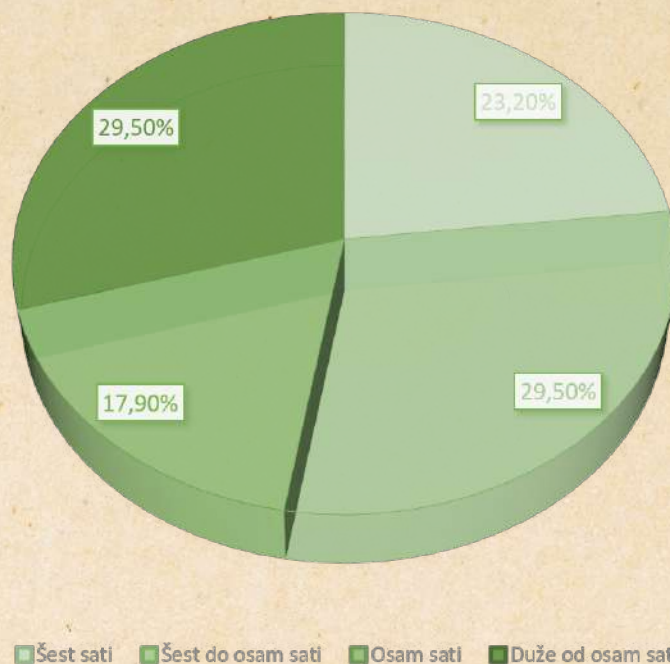
„U privatnom mediju u kojem ja radim, ukoliko se pojavi neki projekat, pomoću kojeg se obezbijede sredstva, moguće je dobiti neku dodatnu emisiju, ali to je obično ograničenog roka trajanja.“³

Ipak bilo je i loših iskustava, sa napredovanjem koje donosi više odgovornosti ali ne i više zarade.

„Napredovanje zavisi od toga koliko imate 'simpatija' kod nadređenih. Neko napreduje rapidno, neko stagnira a neko uz lično i profesionalno ulaganje ide u korak sa zahtjevima korisnika, profesije, medija.“⁴

Kada je u pitanju prosječno trajanje radnog dana zaposlenih u medijima, iskustva ispitanika su podijeljena. Gotovo 18% ispitanika radi osam sati, a 23% njih radi šest sati. Ipak čak 30% radi od šest do osam sati. Svaki treći medijski radnik u Crnoj Gori radi duže od osam sati. Ovo je posebno problematično imajući u vidu da je značajan broj ispitanika prijavio da radi na portalima.

Grafik 6. Koliko, u prosjeku, traje Vaš radni dan?



Prekovremeno radi gotovo 70.5% ispitanika, i to 34% njih ponekad a 37% često. Sa druge strane 24% anketiranih je kazalo da rijetko radi prekovremeno, dok je svega 5% njih kazalo da nikad ne radi prekovremeno. Problem nastaje kod plaćanja za prekovremeni rad. Čak 60% ispitanika nikada nije plaćeno za prekovremeni rad. Nešto više od 8% ispitanika uvijek dobija nadoknadu za prekovremeni rad, dok 28% ispitanika ističe da ta nadoknada stigne ponekad. Iako su i ovi odgovori poražavajući, oni ipak ne čude jer se već godinama ponavljaju i ukazuju na jedinstvenu praksu poslodavaca koji smatraju da radni dan u medijima traje dok se posao ne okonča.

Situacija je slična i kada je u pitanju rad vikendima. Svaki drugi ispitanik radi često vikendima (54%). Svaki četvrti ispitanik radi ponekad vikendima (25%). Rad vikendima je rijetkost ili se ne dešava nikada kod nešto više od 21% ispitanika. Za čak 74% ispitanika nikada nije isplaćena dodatna dnevica za rad nedjeljom. To će biti promijenjeno sredinom ove godine jer će stupanjem na snagu odredbi Opšteg kolektivnog ugovora i zaposleni u medijima dobiti uvećanje zarade za rad nedjeljom što će, očekuje se, uticati značajno na njihov socio-ekonomski položaj. Nešto više od 15% ispitanika ponekad ili uvijek dobije nadoknadu za rad nedjeljom, dok pojedini zaposleni za rad nedjeljom dobiju jedan slobodan dan.

Zarade zaposlenih u crnogorskim medijima uglavnom su fiksne ističe 76%

ispitanika. Za oko 11% ispitanih plata je uglavnom fiksna. Ipak i dalje postoji značajan broj primjera u kojima plata zavisi dijelom od učinka (9.5%). Ispitanici su saglasni da su im primanja redovna ili uglavnom redovna i to tvrde gotovo svi ispitanici.

Anketirane smo pitali i da nam odgovore na pitanje o visini svojih nadoknada. Najveći broj zaposlenih ili 21% prima između 651 i 750 eura, dok svaki peti zaposleni prima između 751 i 850 eura. Ipak važno je istaći da čak 17% anketiranih prima između 551 i 651 eura, a 18% ispitanika između 451 i 550 eura. Manje od 450 eura zarađuje 6% ispitanika. To znači da više od polovine zaposlenih ili čak 62% prima platu koja je ispod prosjeka na nivou države. A istovremeno da 24% zaposlenih u medijima prima platu koja je na nivou ili ispod minimalne zarade u Crnoj Gori.

Tabela 1. Kategorije zarada zaposlenih u medijima

Manje od 450 eura	6,3%
Od 451 do 550 eura	17,9%
Od 551 do 650 eura	16,8%
Od 651 do 750 eura	21,1%
Od 751 do 850 eura	20%
Od 851 do 950 eura	6,3%
Od 951 do 1050 eura	1,1%
Više od 1000 eura	6,3%
Više od 1500 eura	0%
Ne želim da odgovorim	3,2%
Ne znam	1,1%

5 Fokus grupa sa novinarima II, jun 2023.

6 Fokus grupa sa novinarima II, jun 2023.

„Radim u lokalnom javnom emiteru, i dobili smo povećanje plata u prethodnoj godini zahvaljujući programu ‘Evropa sad’. Dobili smo najavu o povećanju u nekom narednom periodu, vidjećemo što će se tu desiti.“⁵

Prema svjedočenju zaposlenih koji su učestvovali u fokus grupi, najveća očekivanja zaposleni su imali od pregovora za Granski kolektivni ugovor, kojim bi se unaprijedio njihov socio-ekonomski položaj.

„Geronto domaćice u našoj opštini imaju veće plate od više od polovine zaposlenih u našem mediju.“⁶

Svaki treći zaposleni osim novinarstva radi i neki drugi plaćeni posao. Najčešće se dodatni posao odnosi na rad u nevladinom sektoru, marketingu, PR-u ili rad na konsultantskim ugovorima.

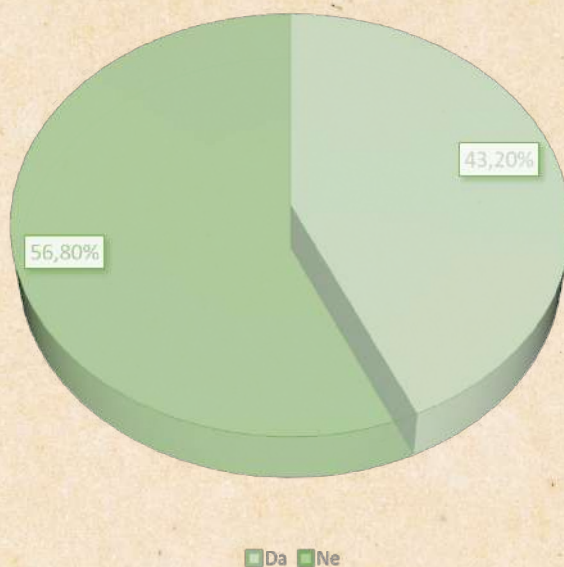
Ogromna većina ispitanika učlanjena je u neki od sindikata (84%), dok 16% njih nije sindikalno organizovano. I dok je oko 88% ispitanika kazalo da su slobodni da se učlane u sindikat, i dalje postoje primjeri antisindikalnog djelovanja unutar medija. Devet odsto ispitanika nije sigurno da li smiju da se učlane u sindikat, a oko 4% njihovih kolega tvrdi da se ne smiju učlaniti u sindikate. Čak 80% ispitanika vjeruje da im sindikati mogu pomoći da se izbore za bolji materijalni položaj, dok 20% vjeruje potpuno suprotno.

