



Organizacija za evropsku
bezbjednost i saradnju
Misija u Crnoj Gori



DEFACTO
CONSULTANCY



Istraživanje o socio-ekonomskom položaju novinara/ki i drugih medijskih profesionalaca/ki u Crnoj Gori

Januar, 2026.





Izneseni stavovi u ovom istraživanju odgovornost su autora i ne predstavljaju nužno stavove OEBS-a, misija ili njenih država učesnica. Ni OEBS, Misije, ni njene države učesnice ne preuzimaju nikakvu odgovornost za posljedice koje mogu proizaći iz upotrebe ove publikacije. Ova publikacija se ne bavi pitanjima pravne ili druge odgovornosti za radnje ili propuste bilo koje osobe.

Uvod	1
Metodologija	3
Radni status i radni uslovi	4
Bezbjednost i urednički pritisak	35
Psihološko blagostanje i sagorijevanje na poslu	40
Profesionalna udruženja i članstvo u sindikatima	46
Rodne, omladinske i regionalne perspektive	52
Digitalna transformacija	61
Preporuke	64
Radna Prava, Plate i Socijalna Zaštita	64
Bezbjednost, Uređivačka Nezavisnost i Radni Uslovi	64
Stručno Usavršavanje i Profesionalni Razvoj	65
Uloga Države, Sindikata, Udruženja i Međunarodnih Partnera	65
Annex	66
Demografski podaci	66



Uvod

Uprkos ključnoj ulozi koju mediji imaju u očuvanju demokratskih procesa, transparentnosti i javnog interesa, brojni izvještaji i javne rasprave ukazuju na to da novinari rade u prilično nepovoljnim uslovima, nerijetko obilježenim niskim i neredovnim primanjima, nedostatkom jasnih radnih prava, ograničenim pristupom socijalnoj i zdravstvenoj zaštiti i izostankom sistemske profesionalne podrške. Ove izazove dodatno produbljuju politički i ekonomski pritisci, rizici po bezbjednost, kao i neujednačeni standardi u digitalno transformisanom medijskom okruženju, što je prepoznato i u dokumentima OEBS-a.

Prvo sveobuhvatno istraživanje ovih pitanja u Crnoj Gori sprovedeno je 2014. godine uz podršku Misije OEBS-a. Dobijeni nalazi predstavljali su važnu polaznu osnovu u analizi razlika između javnih i privatnih medija, rodni nejednakosti, stepena sindikalizacije i opštih radnih uslova. Iako je studija imala značajan uticaj na javne politike i medijski sektor, ona nikada nije sistematski ažurirana, uprkos tome što se medijski pejzaž u protekloj deceniji snažno mijenjao.

U skladu sa tim, Misija OEBS-a u Crnoj Gori i Sindikat medija Crne Gore (SMCG/TUMM) inicirali su sprovođenje nove, sveobuhvatne studije koja će, u svjetlu Medijske strategije 2023–2027, ponuditi osvježene i proširene podatke o socio-ekonomskom statusu novinara i drugih medijskih profesionalaca. Istraživanje je dio projekta „Novinari i mediji u bezbjednom i zaštićenom okruženju“ i obuhvata kvantitativno anketno istraživanje i kvalitativne fokus grupe, s ciljem dubljeg razumijevanja radnih uslova, pristupa pravima, osjećaja lične sigurnosti, profesionalnih pritisaka i percepcije sindikalnog organizovanja.

Upitnik korišćen u istraživanju obuhvata širok spektar tema, od tipa medija i vlasničke strukture, preko statusa zaposlenja i strukture zarade, do pitanja o redovnosti isplata, plaćanju prekovremenog rada, infrastrukturnim uslovima, pristupu tehnologiji, mogućnostima za stručno usavršavanje i procjeni radne stabilnosti. Posebna pažnja posvećena je rodnoj ravnopravnosti, usklađenosti sa radnim zakonodavstvom, kao i regionalnim i sektorskim razlikama u radnim praksama.

Ovaj izvještaj predstavlja rezultat objedinjene analize prikupljenih kvantitativnih i kvalitativnih podataka. Njegov cilj je da pruži pouzdane, uporedive i statistički utemeljene informacije o radnim i životnim uslovima novinara i medijskih radnika u Crnoj Gori, te da doprinese dokazima zasnovanom kreiranju politika, jačanju zaštite radnih prava i unapređenju šireg ambijenta medijskih sloboda u zemlji. Nalazi su namijenjeni državnim institucijama, medijima, profesionalnim i sindikalnim organizacijama, međunarodnim partnerima i stručnoj javnosti, te treba da posluže kao relevantna osnova za buduće intervencije OSCE-a i drugih aktera u sektoru.

Metodologija

Istraživanje o socio–ekonomskom položaju novinara i drugih medijskih profesionalaca u Crnoj Gori sprovedeno je primjenom kombinovanog metodološkog pristupa, koji obuhvata kvantitativne i kvalitativne metode. Ovaj pristup omogućio je dobijanje pouzdanih, reprezentativnih i dubinskih uvida u radne uslove, profesionalne izazove i potrebe zaposlenih u medijskom sektoru.

Kvantitativni dio istraživanja izveden je putem strukturisane ankete, koja je sprovedena u periodu od 15. oktobra do 19. novembra. Ukupno je prikupljeno 261 odgovora novinara i zaposlenih u medijima u Crnoj Gori.

Anketa je sprovedena u 41 različitim medija, uključujući javni servis i lokalne javne emitere, štampane i online medije, radio stanice, manje digitalne redakcije i specijalizovane platforme.

Uzorak obuhvata novinare i medijske radnike različitih profila, radnih pozicija i iskustva. Upitnik je sadržavao kombinaciju zatvorenih pitanja (skale, višestruki izbor) i nekoliko otvorenih pitanja koja omogućavaju detaljnije komentare ispitanika.

Kvantitativni podaci dopunjeni su kvalitativnim uvidima kroz četiri fokus grupe, sprovedene 18. i 19. novembra, sa ukupno 29 učesnika/ca. Fokus grupe su omogućile dublje razumijevanje radnih uslova, profesionalnih izazova, pritisaka i potreba, posebno u segmentima koje je teško u potpunosti obuhvatiti anketnim instrumentima.

Učesnici fokus grupa bili su ravnomjerno izabrani iz različitih segmenata medijskog sektora:

1. Novinari, urednici i producenti zaposleni u javnim emiterima (RTCG i lokalni javni servisi).
2. Novinari, urednici, dopisnici i frilenseri iz privatnih medija.
3. Tehničko, produkciono i administrativno osoblje, kao što su snimatelji, tonci, montažeri, grafički dizajneri, web administratori i drugo produkciono osoblje.
4. Novinarke i medijske profesionalke iz javnog i privatnog sektora, zaposlene na različitim pozicijama (od početničkih do menadžerskih), sa posebnim fokusom na rodnu perspektivu i iskustva rodno zasnovanog nasilja i uznemiravanja.

Svaka fokus grupa trajala je okvirno 90 minuta i vođena je prema unaprijed strukturisanom vodiču, uz omogućavanje slobodne diskusije o ključnim temama: radni uslovi, profesionalni pritisci, bezbjednost, digitalizacija, rodna ravnopravnost, sindikalna organizovanost i perspektive profesije.

Radni status i radni uslovi

Ovo poglavlje daje pregled ključnih nalaza istraživanja koji se odnose na radni status novinara u Crnoj Gori i kvalitet njihovih radnih uslova. Cilj je da se kroz analizu niza pitanja obuhvati šira slika stabilnosti zaposlenja, finansijske sigurnosti, radnog okruženja i ukupnih uslova pod kojima novinari obavljaju svoj posao.

Pitanja obuhvataju različite aspekte radnog angažmana – od tipa i trajanja zaposlenja, mjesta na kojem se rad obavlja i strukture zarade, do redovnosti isplata, visine plata i praksi poslodavaca u pogledu doprinosa i osiguranja. Posebna pažnja posvećena je prekovremenom radu, obimu radnih sati, korišćenju godišnjih odmora, radnim obavezama tokom praznika, kao i pristupu bolovanju.

U ovom dijelu analiziraju se i stavovi novinara o kvalitetu radnog prostora, dostupnosti savremene tehnologije, mogućnostima za stručno usavršavanje, jasnoći komunikacije unutar redakcije i poštovanju radnog vremena. Takođe se ispituje u kojoj mjeri novinari vjeruju da profesija pruža stabilne dugoročne izgleda, kao i njihove preferencije u pogledu tipa medija u kojem bi željeli da rade.

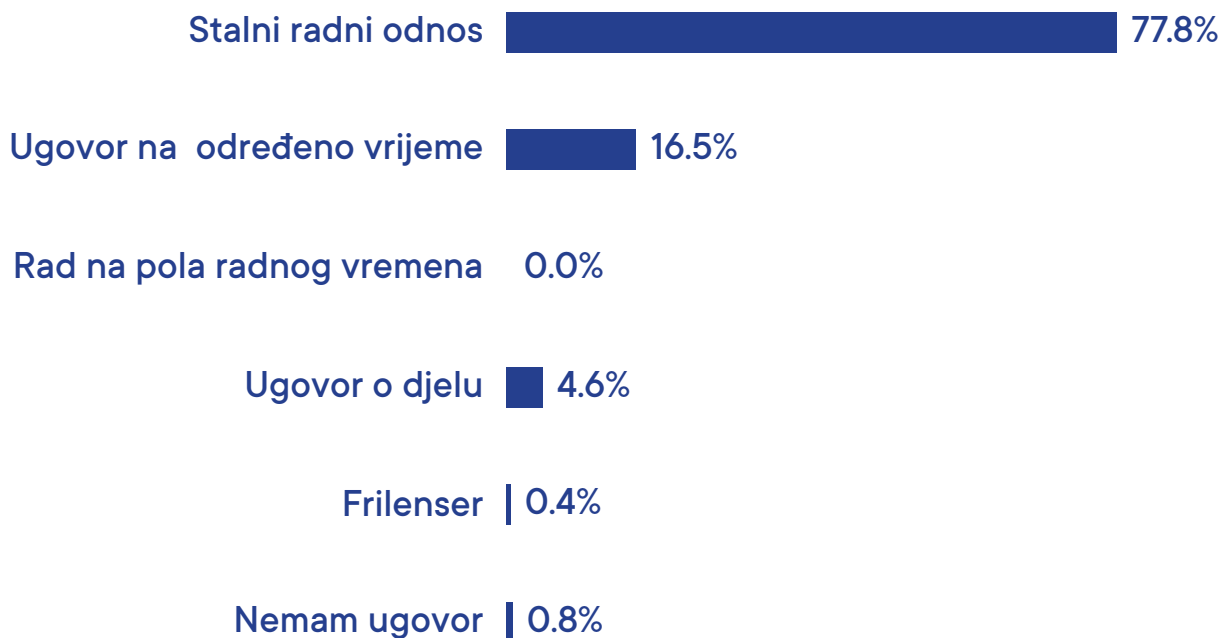
Dodatno, poglavlje obuhvata percepcije o jednakom tretmanu novinarki i novinara od strane poslodavaca, urednika, kolega, javnosti i profesionalnih udruženja. Na kraju se analiziraju prioritetne promjene koje bi novinari željeli vidjeti u svojim radnim uslovima, što daje važan uvid u njihove potrebe i očekivanja.

Rezultati na pitanje „Koji je vaš trenutni radni status?“ pokazuju da je najveći broj novinara u Crnoj Gori zaposlen na neodređeno vrijeme. Čak 77,8% ispitanika navodi da ima stalni radni odnos, što ukazuje na relativno visok nivo formalne radne sigurnosti u medijskom sektoru. Drugu po brojnosti grupu čine novinari koji rade na osnovu ugovora na određeno vrijeme, kojih je 16,5%. Ovaj procenat pokazuje da značajan dio novinara i dalje funkcioniše u statusu koji nosi veću neizvjesnost i ograničenu dugoročnu stabilnost.

Podaci pokazuju da niko od ispitanika ne radi na pola radnog vremena (0%), što govori da takav vid angažmana praktično ne postoji u crnogorskim redakcijama, iako se u drugim sektorima koristikao fleksibilni model rada. Dodatno, 4,6% novinara radi putem ugovora o djelu, što je oblik angažmana koji najčešće podrazumijeva povremeni rad bez pune radnopravne zaštite i bez beneficija koje prate standardni radni odnos. Vrlo mali broj ispitanika, svega 0,4%, kaže da radi kao frilenser (freelancer).

Sveukupno posmatrano, nalazi pokazuju da je crnogorsko novinarstvo dominantno zasnovano na stalnim radnim odnosima, dok su fleksibilni i nesigurniji oblici rada prisutni u manjoj, ali značajnoj mjeri. Ipak, postojanje novinara bez ugovora i onih sa kratkoročnim angažmanima ukazuje na segmente radne snage koji su izloženiji rizicima i slabijoj profesionalnoj zaštiti.

Grafik 1: Koji je Vaš trenutni radni status?



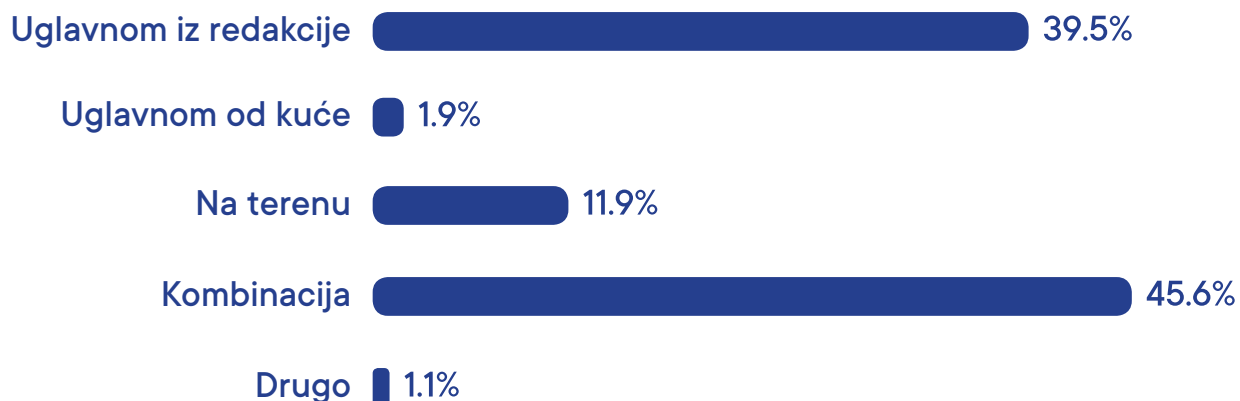
Rezultati pokazuju da se rad novinara u Crnoj Gori najčešće odvija u kombinovanom režimu. Čak 45,6% ispitanika navodi da radi kombinovano – posao obavljaju djelimično iz redakcije, djelimično na terenu, a povremeno i od kuće. Ovaj podatak odražava dinamičnu prirodu novinarskog posla i zahtjeve koji podrazumijevaju fleksibilnost i spremnost na rad u različitim okruženjima.

Druga najveća grupa su novinari koji rade uglavnom iz redakcije (39,5%), što ukazuje da značajan dio novinarskog rada i dalje ostaje vezan za redakcijske prostorije, posebno za poslove koji zahtijevaju uređivanje sadržaja, koordinaciju tima ili studio/produkcijski rad. Na terenu radi 11,9% ispitanika. Ovaj procenat je očekivan s obzirom na ulogu terenskog izvještavanja, ali takođe pokazuje da većina novinara koji izlaze na teren to čini u okviru kombinovanog modela, a ne isključivo na terenu.

Rad uglavnom od kuće je veoma rijedak – prijavljuje ga samo 1,9% ispitanika. Kategorija „Drugo“ čini 1,1% odgovora i vjerovatno obuhvata specifične ili sporadične oblike angažmana koji ne ulaze u uobičajene modele rada.

Sveukupno, nalazi pokazuju da novinari u Crnoj Gori najčešće funkcionišu u fleksibilnom, kombinovanom radnom aranžmanu, dok rad isključivo od kuće ostaje marginalan. Ovo odražava hibridnu prirodu savremenog novinarstva, ali i praktične zahtjeve profesije koja podrazumijeva stalnu mobilnost i dostupnost.

Grafik 2: Radite li od kuće, na terenu, iz redakcije ili kombinovano?



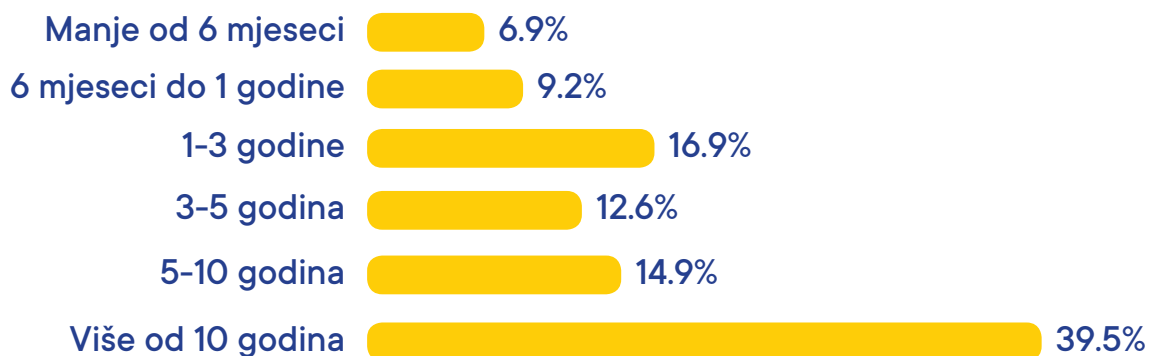
Rezultati pokazuju da značajan dio novinara u Crnoj Gori ima dugogodišnje radno iskustvo u istoj medijskoj kući. Najveća grupa ispitanika, njih **39,5%**, radi u trenutnoj redakciji duže od 10 godina. Ovaj podatak ukazuje na relativno visok nivo zadržavanja zaposlenih i dugoročne profesionalne veze između novinara i medijskih kuća.

Sljedeće po veličini su grupe sa srednjim trajanjem angažmana: **16,9%** ispitanika radi u trenutnoj medijskoj kući između 1 i 3 godine, **14,9%** radi 5 do 10 godina, a **12,6%** je u istoj redakciji 3 do 5 godina. Zajedno posmatrano, ove kategorije pokazuju da značajan broj novinara ostaje u istom mediju više godina, iako ne nužno duže od decenije.

U kategoriji najkraćeg staža, **9,2%** ispitanika je u trenutnoj medijskoj kući između 6 mjeseci i 1 godine, dok **6,9%** radi kraće od 6 mjeseci. Ovi podaci ukazuju na određeni stepen fluktuacije radne snage, ali u manjoj mjeri u odnosu na dugoročne angažmane.

Prisustvo novinara koji su u redakcijama duže od deset godina sugerise visok nivo lojalnosti, ali može ukazivati i na ograničene mogućnosti mobilnosti unutar sektora.

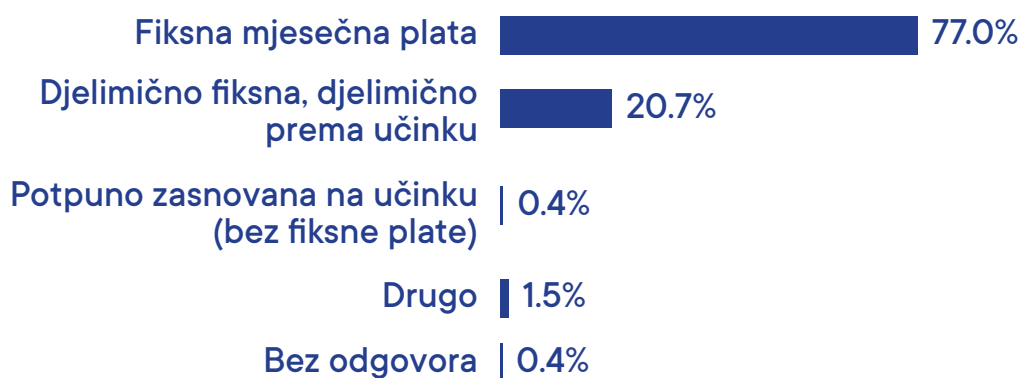
Grafik 3: Koliko dugo radite u trenutnoj medijskoj kući?



Rezultati pokazuju da je plata najvećeg broja novinara u Crnoj Gori strukturisana kao fiksna mjesečna zarada. Ovaj model prijavljuje 77,0% ispitanika, što ukazuje da se većina medijskih kuća oslanja na tradicionalni sistem obračuna plata, bez varijabilnog dijela vezanog za učinak.

Druga najzastupljenija kategorija odnosi se na kombinovani model, gdje je zarada djelimično fiksna, a djelimično zavisi od učinka. Ovaj oblik prijavljuje 20,7% ispitanika, što sugerise da određeni broj redakcija primjenjuje sistem nagrađivanja koji uključuje stimulativni dio, ali da je takva praksa i dalje značajno manje zastupljena u odnosu na standardnu fiksnu platu. Veoma mali procenat novinara ima zaradu potpuno zasnovanu na učinku, bez fiksne plate – svega 0,4% ispitanika.

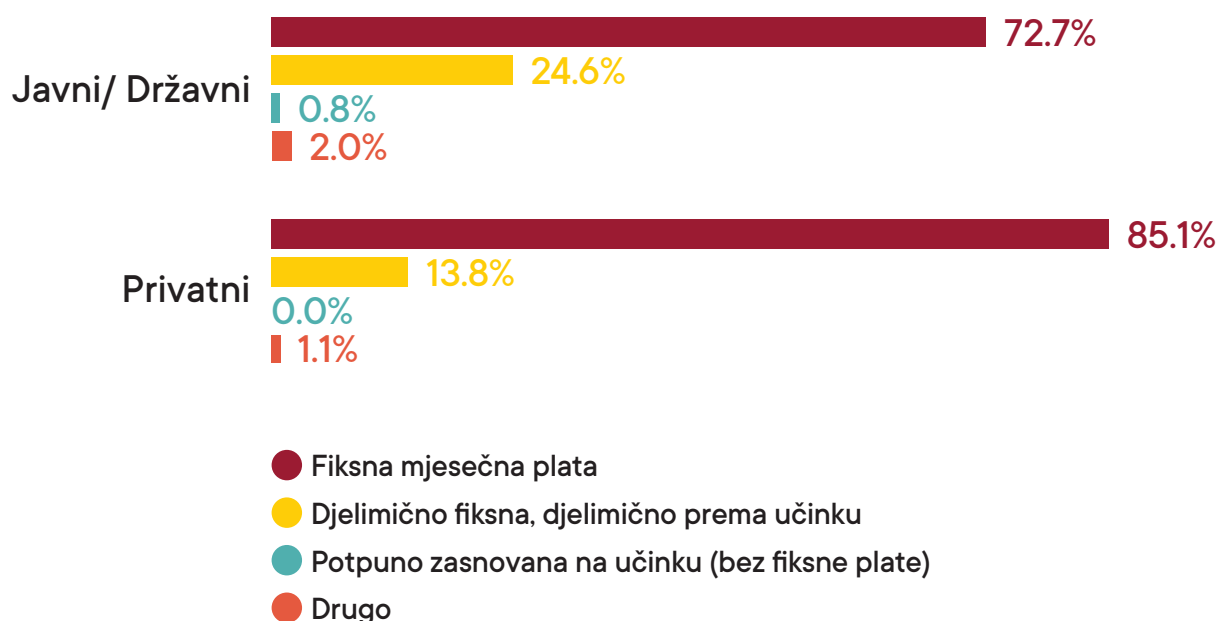
Grafik 4: Kako je strukturisana Vaša plata?



Daljim pregledom razlika u strukturi plata između novinara koji rade u javnim i privatnim medijima možemo uvidjeti da većina njih ima fiksnu platu – to navodi 72,5% novinara koji rade u javnim medijima i nešto više novinara koji rade u privatnim medijima (85,1%). Treba napomenuti da je značajno većem broju novinara koji rade u javnim medijima struktura plate kombinovana (djelimično fiksna, a djelimično prema učinku), u odnosu na novinare koji rade u privatnim medijima. Naime, kombinovanu platu ima 24,6% novinara koji rade u javnim medijima u uzorku, a 13,8% onih koji rade u privatnim medijima.



Grafik 5: Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite? * Kako je strukturisana Vaša plata?



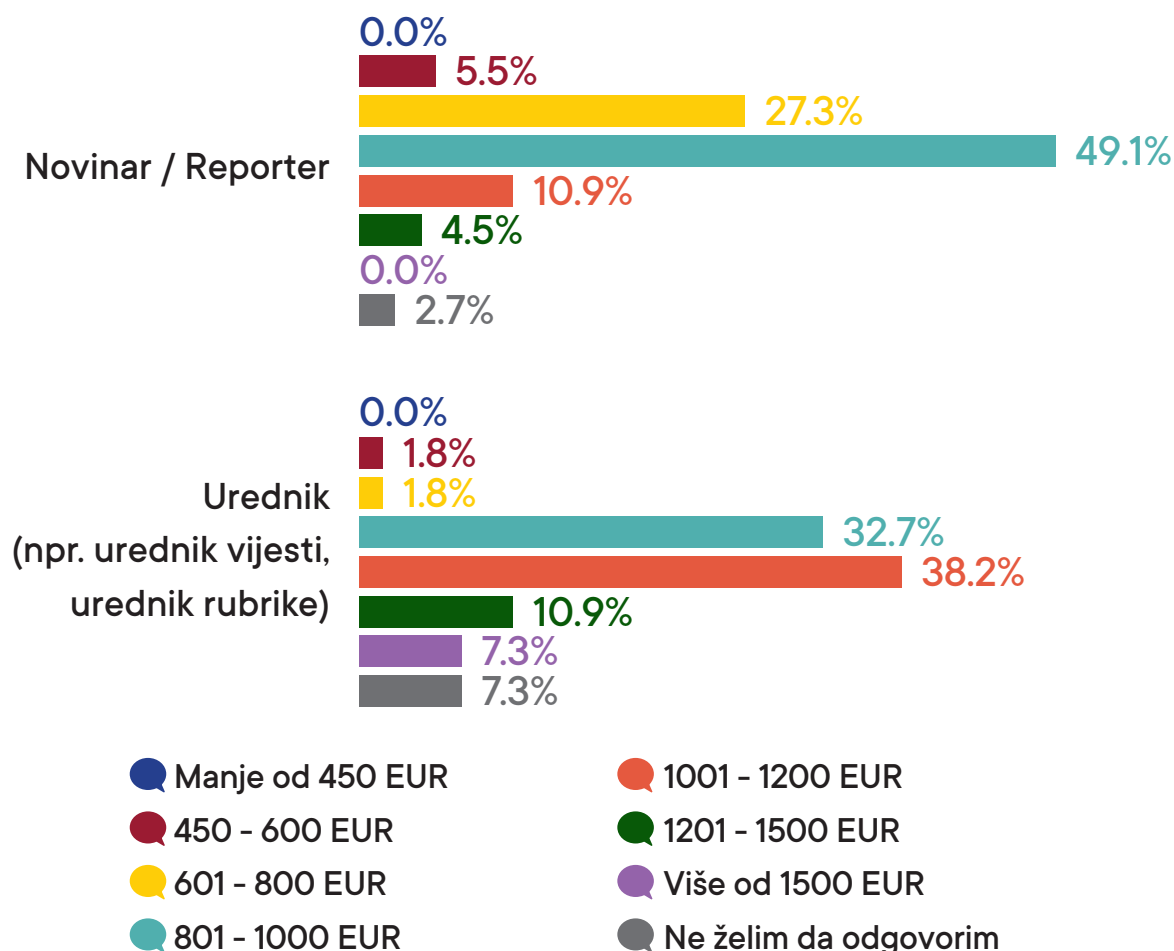
Kada je riječ o visini zarada, najveći dio novinara ima prosječnu mjesečnu platu u rasponu između 801 i 1000 eura, što je kategorija koju je označilo 36,8% ispitanika. Ovaj podatak ukazuje da se najveći broj novinara nalazi u srednjem platnom razredu, vjerovatno najkarakterističnijem za profesiju u zemlji.