Kada je u pitanju profesionalni status u redakciji, novinari imaju podijeljena mišljenja. Anketa je potvrdila prethodno iskustvo Sindikata medija prema kome novinari kada govore o sebi, uglavnom smatraju da imaju više slobode nego kada govore o ukupnoj profesiji. Na pitanje koliko slobode imaju u odabiru priča na kojima će raditi, više od polovine ispitanika 52,6% kazalo je da ima veliki stepen slobode u tome. Sa druge strane, 22% njih ima apsolutnu slobodu, a 15% ima određeni stepen slobode.

Slično je i kada je u pitanju odabir sagovornika. Nešto više od 46% ispitanika ima veliki stepen slobode, a 27% ima apsolutni stepen slobode. Određeni stepen slobode ima oko 16% ispitanika.

Istraživanje je pokazalo jedan jako zabrinjavajuć podatak prema kome je čak 43% ispitanika u nekom trenutku moralo da cenzuriše svoj sadržaj. Takvo iskustvo nije imalo 57% ispitanika.

Grafik 7. Da li su postojale situacije u kojima ste morali cenzurisati Vaš sadržaj?



Svaki treći ispitanik tokom rada osjeća neku vrstu političkog miješanja ili pritiska (34%). Na suprotnoj strani je 66% ispitanika koji nijesu osjećali političko miješanje ili pritisak.

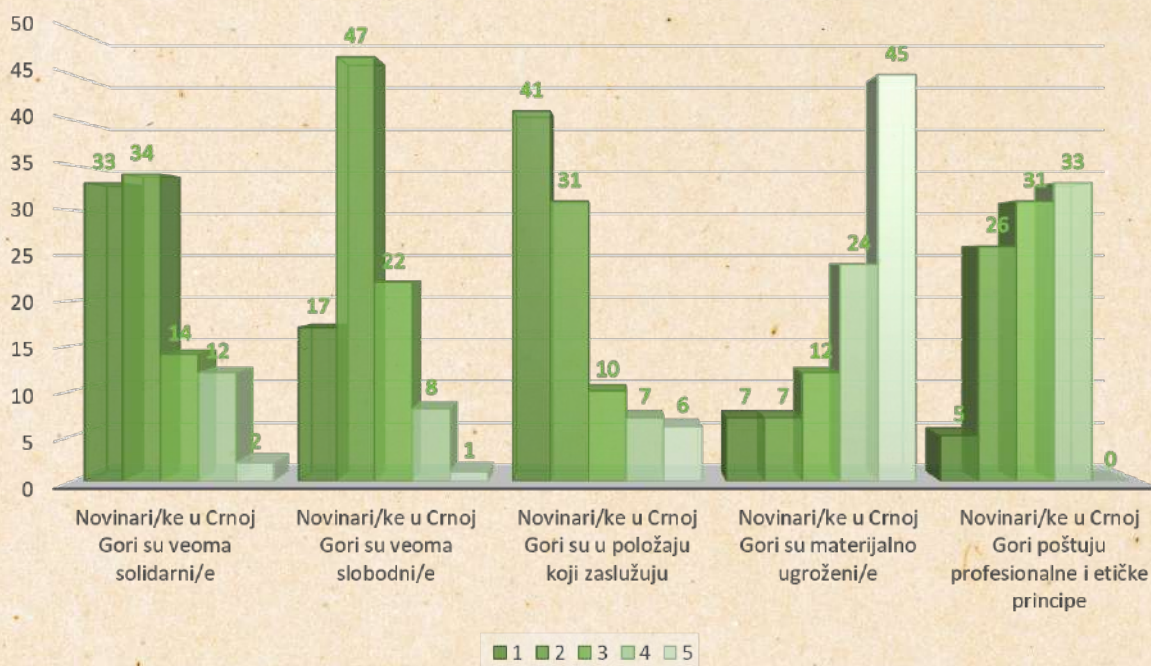
Kada su u pitanju izvori koji utiču na novinare i druge medijske radnike prilikom obavljanja radnih zadataka, ispitanici su saglasni da na njih najveći uticaj ima novinarka etika

(84%) i medijski zakoni i regulativa (82%). Urednici i dalje imaju najveći uticaj na medijske radnike (68%), a na sljedećem mjestu su lične vrijednosti i vjerovanja (67%). Uređivačka politika utiče na 65% ispitanika. Mišljenja ispitanika su podijeljena u pogledu uticaja koji vlasnici imaju na njih, pa svaki drugi ispitanik ističe da vlasnici u nekoj mjeri utiču na njihov rad, a 36% ističe da oni ne utiču na njihov

rad. Zanimljivo je da je percepcija novinara drugačija i kada govore o ličnim iskustvima sa cenzurom i kada govore o tome koliko ona utiče na njihov rad. Tako je 38% ispitanika kazalo da cenzura utiče na njih u nekoj mjeri, dok je 36% ispitanika kazalo da ne utiče. Po stepenu uticaja na začelju se nalaze vladini zvaničnici, pa

biznis sektor i onda političari. Ispitanici su saglasni da novinari/ke nijesu solidarni, te da nijesu slobodni i da se ne nalaze u položaju koji zaslužuju. Sa druge strane, ispitanici su saglasni i da novinari jesu materijalno ugroženi i da poštuju profesionalne i etičke principe.

Grafik 8. Ocjenom od 1 do 5 ocijenite u kojoj ste mjeri saglasni sa sljedećim tvrdnjama



Kada je u pitanju njihov profesionalni put i planovi za razvoj karijere, 39% ispitanika planira da napusti trenutno radno mjesto a samo mali dio njih planira da ta promjena bude prelazak u drugi medij. Svaki četvrti ispitanik planira da razvija svoju karijeru na istom radnom mjestu. Oko 37% ispitanika učlanjeno je u neko udruženje novinara.

Više od 44% ispitanika kazalo je da se njihov socio-ekonomski položaj promijenio na bolje, uglavnom zahvaljujući programu Evropa sad. Oko 18% ispitanika ocijenio je da

im je tokom prethodne tri godine zapravo gore nego ranije. Čak 36% ispitanika ocijenilo je da se njihov socio-ekonomski položaj promijenio na gore.

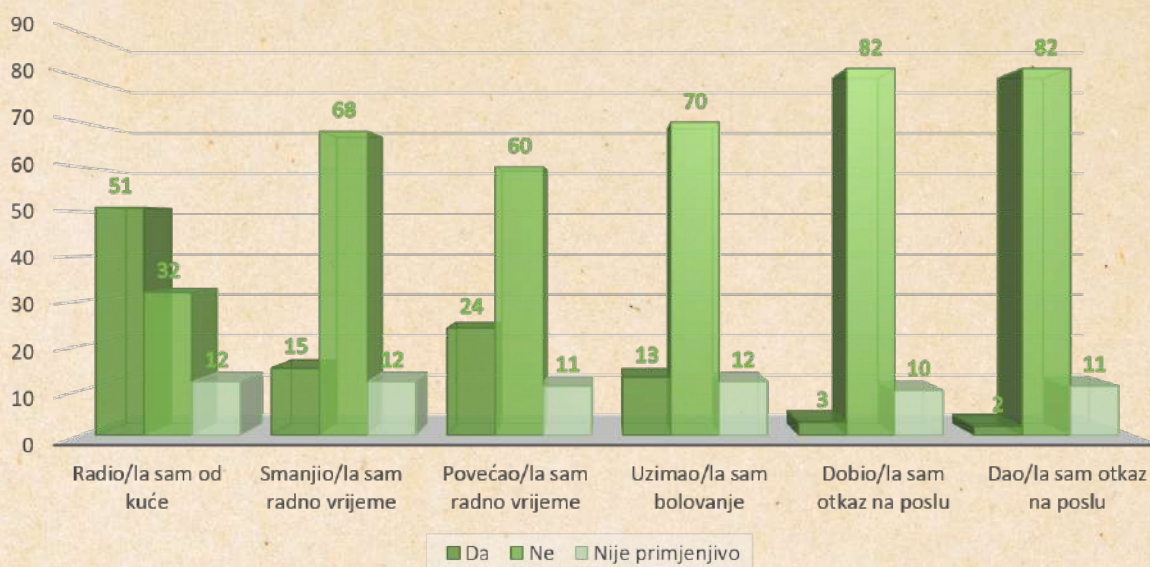
Čak 29.5% ispitanika ili svaki treći anketirani medijski radnik tvrdi da je neko od njihovih kolega ili koleginica iz redakcije dobilo otkaz od početka pandemije Covid 19. Oko 62% ispitanika kazalo je da nije bilo takvih situacija.

Kada su u pitanju neke od najčešćih promjena koje su zaposleni u

crnogorskim medijima iskusili za vrijeme ili nakon pandemije Covid 19, iskustva ispitanika su pokazala da uprkos problemima, najveći broj njih nije uzimao bolovanje (70%). Na dugom mjestu je rad od kuće koji se

javljao kod svakog drugog ispitanika (54%). Radno vrijeme se nije smanjilo u toku korone za čak 72% ispitanika, dok svaki četvrti ispitanik zapravo radi duže od početka pandemije.

Grafik 9. U nastavku su neke od najčešćih promjena koje su zabilježene posle pandeije Covid 19. Molimo Vas da označite da li ste doživjeli neke od ponuđenih situacija i koliko često.



Medijski radnici u Crnoj Gori iskusili su i neke posljedice nakon pandemije Kovid 19. Na primjer gotovo svaki drugi ispitanik (ili 49.3%) u nekom trenutku osjetio je anksioznost zbog nesigurnog radnog mjesta (u potpunosti, djelimično ili ponekad). Tih problema nije imalo nešto više od 50% ispitanika. Za više od dvije trećine ispitanika stres zbog promjena u rutinama i organizaciji rada javlja se u nekoj mjeri od početka pandemije (68%), a trećina ispitanika nije imala takvih situacija ili su se one dešavale rijetko. Najčešći problem koji je izazvala pandemija Covid 19 kod medijskih radnika u Crnoj Gori jeste otežano balansiranje porodičnog i profesionalnog života i to kod čak 77%

ispitanika. Gotovo svaki drugi medijski radnik osjećao se izolovano zbog rada od kuće. Sa druge strane dvije trećine ispitanika registrovale su pad produktivnosti tokom prethodne tri godine. Mišljenja su podijeljena kada je u pitanju lakoća organizovanja zbog rada od kuće i nedostatka opreme. Dok se 54% ispitanika teže organizovalo od početka pandemije, 46% ispitanika nije imalo problema u tom pogledu. Čak 74% anketiranih iskusilo je stres zbog povećanja porodičnih obaveza (briga o članovima porodice, djeci isl). Dvije trećine ispitanika radilo je u neobičajeno radno vrijeme (rano ujutro ili kasno uveče) ponekad ili često tokom prethodne tri godine.

Poslovanje medija u Crnoj Gori u 2022. godini

Crnogorski mediji imali su simboličan ukupni profit u 2022. godini od 53 i po hiljade eura što pokazuje da je poslovanje u medijskom sektoru znatno teže u odnosu na ranije godine i da se izazovi usložnjavaju. Ukupni prihodi medija su porasli i iznosili su najmanje 47,47 miliona eura a rashodi 47,42 miliona i u njima je radilo ukupno 1.939 ljudi. Preko polovine prihoda ili najmanje 25 miliona eura medijima je stiglo iz javnih izvora, odnosno iz državnog i budžeta opština, ne računajući davanja privatnim medijima iz Fonda za medijski pluralizam. Ti mediji su preostalih nešto oko 20 miliona eura prihoda obezbijedili najvećim dijelom od marketinga.

Jedan od glavnih razloga otežanog poslovanja medija je činjenica da ih u Crnoj Gori trenutno stvarno postoji čak 222, od kojih neki i dalje nisu registrovani, odnosno evidentirani kod nadležnih organa. Crna Gora tako ostaje vjerovatno svjetski rekorder po broju medija u odnosu na broj stanovnika. Po podacima do kojih smo došli u ovoj analizi, u Crnoj Gori u junu 2023. godine radi ukupno čak 130 portala. Sljedeći po brojnosti su elektronski mediji (radio-stanice i televizije) kojih je ukupno 69, sa

75 kanala. Po zvaničnom registru Agencije za elektronske medije (AEM) radija je ukupno 48, od čega 16 javnih servisa (nacionalni Radio Crne Gore sa dva kanala i 15 radio-stanica lokalnih javnih emitera) i 32 privatne radio stanice. Televizija je ukupno 21 sa 26 kanala, od čega nacionalni javni servis Televizija Crne Gore ima 4 kanala (Prvi i Drugi program, Parlamentarni i Satelitski kanal), tu je i 6 TV programa lokalnih javnih emitera, zatim 4 privatne televizije sa nacionalnom frekvencijom, kao i 8 privatnih kablovskih televizija sa ukupno 10 kanala a odnedavno program emituju i dva specijalizovana TV kanala. U Crnoj Gori svakog dana izlaze i 3 novine, tu su i 2 nedjeljnika – Monitor i Koha Javore, 15 periodičnih izdanja te jedna novinska i dvije televizijske agencije. Iako su se neki mediji u prethodne dvije godine ugasili, osnovali su se novi pa je ukupan broj medija dodatno povećan.

Analiza finansijskih izvještaja sa sajta Uprave prihoda i carina Crne Gore za 169 medija, koji generišu preko 95 posto ukupnih prihoda i rashoda, pokazuje da su u 2022. godini pozitivan ukupni bilans prikazali nacionalni Javni servis, lokalni javni emiteri, dnevna, nedjeljna i

periodična štampa, privatne radio stanice i agencije. Međutim, s druge strane imamo ogroman prikazani minus u poslovanju u kategoriji privatnih televizija a ukupan gubitak bilježe i portali. Na portalu Uprave prihoda i carina, iz više razloga, nema podataka o poslovanju 53 medija

u 2022. godini i to jedne privatne televizije, 2 specijalizovana TV kanala koji su osnovani nedavno, zatim 6 manjih radio stanica, 41-og portala i 3 periodična časopisa, pa oni nisu ušli u ovu analizu. Ipak, svi ovi mediji svakako čine veoma mali dio ukupnog tržišta.

Tabela 2. Zbirni podaci za 2022. godinu

Mediji	Ukupni prihodi	Prihodi iz budžeta	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
RTCG	20.399.630	18.486.202	19.489.207	+910.423	746
Koha Javore	62.500	62.500	62.500	0	5
Lokalni javni emiteri	7.252.903	6.482.465	6.871.173	+381.730	394
Štampa	8.998.462	/	8.671.309	+327.153	326
Privatne televizije	5.958.494	/	7.739.053	-1.780.559	274
Privatne radio stanice	1.770.414	/	1.521.241	+249.173	60
Portali	2.023.396	/	2.123.172	-99.776	95
Agencije	567.036	/	519.334	+47.702	20
Periodična štampa	439.746	/	422.016	+17.730	19
UKUPNO:	47.472.581	25.031.167	47.419.005	+53.576	1939

Nacionalni javni servis Radio – Televizija Crne Gore

Nacionalni javni servis, Radio-Televizija Crne Gore (RTCG), i u 2022. godini je raspolagao sa ubjedljivo najviše novca od svih medija u Crnoj Gori. U okviru njega postoji 7 različitih medijskih platformi i to 4 kanala

televizije (Prvi, Drugi, Parlamentarni i Satelitski program), dva programa Radija Crne Gore i portal RTCG. Po finansijskom izvještaju za 2022. godinu, objavljenom na sajtu Uprave prihoda i carina, RTCG je prihodovao ukupno 20,4 miliona eura. Najveći dio novca, odnosno skoro 18 i po miliona eura stiglo je direktno iz državnog

budžeta. To ne bi bilo dovoljno za pozitivno poslovanje da nije bilo preko 1,7 miliona eura prihoda od marketinga i ostalih komercijalnih usluga.

Ukupni rashodi iznosili su skoro 19,5

miliona eura od čega je najviše i to preko 10 miliona eura otišlo na plate, ostala lična primanja te poreze i doprinose na zarade 746 zaposlenih. U konačnom, RTCG je 2022. završio u plusu od oko 910 hiljada eura.