Druga najzastupljenija grupa su novinari sa zaradom između 601 i 800 eura, što je prijavilo 29,1% ispitanika. Ovaj podatak sugerise da značajan broj novinara i dalje prima platu ispod nivoa koji bi se mogao smatrati adekvatnim u odnosu na zahtjevnost posla. Platu između 1001 i 1200 eura navodi 16,9% ispitanika, dok 4,6% prima između 1201 i 1500 eura.

Pregledom visine zarade u odnosu na registrovano mjesto rada možemo uvidjeti da najvećem broju novinara mjesečna zarada iznosi od 801 do 1000 eura (49,1%), dok 27,3% navodi da im je iznos zarade od 601 do 800 eura. Pored toga, 10,9% njih navodi da zarada iznosi od 1000 do 1200 eura. Ni jedan novinar u uzorku nije naveo da mu je zarada veća od 1500 eura.

Urednici, s druge strane, u najvećem broju slučajeva (38,2%) primaju platu u iznosu od 1001 do 1200 eura i platu u iznosu od 801 do 1000 eura, što je navelo 32,7% njih. Pored toga, 10,9% urednika navodi da im zarada iznosi i do 1500 eura, dok 7,3% ističe da im je zarada veća od 1500 eura.

Grafik 6: Koje je Vaše registrovano radno mjesto? * Kolika je Vaša prosječna mjesečna plata?



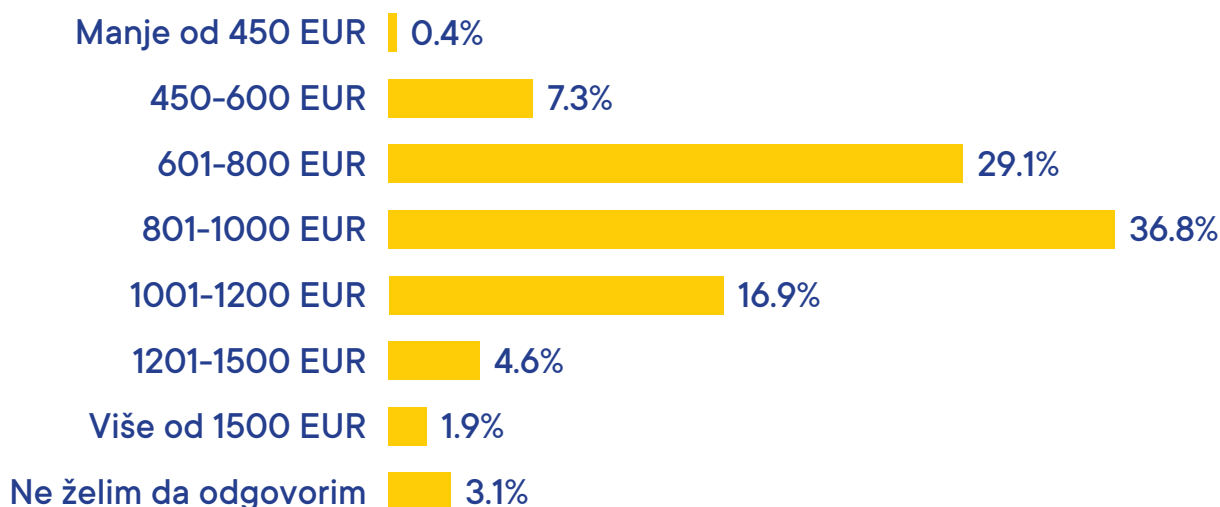
Treba napomenuti da nalazi fokus grupa ukazuju na široko rasprostranjeno nezadovoljstvo visinom zarada. Učesnici iz javnog i privatnog sektora ističu da fiksni dio plate najčešće nije usklađen sa obimom posla, dok bonusi i dodaci u brojnim redakcijama ili nijesu predviđeni ili se ne isplaćuju. Posebno u privatnim medijima zabilježeni su primjeri značajnih razlika u primanjima koje nijesu povezane sa iskustvom ili obrazovanjem.



Mislim da nema u Crnoj Gori da je neko u prosjeku slabije plaćen od novinara.”
(Učesnik/ca fokus grupe)

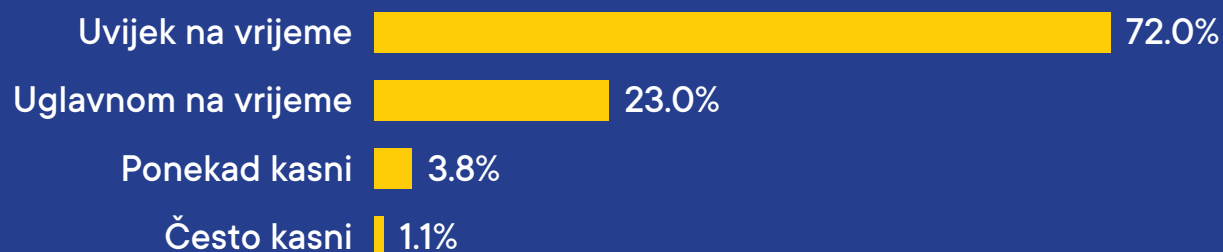
“Meni se dešavalo po 12 sati da čekam na jednom mjestu jednu fotografiju da napravim, neka mi neko kaže da ima takve “uslove” rada a ovako niska primanja. Nećete to nigdje naći.”
(Učesnik/ca fokus grupe)

Grafik 7: Kolika je Vaša prosječna mjesečna plata?



Rezultati pokazuju da velika većina novinara u Crnoj Gori prima platu na vrijeme. Čak 72,0% ispitanika navodi da im se zarada uvijek isplaćuje na vrijeme, što je važan indikator finansijske stabilnosti većine medijskih kuća. Dodatnih 23,0% ispitanika kaže da im se plata uglavnom uplaćuje na vrijeme – zakašnjenja postoje, ali nijesu česta.

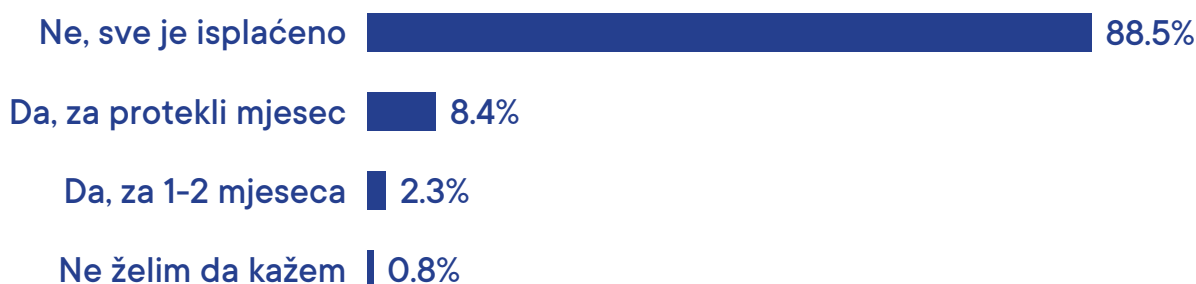
Grafik 8: Da li Vam se plata uplaćuje na vrijeme?



Pored redovnih primanja, istraživanje pokazuje i da velika većina novinara nema neisplaćenih zarada. Čak 88,5% ispitanika navodi da im je sve isplaćeno, što je pozitivan pokazatelj finansijske urednosti u većem dijelu sektora. Sa druge strane, 8,4% novinara izjavljuje da im poslodavac duguje platu za protekli mjesec. Dodatnih 2,3% ispitanika navodi da im se duguje plata za 1–2 mjeseca, što već predstavlja ozbiljan oblik neurednosti i povećava finansijski pritisak na zaposlene. Manji broj ispitanika, 0,8%, ne želi da kaže da li ima neisplaćenih zarada.

Sveukupno, kašnjenja i dugovanja plata prisutna su, ali pogađaju relativno mali dio novinara. Ipak, i taj manji segment ukazuje na finansijsku nestabilnost u pojedinim medijskim kućama i potrebu za većim nadzorom i zaštitnim mehanizmima.

Grafik 9: Da li Vam poslodavac duguje platu za određeni period?



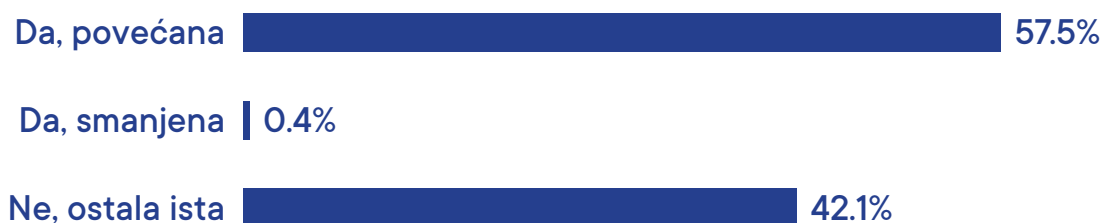
Rezultati pokazuju da je većini novinara u Crnoj Gori plata povećana u protekloj godini, i to nezavisno od državnog programa „Evropa sad 2“. Tačnije, 57,5% ispitanika navodi da im je zarada povećana, što ukazuje na pozitivan trend u sektoru, vjerovatno kao rezultat internih odluka, korekcija zbog inflacije ili napora da se zadrže ključni kadrovi.



“A ono jeste nešto povećano, i meni i nekim kolegama to znam, ali malo je to stvarno. Ali eto, nešto je povećano neću da kažem...” (Učesnik/ca fokus grupe)

S druge strane, 42,1% ispitanika izjavljuje da im se plata nije mijenjala tokom protekle godine. Ovaj rezultat pokazuje da značajan dio novinara nije osjetio napredak u primanjima, što može ukazivati na ograničene finansijske kapacitete pojedinih medija ili na stagnaciju sistema nagrađivanja. Vrlo mali procenat, svega 0,4% ispitanika, navodi da im je plata smanjena u protekloj godini.

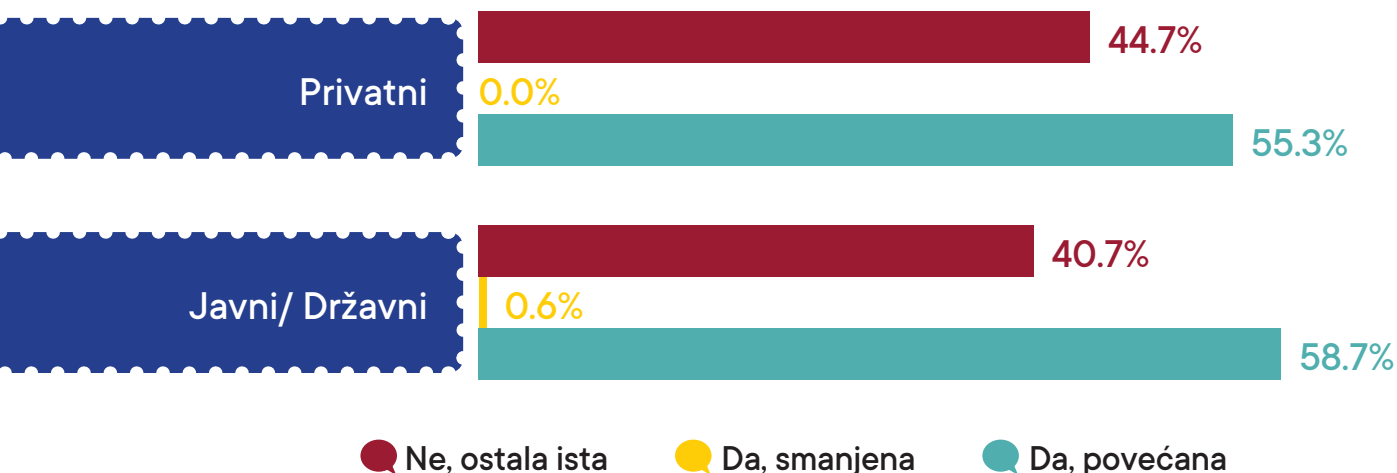
Grafik 10: Da li je Vaša plata povećana/smanjena u protekloj godini, nevezano za Program Evropa sad 2?



Među ispitanicima koji su istakli da im je u prethodnoj godini plata povećana (n=150), najveći udio njih (34%) navodi da je ona bila povećana za 10%, 26,7% navodi da im je plata povećana za 20%, a 11,3% da je povećana za 15%.

Posmatrajući podatke o povećanju/smanjenju plate u protekloj godini uviđamo da ne postoje značajne razlike među novinarima koji rade u javnim i privatnim medijskim servisima. Naime, 58,7% novinara koji rade u javnim medijima navodi da im je plata povećana, 0,6% navodi da je smanjena, a 40,7% da je ostala ista. Slično tome, novinari koji rade u privatnim medijima u 55,3% navode da im je plata u protekloj godini povećana, a 44,7% navodi da je ostala ista, dok niko od njih nije naveo da im je plata smanjena.

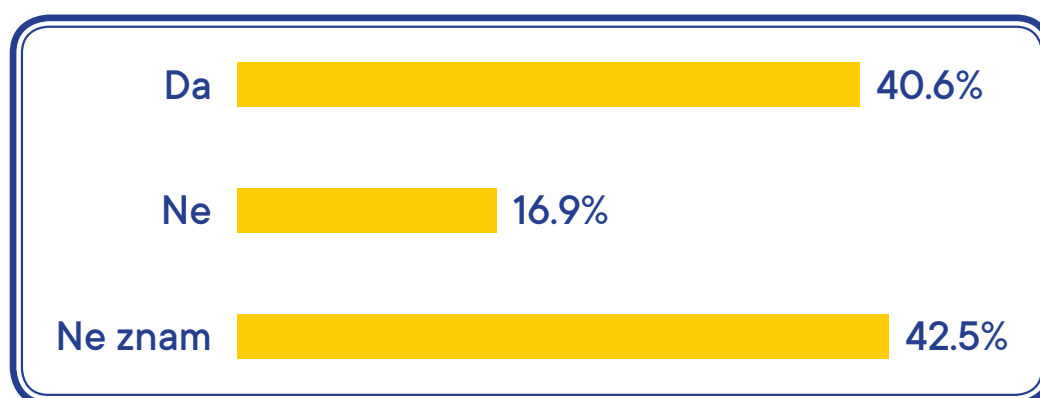
Grafik 11: Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite? * Da li je Vaša plata povećana/smanjena u protekloj godini, nevezano za Program Evropa sad 2?



Kada je riječ o jednakosti zarada na sličnim pozicijama, najveći procenat ispitanika, 42,5%, izjavljuje da ne zna da li njihove kolege primaju istu platu. To ukazuje na nedostatak transparentnosti u okviru medijskih kuća i ograničenu komunikaciju o platama među zaposlenima.

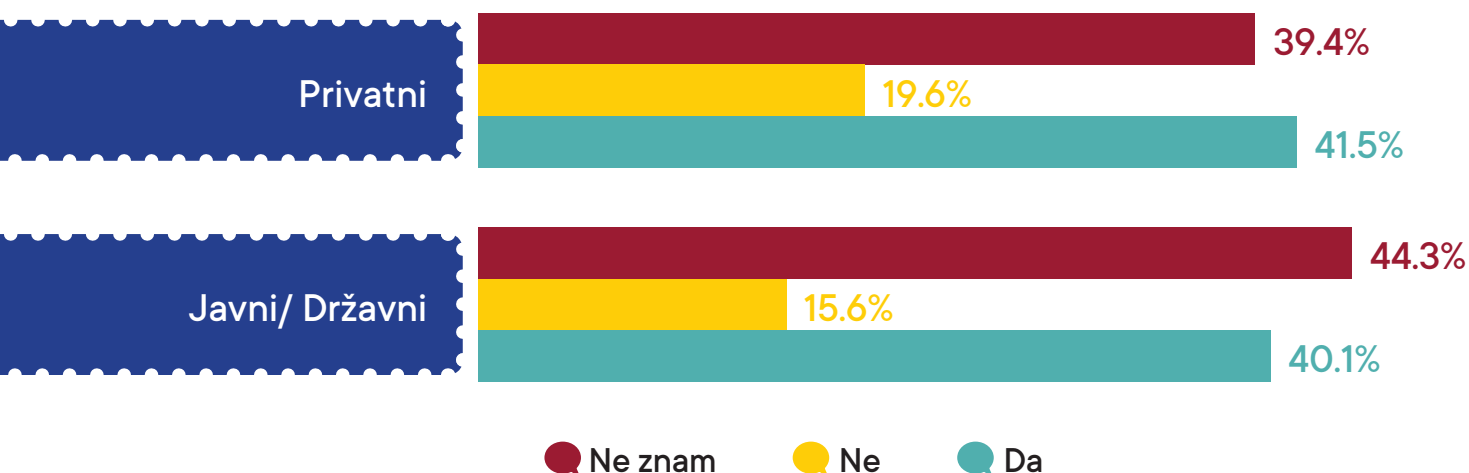
Istovremeno, 40,6% ispitanika smatra da kolege na sličnim pozicijama primaju istu platu kao i oni, što može ukazivati na standardizovanije platne prakse u pojedinim redakcijama. Nasuprot tome, 16,9% ispitanika izjavljuje da njihove kolege nemaju istu platu, iako su na sličnim pozicijama. Ovaj nalaz otvara pitanja o neujednačenostima, neformalnim dogovorima ili razlikama u individualnim pregovorima.

Grafik 12: Prema Vašem znanju, da li Vaše kolege na sličnim pozicijama primaju istu platu kao vi?



Analizirajući ovo pitanje u odnosu na status vlasništva medijske kuće u kojoj rade, zaključujemo da u javnim/državnim i privatnim medijima gotovo isti procenat novinara smatra da njihove kolege na sličnim pozicijama primaju istu platu – 40,1% u javnom sektoru i 41,5% u privatnom. U oba sektora, između 15% i 20% ispitanika vjeruje da plate nijesu jednake, što dodatno ukazuje na percepciju neujednačenosti u platnim praksama.

Grafik 13: Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite? * Prema Vašem znanju, da li vaše kolege na sličnim pozicijama primaju istu platu kao vi?

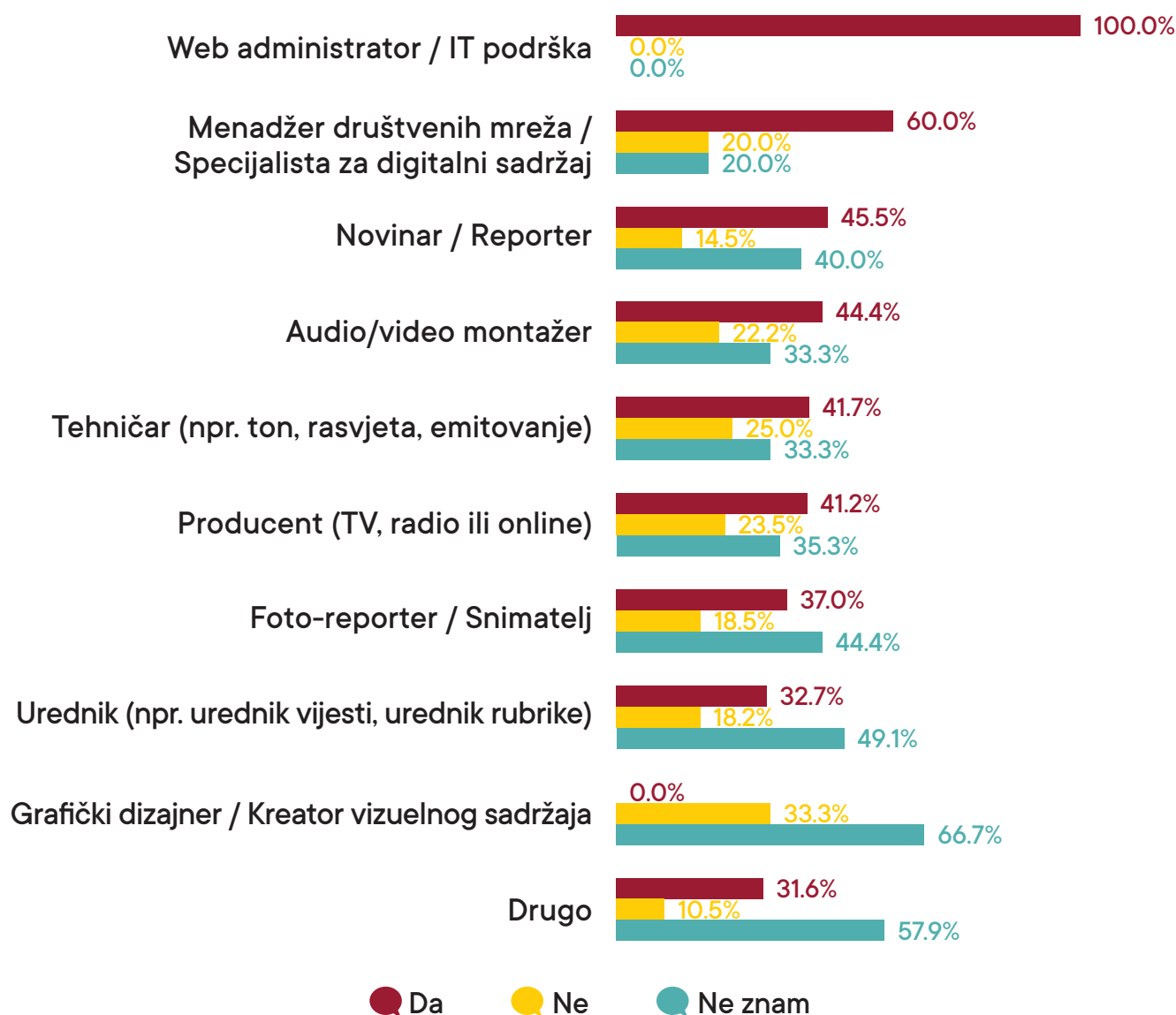


Dodatno, najveći procenat onih koji vjeruju da kolege na istim pozicijama primaju istu platu javlja se kod web administratora (100%). Visoku percepciju jednakosti imaju i menadžeri (60%), te novinari/reporteri (45,5%), ali kod njih postoji i značajan udio ispitanika koji „ne znaju“ (40%), što govori o manjku transparentnosti. Najviše nezvjesnosti javlja se kod grafičkih dizajnera, gdje čak 66,7% ne zna da li postoje razlike u platama, a samo trećina vjeruje da su one jednake. Foto-reporteri i urednici također pokazuju visoke nivoe nesigurnosti po ovom pitanju (44,4% i 49,1%).

Opšti zaključak je da percepcija jednakih plata značajno varira po pozicijama, a u većini zanimanja prisutan je visok nivo neinformisanosti među zaposlenima, što ukazuje na nedostatak jasne komunikacije o platnim strukturama unutar medijskih kuća.



Grafik 14: Koje je Vaše registrovano radno mjesto? *Prema Vašem znanju, da li vaše kolege na sličnim pozicijama primaju istu platu kao vi?



Rezultati pokazuju da velika većina novinara navodi da im poslodavac uredno uplaćuje doprinose za socijalno i zdravstveno osiguranje. Čak 75,9% ispitanika izjavljuje da se doprinosi u potpunosti uplaćuju, što predstavlja pozitivan pokazatelj formalne uređenosti radnog odnosa i poštovanja zakonskih obaveza.

Sveukupno, iako većina novinara ima uredno uplaćene doprinose, postoji zabrinjavajući dio zaposlenih koji rade u neregularnim uslovima. To naglašava potrebu za snažnijim nadzorom i boljom edukacijom zaposlenih o njihovim pravima.

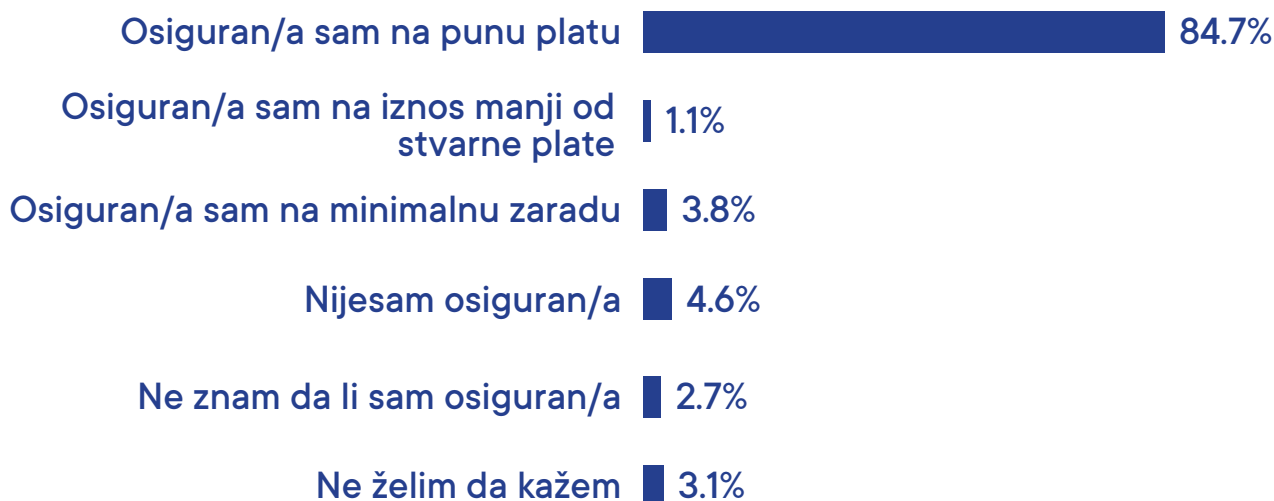
Grafik 15: Da li Vam poslodavac uplaćuje doprinose za socijalno i zdravstveno osiguranje?



Slična slika pojavljuje se i kod pitanja statusa osiguranja. Najveći procenat ispitanika, čak 84,7%, navodi da su osigurani na punu platu. Manji procenat (1,1%) izjavljuje da su osigurani na iznos manji od stvarne plate, a 3,8% kaže da su osigurani na minimalnu zaradu. Oba ova slučaja ukazuju na neregularnosti i prikriveni rad, posebno ako su stvarne plate više od minimalca. Zabrinjavajuće je što 4,6% ispitanika navodi da uopšte nijesu osigurani, dok 2,7% ne zna kakav je njihov status. Dodatnih 3,1% ispitanika ne želi da odgovori.

Ovi podaci ukazuju da većina novinara ima uredno osiguranje zasnovano na punoj plati, ali podaci otkrivaju i prisustvo neregularnosti i značajan dio zaposlenih bez adekvatnog osiguranja. Ovi nalazi ukazuju na potrebu za većom kontrolom i transparentnošću u sistemu uplate doprinosa i regulisanja osiguranja.

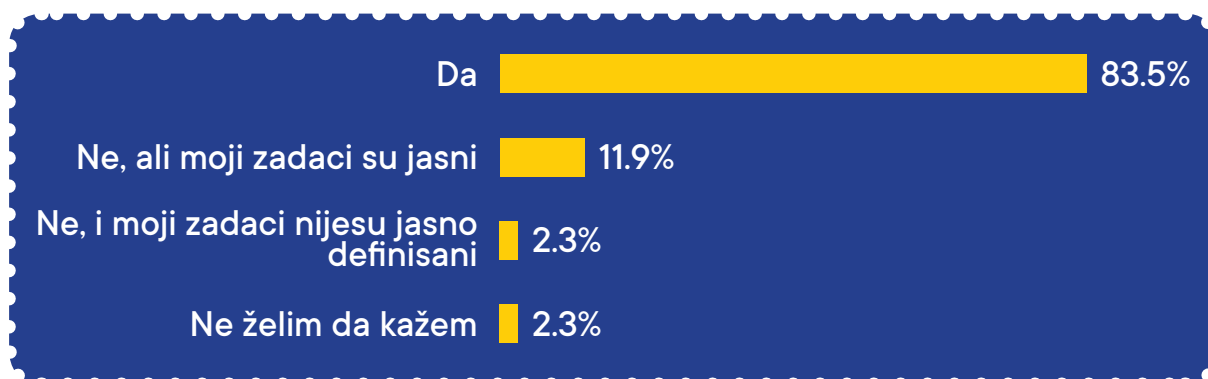
Grafik 16: Kakav je Vaš status osiguranja?