Tabela 3. RTCG u 2022. godini

Ukupni prihodi	Prihodi iz državnog budžeta	Marketing i komercijalni prihodi	Ukupni rashodi:	Konačan bilans:	Broj zaposlenih
20.399.630	18.486.202	1.737.635	19.489.207	+910.423	746

Koha Javore

Koha Javore je nedjeljnik na albanskom jeziku, za pripadnike albanske nacionalne i jezičke manjine u Crnoj Gori (s obzirom da se njihov jezik znatno razlikuje od ostalih). Koha Javore se finansira iz budžeta Skupštine Crne Gore i u 2022. godini,

po podacima koje je Skupština dostavila Ministarstvu kulture i medija (Direktoratu za medije), dobila je 62 i po hiljade eura a u tom nedjeljniku je, po podacima sa njihove internet prezentacije, radilo 5 ljudi.

Tabela 4. Koha Javore u 2022. godini

Ukupni prihodi	Prihodi iz budžeta	Ukupni rashodi	Konačan bilans	Broj zaposlenih
62.500	62.500	62.500	0	5

Lokalni javni emiteri

U Crnoj Gori osim nacionalnog postoji i 15 lokalnih javnih emitera, čiji su osnivači opštine i koji se najvećim dijelom finansiraju iz lokalnih budžeta. Svi imaju radio – stanice, 12 njih i portale, a 6 i TV kanale.

Radio – Televizija Podgorica odnosno Gradska Televizija, Gradski radio i portal gradski.me je lokalni emiter sa ubjedljivo najvećim budžetom. U 2022. godini poslovao je u minusu od oko 137 hiljada eura, sa prihodima od preko 1,9 miliona eura, većinom iz budžeta Glavnog grada a 167 hiljada eura zaradili su od marketinga. Rashodi su bili veći od 2 miliona eura a u ova tri medija radilo je 53 zaposlenih.

Radio – Televizija (RTV) Nikšić je lokalni emiter koji je najbolje poslovao u prošloj godini, sa plusom od 173 hiljade eura. Preko 20 % njihovih ukupnih prihoda od 1,1 milion eura stiglo je od marketinga (252 hiljade), ostalo iz opštinskog budžeta, dok su rashodi bili oko 930 hiljada a u radiju, televiziji i portalu RTV Nikšić radilo je 64 ljudi.

Radio – Televizija (RTV) Budva, koja takođe ima 3 medija, 2022. godine prikazala je dobit od skoro 100 hiljada eura. Prihodi su im iznosili oko 1,15 miliona eura, takođe većinom iz budžeta a 83,5 hiljada od reklama i oglasa, dok su se rashodi zaustavili na 1,05 miliona. U RTV Budva na kraju

2022. godine bilo je 55 zaposlenih.

Radio - Televizija Herceg – Novi, koja takođe ima svoj portal, je u 2022. godini prikazala još veći plus od 112 hiljada eura. Iz lokalnog budžeta dobili su 530 hiljada eura, od marketinga zaradili 65 hiljada, a troškovi su im bili nešto preko 480 hiljada eura i to za ukupno 36 zaposlenih.

U još većem plusu je bila Radio-Televizija (RTV) Pljevlja, koja takođe ima portal. Prikazali su dobit od preko 140 hiljada eura, sa prihodima koji su premašili 500 hiljada eura (većinom iz opštinskog budžeta, skoro 14 hiljada od marketinga), dok su troškovi iznosili 366 hiljada a u ovom lokalnom javnom emiteru radila su 33 zaposlena.

Među lokalnim javnim emiterima, koji imaju sva tri medija, gubitak je prijavila i Radio-Televizija (RTV) Rožaje i to od preko 50 hiljada eura. Prihodi su bili preko 220 hiljada eura od čega blizu 7 hiljada od marketinga, a rashodi veći od 270 hiljada. U RTV Rožaje radilo je 25 ljudi.

Radio Cetinje završio je prošlu godinu sa plusom od skoro 7 hiljada eura. Od marketinga su zaradili blizu 6 hiljada, ostalih 177 hiljada dobili su iz opštinskog budžeta pa su ukupni prihodi iznosili 185 hiljada a rashodi 178 hiljada dok je u radiju Cetinje i na portalu Cetinjski list radilo 14 ljudi.

Radio Bar, sa 23 zaposlena, prikazao

je plus od oko 14 hiljada eura. Imao je prihode od blizu 350 hiljada, od čega iz budžeta opštine blizu 314 hiljada i od marketinga 34 hiljade eura. Rashodi su bili blizu 335 hiljada. I ovaj lokalni emiter ima svoj portal Barinfo.

Radio Ulcinj nema portal a iako se zaposlenima i dalje duguje veliki broj plata iz prethodnih godina, u 2022. prikazali su plus od preko 50 hiljada eura. Prihodi su bili skoro 195 hiljada eura i svi su stigli iz lokalnog budžeta a rashodi preko 143 hiljade, u ovom mediju radilo je 9 ljudi.

Radio Tivat, koji ima i portal, je prošlu godinu završio u plusu od blizu 9 hiljada eura koliko su im otprilike iznosili i prihodi od reklama i oglasa. Iz opštinskog budžeta dobili su 210 hiljada eura, od zakupnina zaradili 13,5 hiljada a troškovi su bili 223 hiljade, za ukupno 15 zaposlenih.

Radio Kotor sa 13 zaposlenih imao je profit od skoro 3 hiljade eura. Ukupni prihodi bili im su oko 204 hiljade eura, od čega preko 190 hiljada iz lokalnog budžeta ali i skoro 12 hiljada od reklama, dok su rashodi takođe premašili 200 hiljada. I ovaj lokalni emiter ima svoj portal.

Radio Bijelo Polje, koji takođe ima portal, imao je iste prihode kao Radio Kotor ali manje od marketinga (6 hiljada) i nešto veće iz opštinskog budžeta (skoro 200 hiljada). Pošto su imali i jednake troškove, prošlu

godinu završili su na nuli a tamo je radilo 11 zaposlenih.

Radio Berane je 2022. godinu završio u minusu od skoro 40 hiljade eura. Rashodi su bili oko 207 hiljada a prihodi 167 hiljada eura, od čega 157 hiljada iz lokalnog budžeta i 7,5 hiljada od marketinga. U ovom mediju, koji ima i portal, radilo je 22 zaposlenih.

Najmanji po budžetu među lokalnim javnim emiterima, Radio Andrijevića i Radio Danilovgrad, nemaju svoje portale. Sav novac dobijaju iz budžeta i nemaju prihoda od marketinga. Radio Danilovgrad, sa 9 zaposlenih, imao je simboličnu dobit od 15 eura, sa prihodima i rashodima od 115 hiljada eura. Radio Andrijevića, u kojem radi 12 zaposlenih, 2022. godinu završio je na nuli, sa prihodima od 108 hiljada eura, koliki su im bili i troškovi.

Sve u svemu, lokalni javni emiteri su u 2022. imali zajedno nešto preko 7,25 miliona eura prihoda, i to većinom iz lokalnih budžeta, odakle je blizu 6,5 miliona eura ili oko 90%, dok su od marketinga svi zajedno zaradili nešto preko 660 hiljada eura ili oko 9%. Ukupni troškovi bili su im blizu 6,9 miliona eura što znači da su na kraju prošle godine imali ukupnu dobit od 381.730 eura. 10 od 15 lokalnih javnih emitera je poslovalo pozitivno, 3 je bilo u minusu, a 2 na nuli. Lokalni javni emiteri su na kraju 2022. godine imali skoro 400 zaposlenih

Tabela 5. Lokalni javni emiteri u 2022. godini

Lokalni javni emiter	Ukupni prihodi	Prihodi iz budžeta	Marketing	Ukupni rashodi	Konačan bilans	Zaposleni
Gradska TV	1.909.577	1.742.179	167.379	2.046.816	-137.239	53
RTV Nikšić	1.105.982	849.760	252.295	932.811	+173.171	64
RTV Budva	1.148.558	984.252	83.577	1.049.894	+98.664	55
RTV Herceg Novi	595.845	530.497	65.348	483.677	+112.168	36
RTV Pljevlja	508.386	494.453	13.883	366.817	+141.569	33
RTV Rožaje	222.708	214.380	6.712	273.207	-50.499	25
Radio Cetinje	185.594	177.650	5.812	178.689	+6.905	14
Radio Bar	348.596	313.339	34.191	334.165	+14.431	23
Radio Ulcinj	194.169	194.169	0	143.640	+50.529	9
Radio Tivat	233.679	210.485	8.687	224.758	+8.921	15
Radio Kotor	204.258	192.167	11.808	201.275	+2.983	13
Radio Bijelo Polje	204.641	198.475	6.166	204.641	0	11
Radio Berane	167.629	157.378	7.478	207.517	-39.888	22
Radio Danilovgrad	115.160	115.160	0	115.145	+15	9
Radio Andijevica	108.121	108.121	0	108.121	0	12
Ukupno:	7.252.903	6.482.465	663.336	6.871.173	+381.730	394

Štampani mediji

Najveće prihode među privatnim crnogorskim medijima i u 2022. godini ostvarili su dnevni listovi koji svi imaju i portale. Ipak, podaci pokazuju da se iz godine u godinu suočavaju sa sve većim teškoćama u poslovanju, imaju sve manje prihode a neki bilježe sve veće gubitke.