Rezultati pokazuju da velika većina novinara radi u medijima koji imaju uspostavljene zvanične pravilnike i jasno definisane opise poslova. Čak 83,5% ispitanika navodi da takvi dokumenti postoje, što ukazuje na relativno visok nivo institucionalne uređenosti i formalizacije radnih procedura.

Manji dio ispitanika (11,9%) izjavljuje da u njihovoj redakciji ne postoje zvanični pravilnici, ali da su njihovi zadaci jasni. Ova grupa vjerovatno funkcioniše na osnovu usmenih dogovora ili ustaljenih praksi.

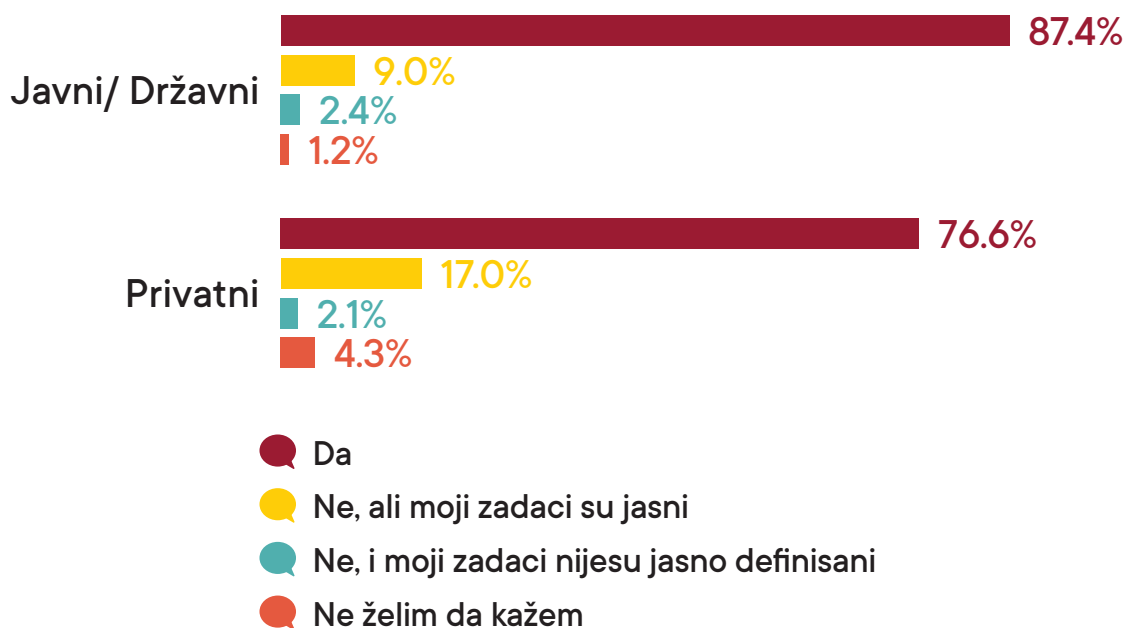
Grafik 17: Da li u mediju u kojem radite postoje zvanični pravilnici ili opisi poslova?



Posmatrajući podatke o vezi između vlasničkog statusa medija i postojanja zvaničnih pravilnika ili opisa poslova, primjećujemo da u javnim medijima, čak 87,4% zaposlenih navodi da postoje zvanični pravilnici ili opisane radne obaveze. Nasuprot tome, u privatnim medijima taj procenat je nešto niži i iznosi 76,6%.

Istovremeno, u privatnim medijima mnogo veći procenat zaposlenih kaže da pravilnici ne postoje, ali da su im zadaci jasni (17% prema 9% u javnom sektoru). Ovo sugerise da se privatni mediji više oslanjaju na neformalnu organizaciju rada. U oba sektora mali procenat ispitanika smatra da zadaci nijesu jasno definisani (oko 2%), dok je udio onih koji ne žele da odgovore nešto veći u privatnim medijima.

Grafik 18: Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite? * Da li u mediju u kojem radite postoje zvanični pravilnici ili opisi poslova?



Većina novinara radi u okviru standardnog osmočasovnog radnog dana. Najveći procenat ispitanika, 56,7%, navodi da dnevno radi 6–8 sati. Međutim, 28,0% ispitanika izjavljuje da u prosjeku radi 8–10 sati dnevno, a 3,4% više od 10 sati. Ovi podaci ukazuju na čestu potrebu za produženim angažmanom i potencijalni rizik od preopterećenja i sagorijevanja.

“Nema tu radnog vremena, nego kad se nešto desi mi smo na terenu, a kolege u režiji” (Učesnik/ca fokus grupe)



“Nas zovnu – evo nešto se dešava, i mi odmah moramo da krenemo i idemo tamo.” (Učesnik/ca fokus grupe)

Na drugom kraju skale nalaze se oni koji rade kraće od 4 sata (1,1%) ili 4–6 sati dnevno (8,0%). Ovi slučajevi vjerovatno se odnose na honorarne angažmane ili specifične pozicije. Dodatnih 2,7% ispitanika ne želi da kaže koliko sati dnevno radi. Sveukupno, novinarstvo se potvrđuje kao profesija visoke dinamike i čestog produženog rada.

Grafik 19: Koliko sati dnevno u prosjeku radite?

Manje od 4 sata ■ 1.1%

4–6 sati ■ 8.0%

6–8 sati ■ 56.7%

8–10 sati ■ 28.0%

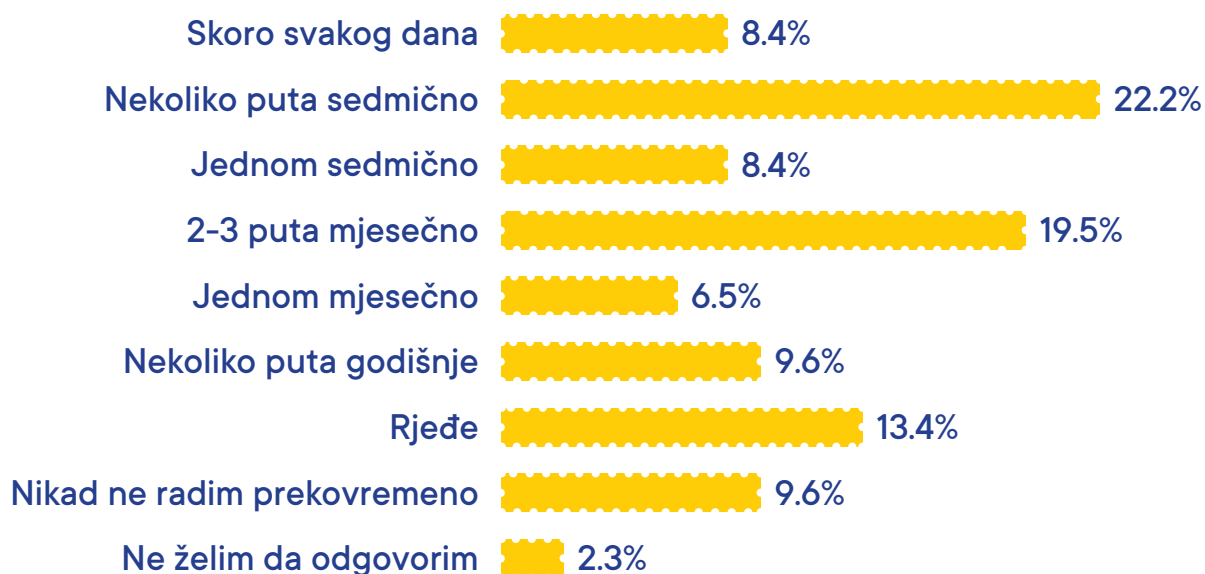
Više od 10 sati ■ 3.4%

Ne želim da kažem ■ 2.7%

Prekovremeni rad je veoma česta pojava. Najveći procenat ispitanika, 22,2%, navodi da rade prekovremeno nekoliko puta sedmično. Još 19,5% radi prekovremeno 2–3 puta mjesečno, 8,4% jednom sedmično, a isti procenat (8,4%) skoro svakog dana. Manji udio prijavljuje prekovremeni rad jednom mjesečno (6,5%) ili nekoliko puta godišnje (9,6%), dok 13,4% kaže da radi prekovremeno „rjeđe“. Samo 9,6% ispitanika navodi da nikada ne radi prekovremeno, a 2,3% ne želi da odgovori. Ovi podaci ukazuju da većina novinara radi prekovremeno najmanje nekoliko puta mjesečno, a značajan dio i nekoliko puta sedmično.

Treba napomenuti i to da kvalitativni nalazi ukazuju da je prekovremeni rad jedan od glavnih izvora stresa. Učesnici fokus grupa, naročito iz javnog servisa, navode da radno opterećenje često utiče na privatni život, dok novinarkе ističu dodatni izazov usklađivanja roditeljskih obaveza. Nedostatak sistemskih obuka za rad u rizičnim situacijama i psihološku podršku dodatno pojačava osjećaj iscrpljenosti i rizik od sagorijevanja.

Grafik 20: Koliko često radite prekovremeno?



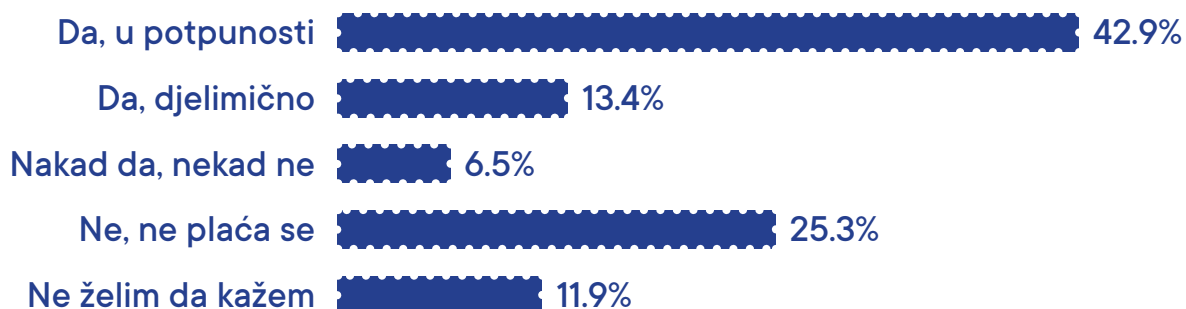
Iako je čest, zaposleni u medijima kažu da prekovremeni rad nije plaćen dosljedno, što ukazuje na značajne razlike u praksi među medijskim kućama. Najveći procenat ispitanika, 42,9%, navodi da im se prekovremeni rad u potpunosti plaća, što predstavlja pozitivnu i zakonski ispravnu praksu poslodavaca koji prepoznaju dodatni angažman zaposlenih.

“Podrazumijeva se da smo mi pripravnici i da ćemo izaći na teren kad god treba.”
(Učesnik/ca fokus grupe)

Međutim, 13,4% ispitanika izjavljuje da im se prekovremeni rad plaća djelimično, što ukazuje da se dodatni rad časovi ne kompenzuju u punom iznosu ili da se plaćaju samo u određenim slučajevima. Ovakva praksa može biti posljedica neujednačenih internih politika ili nejasno definisanih pravila o prekovremenom angažmanu.

Zabrinjavajući podatak jeste da 25,3% novinara kaže da se prekovremeni rad uopšte ne plaća. Pored toga, 11,9% ispitanika ne želi da odgovori na ovo pitanje, što može ukazivati na osjetljivost teme ili na strah od posljedica, posebno u redakcijama u kojima prekovremeni rad nije formalno priznat ni kompenzovan.

Grafik 21: Da li Vam se prekovremeni rad plaća?

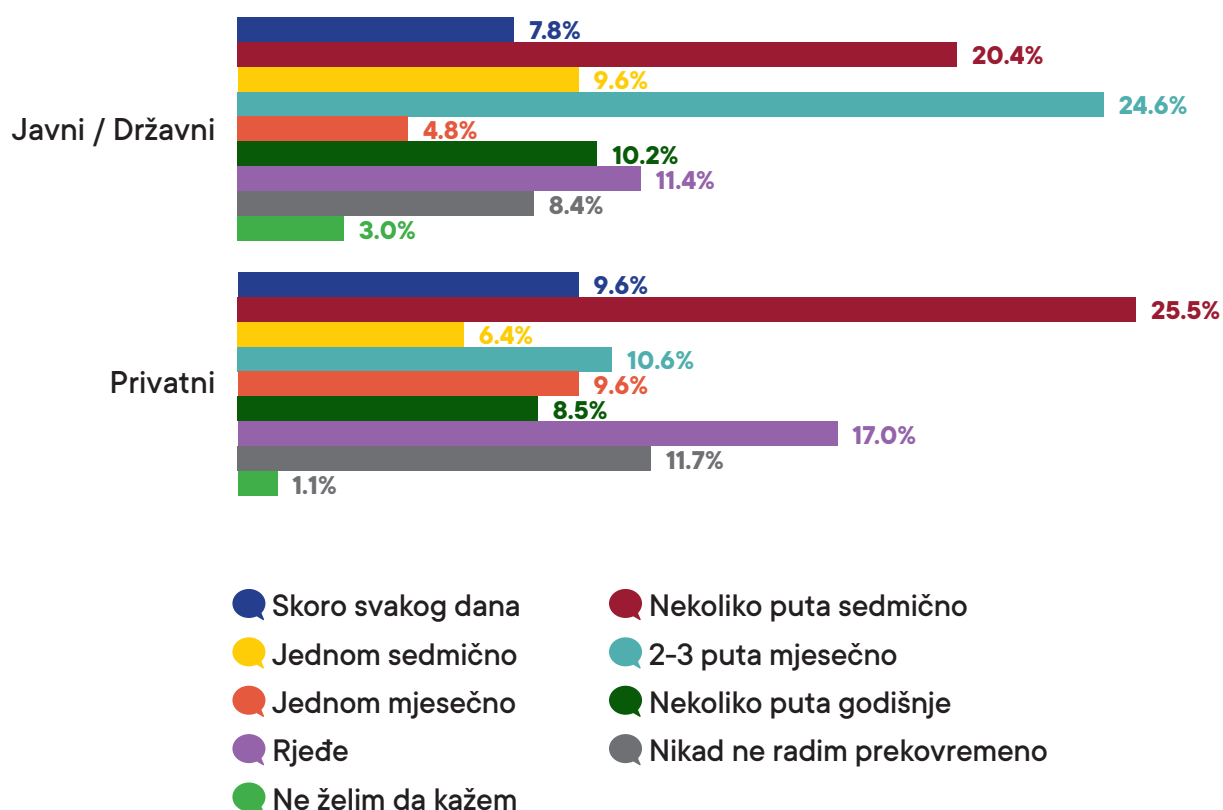


Posmatrajući podatke o vezi između tipa vlasništva medija i učestalosti prekovremenog rada, uočavaju se izvjesne razlike između javnog/državnog i privatnog sektora.

U privatnim medijima je prekovremeni rad izraženiji: 9,6% novinara radi prekovremeno skoro svakog dana, a čak 25,5% nekoliko puta sedmično. Nasuprot tome, u javnim/državnim medijima te vrijednosti su niže (7,8% i 20,4%). Privatni sektor pokazuje i manji udio onih koji nikada ne rade prekovremeno (11,7% naspram 8,4% u javnom sektoru), što dodatno ukazuje na veću opterećenost poslom.

S druge strane, javni/državni sektor ima najveći procenat zaposlenih koji prekovremeno rade samo povremeno – posebno 2–3 puta mjesečno (24,6%), što je više nego duplo u odnosu na privatni sektor (10,6%). To sugerise da su prekovremeni sati u javnim medijima češće povremeni, a rjeđe intenzivni i kontinuirani.

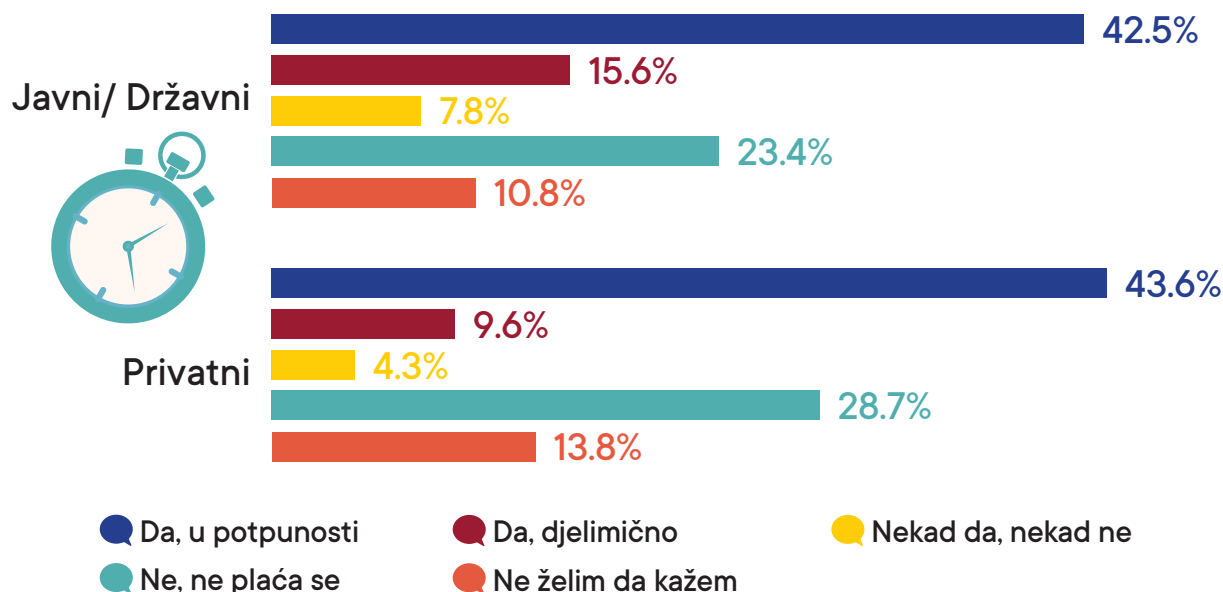
Grafik 22: Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite? *Koliko često radite prekovremeno?



Posmatrajući podatke o vezi između tipa vlasništva medija i toga da li se prekovremeni rad plaća, vidi se da su obrasci u javnom/državnom i privatnom sektoru veoma slični, uz nekoliko važnih razlika.

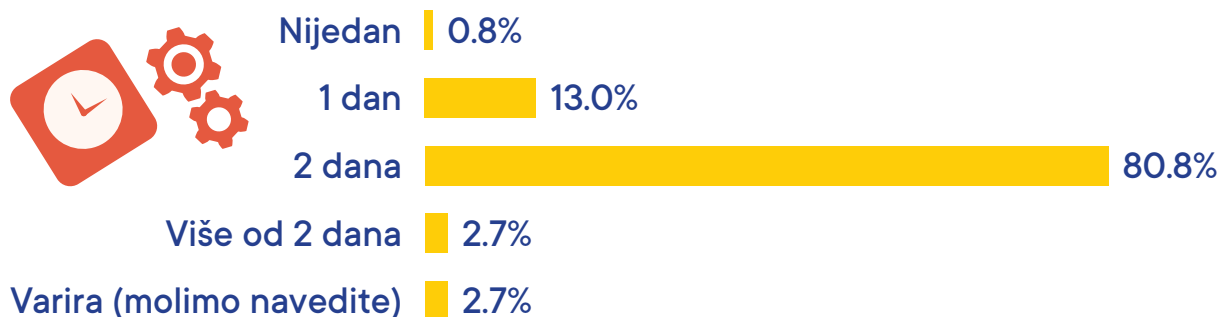
U oba sektora otprilike isti procenat zaposlenih navodi da im se prekovremeni rad u potpunosti plaća – 42,5% u javnim medijima i 43,6% u privatnim. Ovo pokazuje da gotovo polovina novinara, bez obzira na tip medija, ima jasnu i uređenu kompenzaciju za prekovremeni rad. Razlike se javljaju kod djelimične naknade: javni sektor znatno češće navodi djelimično plaćanje (15,6% prema 9,6%), dok je u privatnom sektoru više onih koji tvrde da se prekovremeni rad uopšte ne plaća (28,7% prema 23,4%). Ovo sugerise da privatni mediji nešto češće funkcionišu bez formalnih mehanizama kompenzacije.

Grafik 23: Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite? * Da li Vam se prekovremeni rad plaća?



Kada je riječ o slobodnim danima, 80,8% novinara ističe da sedmično ima dva slobodna dana, dok 13% navodi da imaju samo jedan. Dodatnih 2,7% kaže da imaju više od dva slobodna dana, a 2,7% da broj slobodnih dana varira. Posebno zabrinjava podatak da 0,8% novinara navodi da na sedmičnom nivou nemaju nijedan slobodan dan.

Grafik 24: Koliko slobodnih dana imate sedmično?



Dalje, kada je riječ o godišnjem odmoru, 94,6% novinara ističe da ima redovan godišnji odmor, dok 3,1% navodi da ga nemaju. Među onima koji imaju godišnji odmor, gotovo svi ispitanici (97,6%) kažu da ga koristi.

Grafik 25: Da li imate redovan godišnji odmor?



Grafik 26: Da li ga koristite?



Kada smo ih upitali koliko dana u prosjeku traje njihov godišnji odmor, najveći udio njih (71%) odgovorilo je da traje od 20 do 30 dana, dok je 15,6% navelo da traje od 1 do 20 dana. Dalje, 10,8% istaklo je da njihov odmor traje od 30 do 40 dana, a ostalih 2,7% da traje čak manje od 10 dana.

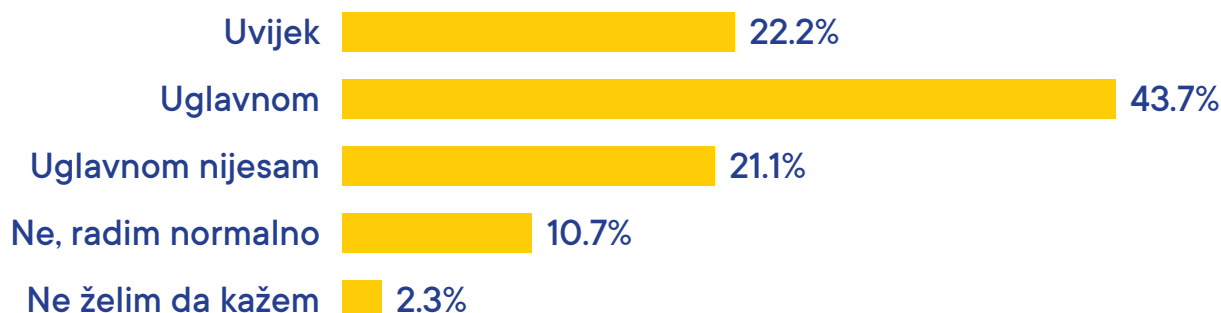
Dalje, rezultati pokazuju da većina novinara u Crnoj Gori nije u potpunosti slobodna tokom državnih i vjerskih praznika, što je očekivano s obzirom na prirodu medijskog rada. Najveći procenat ispitanika, 43,7%, navodi da su uglavnom slobodni, ali ne uvijek. Ovaj podatak ukazuje na fleksibilan, ali ipak djelimično opterećen raspored tokom prazničnih dana. Pored toga, 22,2% ispitanika kaže da su uvijek slobodni tokom praznika, što je relativno mali, ali važan segment radne snage koji ima jasno regulisan i stabilan sistem rada u svojim redakcijama. Ovo pokazuje da pojedini mediji poštuju praznike kao redovne neradne dane, čak i u profesiji koja najčešće zahtijeva kontinuiranu dostupnost.

Istovremeno, 21,1% ispitanika izjavljuje da uglavnom nijesu slobodni tokom praznika, dok 10,7% navodi da rade normalno, kao i svakog drugog dana. Ovi nalazi ukazuju na znatan dio novinara koji praznike provodi radno, što je često posljedica potrebe za praćenjem aktuelnih događaja i informisanjem javnosti bez prekida.

Rezultati potvrđuju da veliki broj novinara u Crnoj Gori tokom praznika radi barem povremeno ili redovno. Ovakva situacija reflektuje specifičnost profesije u kojoj informisanje javnosti ne prestaje ni tokom prazničnih dana, ali i ukazuje na potrebu za adekvatnom kompenzacijom i regulisanjem rada u danima državnog značaja.

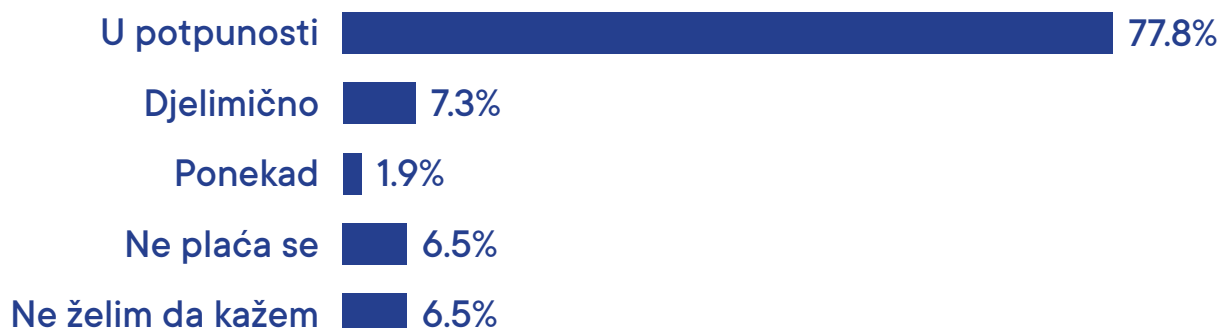


Grafik 27: Da li ste slobodni tokom državnih i vjerskih praznika?



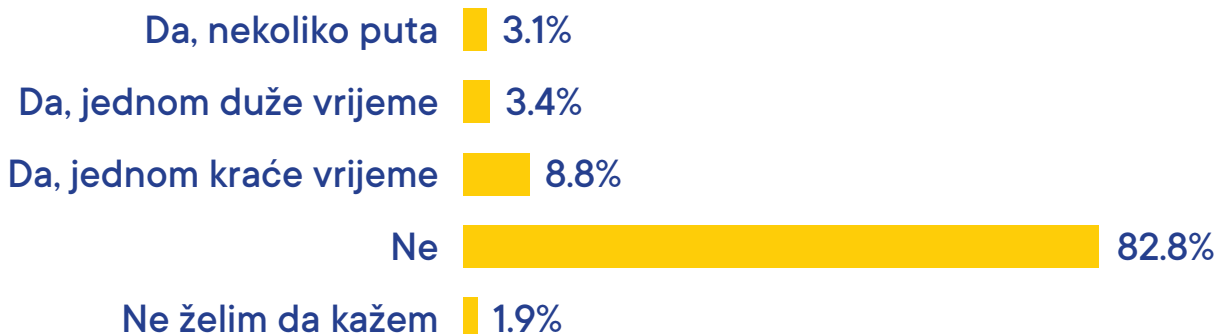
Rezultati pokazuju da se rad tokom državnih i vjerskih praznika u najvećem broju slučajeva dodatno plaća, što ukazuje na primjenu zakonskih obaveza u većini medijskih kuća. Najveći procenat ispitanika, 77,8%, navodi da se rad tokom praznika u potpunosti dodatno plaća, što predstavlja pozitivan trend i potvrđuje da veliki dio poslodavaca poštuje propise koji se odnose na rad u dane državnog značaja. Dalje, 7,3% ispitanika izjavljuje da se njihov rad tokom praznika dodatno plaća djelimično, što sugerise da kompenzacija postoji, ali ne u punom obimu propisanom zakonom. Ovakva praksa može dovesti do neravnopravnosti među zaposlenima i neujednačene primjene radnih prava. Manji broj novinara, 1,9%, navodi da im se rad tokom praznika ponekad dodatno plaća, što ukazuje na nedosljednost u praksi poslodavca i situaciono odlučivanje o naknadama.

Grafik 28: Da li se rad tokom praznika dodatno plaća?