Preduzeće Daily press, u okviru kog posluju dnevni list Vijesti i portal Vijesti, prikazalo je tokom 2022. godine najveću realnu neto dobit među štampanim medijima nakon oporezivanja, koja je iznosila skoro 580 hiljada eura. Ukupni prihodi bili su im preko 3 miliona eura, od čega preko 2,5 miliona od prodaje novina i marketinga, a skoro 300 hiljada od subvencija, dotacija i donacija. Rashodi su iznosili oko 2,5 miliona a u ovim medijima je radilo ukupno 96 ljudi. Dnevne novine Dan su tokom prošle godine imale najveće ukupne prihode među svim privatnim medijima i ostvarile neto dobit od nešto preko 100 hiljada eura. Prihodi su bili preko 3,3 miliona, skoro svi od marketinga i prodaje novina, a rashodi oko 3,2 miliona. U firmi Jumedija mont, koja izdaje list Dan i ima istoimenu portal, a obuhvata i radio „D“, u 2022. godini bilo je zaposleno ukupno 100 ljudi.

Preduzeće Nova Pobjeda, koje izdaje najstariji crnogorski dnevni list Pobjedu i ima istoimenu portal, ima i najviše zaposlenih među štampanim medijima, 127, ali i posluje s gubitkom. Prošlu godinu završila je u minusu od preko 350 hiljada eura. Ukupni prihodi bili su oko

2,5 miliona, opet najveći dio od prodaje novina i marketinga, plus oko 65 hiljada od subvencija, dotacija i donacija, dok su ukupni rashodi iznosili 2,85 miliona.

Jedini crnogorski nedjeljnik „Monitor“ prošle godine bio je u malom minusu od 213 eura. Ukupni prihodi su im bili nešto preko 107 hiljada eura (od čega preko dvije trećine ili blizu 75 hiljada od subvencija, dotacija i donacija a ostalo od prodaje i marketinga), rashodi na sličnom nivou, a u „Monitoru“ je radilo četvoro ljudi. „Monitor“ nema svoj portal nego internet prezentaciju ali samo sa tekstovima iz svog štampanog izdanja.

Crnogorska štampa i dalje se nekako drži iako je nastavljen pad tiraža gotovo svih štampanih medija u Crnoj Gori, dok i dalje raste broj internet portala, koji privlače veću pažnju čitalaca. Finansijski izvještaji pokazuju da su 3 dnevna lista i jedan nedjeljnik u 2022. godini prikazali oko 9 miliona eura prihoda od čega preko 8,3 miliona ili više od 90% od marketinga i prodaje (reklama, oglasa, čitulja u novinama, te same prodaje novina na kioscima). Od subvencija, dotacija, donacija, zakupnina i ostalih vrsta prihoda zaradili su oko 440 hiljada eura a na osnovu drugih računovodstvenih stavki prikazan je prihod od preko 230 hiljada eura. Ukupni troškovi bili su im blizu 8,7 miliona pa su sve crnogorske novine 2022. završile sa ukupnim profitom od 327 hiljada eura a sve to ostvareno je sa 326 zaposlenih, s tim što jedan dio njih radi samo u portalima ovih medija ili na radiju D (u slučaju kompanije koja izdaje list Dan). 2 medija poslovala su pozitivno a 2 su bila u minusu.

Tabela 6. Dnevni i nedjeljni listovi u 2022. godini

Štampani medij	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
Vijesti	3.076.801	2.499.029	+577.772	95
Dan	3.312.930	3.209.669	+103.261	100
Pobjeda	2.501.426	2.855.093	-353.667	127
Monitor	107.305	107.518	-213	4
UKUPNO:	8.998.462	8.671.309	+327.153	326

Televizije

Najveći ukupni gubitak među medijima zabilježile su privatne televizije.

Izuzetak je Televizija Vijesti koja je u 2022. godini prikazala najveći profit među crnogorskim privatnim medijima od blizu 859 hiljada eura. Ukupni prihodi bili su preko 2,8 miliona eura (ogromna većina od marketinga a blizu 35 hiljada eura od subvencija, dotacija i donacija), troškovi blizu 2 miliona a broj zaposlenih je povećan sa 66 na 68.

Televizija Nova M je u prošloj godini poslovala sa gubitkom od preko million eura, najvećim prikazanim među svim crnogorskim medijima. Imali su prihode od nešto preko million eura ali i duplo veće rashode, u toj televiziji radilo je 53 ljudi.

Prva Televizija takođe je imala veliki gubitak u 2022. godini od blizu 450 hiljada eura. Ukupni prihodi bili su im skoro 1,45 miliona a rashodi blizu 1,9 miliona eura. U okviru ove kompanije posluje i Play radio a ukupan broj

zaposlenih je prošle godine znatno povećan sa 46 na 63.

Četvrta privatna televizija sa nacionalnom frekvencijom koja je taj status stekla prošle godine – TV Adria, takođe je poslovala sa ogromnim gubitkom od preko pola miliona eura. Oni nisu prijavili ni cent prihoda od marketinga a za godinu su duplirali broj zaposlenih, sa 21 na 42. U okviru iste kompanije posluje i portal TV Adria.

Osim privatnih televizija sa nacionalnom frekvencijom, postoji još 8 televizija sa 10 kanala koje emituju program samo preko kablovskih sistema.

Televizija A plus, koja je nastavljajući nekadašnje Atlas televizije u stečaju, imala je gubitak od preko 90 hiljada eura, bez prihoda od marketinga, a tokom prošle godine zaposlila je 6 ljudi. Ova televizija je, inače, preuzela kanal nekadašnje Televizije Korona iz Bara i tako stekla status emitera a u okviru nje posluje i istoimeni portal.

Nova televizija E zabilježila je u prvoo

godini minus od 268 hiljada eura sa solidnim prihodima od marketinga a tokom perioda eksperimentalnog rada imala je 15 zaposlenih, dok je puni program počela da emituje u 2023. godini.

Kablovska televizija Jadran iz Herceg Novog, raniji TV Novi, imala je gubitak od preko 14 hiljada eura, koliki su bili rashodi jer uopšte nije imala prihoda a u toj televiziji, koja ima i istoimeni portal, radila su samo 2 zaposlena.

Radio-Televizija Teuta imala je najbolji poslovni rezultat među kablovskim televizijama ali ima veliki pad u prihodima u odnosu na prošle godine. Ova RTV iz Ulcinja, koja emituje program na albanskom jeziku, ostvarila je u 2022. profit od blizu 30 hiljada eura. Prihodi su bili gotovo 380 hiljada a rashodi skoro 350 hiljada eura. U televiziji, radiju i portalu Teuta radilo je ukupno 17 ljudi.

I druga kablovska televizija na albanskom jeziku, TV Boin iz Tuzi, takođe bilježi pad prihoda ali je završila 2022. godinu sa profitom od oko 3 i po hiljade eura, odnosno zarađenih 52,5 hiljada eura i troškovima od 49 hiljada, te 3 zaposlena. I ova televizija, poput Teute, ima svoj portal.

Među kablovskim televizijama je i Srpska televizija koja se najvećim dijelom finansira iz Fonda za zaštitu i ostvarivanje manjinskih prava, odnosno iz državnog budžeta. Zajedno sa Srpskim radijom, te portalom i magazinom Srpske novine, prošle godine imali su minus od

skoro 4 hiljade eura a već godinama ne prijavljuju nijednog zaposlenog radnika po ugovoru.

Nakon što je prethodnih godina pozitivno poslovala, Televizija MNE sport, specijalizovana kablovska televizija koja prenosi sportske događaje iz Crne Gore na 3 TV kanala, u 2022. ostvarila je veliki gubitak od preko 300 hiljada eura. Nije imala nikakvih prihoda a zapošljavala je 5 ljudi.

Od kablovskih televizija nisu dostupni podaci o poslovanju Televizije 7 pošto je njen osnivač Lutrija Crne Gore, kojoj je glavna djelatnost priređivanje igara na sreću. Nema izdvojenih podataka o poslovanju ovog medija kao ni o broju zaposlenih. Dva nova specijalizovana kanala Wow Montenegro i LH TV osnovana su krajem 2022, odnosno sredinom 2023. pa nisu ušli u ovu analizu.

Zajednički posmatrano, privatne televizije su u 2022. godini imale ukupni gubitak od čak blizu 1,8 miliona eura. I pored toga što su generisale ukupni prihod od gotovo 6 miliona eura, od čega je skoro sve stiglo od marketinga, na kraju su znatno prevladali ukupni troškovi od preko 7,7 miliona eura. Samo 3 televizije poslovale su pozitivno dok je 8 bilo u minusu i u njima je radilo 274 ljudi (računajući tu i par radio stanica koje posluju u okviru tih firmi, kao i portal i periodični magazin Srpske novine, dok nema podataka o broju zaposlenih u Televiziji 7).

Tabela 7. Komercijalne televizije u 2022. godini

Televizija	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
TV Vijesti	2.826.045	1.967.260	+858.785	68
TV NOVA M	1.006.244	2.026.378	-1.020.134	53
TV PRVA	1.444.315	1.882.770	-438.455	63
TV Adria	3.429	525.964	-522.535	42
A plus TV	3.719	94.710	-90.991	6
TVE	207.108	475.750	-268.642	15
TV Jadran	0	14.338	-14.338	2
RTV Teuta	378.067	349.045	+29.022	17
TV Boin	52.499	49.032	+3.467	3
Srpska RTV	37.068	41.023	-3.955	0
TV MNE Sport	0	312.783	-312.783	5
TV 7	/	/	/	/
Wow Montenegro	/	/	/	/
LHTV	/	/	/	/
UKUPNO:	5.958.494	7.739.053	-1.780.559	274

Radio stanice

Broj privatnih radio stanica u Crnoj Gori smanjio se sa 38, koliko ih je bilo 2020. godine na 32, u 2022. godini. Imaju mnogo manje prihode od televizija ali su, ukupno gledano, pozitivno poslovale.

Ubjedljivo najveće prihode imao je Radio Antena M koji je u 2022, sa svojim portalom, bio u plusu 94,5 hiljada eura. Ukupni prihodi bili su veći od 455 hiljada eura, rashodi su iznosili nešto više od 360 hiljada i u ovim medijima je radilo 16 zaposlenih.

Podgoričke muzičke radio stanice

Elmag, Mag, El i radio Arena, koje su dio jedne iste kompanije, imale su zajedno neto dobit od skoro 5 hiljada eura, sa prihodima od 235 hiljada i rashodima od 230 hiljada eura, te ukupno 7 zaposlenih.

Najveći profit u ovoj kategoriji u prošloj godini ostvarila je podgorička Drugačija radio stanica – skoro 100 hiljada eura. Prihodi su im iznosili blizu 270 a rashodi skoro 170 hiljada eura i tamo je radilo takođe 7 ljudi. Crkvena radio stanica Mitropolije crnogorsko-primorske Srpske pravoslavne crkve, radio Svetigora, u prošloj godini poslovala je s gubitkom od preko 7,5 hiljada eura, odnosno prihodima od nešto preko 62 hiljade,

koji su svi od subvencija, dotacija i donacija i rashodima od blizu 70 hiljada eura te jednim zaposlenim. I ostale privatne radio stanice imaju samo po jednog do najviše 5 zaposlenih ali su prošlu godinu većinom završile u plusu.

Nema preciznih podataka o poslovanju 6 radio stanica u prošloj godini. Radio Fatih iz Tuzi je radio stanica Mešihata Islamske zajednice za koju nema finansijskih izvještaja u bazi Uprave prihoda i carina. Osnivač radio stanica Laki i Laki plus iz Bijelog Polja je firma koja se bavi trgovinom motornim vozilima pa iz te djelatnosti potiče najveći dio njenih prihoda. Slično je i sa radijom „Star FM“ sa Cetinja, čiji je vlasnik kompanija koja se bavi gumama i sa radijom „S“ iz Herceg Novog, čiji je osnivač firma koja se bavi trgovinom telekomunikacionom i elektro opremom. Radio Adriatic iz Bijelog Polja je osnovala NVO „Đakomo Adriatic“, čiji glavni dio poslovanja čine razni projekti.

Takođe, ovdje nema izdvojenih podataka o poslovanju 5 radio stanica koje su dio kompanija koje imaju i televizije i štampane medije, pa su ti

podaci obrađeni u okviru dijela koji se tiče poslovanja privatnih televizija i novina. To su radio D (list Dan), radio Play (Prva TV), radio A plus (TV A plus), radio Teuta (RTV Teuta) i Srpski radio (Srpska RTV).

Inače, radio stanice Fatih, Homer i Radio Svetigora su neprofitni mediji, koji nemaju prihoda od marketinga nego samo od subvencija, dotacija i donacija svojih osnivača. Treba dodati i da Antena M, radio Svetigora, radio Petnjica, radio Titograd, radio Mojkovac, radio Elita i radio Dux, koji je medij hrvatske nacionalne zajednice u Crnoj Gori, imaju svoje portale. Ima ga i radio Skala, koji je ugašen krajem 2020. godine ali je portal nastavio da radi.

Sve u svemu, 21 od 32 privatne radio stanice koje su obrađene u ovom odjeljku imale su u 2022. ukupno 60 zaposlenih, računajući i neke koji su radili u portalima nekoliko ovih radija. Ove radio stanice su ukupno imale profit od skoro 250 hiljada eura, sa prihodima od 1,77 miliona i rashodima od 1,52 miliona eura. 17 radija je poslovalo pozitivno, 3 je bilo u minusu a jedan na nuli.

Tabela 8. Radio stanice u 2022. godini

Radio	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
Antena M	455.410	361.008	+94.402	16
Elmag, Mag, El, Arena	235.136	230.193	+4.943	7
DRS	269.570	169.699	+99.871	7
D plus	170.021	167.183	+2.838	5
Svetigora	62.106	69.747	-7.641	1
Titograd	74.307	70.568	+3.739	2
Zeta	63.702	52.963	+10.739	2
City	3.976	1.542	+2.434	0
Krš	31.686	30.314	+1.372	1
Radio S3	50.476	36.546	+13.930	3
Radio 083	21.804	23.244	-1.440	1
TDI	85.175	64.545	+20.630	3
Mojkovac	52.197	61.499	-9.302	1
Petnjica	30.237	23.587	+6.650	2
Jupok	16.668	12.434	+4.234	2
Elita	27.547	27.403	+144	1
Dux	80.037	78.407	+1.630	3
Homer	40.359	40.359	0	3
Fatih	/	/	/	/
Laki, Laki plus	/	/	/	/
Radio Star FM	/	/	/	/
Radio S	/	/	/	/
Adriatic	/	/	/	/
D plus	/	/	/	/
Play	/	/	/	/
A plus	/	/	/	/
Teuta	/	/	/	/
Srpski radio	/	/	/	/
UKUPNO:	1.770.414	1.521.241	+249.173	60

Portali

Više od polovine registrovanih medija u Crnoj Gori čine elektronske publikacije, odnosno portali kojih je u evidenciji Ministarstva kulture i medija u junu 2023. godine bilo 110. Međutim, pretragom interneta dolazi se do zaključka da se neki i dalje nisu registrovali kod nadležnog organa jer ih nema u ovoj evidenciji a objavljuju novinarski sadržaj. Kombinujući ovu zvaničnu evidenciju i pretragu s interneta, u ovoj analizi smo utvrdili da je u junu 2023. godine u Crnoj Gori stvarno postojalo 95 portala, koji nisu portali drugih medija (radija, televizija, dnevne ili periodične štampe a čije je poslovanje obrađeno u ostalim odjeljcima ove analize). Portala ovih drugih medija bilo je 35 pa računajući i te portale, u Crnoj Gori je u junu 2023. godine stvarno radilo ukupno 130 portala.