Kada je u pitanju bolovanje, rezultati pokazuju da je velika većina novinara u Crnoj Gori tokom prethodne godine nijesu bili na bolovanju. Čak 82,8% ispitanika izjavljuje da nije koristilo bolovanje ni u jednom periodu, što može ukazivati na dobro zdravstveno stanje zaposlenih, ali i na moguće prisustvo pritiska da se radi uprkos zdravstvenim poteškoćama, što je česta pojava u profesijama sa visokim radnim opterećenjem.

Grafik 29: Da li ste tokom prošle godine bili na bolovanju?



Najveći dio novinara smatra da imaju adekvatan pristup savremenim tehnološkim sredstvima potrebnim za rad. Čak 47,5% ispitanika se u potpunosti slaže, a dodatnih 29,9% se uglavnom slaže sa ovom tvrdnjom. Ovo ukazuje da većina redakcija obezbjeđuje osnovnu i modernu opremu, poput računara, stabilnog interneta i relevantnog softvera. Manji dio ispitanika (9,2%) zauzima neutralan stav, dok se ukupno 8,8% ne slaže u određenoj mjeri (1,4% potpuno, 4,8% uglavnom), što ukazuje da u pojedinim medijima i dalje postoje tehnološki nedostaci. Kao poseban problem, fotografi su istakli da rijetko dobijaju opremu od svojih medijskih kuća, već da je sami kupuju.



“Ja u svakom trenutku kad sam na terenu na sebi imam 4-5 hiljada eura opreme. Konkretno ja sada imam sreće da jedan od dva aparata koje koristim sam dobio od redakcije. Drugi sam kupio sam. Znam da moje kolege fotografi svu opremu kupuju sami. Tako sam i ja većinu vremena koliko sam u ovom poslu. Ti aparati i objektivi su veoma skupi.” (Učesnik/ca fokus grupe)

Većina novinara procjenjuje da njihov radni prostor ispunjava osnovne uslove za siguran i kvalitetan rad, ali u manjoj mjeri nego kada je riječ o opremi. Sa tvrdnjom se u potpunosti slaže 37,5%, a 33,3% se uglavnom slaže.

Kada je riječ o radnom vremenu, 40,2% ispitanika se u potpunosti slaže, a 26,8% uglavnom slaže da je radno vrijeme jasno definisano i poštuje se u praksi. Ipak, značajan segment (16,1%) zauzima neutralan stav, što može ukazivati na varijabilnost radnih obaveza ili nedovoljnu formalizaciju. Dodatnih 11,9% se ne slaže u određenoj mjeri, što ukazuje da u pojedinim redakcijama postoji problem prekovremenog rada, nedefinisanih smjena ili nerealnih očekivanja u pogledu dostupnosti.

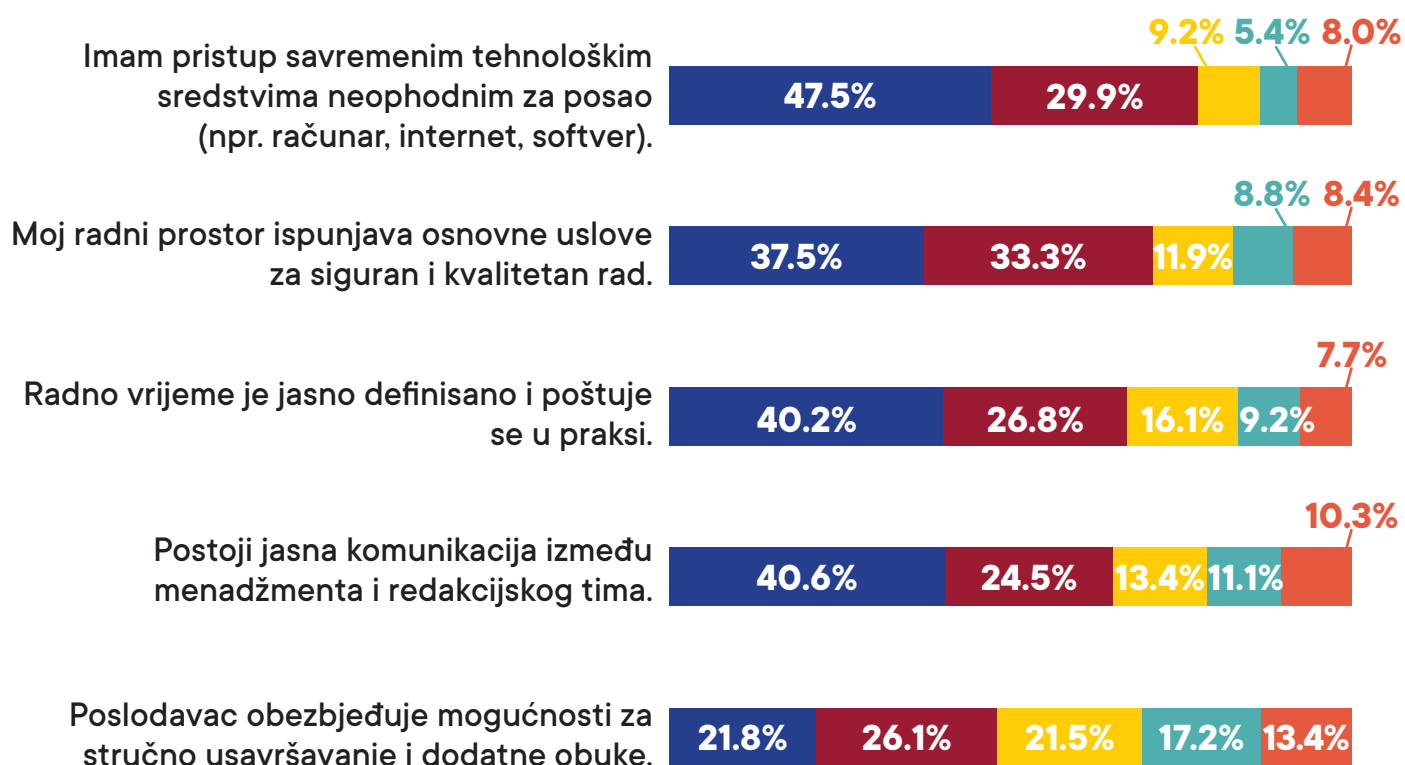
Komunikacija unutar redakcija pokazuje relativno pozitivan trend: 40,6% novinara u potpunosti se slaže, a 24,5% uglavnom se slaže da postoji jasna komunikacija između menadžmenta i redakcijskog tima.

Najlošije ocijenjena tvrdnja odnosi se na mogućnosti za stručno usavršavanje. Samo 21,8% ispitanika se u potpunosti slaže, dok 26,1% uglavnom slaže, što je ukupno 47,9%. Istovremeno, značajan dio novinara smatra da takve mogućnosti nijesu adekvatne: 17,2% se uglavnom ne slaže, a 13,4% se potpuno ne slaže. Dodatnih 21,5% je neutralno. Ovakav raspored odgovora ukazuje da je obuka i profesionalno usavršavanje jedno od najslabije razvijenih područja u medijskom sektoru u Crnoj Gori.



“Ima tu dosta problema, ali ima i prilika budimo realni. Samo je problem što smo mi toliko zatrpani poslom da nam se ne mili ići na obuke. To je loše.” (Učesnik/ca fokus grupe)

Grafik 30: Molimo Vas da na skali od 1 (Uopšte se ne slažem) do 5 (U potpunosti se slažem) ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećim izjavama:

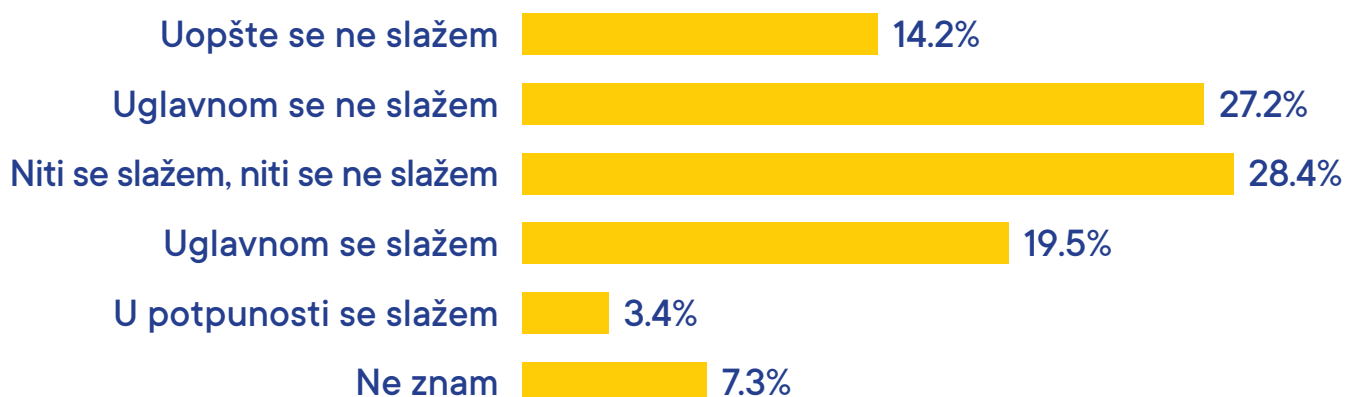


- 5 - Potpuno se slažem
- 4- Uglavnom se slažem
- 3 - Niti se slažem, niti se ne slažem
- 2 - Uglavnom se ne slažem
- 1- Potpuno se ne slažem

Rezultati pokazuju da je opšti nivo povjerenja u stabilnost i dugoročnost zaposlenja u novinarstvu u Crnoj Gori relativno nizak. Najveći procenat ispitanika, 28,4%, zauzima neutralan stav, što sugeriše da značajan broj novinara nije siguran u perspektivu profesije i ne može donijeti jasan sud o dugoročnoj stabilnosti ovog zanimanja.

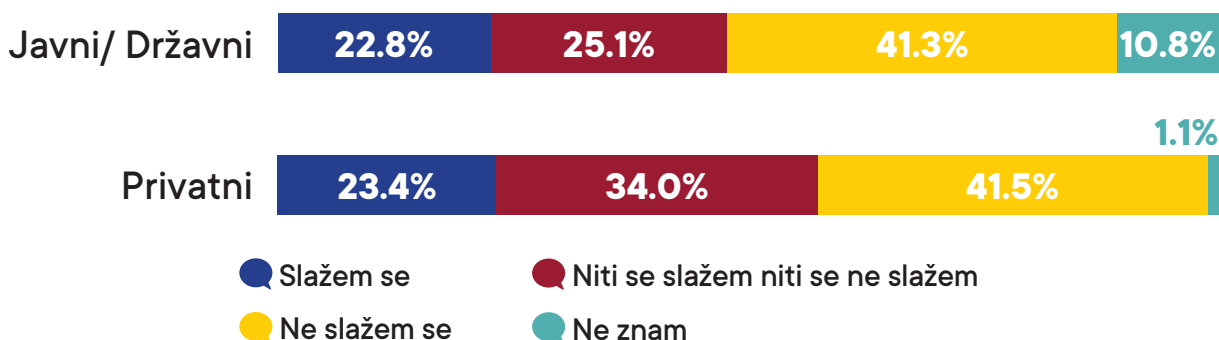
Zabrinjavajuće je što 27,2% ispitanika navodi da se uglavnom ne slaže, a dodatnih 14,2% da se uopšte ne slaže sa tvrdnjom da novinarstvo pruža stabilne i dugoročne izgleda za zaposlenje. Ukupno, više od 41% novinara ima negativnu percepciju stabilnosti profesije, što predstavlja snažan signal o zabrinutosti zbog nesigurnih ugovora, niskih zarada, opterećenosti poslom i neizvjesnih poslovnih modela medija.

Grafik 31: Ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećom izjavom: „Vjerujem da novinarstvo u Crnoj Gori pruža stabilne i dugoročne izglede za zaposlenje“



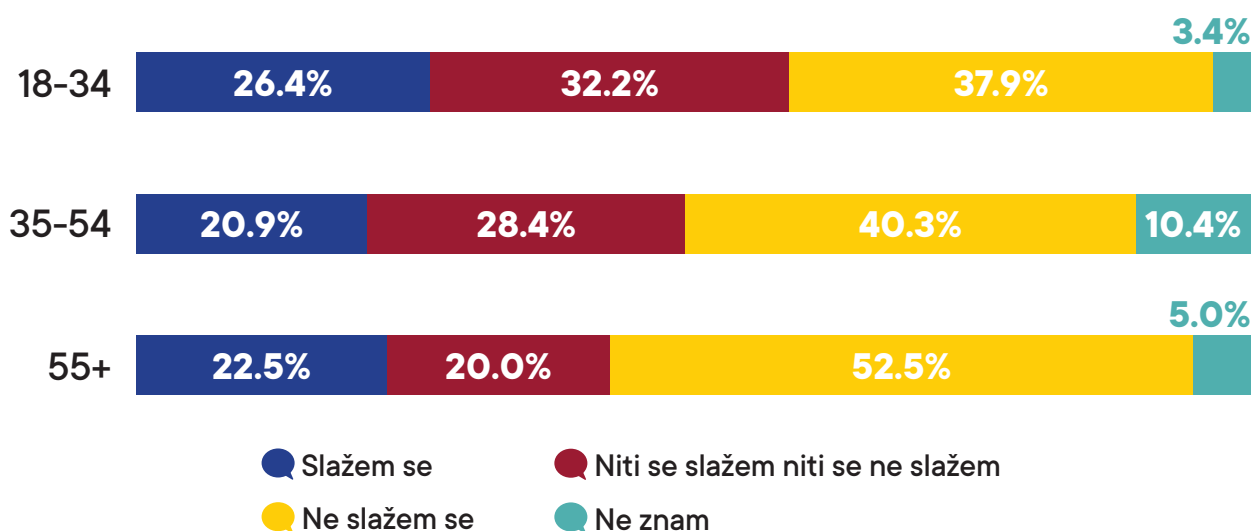
U obje vrste medija dominira skepticizam prema tvrdnji da novinarstvo u Crnoj Gori pruža stabilne i dugoročne izglede za zaposlenje. Nešto više od 40% zaposlenih u javnim/državnim i privatnim medijima izjavljuje da se ne slaže sa navedenom tvrdnjom, dok je udio onih koji se slažu relativno nizak (22,8% u javnim i 23,4% u privatnim medijima). Neutralni stav je nešto češći u privatnim medijima (34,0%) nego u javnim (25,1%), što ukazuje na veću neodlučnost zaposlenih u privatnom sektoru. Ukupan obrazac odgovora sugerise da bez obzira na vlasničku strukturu medija, zaposleni procjenjuju novinarstvo kao profesiju sa ograničenom stabilnošću i skromnim dugoročnim perspektivama zaposlenja.

Grafik 32: Ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećom izjavom: „Vjerujem da novinarstvo u Crnoj Gori pruža stabilne i dugoročne izglede za zaposlenje.“ * Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite?



U svim starosnim grupama dominira uvjerenje da novinarstvo u Crnoj Gori ne pruža stabilne i dugoročne izglede za zaposlenje, pri čemu se negativan stav pojačava s godinama starosti. Najmlađi ispitanici (18–34) pokazuju nešto veći stepen optimizma, jer oko 26% njih izražava slaganje s tvrdnjom, dok se ovaj procenat smanjuje kod starijih grupa. Istovremeno, udio onih koji se ne slažu raste s godinama i dostiže maksimum u grupi 55+, gdje čak 52,5% ispitanika smatra da novinarstvo ne nudi dugoročnu stabilnost. Grupa 35–54 godina pokazuje najveću neodlučnost (“ne znam” – 10,4%), što može ukazivati na veću nesigurnost u srednjoj fazi karijere. Ovakav obrazac ukazuje da se percepcija nestabilnosti profesije povećava s dužim iskustvom u sektoru.

Grafik 33: Ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećom izjavom: „Vjerujem da novinarstvo u Crnoj Gori pruža stabilne i dugoročne izglede za zaposlenje.“ * Godine starosti

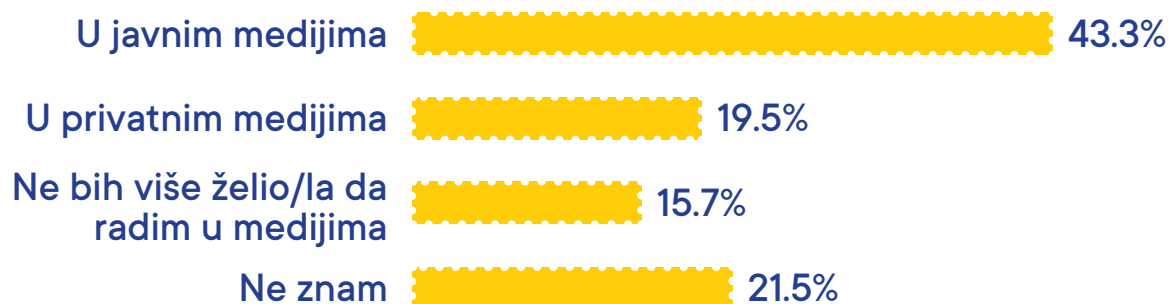


Rezultati pokazuju da najveći broj novinara u Crnoj Gori preferira rad u javnim medijima. Čak 43,3% ispitanika izjavljuje da bi radije radili u javnom servisu ili drugim javnim medijskim institucijama. Ovaj podatak ukazuje na percepciju javnih medija kao stabilnijih, sigurnijih i vjerovatno bolje uređenih u smislu radnih uslova, plata i dugoročnosti zaposlenja.

Druga po veličini grupa su oni koji bi radije radili u privatnim medijima, što je izbor 19,5% ispitanika. Ovaj procenat ukazuje da određeni broj novinara smatra da privatni mediji nude veće profesionalne izazove, brže napredovanje ili više prostora za kreativni i istraživački rad.

Značajan broj (15,7%), navodi da više ne bi želio/la da radi u medijima. Ovaj podatak je posebno važan jer ilustruje visoke nivoe nezadovoljstva profesijom, iscrpljenosti i percepcije niskih perspektiva razvoja u sektoru.

Grafik 34: Gdje biste radije radili?



Analiza odgovora ispitanika koji su istakli da bi radije radili u javnim medijima pokazuje da novinari dominantno preferiraju rad u njima zbog visokog nivoa radne sigurnosti. Najčešće pominjani elementi sigurnosti uključuju: stabilno i redovno finansiranje, sigurnost radnog mjesta, redovnu isplatu plata, kao i poštovanje radnih prava, poput bolovanja, odmora i radnog vremena. Druga važna kategorija razloga odnosi se na bolje radne uslove i organizaciju. Novinari ističu da su javni mediji generalno profesionalnije organizovani, imaju jasnija pravila rada i manje pritisaka u odnosu na privatne medije. Takođe se navodi da je u javnim medijima prisutna veća dostupnost resursa, veći broj zaposlenih u redakcijama i bolja tehnička infrastruktura, što olakšava svakodnevni rad.

Treća grupa razloga tiče se mogućnosti profesionalnog napredovanja i usavršavanja. Učesnici smatraju da javni mediji nude više prilika za razvoj i stabilnije karijerne putanje, kao i da je posao dugoročno predvidljiviji i manje rizičan. Značajan dio odgovora ističe i društvenu ulogu javnih medija, obavezu da informišu javnost objektivno, nepristrasno i u skladu s profesionalnim standardima. Za pojedine novinare to je ključni motiv, jer javne medijske službe doživljavaju kao institucije koje rade u interesu građana, a ne komercijalnih ili političkih centara moći.

Manji broj odgovora odnosi se na lična iskustva dugogodišnjeg rada u javnom sektoru, kao i preferencije vezane za specifične sadržaje (npr. sportski program), tehničke aspekte (bolja pokrivenost signalom) ili lične afinitete prema javnom servisu.



***“Mislim da se u javnim medijima mnogo manje radi, njih ima uvijek dosta, pogledajte samo RTCG. U privatnim medijima je manje ljudi, pa morate na sve strane, manja je i podjela posla nego svi uskočimo đe treba.”
(Učesnik/ca fokus grupe)***

S druge strane, odgovori ispitanika koji preferiraju rad u privatnim medijima pokazuju da je novinarska sloboda i urednička nezavisnost ključni motiv za takvu odluku. Mnogi navode da privatni mediji obezbjeđuju veću autonomiju u odabiru tema, slobodnije upravljanje sadržajem i manje političkog uticaja, dok javne medije smatraju previše kontrolisanim od strane države ili aktuelne vlasti.

Druga značajna tema je mogućnost profesionalnog izražavanja i kreativnosti. Ispitanici ističu da privatni mediji omogućavaju veći prostor za samostalni rad, kreativno izražavanje, kreiranje sadržaja i razvoj originalnih ideja. Smatraju da je rad u privatnom sektoru fleksibilniji, manje formalistički i manje opterećen administrativnim procedurama.

Takođe se ističe veća mogućnost napredovanja i vidljiviji meritokratski sistem. Mnogi vjeruju da privatni mediji pružaju više prilika za profesionalni razvoj i ostvarivanje boljih rezultata, a neki i bolje finansijske uslove u odnosu na javni sektor.

Neki ispitanici navode da su lojalni privatnim medijima zbog dugogodišnjeg iskustva u tom sektoru, bilo kao zaposleni ili kao osnivači medija. Za njih je privatni sektor već stečeno profesionalno okruženje kojem vjeruju.

Treba napomenuti da su negativni stavovi prema javnim medijima su jasno izraženi: ispitanici ih opisuju kao birokratizovane, politički zavisne, sa rigidnim pravilima i ograničenim prostorom za slobodno novinarstvo.

Kao najčešći razlog za napuštanje medijskog sektora ispitanici navode kombinacija niskih primanja i visokog nivoa stresa. Ističu da je novinarski posao u Crnoj Gori potplaćen, da su plate nesrazmjerne obimu posla, odgovornostima i uslovima rada, te da je medijski sektor jedan od najmanje cijenjenih kada je riječ o naknadama i beneficijama. Drugi dominantan razlog odnosi se na teške i često nesigurne radne uslove. Ispitanici navode preopterećenost poslom, nepostojanje definisanog radnog vremena, loše uslove na terenu, neredovna ili nesigurna zaposlenja i izostanak kolektivnih ugovora. Posebno se naglašava fizički zahtjevan rad snimatelja i reportera, kao i manjak zaštite – uključujući i činjenicu da novinari nemaju status službenog lica. Treća grupa razloga vezana je za narušenu profesionalnost i političku kontrolu u medijskom sektoru. Mnogi ispitanici navode da su redakcije opterećene partijskim uticajima, političkom podobnošću, lošim rukovođenjem, neprofesionalnim nadređenima i nedostatkom uredničke nezavisnosti. Ovakvo okruženje, prema njihovim procjenama, dovodi do pada kvaliteta novinarstva, erozije kredibiliteta profesije i gubitka smisla posla.

Četvrta značajna tema je nedostatak perspektive i mogućnosti napredovanja. Ispitanici naglašavaju da medijski sektor ne nudi stabilne karijerne puteve, da se kompetencije i iskustvo ne vrednuju, te da je napredovanje često vezano za podobnost, a ne za kvalitet ili radne rezultate. To utiče na demotivaciju i zasićenje, posebno kod onih sa dugim radnim stažem. Neki ispitanici navode i lične razloge, poput želje za promjenom, interesovanja za druge profesije ili planova za pokretanje sopstvenog biznisa. Mnogi takođe opisuju umor i iscrpljenost nakon više godina rada u zahtjevnom i slabo nagrađenom okruženju.

Dalje, ispitanike smo upitali da li smatraju da se muškarci i žene novinari tretiraju na isti način od strane različitih aktera. Najveći procenat ispitanika, 65,5%, smatra da se muškarci i žene tretiraju na isti način od strane urednika. Ovo ukazuje na relativno visok nivo rodne ravnopravnosti u redakcijskim procesima. Ipak, 6,9% vjeruje da se muškarci tretiraju bolje, dok 6,1% smatra da su žene u boljem položaju. Značajan udio ispitanika (17,6%) nije siguran, što može ukazivati na nedovoljnu transparentnost u načinu donošenja uredničkih odluka.

Sličan obrazac prisutan je i u odnosima među samim kolegama: 65,1% ispitanika smatra da su kolegijalni odnosi rodno uravnoteženi. Ipak, 5,7% vjeruje da se muškarci tretiraju bolje, dok 10,0% smatra da žene imaju povoljniji tretman. Čak 15,3% ne može procijeniti, što ukazuje da iskustva variraju među redakcijama.

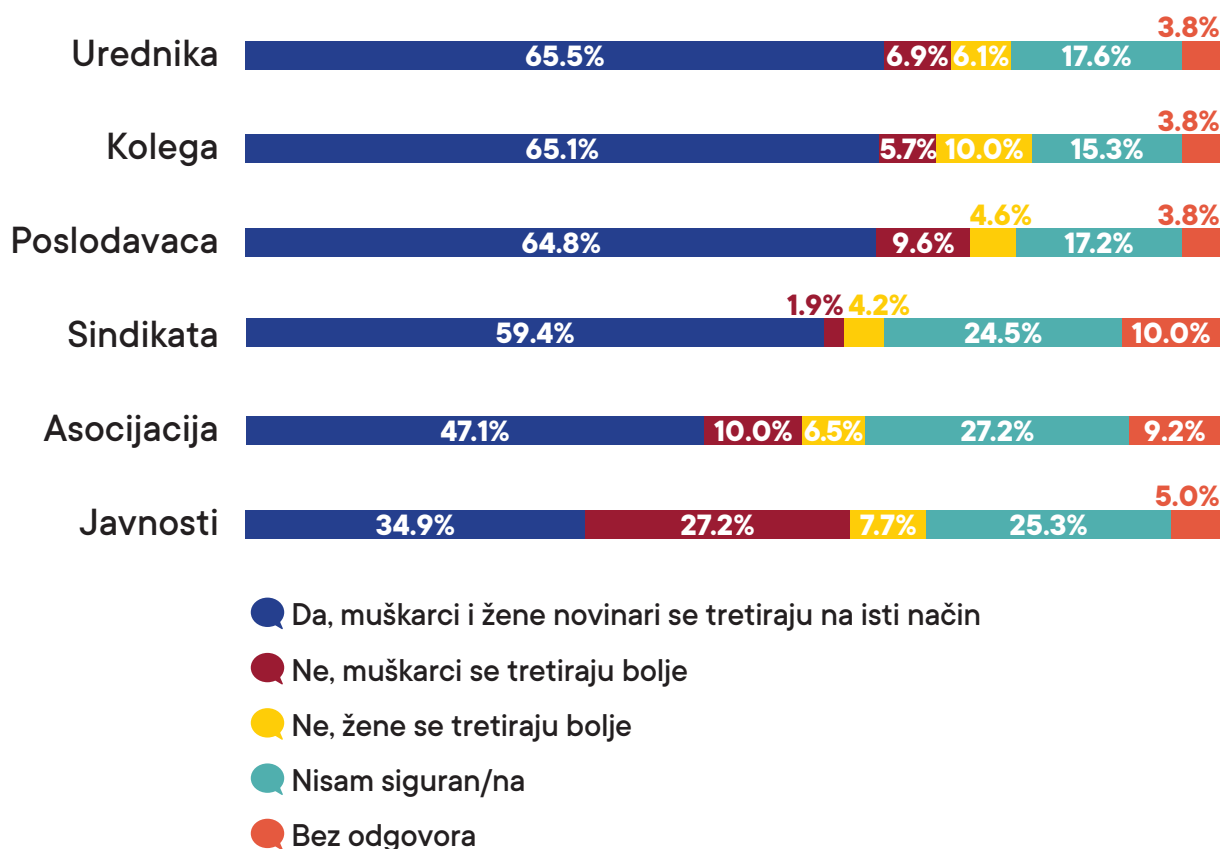
Većina ispitanika (64,8%) smatra da poslodavci tretiraju muškarce i žene podjednako. Međutim, 9,6% vjeruje da muškarci imaju povoljniji tretman, dok 4,6% navodi da se žene tretiraju bolje. S obzirom da 17,2% nije sigurno, ovi nalazi ukazuju da rodna ravnopravnost u formalnim odnosima postoji, ali nije univerzalno iskustvo svih novinara.