Najveće prihode među crnogorskim portalima imao je portal CDM i to preko 327 hiljada eura ali su zbog troškova od 384 hiljade na kraju prošle godine prikazali gubitak od 57 hiljada eura. CDM ima i najviše zaposlenih među portalima i to 13.

Portal Analitika ima 12 zaposlenih a u prošloj godini prikazao je simboličan profit sa prihodima i rashodima koji su prešli 200 hiljada eura.

Neki od najuticajnijih portala posluju u sklopu dnevnih listova poput Vijesti, koje su još 2011. godine pokrenule portal. Tokom 2019. to je uradila i

Pobjeda a tokom 2021. Dan. Takođe, u okviru nacionalnog javnog servisa postoji portal Radio-Televizije Crne Gore a portal ima i najveća privatna informativna radio stanica, radio Antena M, i još nekoliko njih. Tako se podaci o poslovanju ovih portala nalaze u finansijskim izvještajima medija pod čijim okriljem su nastali.

Velike prihode u Crnoj Gori imaju i istraživački portali kao što su portal Centra za istraživačko novinarstvo Crne Gore ili portal LUPA. Ovi portali u potpunosti se finansiraju od donacija, odnosno preko projekata. Na sličan način posluju i neki novi portali poput Libertasa ili Normalizuj.me. Od novih portala pozitivan bilans prikazao je i M portal.

Od 95 portala koji nisu portali drugih medija, uspjeli smo da pronađemo podatke o poslovanju za njih 54. Za preostali 41 portal nisu dostupni podaci iz više razloga. Naime, neke portale su osnovale firme koje su bave drugim djelatnostima a koje generišu i najveći dio prihoda, pa im mediji dođu kao dodatna djelatnost. Mnoge portale osnovale su nevladine organizacije koje većinu prihoda imaju od drugih projekata. Takođe, neke portale su osnovala fizička lica pa se ne mogu naći podaci na portalu Uprave prihoda i carina jer su kao poreski identifikacioni broj prijavili svoje jedinstvene matične brojeve. Dodatno, neke kompanije koje imaju portale nisu predale finansijske izvještaje za 2022. godinu pa ih nema u bazi.

Uzimajući sve ovo u obzir, nemoguće je tačno izračunati vrijednost sektora portala u Crnoj Gori a najbliži mogući podaci pokazuju da su 54 od 95 portala u 2022. godini sveukupno bili u gubitku od skoro 100 hiljada eura, sa ukupnim prihodima od 2 miliona i 23 hiljade eura i rashodima od 2 miliona i 123 hiljade a u njima je bilo prijavljeno 95 zaposlenih. 15

portala nisu prijavili stalno zaposlene ili su naveli da ih je 0. To ukazuje da u ovom sektoru i dalje djelimično ima rada na crno, dok postoje i primjeri da portali nekim novinarima dođu kao dodatni posao jer su stalno zaposleni na drugim medijima. Od 54 portala, samo 17 ih je poslovalo pozitivno, 19 je bilo na nuli dok je 18 poslovalo sa minusom.

Tabela 8. Portali u 2022. godini

Portal	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
CDM	327.228	384.387	-57.159	13
Analitika	207.068	205.831	+1.237	12
Standard	149.591	141.433	+8.158	5
M portal	61.201	54.378	+6.823	2
Libertas	59.887	59.887	0	3
Normalizuj.me	37.480	37.480	0	1
IN4S	15.202	40.196	-24.994	1
Borba	0	1.689	-1.689	1
Press.co.me	11.800	21.083	-9.283	1
PCNEN	8.572	10.348	-1.776	1
Srpska24.me	/	/	/	/
Dnevno.me	/	/	/	/
FOS media	/	/	/	/
Aktuelno	/	/	/	/
Luča	/	/	/	/
Pressportal.me	/	/	/	/
CIN CG	207.246	207.246	0	6
LUPA	22.173	13.576	+8.597	1
Bankar	102.036	97.328	+4.708	3
Investitor	19.300	16.517	+2.783	1
BiznisCG	/	/	/	/
Kolektiv	/	/	/	/
MNE magazine	32.010	35.390	-3.380	2
Volim Podgo-ricu, Dijaspora, Penzioneri	11.250	11.250	0	1
Glas Zabjela	2.547	30.010	-27.463	1
Volim Danilovgrad	16.910	17.162	-252	1

Portal	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
Mladi Nikšića i Mladi Berana	50.505	50.505	0	0
Mladi Rožaja	34.598	34.598	0	0
Onogošt	/	/	/	/
Vijesti iz Bijelog Polja	71.797	67.564	+4.233	2
Kodeks	/	/	/	/
PV Portal	18.564	17.595	+969	0
PV Informer	13.755	13.031	+724	0
PV Svitanje	/	/	/	/
Berane online	/	/	/	/
Budim info	/	/	/	/
Espona	7.005	7.005	0	1
Pogled, Alo online	94.176	82.408	+11.768	8
Žurnal	/	/	/	/
Osvrt	0	0	0	0
PlavGusinje.me	/	/	/	/
Sjevercg.me	8.026	11.549	-3.523	2
Novine sjevera	9.908	17.252	-7.344	1
UL-info	63.012	63.011	+1	2
Primorski portal	16.690	19.212	-2.522	2
Barski portal	/	/	/	/
Feral.bar	18.450	15.310	+3.140	1
Jedro	11.425	11.425	0	0
Bokanews	19.643	18.848	+795	1
Novski portal	3.895	2.729	+1.166	1
Portal Radija Skala	/	/	/	/
Portal Radija Bruškin	6.576	9.001	-2.425	1
Senat	0	0	0	0
Upa.eu.com	0	0	0	0
Portal Zeta	/	/	/	/
Crnogorski portal	/	/	/	/
Glascg.me	/	/	/	/
Portal Kombinat	39.629	38.951	+678	3
Mondo	/	/	/	6
Fenjer TV	/	/	/	/
Najnovije.me	/	/	/	0
Makanje	/	/	/	/
Preduzetnica	26.142	26.142	0	1

Portal	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
Pozornica	/	/	/	/
Avlija	52.133	52.133	0	0
Montenegrina	0	298	-298	1
Peripetija	1.753	1.753	0	0
Fenomeni	/	/	/	/
Zrcalo	/	/	/	0
Romanet	86.223	97.009	-10.786	2
Crna.Gora.me, Montenegro, Černogoria	925	4.429	-3.504	1
Crna Gora Turska	/	/	/	/
Reprezentacija	/	/	/	/
CG fudbal	/	/	/	/
MNE Rukomet	28.342	26.976	+1.366	1
Sportski.me	8.155	5.784	+2.371	1
Sportfem.me	28.790	28.790	0	0
Lopta	/	/	/	/
Lob sport	/	/	/	/
Etos.press	/	/	/	/
Avioportal	3.600	3.605	-5	0
Eco portal	/	/	/	/
Putokaz	/	/	/	/
Pomorstvo	0	2.890	-2890	1
Ženski portal	/	/	/	/
Roza portal	8.178	8.178	0	0
KOD	/	/	/	/
Raskrinkavanje	/	/	/	/
Roditelji	/	/	/	/
Bez uvrede	/	/	/	/
Čitaj između redova	/	/	/	/
UKUPNO:	2.023.396	2.123.172	-99.776	95

Agencije

U Crnoj Gori postoji jedna klasična novinska agencija i dvije koje nude novinski i video sadržaj medijima ali ne i svakodnevne informacije. Prva crnogorska informativna agencija MINA u 2022. godini imala je dobit od preko 15 hiljada eura. Ukupni prihodi bili su im veći od 283 hiljade a rashodi blizu 268 hiljada eura, u MINA je radilo 13 ljudi.