Kada je riječ o sindikatima, 59,4% ispitanika smatra da se tretman ne razlikuje po polu. Ipak, 19,4% nije sigurno, a 6,2% vjeruje da se muškarci tretiraju bolje. Dodatnih 24,5% ispitanika navodi da žene imaju bolji tretman, što je interesantno odstupanje od prethodnih kategorija i može ukazivati na percepciju da sindikalne organizacije češće prepoznaju izazove sa kojima se suočavaju žene novinarke.

Kod profesionalnih asocijacija, percepcija rodne ravnopravnosti je nešto niža — samo 47,1% ispitanika smatra da se oba pola tretiraju jednako. 10,0% vjeruje da se muškarci tretiraju bolje, dok 6,5% navodi da žene imaju bolji položaj. Međutim, veoma visok procenat (27,2%) nije siguran, što može ukazivati na nedovoljnu vidljivost rada asocijacija ili manjak kontakta novinara s njima. Najveći stepen percepcije neravnopravnosti javlja se u odnosu javnosti prema novinarima. Samo 34,9% ispitanika smatra da javnost jednako tretira muškarce i žene novinare. Čak 27,2% smatra da su muškarci tretirani bolje, a 7,7% da su žene u boljem položaju. Dodatnih 25,3% nije sigurno. Ovaj rezultat odražava rodne stereotipe prisutne u društvu, online prostoru i komentarima publike.



Grafik 35: Da li biste rekli da se muškarci i žene novinari tretiraju na isti način od strane:



Rezultati jasno pokazuju da je ubjedljivo najvažniji prioritet novinara u Crnoj Gori – povećanje i stabilizacija plata. Ovu opciju izabralo je 62,1% ispitanika, što snažno potvrđuje da su finansijski uslovi rada ključni izazov u profesiji. Ovaj podatak je u skladu sa prethodnim nalazima koji ukazuju na široko rasprostranjeno nezadovoljstvo visinom zarada i njihovom neusklađenošću sa zahtjevnošću posla.

Druga najpoželjnija promjena, iako sa znatno manjim procentom, odnosi se na bolju zaštitu od političkih ili komercijalnih pritisaka, koju je izabralo 9,2% ispitanika. Ovaj nalaz ukazuje da osim ekonomske nesigurnosti, značajan izazov predstavljaju i spoljašnji pritisci koji utiču na profesionalni integritet novinara.

Grafik 36: Koju biste promjenu najviše željeli da vididte u vezi sa Vašim radnim uslovima? (Molimo označite onu koju biste stavili na prvo mjesto):

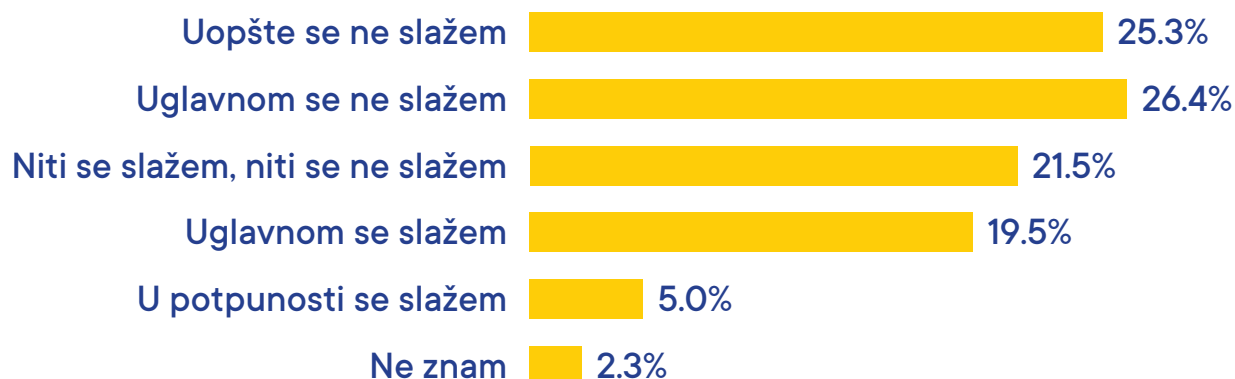


Učesnici istraživanja polovično se slažu sa tvrdnjom da se novinarstvo i dalje smatra cijenjenom i društveno vrijednom profesijom u Crnoj Gori. Kombinovano, 51,7% učesnika (26,4% koji se uglavnom ne slažu i 25,3% koji se uopšte ne slažu) smatra da profesija nema onaj nivo društvenog ugleda koji bi trebalo da uživa.



“Bilo nekad davno, ljudi su poštovali novinare, oni su donosili vijesti, saopštavali šta se dešava. Danas svi sve znaju preko društvenih mreža, tamo se prvo sve javlja pa onda na društvenim mrežama. Zato i sve manje poštuju novinare.”
(Učesnik/ca fokus grupe)

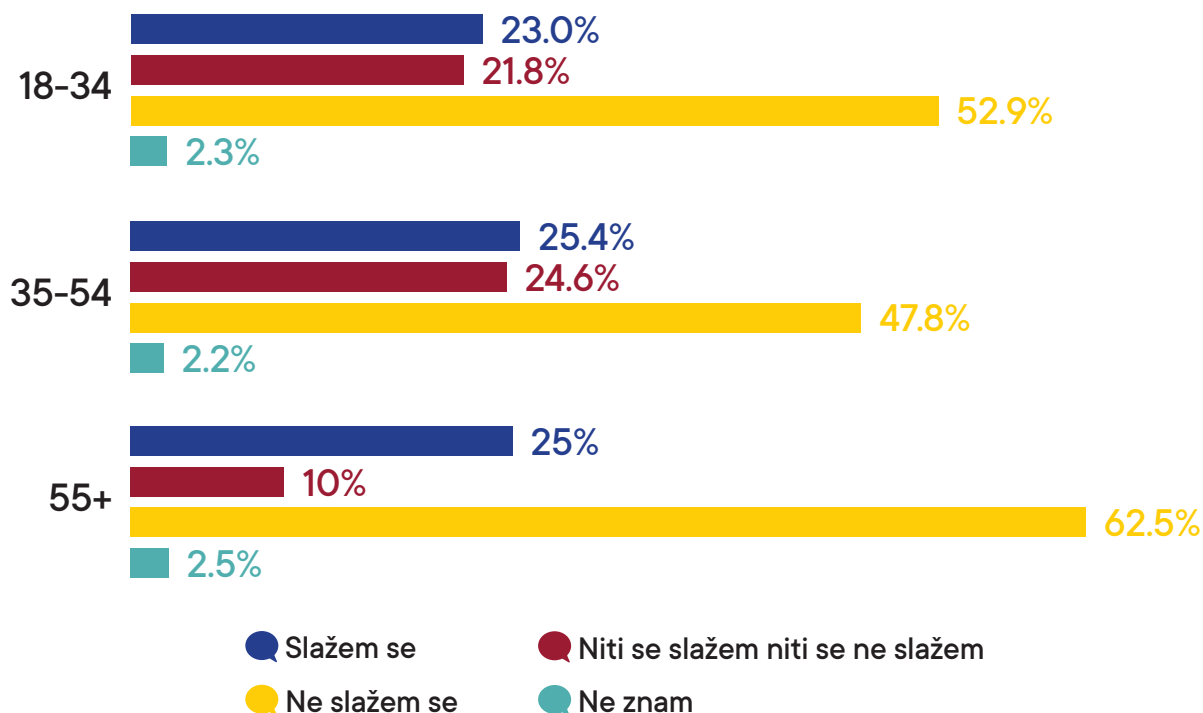
Grafik 37: U kojoj mjeri se slažete sa sljedećom izjavom: „Novinarstvo se i dalje smatra cijenjenom i društveno vrijednom profesijom u Crnoj Gori.“



Percepcija društvenog ugleda novinarstva u Crnoj Gori ne varira značajno između muškaraca i žena: u obje grupe dominira uvjerenje da se novinarstvo više ne smatra visoko cijenjenom i društveno vrijednom profesijom.

Dalje, podaci jasno pokazuju da u svim starosnim grupama dominira uvjerenje da novinarstvo više nije cijenjena i društveno visoko vrednovana profesija u Crnoj Gori, ali se intenzitet ovog stava razlikuje među generacijama. Kod najmlađih ispitanika, više od polovine (52,9%) navodi da se ne slaže s tvrdnjom, što ukazuje da mladi novinari već na početku karijere prepoznaju nizak društveni status profesije.

Grafik 38: U kojoj mjeri se slažete sa sljedećom izjavom: „Novinarstvo se i dalje smatra cijenjenom i društveno vrijednom profesijom u Crnoj Gori.“ * Godine starosti



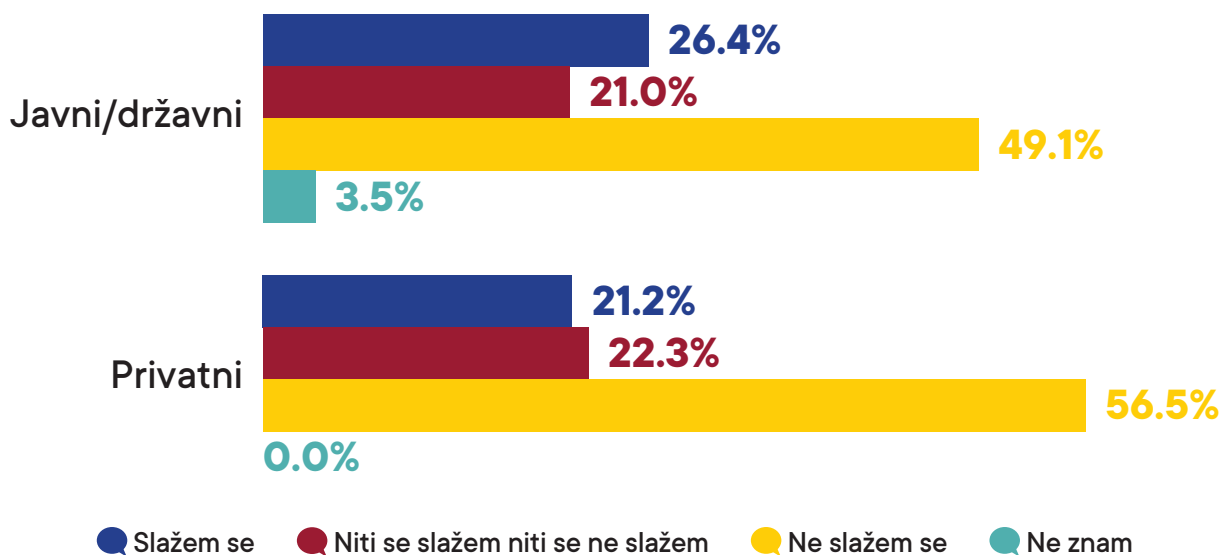
Podaci pokazuju da, bez obzira na to da li rade u javnim/državnim ili privatnim medijima, većina ispitanika smatra da se novinarstvo više ne doživljava kao cijenjena i društveno visoko vrednovana profesija u Crnoj Gori. Ipak, razlike između sektora postoje i ukazuju na nešto optimističniju sliku u javnim medijima.

U javnim medijima gotovo polovina ispitanika (49,1%) navodi da se ne slaže s tvrdnjom da je novinarstvo i dalje cijenjeno. Ipak, primjetno je da u ovom sektoru postoji viši nivo pozitivnih odgovora nego u privatnim medijima: 26,4% zaposlenih se slaže s izjavom, što je najviši udio među grupama. Ovi rezultati pokazuju da, iako prevladava negativna percepcija, zaposleni u javnim medijima nešto češće vjeruju u očuvan društveni značaj profesije, vjerovatno zbog institucionalne uloge i tradicionalno većeg društvenog povjerenja u ovaj sektor.

U privatnim medijima dominantan je još snažniji skepticizam: čak 56,5% ispitanika se ne slaže da novinarstvo i dalje uživa društveni ugled, što je vidljivo veći procenat nego u javnom sektoru. Udio onih koji se slažu iznosi samo 21,2%, dok je sličan procenat (22,3%) neutralan.

Ovi podaci upućuju na to da zaposleni u privatnim redakcijama imaju kritičniji stav prema percepciji profesije, vjerovatno zbog većeg izlaganja tržišnim pritiscima, nesigurnijim uslovima rada i političkim ili komercijalnim uticajima koji utiču na ugled medija.

Grafik 39: U kojoj mjeri se slažete sa sljedećom izjavom: „Novinarstvo se i dalje smatra cijenjenom i društvenovrijednom profesijom u Crnoj Gori.“ * Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite?



Nalazi ovog poglavlja pokazuju kompleksnu sliku radnog statusa i radnih uslova novinara u Crnoj Gori. Sa jedne strane, većina novinara ima formalno uređen radni odnos – dominantno ugovor na neodređeno vrijeme, redovne plate i uredno uplaćene doprinose i osiguranje zasnovano na punoj plati. Većina radi u redakcijama sa zvaničnim pravilnicima, jasno definisanim opisima poslova, adekvatnom tehničkom opremom i relativno stabilnim redovnim isplatama.

S druge strane, podaci ukazuju na niz strukturnih slabosti: značajan obim prekovremenog rada, koji se često ne plaća ili ne plaća dosljedno; dio novinara koji radi bez ugovora ili bez uplaćenih doprinosa; niska i nerijetko stagnirajuća primanja, pri čemu se većina zarada kreće između 600 i 1000 eura; ograničene mogućnosti za stručno usavršavanje; kao i izražena percepcija da profesija ne pruža stabilne i dugoročne izglede.

Iako većina novinara percipira da su odnosi u redakciji i tretman muškaraca i žena uglavnom ravnopravni, percepcija društvenog ugleda profesije je pretežno negativna. Novinarstvo se doživljava kao potcijenjeno zanimanje, izloženo političkim i komercijalnim pritiscima, finansijski nedovoljno valorizovano i opterećeno visokim intenzitetom rada.

Kao ključni prioritet novinari izdvajaju povećanje i stabilizaciju plata, ali i jaču zaštitu od pritisaka, veću uređivačku nezavisnost, bolju sindikalnu i profesionalnu podršku i razvoj mehanizama za kontinuirano usavršavanje.



Bezbjednost i urednički pritisak

Ovo poglavlje obuhvata analizu nivoa fizičke i psihičke bezbjednosti novinara u Crnoj Gori, kao i pregled različitih oblika pritisaka i uznemiravanja kojima su izloženi u svom radu. Novinarstvo, kao profesija od javnog interesa, nerijetko nosi visok stepen rizika, bilo kroz direktne prijetnje, onlajn napade ili suptilnije oblike profesionalnih pritisaka. U tom kontekstu posebno je važno razumjeti u kojoj mjeri se novinari osjećaju zaštićeno i podržano u svom radnom okruženju.

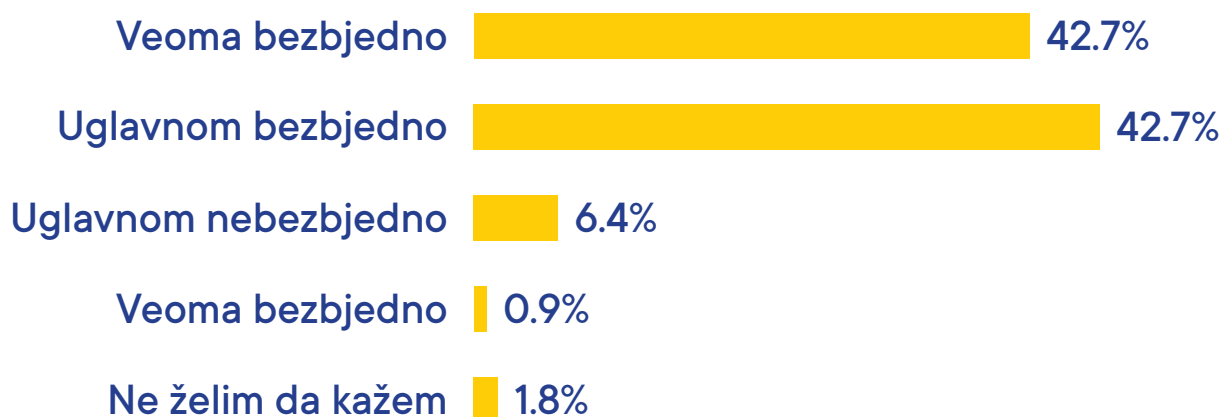
Analizom pitanja o subjektivnom osjećaju bezbjednosti, kako fizičke, tako i psihičke, nastoji se sagledati koliko se novinari suočavaju sa uslovima koji mogu uticati na njihovu ličnu sigurnost i mentalno zdravlje. Dodatno, istraživanje razmatra učestalost i vrste prijetnji ili uznemiravanja, uključujući verbalne napade, onlajn uznemiravanje, fizičke prijetnje i druge oblike nepoželjnog ponašanja, uz mogućnost da ispitanici detaljnije opišu iskustva koja nijesu obuhvaćena ponuđenim kategorijama.

Poseban fokus stavljen je na pitanje uređivačke nezavisnosti, kao jednog od ključnih principa profesionalnog novinarstva. U okviru ovog dijela ispituje se u kojoj mjeri novinari smatraju da rade autonomno, bez spoljnog uticaja vlasnika medija, oglašivača ili političkih aktera, kao i njihova percepcija o tome u kojem medijskom sektoru je najveći stepen slobode uređivanja.

Takođe, analiziraju se i iskustva novinara sa pritiscima da mijenjaju ili prilagođavaju sadržaj, kao i identitet aktera koji najčešće vrše takve pritiske. Ovi nalazi pružaju važan uvid u stepen profesionalne autonomije, kao i u faktore koji mogu ugroziti objektivnost i integritet novinarskog rada.

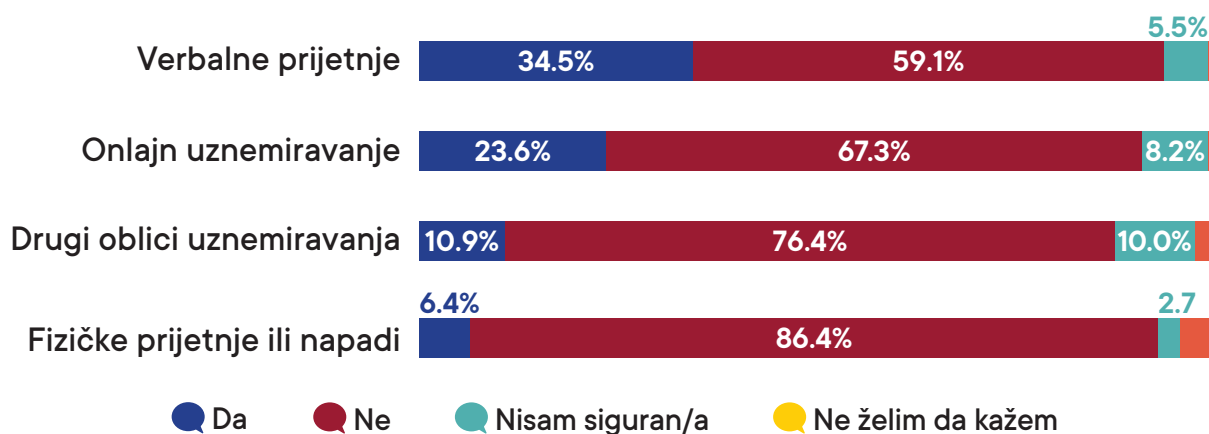
Rezultati istraživanja pokazuju izrazito visok subjektivni osjećaj fizičke i psihičke bezbjednosti među zaposlenima. Ukupno oko 91% ispitanika navodi da se na radnom mjestu osjeća veoma ili uglavnom bezbjedno, što ukazuje na stabilno i predvidljivo radno okruženje u većini redakcija. Ipak, oko 7% ispitanika se osjeća uglavnom ili veoma nebezbjedno, što predstavlja manji, ali relevantan segment koji može upućivati na specifične radne izazove.

Grafik 40: Koliko se osjećate bezbjedno na poslu (fizički i psihički)?



Kada je riječ o iskustvima sa prijetnjama i uznemiravanjem, podaci ukazuju na to da su određeni oblici nepoželjnog ponašanja prisutni u radnim iskustvima novinara. Najčešće prijavljene situacije su verbalne prijetnje (34,5%) i onlajn uznemiravanje (23,6%), što je u skladu sa globalnim trendovima povećanog pritiska na novinare u digitalnom okruženju. Manje zastupljeni, ali i dalje relevantni oblici nepoželjnog ponašanja uključuju druge vidove uznemiravanja (10,9%) i fizičke prijetnje ili napade (6,4%). Iako većina ispitanika nije imala ovakva iskustva, visok udio negativnih odgovora za fizičke prijetnje (86,4%) i druge oblike uznemiravanja (76,4%) ukazuje na to da su ovakvi incidenti relativno rijetki. Međutim, udio ispitanika koji su bili nesigurni u svoj odgovor, posebno kod drugih oblika uznemiravanja (10%) i onlajn napada (8,2%), sugerira da granice između kritike, pritiska i uznemiravanja nijesu uvijek jasne ili da postoje nedovoljno definisane procedure prijavljivanja takvih situacija.

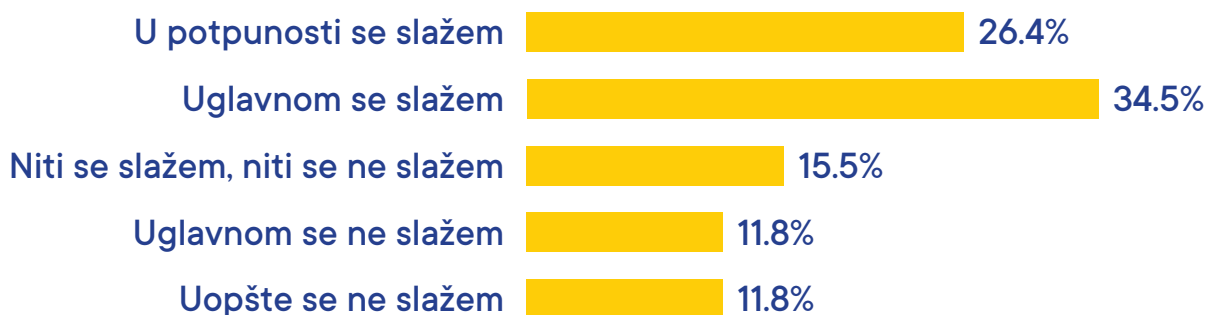
Grafik 41: Da li ste ikada doživjeli nešto od sljedećeg:



Percepcija uređivačke nezavisnosti takođe predstavlja važan segment analize. Oko 60,9% ispitanika kaže da radi bez spoljnog miješanja vlasnika, oglašivača ili političkih aktera, što ukazuje na dominantno pozitivne ocjene profesionalne autonomije. Međutim, 11,8% ispitanika u potpunosti, a isto toliko uglavnom, smatra da uređivački procesi nijesu slobodni od spoljnog uticaja. Ovim nalazom ukazuje se na postojanje manjeg, ali značajnog segmenta zaposlenih koji doživljavaju ograničenja u svom profesionalnom radu. Neutralan stav 15,5% ispitanika može upućivati na povremene, teško prepoznatljive ili situacione pritiske, koji se ne manifestuju stalno, ali se povremeno prepoznaju u uređivačkim procesima.

Treba napomenuti da je važno imati u vidu da samoprocjene o autonomiji mogu biti pod uticajem profesionalnih normi i nelagode da se priznaju situacije cenzure ili autocenzure, što je čest obrazac u istraživanjima ove vrste. Stoga ove rezultate treba posmatrati u širem kontekstu.

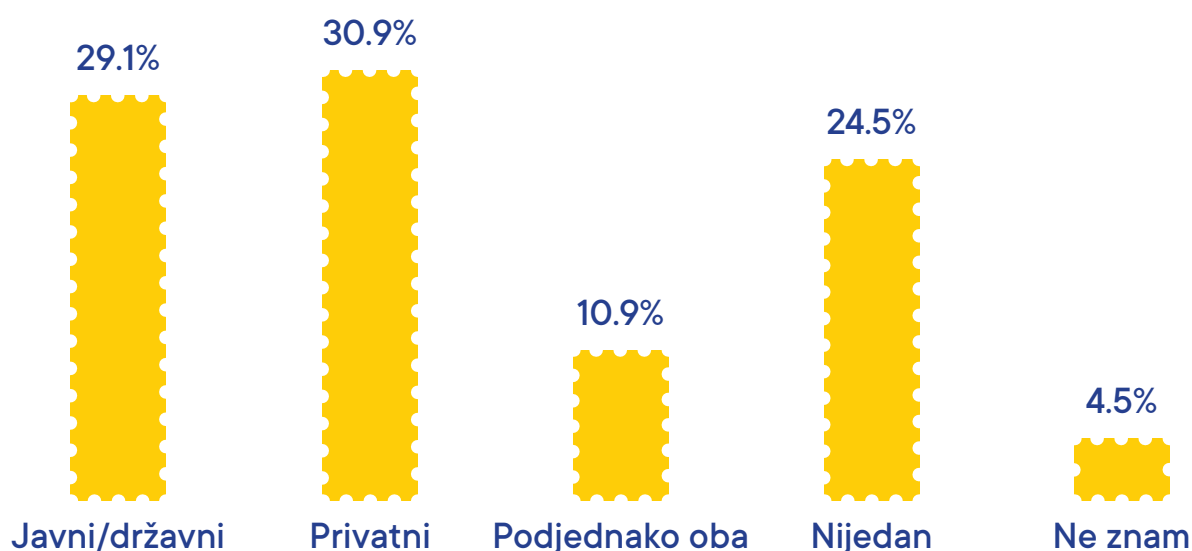
Grafik 42: U kojoj mjeri se slažete sa sljedećom izjavom: „Imam punu uređivačku nezavisnost u svom radu, bez miješanja vlasnika, oglašivača ili političkih aktera.“



Percepcije o tome koji medijski sektor nudi veću uređivačku nezavisnost pokazuju određene razlike među ispitanicima. Nalazi iz prethodnog poglavlja ukazuju da ispitanici nešto češće doživljavaju privatne medije kao uređenije u pogledu uređivačke autonomije, a kada smo novinare direktno upitali da ocijene koji medijski sektor pruža veću uređivačku nezavisnost, uočili smo umjereno veći udio ispitanika koji smatraju da privatni sektor pruža veći stepen nezavisnosti (30,9%), naspram 29,1% ispitanika navodi da je veća nezavisnost prisutna u javnom sektoru. Ovakvi podaci ukazuju da iskustva novinara i njihove percepcije i dalje značajno variraju. Dodatno, 24,5% ispitanika smatra da nijedan sektor ne osigurava stvarnu uređivačku autonomiju, što odražava šire rezervisano povjerenje u ukupne uslove medijskih sloboda.

Važno je imati u vidu i da novinari ponekad oklijevaju da direktno priznaju pritiske, cenzuru ili autocenzuru, što može dovesti do optimističnijih samoprocjena.

Grafik 43 : Prema Vašem mišljenju, koji medijski sektor pruža veću uređivačku nezavisnost?



Konačno, analiza pritisaka u kreiranju medijskog sadržaja pokazuje da 42,7% ispitanika nikada nije doživjelo zahtjev da izmijene ili prilagode sadržaj, što predstavlja ohrabrujući pokazatelj. Međutim, među onima koji jesu imali takva iskustva, najčešći izvori pritiska su urednici (15,5%) i politički akteri (12,7%). Manje zastupljeni, ali i dalje prisutni izvori uključuju oglašivače i komercijalne klijente (5,5%) te vlasnike medija (3,6%). Značajan dio ispitanika (10%) navodi da ne postoji konkretna osoba koja vrši pritisak, ali da povremeno osjeća nelagodu zbog mogućih posljedica, što ukazuje na postojanje indirektnih pritisaka i autocenzure. Manji broj ispitanika (1,8%) navodi druge oblike pritiska, dok je 8,2% odbilo da odgovori, što je očekivano s obzirom na osjetljivost teme i potencijalne implikacije prijavljivanja ovakvih iskustava.

U ovom smislu je važno napomenuti da fokus grupe ukazuju na snažnu razliku u percepciji pritisaka između javnih i privatnih medija. Dok učesnici iz javnog servisa ističu visoku uređivačku autonomiju, novinari iz privatnih medija često izvještavaju o institucionalnim opstrukcijama, ograničenom pristupu informacijama i targetiranju novinara. Oglašivači u pojedinim medijima imaju značajan uticaj na vidljivost sadržaja, što direktno utiče na uređivačku nezavisnost.

Ove razlike između kvantitativnih podataka i nalaza iz fokus grupa ukazuju na višeslojnu prirodu pritisaka — dio njih je vidljiv i eksplicitan, dok su drugi prikriveni, situacioni ili internalizovani kroz mehanizme autocenzure. Istovremeno, moguće je da pojedini ispitanici izbjegavaju da otvoreno priznaju pritiske zbog profesionalnih normi, brige o reputaciji ili straha od negativnih posljedica.



Grafik 44: Ako ste ikada doživjeli pritisak da mijenjate ili prilagođavate sadržaj, ko je najčešće vršio taj pritisak?



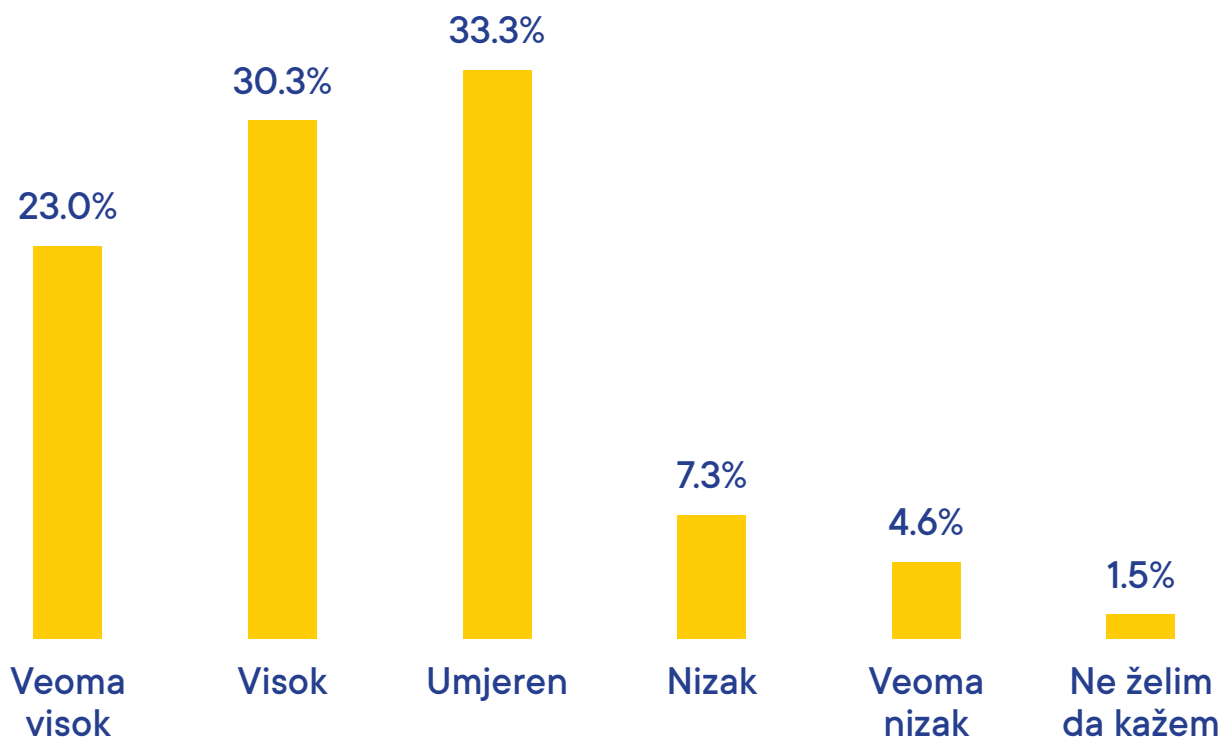
Rezultati pokazuju da se većina novinara u Crnoj Gori osjeća bezbjedno na svom radnom mjestu, ali iskustva sa verbalnim prijetnjama i onlajn uznemiravanjem ukazuju da rizici i dalje postoje, posebno u digitalnom okruženju. Iako većina ispitanika smatra da radi bez spoljnog miješanja, dio novinara i dalje prepoznaje političke i uredničke pritiske, što govori da uređivačka nezavisnost nije podjednako zaštićena u svim redakcijama. Pojedinačni slučajevi indirektnih pritisaka i autocenzure dodatno ukazuju na kompleksnost profesionalnog okruženja. Ukupno gledano, nalazi sugerišu da, uprkos generalno pozitivnoj slici, postoji prostor za unapređenje zaštite novinara i jačanje mehanizama koji osiguravaju slobodan i nezavisan rad.

Psihološko blagostanje i burnout na poslu

U ovom segmentu analize fokusirali smo se na psihološko blagostanje zaposlenih u medijskom sektoru, s posebnim naglaskom na nivo stresa, prisustvo sagorijevanja (burnout) i percepciju psihološke sigurnosti na radnom mjestu. Putem niza pitanja ispitivani su subjektivni doživljaji stresa i emocionalne iscrpljenosti, kao i stavovi ispitanika o psihološkom pritisku i mogućnosti otvorenog govora o mentalnom zdravlju u redakciji. Dodatno, analizirane su percepcije o spoljnim pritiscima kojima su novinari izloženi, uključujući političke i ekonomske uticaje, kao i procjene o podršci koju redakcije pružaju u situacijama prijetnji, napada ili drugih oblika pritiska. U ovom dijelu razmatra se i iskustvo mobinga na radnom mjestu, kao indikator ozbiljnog narušavanja profesionalnog i psihološkog integriteta zaposlenih. Zajedno, ovi podaci pružaju sveobuhvatan uvid u emocionalne i psihološke izazove sa kojima se medijski profesionalci suočavaju, ističući ključne faktore koji utiču na njihovo blagostanje, motivaciju i dugoročnu održivost u profesiji.

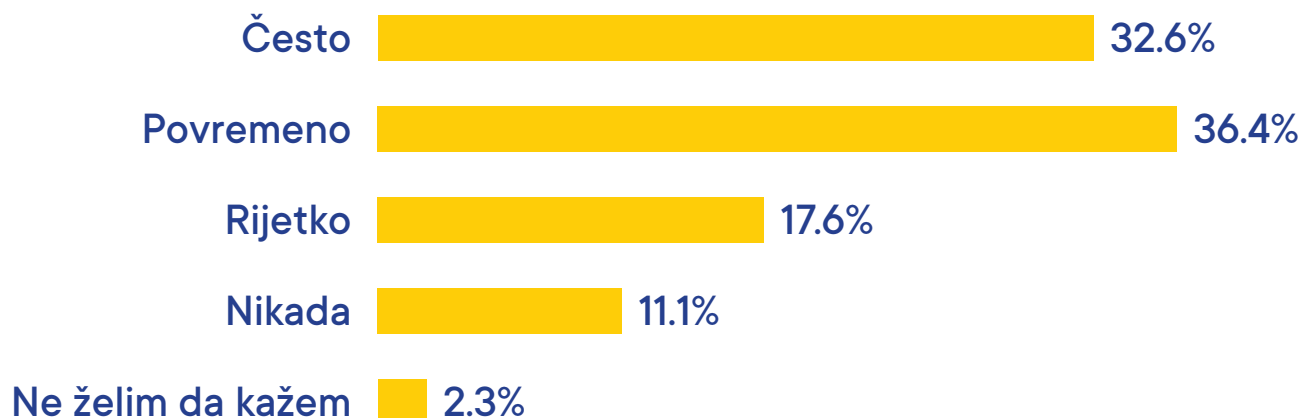
Rezultati pokazuju da značajan dio ispitanika doživljava visok nivo stresa na poslu. Više od polovine učesnika istraživanja (53,3%) ocjenjuje svoj nivo stresa kao visok ili veoma visok, pri čemu 30,3% navodi da im je stres „visok“, a 23,0% da je „veoma visok“. Dodatnih 33,3% opisuje svoj stres kao „umjeren“, što ukazuje na to da se većina zaposlenih svakodnevno susreće sa određenim nivoom emocionalnog opterećenja. Ovakva distribucija odgovora sugerise da je stres široko rasprostranjen u medijskom sektoru i vjerovatno povezan sa prirodom posla, kratkim rokovima, kontinuiranim pritiscima i izloženošću zahtjevnim sadržajima.

Grafik 45 : Kako biste ocijenili opšti nivo stresa na poslu koji osjećate?



U pogledu sagorijevanja (burnout), nalazi ukazuju da većina ispitanika u određenoj mjeri doživljava emocionalnu iscrpljenost. Ukupno 69% zaposlenih navodi da burnout osjeća „često“ (32,6%) ili „povremeno“ (36,4%).

Grafik 46: Da li imate osjećaj sagorijevanja (burnout) ili emocionalne iscrpljenosti?



Podaci pokazuju da sagorijevanje nijesu u istoj mjeri iskusile sve starosne grupe. Najmlađa grupa (18–34) najčešće prijavljuje osjećaj burnouta, gdje 32,2% navodi da ga doživljava „često“, dok taj procenat u srednjoj grupi (35–54) iznosi 35,8%, a u najstarijoj (55+) 22,5%. Sličan obrazac se uočava i kod odgovora „povremeno“, srednjovječna grupa prednjači sa 47,5%, mladi čine 29,9%, a najstariji 22,6%.

Treba napomenuti da je i veliki broj učesnika fokus grupa navodi da je njihova profesionalna dostupnost stalna, čak i van radnog vremena, tokom vikenda i praznika.

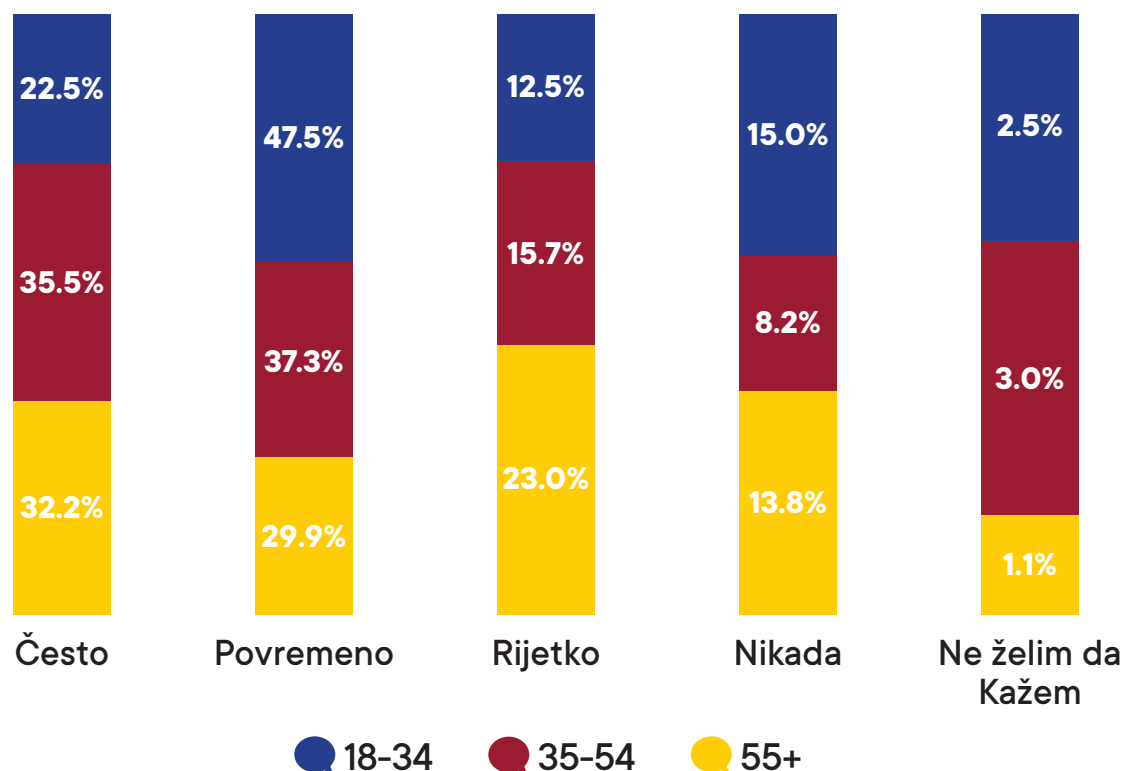


“Nema vam tu praznika, radi se i 31. Decembra i 1. Januara, koliko puta sam samo dočekao Novu godinu u režiji. Ali šta ćete, takav je posao, program ne staje. Tako je i drugim kolegama, nisam ja jedini.”
(Učesnik/ca fokus grupe)

Odsustvo jasne granice između posla i privatnog života pojačava stres i onemogućava adekvatnu regeneraciju, što dovodi do osjećaja emotivne i fizičke iscrpljenosti. Zbog kombinovanja profesionalnih obaveza, prekovremenog rada i porodičnih odgovornosti, novinarke u fokus grupama opisuju veći nivo psihičkog pritiska. Uz to, izloženije su online napadima, što povećava rizik od stresa i sagorijevanja.

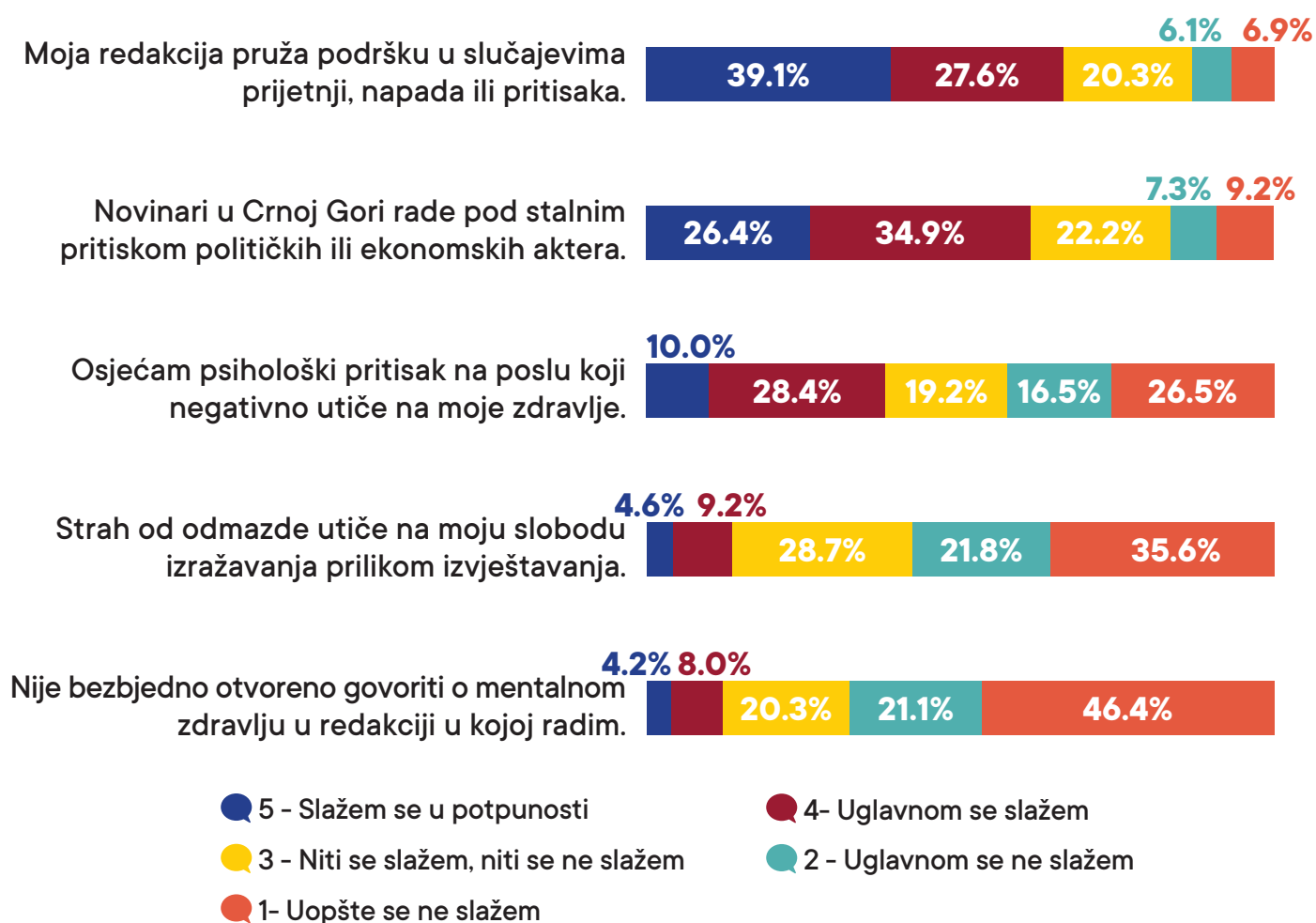
Pored toga, ističu da nijedna redakcija koju su učesnici pomenuli nema institucionalizovanu psihološku podršku, debriefing nakon traumatičnih događaja ili sistem praćenja mentalnog zdravlja. Odsustvo profesionalne pomoći čini da se stres akumulira i ostaje neriješen.

Grafik 47: Da li ste imate osjećaj sagorijevanja (burnout) ili emocionalne iscrpljenosti? * Godine starosti



Nalazi o psihološkoj sigurnosti i percepciji profesionalnih pritisaka ukazuju na kompleksnu sliku radnog okruženja u medijima. Oko dvije trećine ispitanika (39,1% „u potpunosti“ i 27,6% „uglavnom“ se slaže) smatra da im redakcija pruža adekvatnu podršku u situacijama prijetnji, napada ili pritisaka, što predstavlja pozitivan rezultat. Istovremeno, većina ispitanika vjeruje da novinari u Crnoj Gori rade pod stalnim spoljnim pritiscima političkih ili ekonomskih aktera, sa ukupno 61,3% onih koji se sa tom tvrdnjom slažu u različitoj mjeri (26,4% „u potpunosti“, 34,9% „uglavnom“). Zabrinjavajuće je da skoro polovina ispitanika (38,4%) navodi da osjeća psihološki pritisak koji negativno utiče na njihovo zdravlje, dok dodatnih 19,2% zauzima neutralan stav, što može ukazivati na skriveni ili neprepoznati stres. Pored toga, rezultati pokazuju da pitanje mentalnog zdravlja u redakcijama ostaje osjetljivo, jer 46,4% ispitanika smatra da nije bezbjedno otvoreno govoriti o mentalnim poteškoćama, što upućuje na postojanje stigme i nedovoljne kulture podrške.

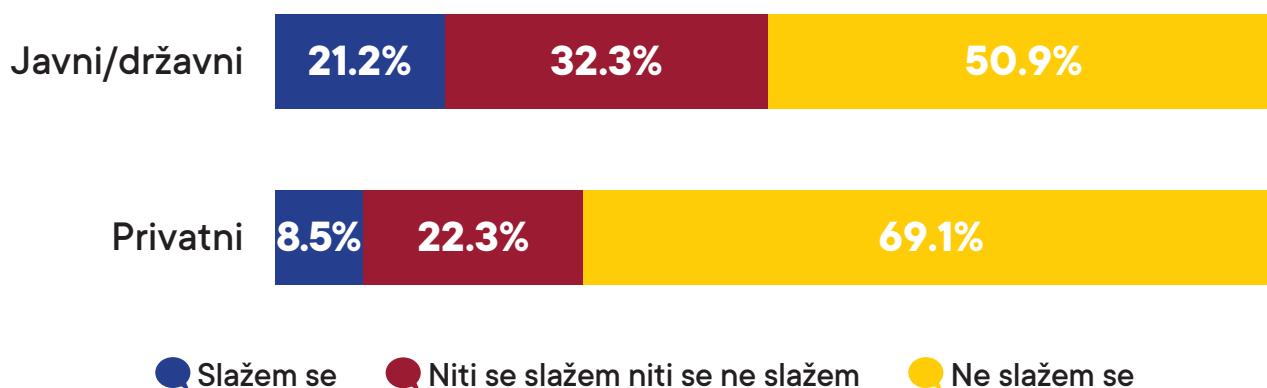
Grafik 48: Molimo Vas da na skali od 1 (Uopšte se ne slažem) do 5 (U potpunosti se slažem) ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećim izjavama:



Posebno je značajan podatak o strahu od odmazde kao faktoru koji utiče na slobodu izražavanja. U privatnim medijima čak 69,1% ispitanika smatra da strah utiče na njihovu slobodu izražavanja, dok samo 8,5% zauzima pozitivan stav po tom pitanju, a 22,3% je neodlučno. Ovaj obrazac ukazuje na visoku ranjivost privatnog sektora, vjerovatno povezanu sa političkim pritiscima, tržišnom neizvjesnošću i zavisnošću od oglašivača. U državnim/javnim medijima slika je nešto uravnoteženija, ali i dalje zabrinjavajuća: 50,9% ispitanika navodi da strah utiče na njihovu slobodu izražavanja, 16,8% se slaže s tvrdnjom, dok 32,3% ostaje neutralno.

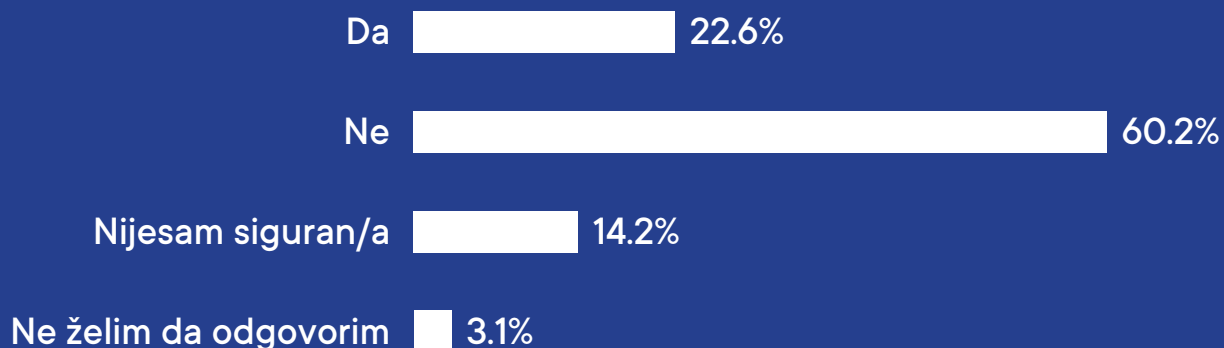
Grafik 49: Strah od odmazde utiče na moju slobodu izražavanja prilikom izvještavanja.

* Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite?



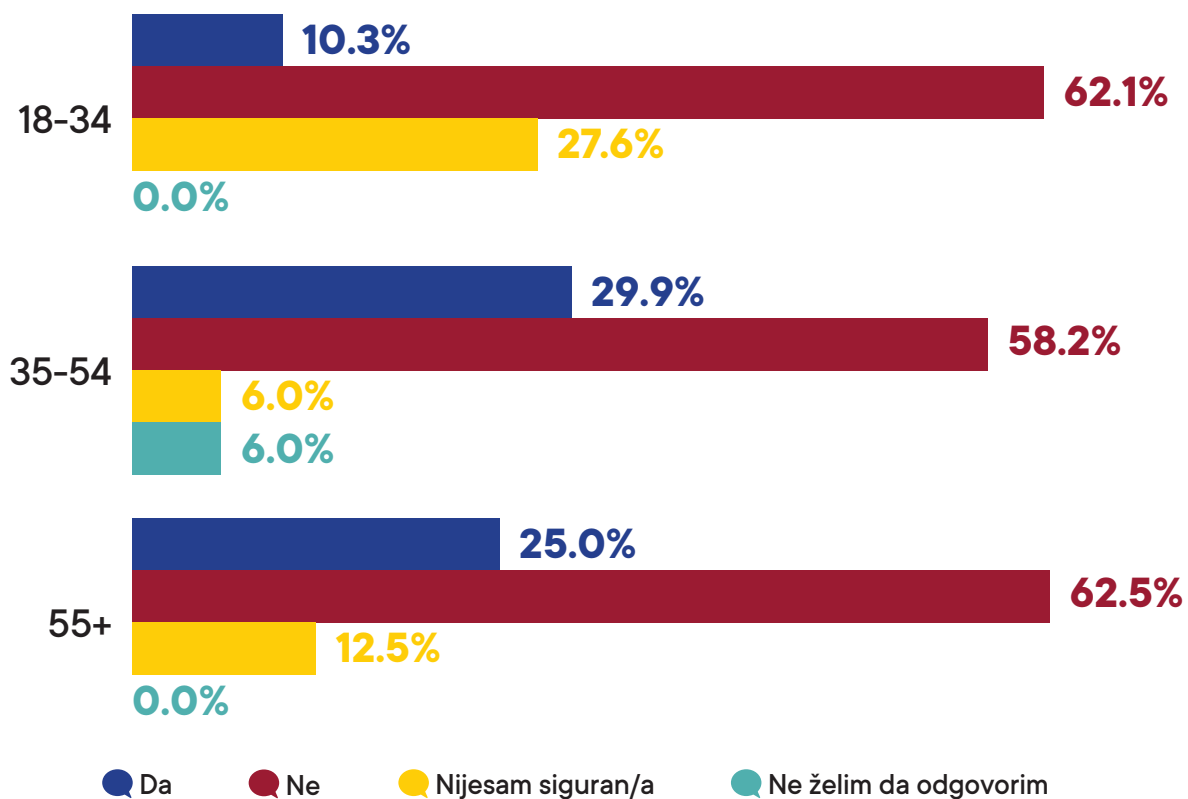
U pogledu mobinga, podaci pokazuju da većina ispitanika (60,2%) nije doživjela mobing na radnom mjestu. Ipak, zabrinjavajuće je da više od petine ispitanika (22,6%) navodi da jeste, što ukazuje na ozbiljne izazove u organizacionoj kulturi i radnim odnosima u medijskom sektoru.

Grafik 50: Šta biste rekli, da li ste ikada bili žrtva mobinga na svom radnom mjestu?



Rezultati pokazuju da se mobing javlja u svim starosnim grupama, ali ne u istoj mjeri. U najmlađoj grupi (18–34), 10,3% ispitanika navodi da je doživjelo mobing, dok čak više od četvrtine mladih nije sigurno jesu li doživjeli mobbing (27,6%). U srednjoj starosnoj grupi (35–54), 29,9% ispitanika prijavljuje mobing, što je najviša vrijednost među svim starosnim kategorijama. U najstarijoj grupi (55+), 25% navodi da je doživjelo mobbing.

Grafik 51: Šta biste rekli, da li ste ikada bili žrtva mobinga na svom radnom mjestu? * Godine starosti



Sveukupno, nalazi ukazuju na to da su stres, emocionalna iscrpljenost i različiti oblici psihološkog pritiska široko rasprostranjeni među novinarima, pri čemu su mlađi i sredovječni radnici najizloženiji sagorijevanju i mobingu. Uprkos postojanju određenog nivoa institucionalne podrške, kombinacija spoljnopolitičkih pritisaka, straha od odmazde i nedovoljno otvorene komunikacije o mentalnom zdravlju ukazuje na značajan prostor za unapređenje radnog okruženja i sistema psihološke zaštite u medijskim organizacijama.