Skoro iste prihode imala je agencija Mediabiro, uz rashode od nešto preko

250 hiljada eura pa im je profit bio skoro 32,5 hiljada eura, a imali su 7 zaposlenih. Nema podataka za PR centar, koji kao i Mediabiro nudi tekstualni i video sadržaj medijima sa pres konferencija i drugih događaja, jer njihovog finansijskog izvještaja za 2022. nema u bazi Uprave prihoda i carina.

Sve u svemu, agencije su u prošloj godini imale ukupno 567 hiljada eura prihoda, rashodi su im bili blizu 520 hiljada pa su ostvarile ukupnu dobit od preko 47,5 hiljada eura, a u njima je radilo ukupno 20 ljudi.

Tabela 9. Agencije u 2022. godini

Novinska agencija	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
MINA	283.133	267.856	+15.277	13
Mediabiro	283.903	251.478	+32.425	7
PR Centar	/	/	/	/
UKUPNO:	567.036	519.334	+47.702	20

Periodična štampa

U Crnoj Gori izlazi 15 periodičnih lokalnih novina, magazina i časopisa, jednom mjesečno ili jednom u više mjeseci. Od lokalnih novina najbolje posluju Pljevaljske novine koje imaju prihode veće od 120 hiljada eura i 7 zaposlenih. Novine Nikšića i Riječ Pive su u blagom minusu. Ostale lokalne novine su djelovi kompanija koje imaju televizije, portale ili radio – stanice, pa je njihovo poslovanje već obrađeno u gornjim odjeljcima, osim za podgorički časopis Džada Glavnog grada, čiji je osnivač kompanija koja se bavi uslugama štampe, odakle i dolazi najveći dio njenih prihoda, pa se ne

može tačno utvrditi koji dio otpada na časopis. Za časopis za kulturnu baštinu Komuna nema podataka o poslovanju. Specijalizovani časopisi kao što su Fokalizator, Caffè Montenegro i Prostor imaju i najveće prihode u ovoj kategoriji. Skoro sve ove novine i časopisi imaju svoje portale.

Na kraju, ovaj dio medijskog sektora prošle godine imao je skoro 440 hiljada eura prihoda, preko 420 hiljada troškova i dobitak od blizu 18 hiljada eura, sa ukupno 19 stalno zaposlenih ali impresumi pokazuju da u kreiranju ovih novina i časopisa učestvuje još više honorarnih saradnika.

Tabela 10. Periodična štampa u 2022. godini

Periodične novine	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi	Konačan rezultat	Broj zaposlenih
Pljevaljske novine	123.461	115.801	+7.660	7
Novine Nikšića	7.067	7.211	-144	1
Riječ Pive	17.061	18.848	-1.787	1
Mojkovačke novine (Radio Mojkovac)	/	/	/	/
Nova Sloboda (Espona)	/	/	/	/
Kolašinski pogledi (Novine sjevera)	/	/	/	/
Srpske novine (Srpska TV)				
Džada Glavnog grada	/	/	/	/
Komuna	/	/	/	/
Glas Holmije	6.140	6.135	+5	1
Glas Mrkojevića	572	572	0	0
Fokalizator	138.778	127.675	+11.103	5
Caffe Montenegro, Prostor	146.667	145.774	+893	4
Fashion mood	/	/	/	/
UKUPNO:	439.746	422.016	+17.730	19

Zaključci

Već duži niz godina nadležni organi ne uspijevaju da obezbijede odgovarajuće statističke podatke o medijskom sektoru, što u pogledu broja zaposlenih u medijima, što u pogledu broja medija koji svakodnevno informišu crnogorsku javnost.

Prema poslednjim podacima u Crnoj Gori rade 222 medija, u kojima je zaposleno čak 1.939 medijskih radnika.

Anketa Sindikata medija Crne Gore pokazala je da se položaj zaposlenih u medijima ne unapređuje, već se iz godine u godinu ponavljaju isti problemi. Tako je preopterećenost i dalje problem, a gotovo 13% anketiranih radi za između dvije i četiri različite medijske kuće.

Takođe, anketa je pokazala da poslodavci i dalje ne prepoznaju značaj usavršavanja zaposlenih. Čak 66% ispitanika imalo je manje od jedne obuke godišnje tokom

prethodnih pet godina. Tek svaki treći ispitanik specijalizovan je za jednu oblast (poput ekonomije, politika ili kulture), a više od polovine ispitanika smatra da medij u kome rade ne nudi priliku za napredovanjem.

Svaki treći medijski radnik u Crnoj Gori radi duže od osam sati, dok prekovremeno radi gotovo 70.5% ispitanika. Međutim, čak 60% anketiranih nikada nije plaćeno za prekovremeni rad. Svaki drugi ispitanik radi često vikendima (54%), a čak 74% anketiranih nikada nije dobilo dnevnicu za rad nedjeljom.

Više od polovine zaposlenih u medijima (62%) prima platu koja je ispod prosjeka na nivou države, a istovremeno četvrtina zaposlenih u medijima prima platu koja je na nivou ili ispod minimalne zarade u Crnoj Gori.

Anketa je potvrdila prethodno iskustvo Sindikata medija, prema kome novinari kada govore o sebi uglavnom smatraju da imaju više slobode nego kada govore o stanju u

profesiji. Tako je čak 43% ispitanika otkrilo da je u nekom trenutku moralo da cenzuriše svoj sadržaj. Takođe, svaki treći ispitanik tokom rada osjeća neku vrstu političkog miješanja ili pritiska.

Ispitanici su saglasni da novinari/ke nijesu solidarni, da nijesu slobodni i da se ne nalaze u položaju koji zaslužuju. Oni su istovremeno saglasni da zaposleni u medijima jesu materijalno ugroženi i da poštuju profesionalne i etičke principe.

Više od 44% ispitanika kazalo je da se njihov socio-ekonomski položaj popravio na bolje, uglavnom zahvaljujući programu Evropa sad. A gotovo svaki treći ispitanik tvrdi da je neko od njihovih kolega ili koleginica dobio otkaz od početka pandemije Covid 19. Najčešći problem na radnom mjestu, koji je izazvala pandemija, tiče se teškoće pri balansiranju porodičnog i profesionalnog života. Svaki drugi medijski radnik osjećao se izolovano zbog rada od kuće, a svaki treći je registrovao pad produktivnosti tokom prethodne tri godine.

U Crnoj Gori na malom tržištu postoji veliki broj medija što je jedan od glavnih faktora njihovog otežanog poslovanja. Najveći prikazani plus u prošloj godini imao je Javni servis RTCG ali on se sa 90% finansira iz državnog budžeta.

Lokalni javni emiteri su ukupno prikazali pozitivno poslovanje ali je dobar dio te prikazane dobiti u stvari pokrivanje višegodišnjih dugova za poreze i doprinose pa se u nekim od ovih medija i dalje duguju zarade iz prethodnog perioda. Dnevna i nedjeljna štampa i dalje se nekako drže, uprkos padu tiraža.

Privatne televizije, osim jedne, prikazale su ogroman minus. Komercijalne radio stanice, generalno, možda i najbolje posluju od svih medija, ako se uzme u obzir njihova veličina i uticaj. Portala ima ubjedljivo najviše a iako se i dalje osnivaju i sve više čitaju, ukupno gledano su u minusu.

Agencije imaju solidne prihode a periodična lokalna štampa i specijalizovani časopisi i dalje su veoma živi, uzimajući u obzir trendove u novinarstvu. Preko polovine prihoda odnosno 25 miliona eura medijima dolazi iz javnih izvora (ne računajući tu privatne medije koji takođe dobijaju novac od države preko Fonda za medijski pluralizam) a 20 miliona od marketinga i to za svih 222 medija. Zbog toga, ključni izazov za opstanak mnogih privatnih medija u narednom periodu biće da zadrže na ovom nivou ukupno marketinško tržište ili da probaju da ga povećaju.



**SINDIKAT MEDIJA CRNE GORE
NJEGOŠEVA 7/2 81000 PODGORICA
020 878 021**

www.sindikatomedija.me