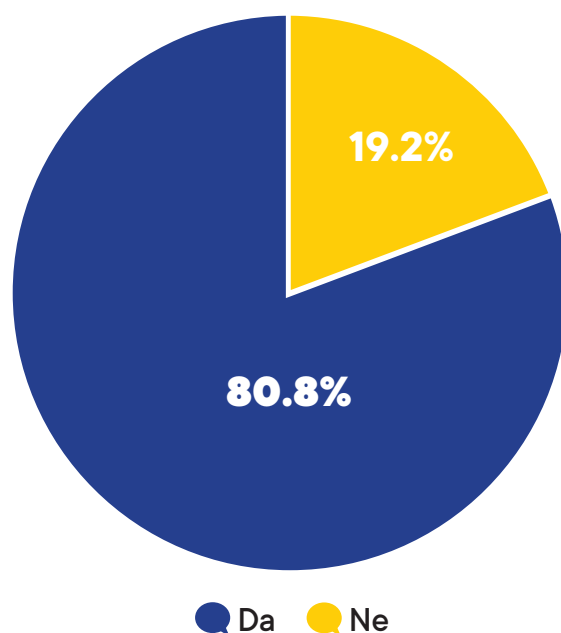


Profesionalna udruženja i članstvo u sindikatima

Kroz istraživanje smo i analizirali u kojoj mjeri su medijski radnici uključeni u profesionalna udruženja i sindikate, te koji su razlozi za učlanjenje ili nečlanstvo, te kako ispitanici procjenjuju podršku koju im ove organizacije pružaju. Posebna pažnja posvećena je stepenu zadovoljstva postojećim modelima organizovanja, percepciji njihove efikasnosti u zastupanju radnih i profesionalnih prava, kao i poznavanju rada Komisije za praćenje istraga napada na novinare kao važnog institucionalnog mehanizma zaštite. Ovi nalazi omogućavaju bolje razumijevanje toga koliko novinari prepoznaju značaj kolektivne zaštite i profesionalne solidarnosti u savremenom medijskom okruženju.

Podaci ukazuju da velika većina medijskih radnika nije član nijednog profesionalnog udruženja. Čak 80,8% ispitanika navodi da nije učlanjeno, dok je svega 19,2% dio neke profesionalne asocijacije. Ovakva struktura ukazuje da profesionalno organizovanje u Crnoj Gori nije dovoljno razvijeno, te da kod zaposlenih često ne postoji motivacija, povjerenje ili jasna percepcija koristi od članstva.

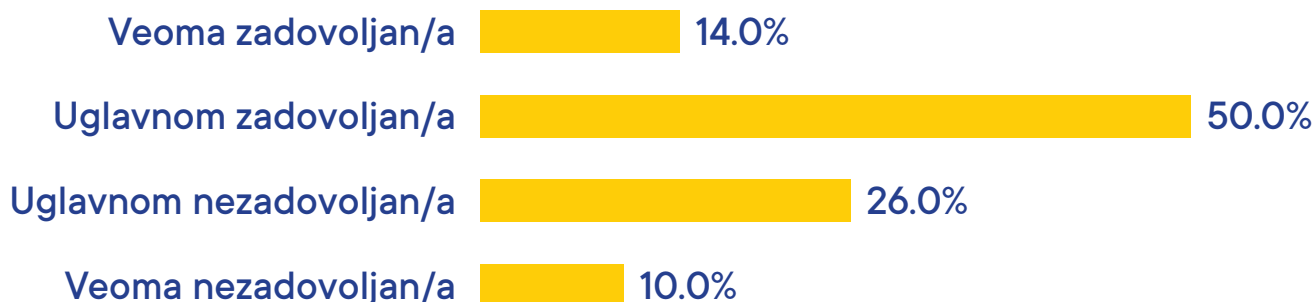
Grafik 52 : Da li ste član profesionalnog udruženja?



Među onima koji jesu članovi profesionalnih udruženja dominira relativno visok nivo zadovoljstva. Ukupno 64% ispitanika navodi da su „**veoma**“ ili „**uglavnom**“ zadovoljni podrškom koju udruženja pružaju, pri čemu je najviše onih koji su uglavnom zadovoljni (50%). Istovremeno, 36% članova izražava nezadovoljstvo, uključujući 26% koji su uglavnom nezadovoljni i 10% koji su veoma nezadovoljni. Ovi nalazi ukazuju da, iako udruženja imaju prepoznatljivu vrijednost za dio svojih članova, postoje jasne potrebe za jačanjem kapaciteta, unapređenjem usluga i boljem povezivanju sa članstvom.

Treba napomenuti da, među ispitanicima koji su naveli da su članovi određenih profesionalnih udruženja, čak 42,7% navodi Društvo profesionalnih novinara Crne Gore, 46,4% Udruženje novinara Crne Gore, a 10,7% Udruženje sportskih novinara.

Grafik 53 : Koliko ste zadovoljni podrškom koju pruža vaše udruženje?



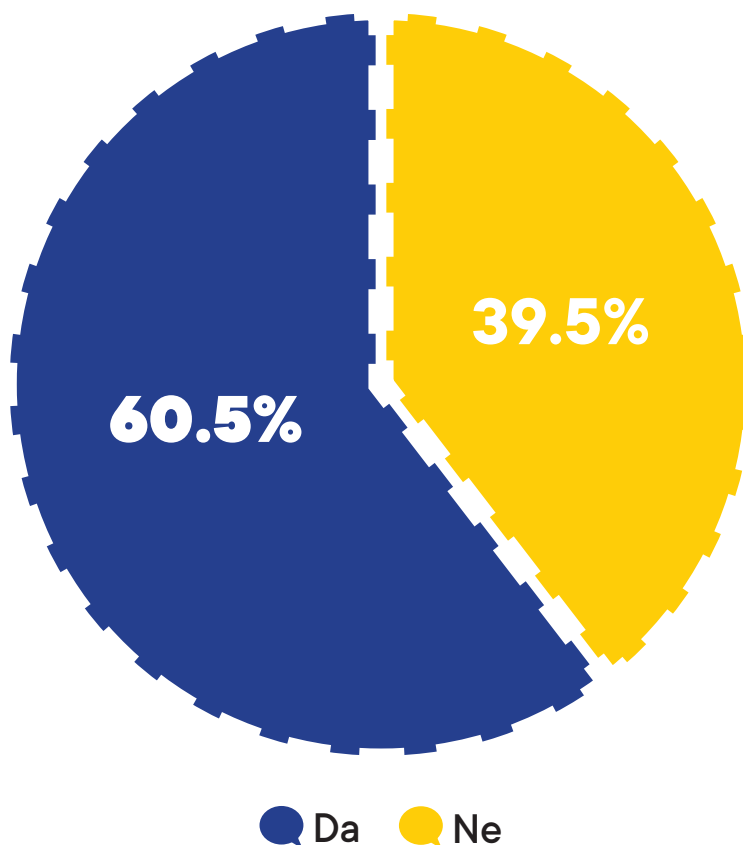
Razlozi zbog kojih ispitanici nijesu članovi profesionalnih udruženja veoma su raznoliki. Najveći udio (28,7%) navodi nezainteresovanost, što sugerije da mnogi zaposleni ne vide konkretnu korist od organizovanja. Dodatnih 15,7% ispitanika nikada nije bilo pozvano da se pridruži udruženju, što ukazuje na nisku proaktivnost i slabu vidljivost udruženja u sektoru. Nedostatak vremena (14,6%) i neinformisanost o procedurama, ulozi udruženje i načinu učlanjenja (11,5%) odražavaju organizacione i komunikacijske izazove.

Grafik 54 : Zašto niste član?



Kada je riječ o sindikalnom organizovanju, rezultati pokazuju nešto veći, ali i dalje nedovoljan nivo uključenosti. Većina ispitanika (60,5%) nije član sindikata, dok 39,5% navodi da jeste sindikalno organizovano. Ovi podaci ukazuju na ograničenu zastupljenost sindikalnog djelovanja u sektoru, uprkos činjenici da se medijski radnici suočavaju sa nesigurnim radnim uslovima, pritiscima i nedostatkom adekvatne institucionalne zaštite.

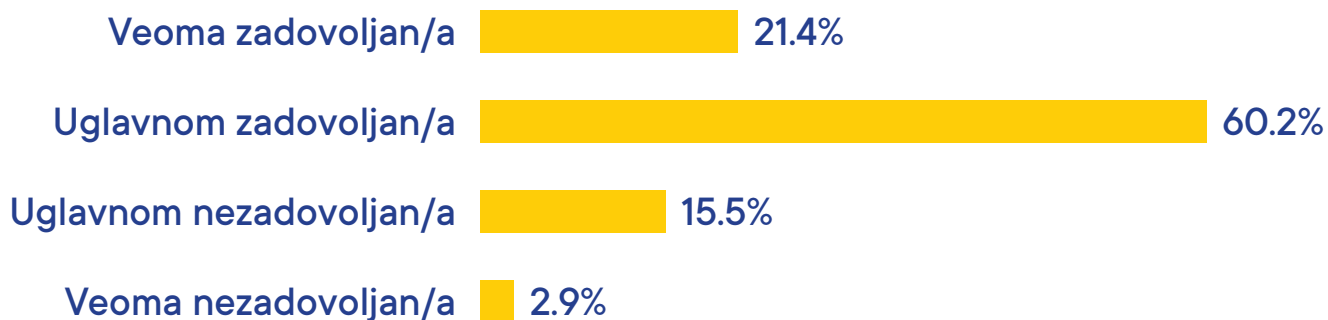
Grafik 55: Da li ste član sindikata?



Među sindikalno organizovanim radnicima preovladava visok nivo zadovoljstva podrškom koju sindikat pruža. Ukupno 81,6% njih navodi da su „veoma“ ili „uglavnom“ zadovoljni, pri čemu najdominantniji udio čini kategorija „uglavnom zadovoljni“ (60,2%). Ipak, 18,4% članova izražava nezadovoljstvo, što ukazuje da postoji prostor za unapređenje zastupanja, komunikacije i pristupa sindikalnim aktivnostima. Ovi nalazi potvrđuju da sindikati imaju stabilnu reputaciju među svojim članovima, ali i da je njihova uloga u sektoru i dalje nedovoljno valorizovana.

Među novinarima koji su naveli da su članovi sindikata, 41,6% navodi da su članovi Sindikata medija Crne Gore, 27,3% da su članovi sindikata svojih lokalnih medijskih stanica, 13% navodi da su članovi Sindikata zaposlenih RTCG, 10,4% da su članovi Saveza sindikata Crne Gore i 7,8% članovi sindikata zaposlenih medijske kuće Pobjeda.

Grafik 56: Koliko ste zadovoljni podrškom koju pruža sindikat?



Podaci pokazuju da razlozi za nečlanstvo u sindikatu obuhvataju kombinaciju nezainteresovanosti, nepovjerenja, nedostatka informacija i nedostatka podsticaja za učlanjenje.

Najčešći razlog je nezainteresovanost – ukupno 35,6% ispitanika navodi da ne pokazuje interesovanje za sindikalno organizovanje. Drugi važni razlozi proizlaze iz nedostatka proaktivnosti sindikata – 19,4% ispitanika navodi da ih niko nije pozvao da se učlane, dok 14,2% kaže da nisu upoznati sa procedurom učlanjenja ili onim što sindikati nude.

Prisutna je i percepcija negativnih aspekata sindikalnog djelovanja: dio ispitanika smatra da su ljudi u sindikatima radi lične koristi (5,7%), a neki ukazuju i na nedostatak solidarnosti (6,6%) te političke podjele (4,7%).



Grafik 57: Zašto niste član?



Podaci pokazuju da među medijskim radnicima preovladava uvjerenje da sindikati i profesionalna udruženja djelimično štite prava novinara i njihove radne uslove, što smatra više od pola (55,6%) ispitanika. Ovaj odgovor sugerise da postoji određen nivo prepoznate koristi, ali i jasna svijest o ograničenjima u radu ovih organizacija.

Dodatno, kvalitativni uvidi ukazuju na duboko ukorijenjen nedostatak profesionalne solidarnosti, posebno u privatnim medijima, gdje novinari izražavaju strah od gubitka posla.

Lokalni sindikati se opisuju kao slabo aktivni i nedovoljno nezavisni, dok je Sindikat medija Crne Gore najčešće istaknut kao organizacija koja pruža stvarnu pravnu i psihološku podršku.

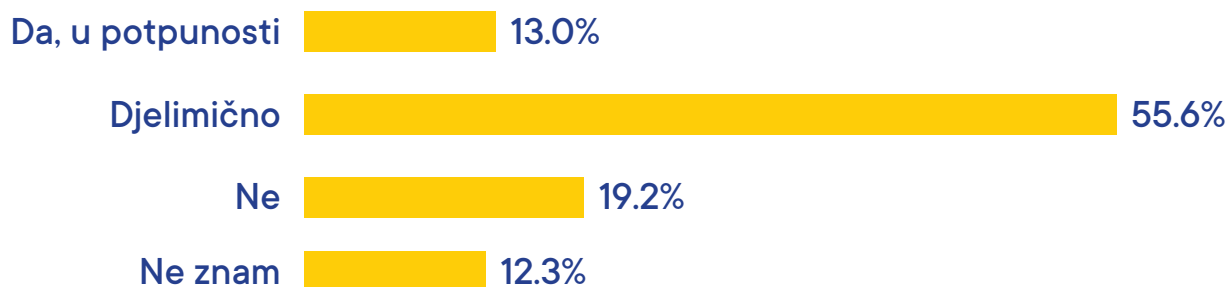
“Da ja znam, jedino u Sindikatu medija rade nešto. Svi mislimo da bi mogli i bolje, ali mislim da se oni jedini trude. Ne vidim razloga zašto ne bi svi zaposleni u medijima bili njihovi članovi. Evo sad rade na prijedlogu novog zakona koliko znam.” (Učesnik/ca fokus grupe)



„U Sindikatu medija rade, bore se, trude se. Ne treba oni nama novac da daju, već da se bore da nama bude bolje na našem poslu. A čini mi se da to rade.” (Učesnik/ca fokus grupe)

Sveukupno, podaci sugerišu da se sindikati i profesionalna udruženja doživljavaju kao djelimično korisni, ali nedovoljno efikasni, što ukazuje na potrebu za jačanjem njihovog uticaja, kapaciteta i vidljivosti kako bi uloga zaštite novinara bila dosljednija i snažnija.

Grafik 58: Vjerujete li da sindikati i profesionalna udruženja efikasno štite prava novinara i njihove uslove na radu?



Podaci pokazuju da prepoznatljivost Komisije za praćenje istraga napada na novinare među medijskim radnicima postoji, ali je površna i nedovoljno utemeljena.

Najveći dio ispitanika (52,9%) navodi da je čuo za Komisiju, što znači da je institucija relativno vidljiva u javnom prostoru. Međutim, četvrtina ispitanik (25,7%) kaže da su „čuli, ali ne znaju puno o njoj“, što ukazuje na ozbiljan nedostatak informisanosti o njenoj ulozi, rezultatima i mehanizmima djelovanja. Takođe, 21,5% ispitanika uopšte nije čulo za Komisiju.

Grafik 59: Da li ste čuli za Komisiju za praćenje istraga napada na novinare?



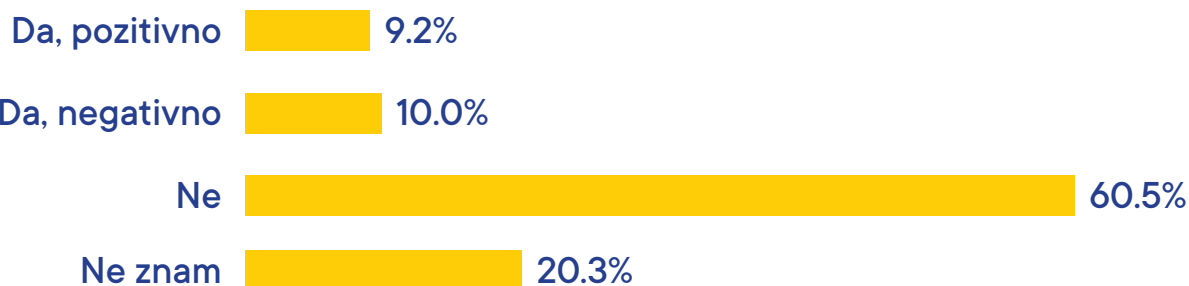
Nalazi ovog poglavlja pokazuju da je profesionalno i sindikalno organizovanje među novinarima u Crnoj Gori i dalje nedovoljno razvijeno. Iako članovi ovih organizacija u najvećoj mjeri izražavaju zadovoljstvo podrškom koju dobijaju, opšti nivo povjerenja u njihovu sposobnost da efikasno štite radna prava i profesionalne standarde ostaje umjeren. Prepoznatljivost institucionalnih mehanizama, poput Komisije za praćenje istraga napada na novinare, takođe je ograničena, što sugerise potrebu za većom transparentnošću i aktivnijom komunikacijom prema medijskoj zajednici.

Rodne, omladinske i regionalne perspektive

Ovaj dio istraživanja posvećen je analizi iskustava novinara kroz prizmu rodnih, generacijskih i regionalnih razlika, s ciljem da se utvrdi da li i u kojoj mjeri ovi faktori oblikuju profesionalne uslove, pristup resursima i percepciju podrške u medijskom sektoru. Fokus je na tome da li se žene, mladi novinari i novinari iz različitih regiona suočavaju sa specifičnim izazovima, ograničenjima ili vrstama pritisaka koji utiču na njihov profesionalni položaj, psihološko blagostanje i mogućnosti napredovanja. Posebno se razmatraju teme poput pristupa mehanizmima zaštite, izloženosti stresu i sagorijevanju, percepcije bezbjednosti na poslu, te razlika u iskustvima pritisaka, napada ili diskriminacije. Uključivanjem ovih perspektiva, istraživanje pruža dublji uvid u strukturne nejednakosti i ukazuje na potrebu za ciljanim mjerama koje bi doprinijele stvaranju inkluzivnijeg, pravednijeg i sigurnijeg profesionalnog okruženja za sve medijske radnike, bez obzira na pol, dob ili geografsku pripadnost.

Rezultati prikazani na grafiku koji slijedi pokazuju da većina ispitanika ne smatra da njihov pol utiče na profesionalne mogućnosti ili način na koji se tretiraju na poslu. Čak 60,5% učesnika izjasnilo se da pol nema uticaja. Istovremeno, gotovo svaki peti ispitanik, odnosno 19,2% ispitanika smatra da pol utiče na profesionalne prilike ili tretman – pri čemu 9,2% taj uticaj doživljava kao pozitivan, a 10,0% kao negativan.

Grafik 60: Smatrate li da vaš pol utiče na vaše profesionalne mogućnosti ili tretman?



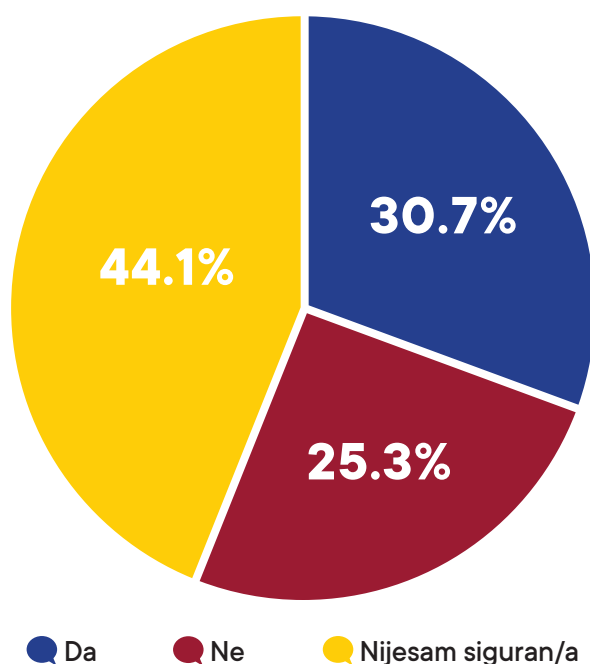
Kroz sve polne kategorije dominira uvjerenje da pol ne utiče na profesionalne mogućnosti ili tretman (oko 60% muškaraca i 59,4% žena). Međutim, žene znatno češće nego muškarci prepoznaju negativan uticaj pola: 14,3% žena, u odnosu na 5,5% muškaraca, smatra da njihov pol negativno utiče na njihov profesionalni položaj. Pozitivan uticaj pola prepoznaje vrlo mali procenat ispitanika u obje grupe (oko 9%). Ispitanici koji su se izjasnili u kategoriji „drugo“ uglavnom biraju odgovor „ne znam“, što vjerovatno odražava mali broj u ovoj grupi i nedostatak iskustva na osnovu kojeg bi mogli procijeniti uticaj pola. Sveukupno, ovi nalazi pokazuju da većina zaposlenih rodnu neravnopravnost ne prepoznaje direktno, ali da žene ipak znatno češće uočavaju negativne rodne obrasce u svom profesionalnom okruženju.

Posmatrajući odnos između godina starosti i percepcije uticaja pola na profesionalne mogućnosti, vidi se jasan obrazac kroz sve starosne grupe. Naime, najmlađa grupa ispitanika (18–34) najčešće smatra da pol ima pozitivan uticaj (12,6%), dok starije grupe taj odgovor daju sve rjeđe, pa u kategoriji 55+ to pada na 5%. Istovremeno, percepcija negativnog uticaja pola je najizraženija među ispitanicima srednjih godina (35–44: 13,3%), dok je u ostalim grupama niža i kreće se između 8% i 10%.

Najvažniji nalaz je da u svim starosnim grupama većina ispitanika smatra da pol nema uticaja na njihove profesionalne mogućnosti, a taj stav je najzastupljeniji u najstarijoj grupi (55+ — 67,5%).

Podaci prikazani na grafiku 61 ukazuju i na značajan stepen neizvjesnosti u vezi sa postojanjem internih politika ili procedura za zaštitu od diskriminacije. Najveći procenat ispitanika, 44,1%, izjavljuje da nije siguran/na da li takvi mehanizmi postoje. Tek 30,7% smatra da u njihovoj organizaciji postoje interne politike i procedure zaštite, dok 25,3% navodi da one ne postoje. Manje od jedne trećine zaposlenih, dakle, ima jasnu percepciju o institucionalnim mehanizmima zaštite.

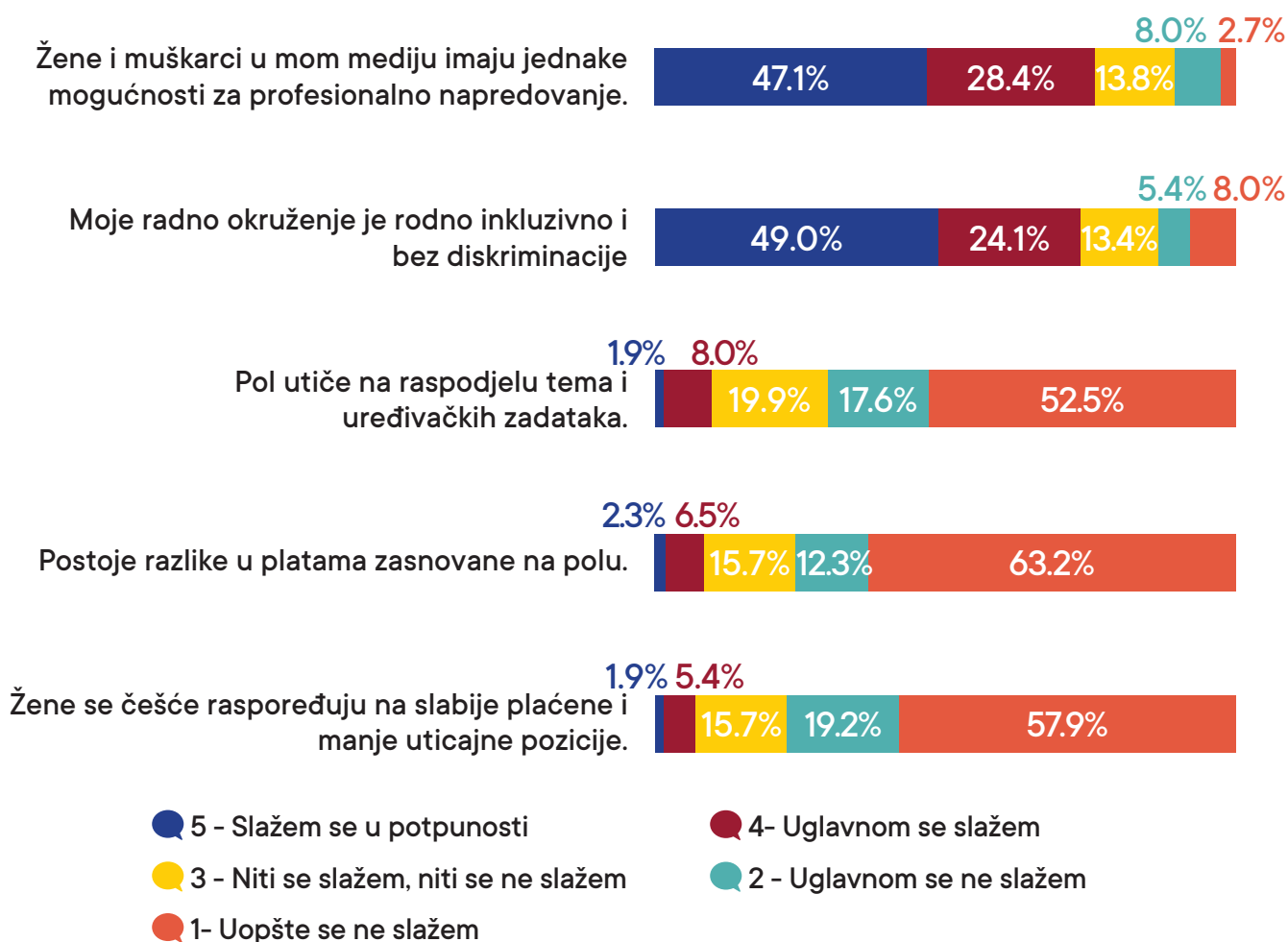
Grafik 61: Postoje li interne politike ili procedure za zaštitu od diskriminacije na vašem radnom mjestu?



Percepcija jednakih mogućnosti za profesionalno napredovanje u velikoj mjeri je pozitivna. Ukupno 47,1% ispitanika se u potpunosti, a dodatnih 28,4% uglavnom slaže sa tvrdnjom da žene i muškarci u njihovom mediju imaju jednake uslove za napredovanje. Time 75,5% ispitanika svoje radno okruženje vidi kao prilično ravnopravno u ovom pogledu, dok manjina izražava sumnju ili neslaganje. Slično tome, i percepcija rodne inkluzivnosti i odsustva diskriminacije je visoka: 49% ispitanika u potpunosti, a 24,1% uglavnom se slaže da je njihovo radno okruženje inkluzivno i bez diskriminacije. Istovremeno, prisustvo neutralnih i negativnih odgovora ukazuje da pojedina iskustva diskriminacije ili neravnopravnosti i dalje postoje, iako ne oblikuju dominantnu sliku.

Kada je riječ o raspodjeli tema i uredničkih zadataka, najveći procenat, 52,5%, uopšte se ne slaže sa tvrdnjom da pol utiče na vrstu zadataka koji se dodjeljuju, dok je 17,6% neutralno. Ipak, oko 30% ispitanika (zbir onih koji se djelimično ili u potpunosti slažu) navodi da primjećuje određene razlike, što pokazuje da iskustva nijesu potpuno homogena. Slično tome, percepcija razlika u platama zasnovanim na polu u većini slučajeva je negativna: 63,2% ispitanika u potpunosti, a 12,3% uglavnom se ne slaže sa tvrdnjom da postoje razlike u zaradama. Percepcija da se žene češće raspoređuju na slabije plaćene i manje uticajne pozicije takođe je pretežno negativna: 57,9% ispitanika se u potpunosti ne slaže sa ovom tvrdnjom. Ipak, postojanje manjeg, ali konzistentnog segmenta koji prepoznaje takve obrasce ukazuje na potrebu za dubljim kvalitativnim uvidima i organizacionim analizama.

Grafik 62: Molimo Vas da na skali od 1 (Uopšte se ne slažem) do 5 (U potpunosti se slažem) ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećim izjavama:



Posmatrajući vezu između godina starosti i percepcije o jednakim mogućnostima za profesionalno napredovanje, vidi se da ispitanici u svim starosnim grupama uglavnom smatraju da žene i muškarci imaju jednake šanse. Najmlađi (18–34) i najstariji ispitanici (55+) najčešće se u potpunosti slažu s ovom tvrdnjom, dok srednje starosne grupe (35–44 i 45–54) takođe dominantno izražavaju saglasnost. U svim kategorijama nezadovoljstvo ili percepcija nejednakosti veoma je niska.

Kada je riječ o razlikama u platama zasnovanim na polu, podaci pokazuju jasnu tendenciju: većina ispitanika ne vjeruje da takve razlike postoje.

U pogledu raspoređivanja žena na slabije plaćene i manje uticajne pozicije, nalazi takođe ukazuju da većina ispitanika ne prepoznaje ovakav obrazac. Svi starosni segmenti dominantno odgovaraju da se ne slažu s ovom tvrdnjom, pri čemu je negiranje najizraženije u najstarijoj grupi (55+).

Dalje, posmatrajući podatke o uticaju pola na raspodjelu tema i uredničkih zadataka, uočava se da ispitanici svih starosnih grupa uglavnom smatraju da pol ne igra značajnu ulogu u tome ko dobija koje zadatke. Najmlađi (18–34) i starosna grupa 35–44 najčešće izražavaju neslaganje sa tvrdnjom da pol utiče na raspodjelu posla, pri čemu oko 57–59% njih navodi da se „uopšte“ ili „uglavnom“ ne slažu s tom tvrdnjom. Najstarija grupa (55+) dominantno negira postojanje rodnog uticaja na raspodjelu uredničkih zadataka, gdje 55% navodi da se „uopšte ne slaže“.

Kada je riječ o percepciji rodne inkluzivnosti radnog okruženja, dominantan je pozitivan stav kroz sve starosne grupe, uz trend da stariji ispitanici iskazuju još snažnije uvjerenje u inkluzivnost. Među ispitanicima uzrasta 18–34 i 35–44 oko 70% se „uglavnom“ ili „u potpunosti“ slaže da je radno okruženje rodno inkluzivno i bez diskriminacije. Starosna grupa 45–54 pokazuje nešto veći nivo neodlučnosti (22%), ali i u ovoj grupi prevladava percepcija inkluzivnosti. Najstariji ispitanici (55+) najčvršće izražavaju uvjerenje o rodno ravnopravnom okruženju, pri čemu čak 65% u potpunosti dijeli taj stav.

Fokus grupe sa novinarkama ukazuju na specifične izazove sa kojima se žene suočavaju: seksualizovani komentari na mrežama, otežano balansiranje privatnih i profesionalnih obaveza, te hronično prekovremeno angažovanje. Iako mnoge učesnice smatraju da su žene dobro zastupljene i na rukovodećim pozicijama, iskustva pokazuju da rodni faktori i dalje oblikuju radni stres i svijet rada u medijima.

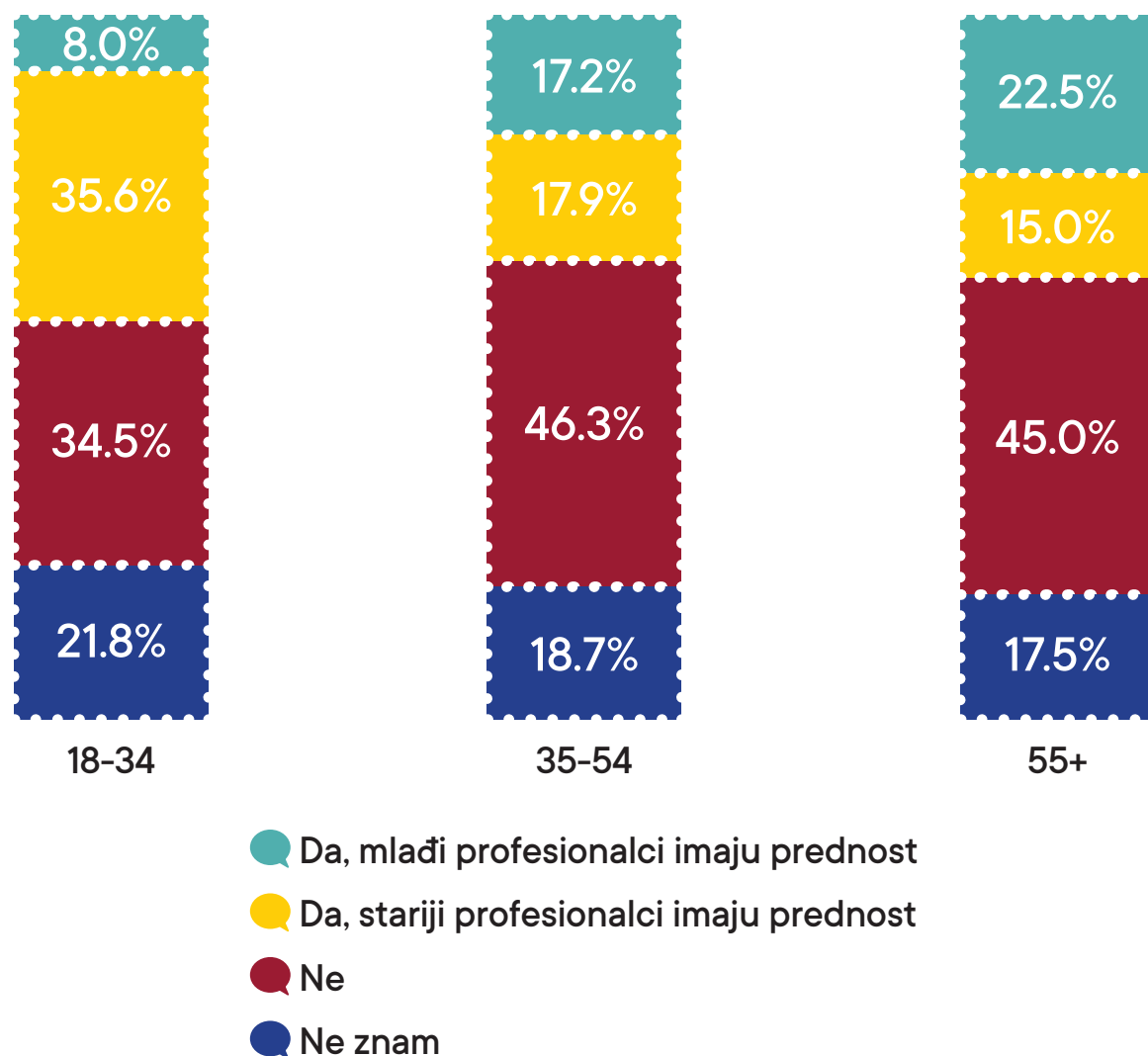
Kada je riječ o starosnim aspektima, rezultati pokazuju da 42,1% ispitanika smatra da starosna dob ne utiče na profesionalne mogućnosti ili tretman u njihovoj organizaciji. Ovaj nalaz sugerise da značajan dio zaposlenih radno okruženje vidi kao relativno neutralno u pogledu starosti, odnosno da mogućnosti i tretman doživljavaju kao vezane za individualne kompetencije, a ne za godine života. Ipak, 23,4% ispitanika smatra da stariji profesionalci imaju prednost, dok 14,9% navodi da su u povoljnijoj poziciji mlađi. Dodatnih 19,5% nije sigurno, što ukazuje na određeni stepen nejasnoće u vezi sa procesima napredovanja i raspodjele zadataka.

Grafik 63: Smatrate li da godine starosti utiču na profesionalne mogućnosti ili tretman u vašoj organizaciji?



Detaljnija analiza pokazuje da percepcija uticaja starosti varira između generacija. Najmlađa grupa ispitanika (18–34) najčešće smatra da stariji profesionalci imaju prednost (35,6%), vjerovatno zbog manjeg iskustva i osjećaja da su postojeće strukture već formirane. U srednjoj starosnoj grupi (35–54) ovaj osjećaj opada (17,9%) i raste uvjerenje da starost uopšte ne utiče (46,3%). Najstarija grupa (55+) u najvećoj mjeri prepoznaje prednost mlađih kolega (22,5%), što može odražavati percepciju brzih tehnoloških i organizacionih promjena koje češće favorizuju mlađe kadrove.

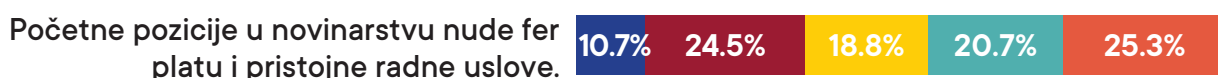
Grafik 64: Smatrate li da godine starosti utiču na profesionalne mogućnosti ili tretman u vašoj organizaciji? * Godine starosti



Percepcije mladih novinara o karijernim prilikama dodatno osvjetljavaju ovu sliku. Na tvrdnju da mladi novinari u Crnoj Gori imaju jednake mogućnosti za napredovanje, 41,8% ispitanika se u određenoj mjeri slaže (15,7% u potpunosti, 26,1% uglavnom), dok 31,4% zauzima neutralan stav. Istovremeno, 31,4% (16,1% uglavnom, 15,3% uopšte se ne slaže) dovodi u pitanje jednakost mogućnosti. Ovi nalazi ukazuju da, iako određene šanse postoje, one nijesu dovoljno jasne, dostupne ili dosljedne da bi se većina mladih profesionalaca osjećala ravnopravno uključeno.

Percepcija dugoročnih karijernih perspektiva u medijskom sektoru je pretežno skeptična. Tek 35,7% ispitanika se slaže sa tvrdnjom da mediji nude dobre dugoročne perspektive. Još nepovoljnija je slika kada je riječ o platama i početnim uslovima za mlade: iako se 35,2% slaže da su plate fer i uslovi pristojni, 45,9% se sa tim ne slaže. Slično tome, 34,5% ispitanika smatra da postoji dovoljno mentorstva i podrške za mlade, dok 41% zauzima negativan stav (19,5% uglavnom, 21,5% uopšte se ne slaže).

Grafik 65: Molimo Vas da na skali od 1 (Uopšte se ne slažem) do 5 (U potpunosti se slažem) ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećim izjavama:



- 5 - Slažem se u potpunosti
- 4- Uglavnom se slažem
- 3 - Niti se slažem, niti se ne slažem
- 2 - Uglavnom se ne slažem
- 1- Uopšte se ne slažem

Kada je riječ o preprekama za ulazak mladih u profesiju, ispitanici najčešće navode politički ili urednički pritisak koji ograničava novinarsku slobodu – čak 92,3% učesnika ističe ovaj faktor kao ključni. Niske početne plate i nedostatak finansijskih podsticaja navodi 60,2% ispitanika, dok 53,9% kao prepreku vidi nesigurnost zaposlenja i nedostatak stalnih ugovora. Ograničene mogućnosti za napredovanje prepoznaje 51,6% učesnika, a neplaćene prakse i eksploataciju mladih 32,4%. Koncentracija prilika u glavnom gradu ili urbanim centrima predstavlja prepreku za 3,1% ispitanika.

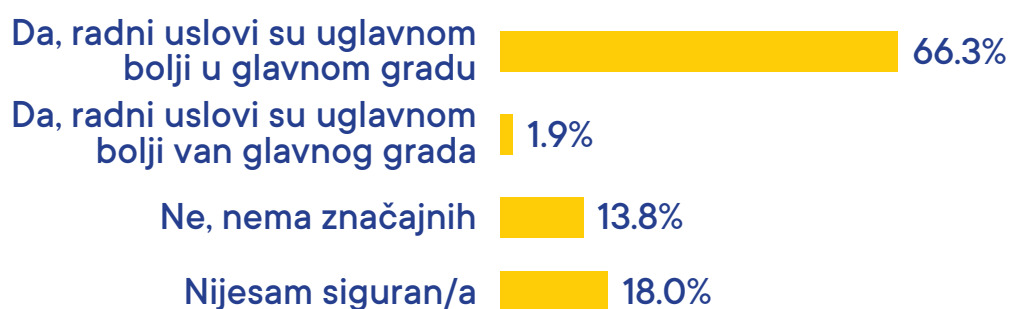


Grafik 66: Šta smatrate najvećim preprekama za mlade koji žele da se bave novinarstvom u Crnoj Gori?



Regionalne i sektorske razlike dodatno oblikuju percepciju uslova rada. Većina ispitanika (66,3%) smatra da su uslovi rada u medijima bolji u glavnom gradu, dok svega 1,9% vjeruje da su bolji van glavnog grada.

Grafik 67: Mislite li da se radni uslovi značajno razlikuju između glavnog grada i drugih regiona?



Konačno, podaci jasno ukazuju da većina ispitanika smatra da javni i privatni mediji u Crnoj Gori ne posluju pod jednakim uslovima.



“Mi se u privatnim medijima borimo za naše plate, a oni imaju sigurne plate, idu iz budžeta.”
(Učesnik/ca fokus grupe)



“Pa lako je javnom servisu, svake godine 20 miliona iz budžeta, pa oni ne moraju da rade.”
(Učesnik/ca fokus grupe)

Gotovo polovina ispitanika (47,1%) smatra da javni mediji imaju povoljnije uslove, samo 8,4% vjeruje da je tržište izjednačeno, dok 9,6% vidi prednost na strani privatnih medija.

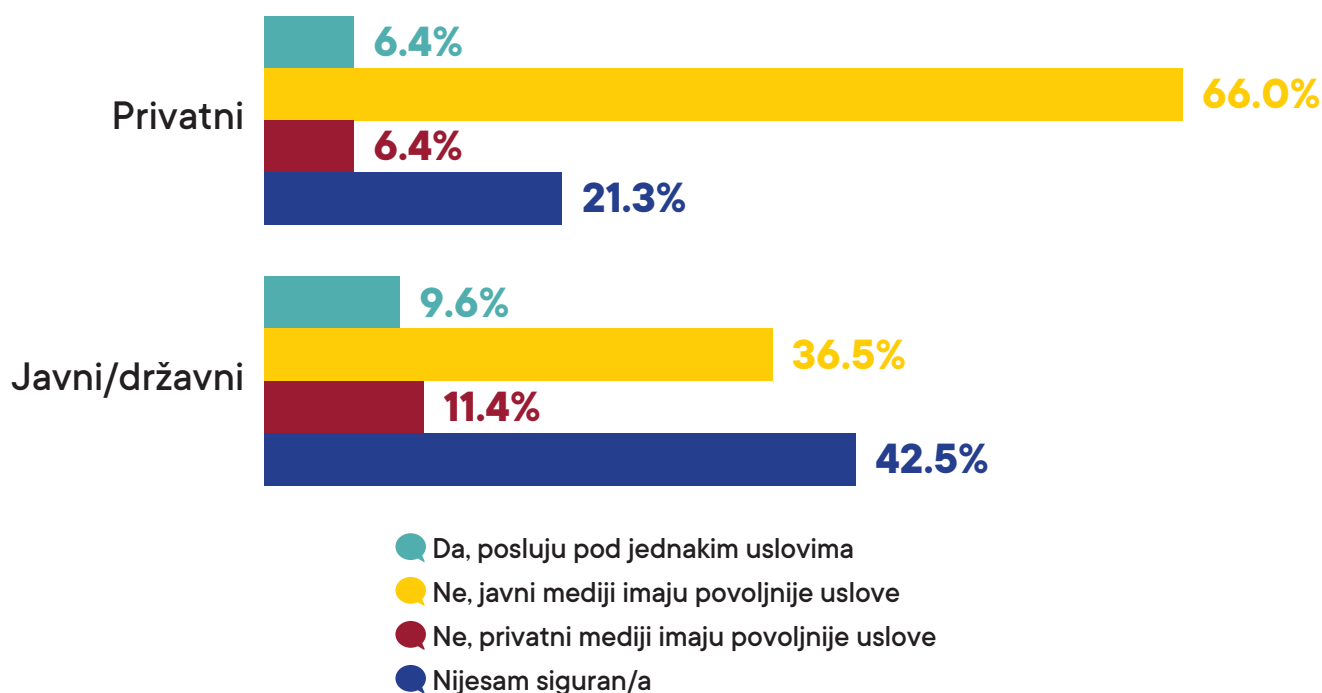
Grafik 68: Vjerujete li da javni (državni) i privatni mediji u Crnoj Gori posluju pod jednakim uslovima?



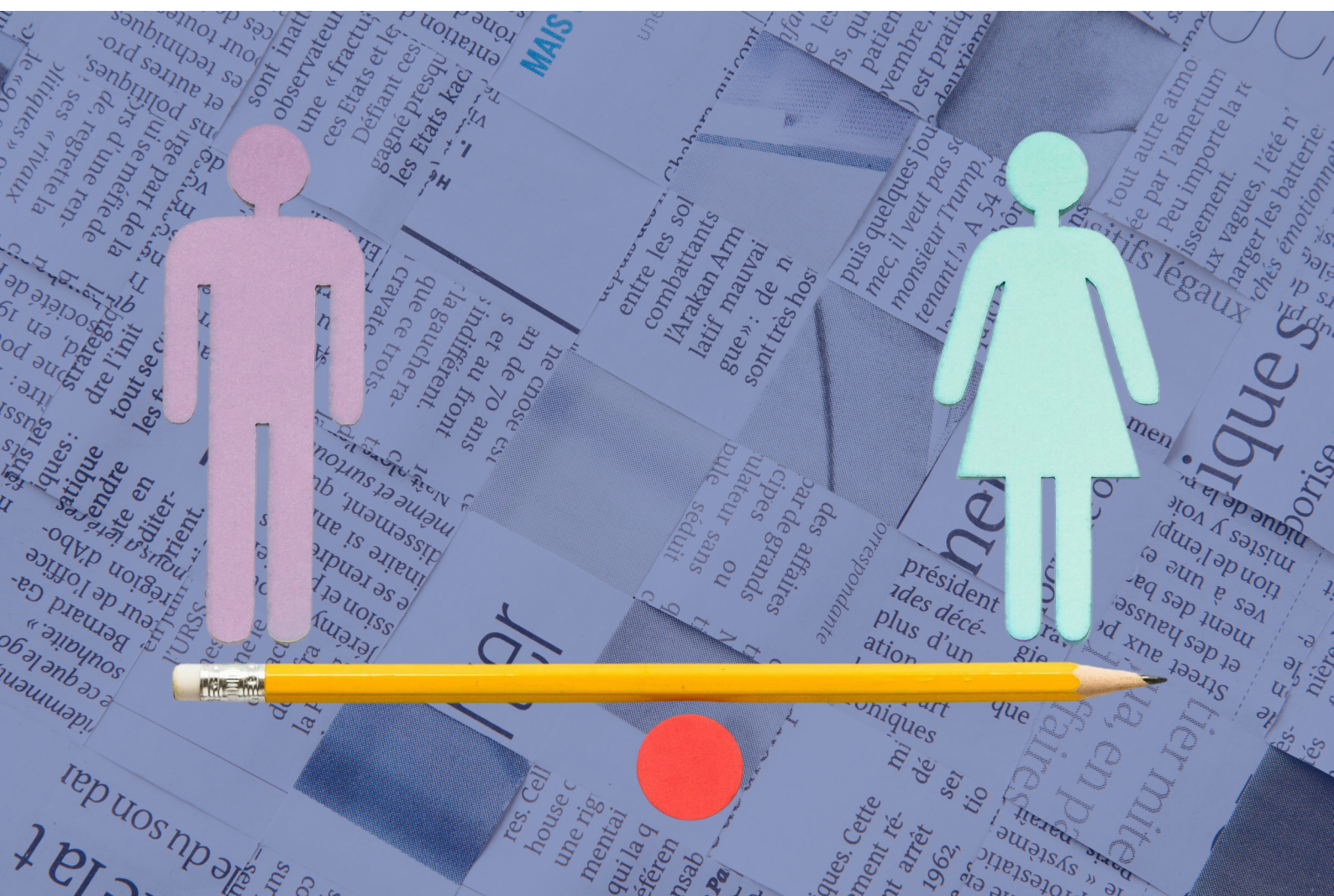
Dodatna analiza jasno pokazuje da zaposleni u javnim/državnim i privatnim medijima imaju različite poglede na to da li oba sektora posluju pod jednakim uslovima, iako u obje grupe dominira uvjerenje da jednakosti – nema. Kros-tabulacija pokazuje da zaposleni u privatnim medijima dominantno smatraju da javni sektor ima povoljnije uslove – 66% njih navodi ovu opciju, dok samo 6,4% vjeruje da oba sektora posluju pod jednakim uslovima, a isti procenat smatra da su privatni mediji u prednosti. U javnim medijima slika je uravnoteženija: 36,5% zaposlenih smatra da javni mediji imaju povoljnije uslove, 11,4% da su privatni u prednosti, 9,6% da su uslovi jednaki, dok je čak 42,5% neodlučno.

Grafik 69: Vjerujete li da javni (državni) i privatni mediji u Crnoj Gori posluju pod jednakim uslovima?

* Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite?



Zaključno, podaci ukazuju da većina zaposlenih u medijima percipira svoje radno okruženje kao rodno ravnopravno, uz relativno visok nivo formalne jednakosti u mogućnostima napredovanja i odsustvu direktne diskriminacije. Ipak, žene češće prepoznaju negativan uticaj pola, a pojedini nalazi sugeriraju prisustvo suptilnih rodnih i generacijskih razlika. Perspektiva mladih je posebno kritična: oni često dovode u pitanje jednake mogućnosti, dugoročne karijerne perspektive, fer početne uslove i dostupnost mentorstva. Istovremeno, snažno prepoznaju političke i uredničke pritiske, niske plate i nesigurnost zaposlenja kao ključne prepreke za ulazak i ostanak u profesiji. Regionalne i sektorske razlike – povoljniji uslovi u glavnom gradu i percepcija prednosti javnih medija – dodatno komplikuju sliku jednakih mogućnosti u sektoru. Sveukupno, nalazi ukazuju na potrebu za jačanjem politika i praksi koje podstiču rodnu, generacijsku i regionalnu ravnopravnost, kao i za stvaranjem održivijih i razvojno orijentisanih uslova za mlade novinare.



Digitalna transformacija

Digitalna transformacija predstavlja jedan od najznačajnijih procesa koji oblikuje savremeno novinarstvo i medijski sektor u cjelini. Uvođenje novih tehnologija, digitalnih platformi i alata mijenja način na koji novinari prikupljaju, obrađuju i distribuiraju informacije, ali i utiče na organizacione prakse, radno opterećenje i profesionalne kompetencije zaposlenih. U tom kontekstu, razumijevanje nivoa digitalnih vještina, dostupnosti obuka, spremnosti za rad u digitalnom okruženju, kao i percepcije izazova koje digitalna transformacija donosi, ključno je za procjenu kapaciteta medijskih profesionalaca u Crnoj Gori.

Zajedno, ova pitanja pružaju sveobuhvatan uvid u to kako novinari doživljavaju digitalnu transformaciju, ne samo kao tehnički izazov, već i kao širi proces koji utiče na profesionalni identitet, radno opterećenje i buduće perspektive rada u medijima.

Najveći procenat ispitanika, čak 85,4%, navodi da su digitalne alate naučili da koriste samostalno ili kroz neformalne načine. Većina ispitanika (78,9%) osjeća se samouvjereno u korišćenju digitalnih platformi i alata neophodnih za rad. Slično tome, 76,6% ispitanika izjavljuje da može samostalno obavljati složenije digitalne zadatke, poput izvještavanja uživo, upravljanja društvenim mrežama ili korišćenja analitičkih alata.

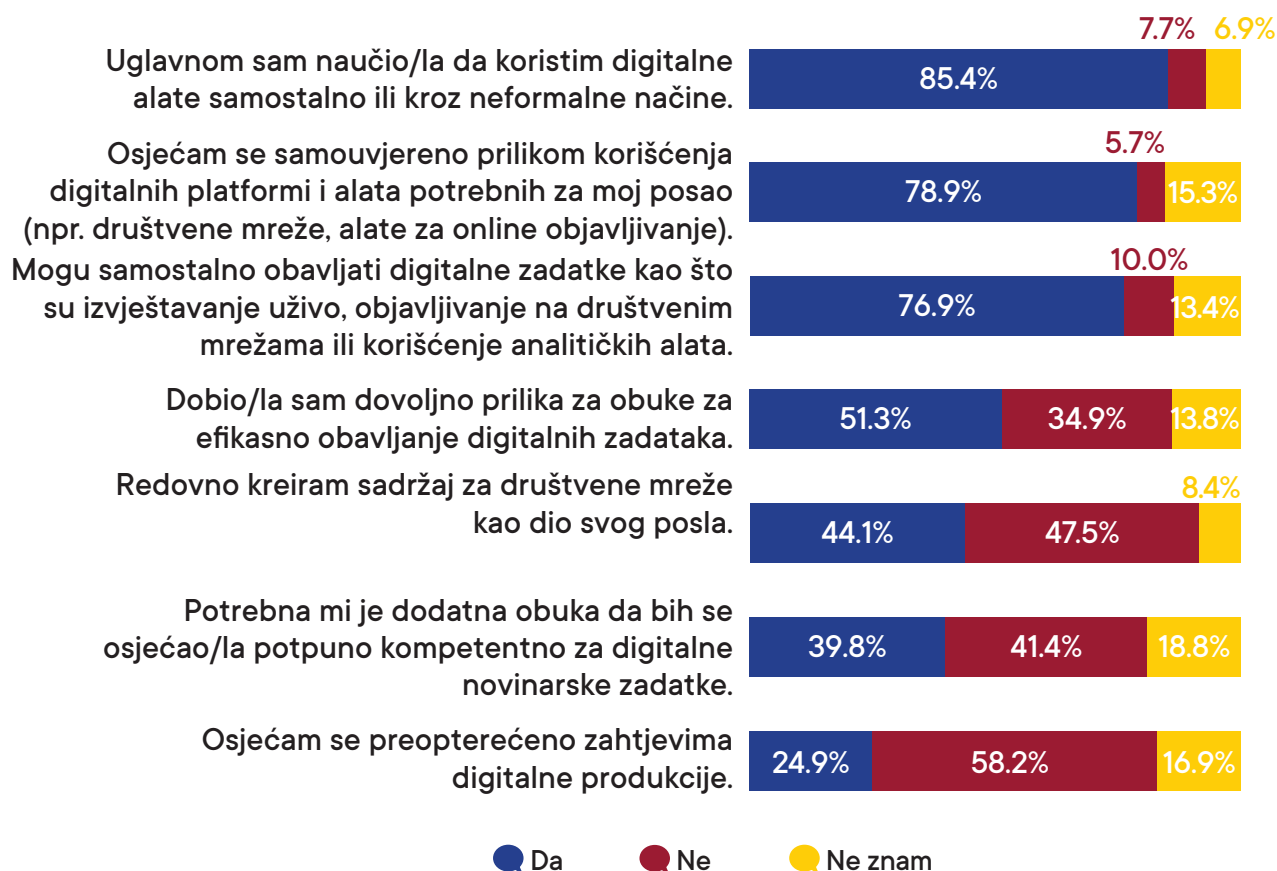
Kada je riječ o formalnoj podršci, samo 51,3% ispitanika smatra da su dobili dovoljno prilika za obuke, dok se 34,9% ne slaže s tom tvrdnjom. Podaci pokazuju i da 44,1% ispitanika redovno kreira sadržaj za društvene mreže kao dio svog posla, dok 47,5% navodi da to nije slučaj.

Kada je riječ o potrebama za dodatnom obukom, odgovori su podijeljeni: 39,8% ispitanika smatra da im je dodatna obuka potrebna, dok 41,4% procjenjuje da nije. Istovremeno, 58,2% ispitanika izjavljuje da se ne osjeća preopterećeno zahtjevima digitalne produkcije, dok se 24,9% slaže s ovom tvrdnjom. Ovi nalazi sugerisu da digitalizacija ima različite efekte na radno opterećenje novinara, pri čemu dio ispitanika prepoznaje povećane zahtjeve digitalne produkcije, dok većina ne percipira digitalne promjene kao dodatno opterećenje.



“Nekad je na nama bilo da pripremimo prilog ili emisiju i to je to. Danas treba pripremiti prilog ili emisiju, pa adaptirati za portal, pa pripremiti tekst koji ide na portal, pa snimiti nešto i za društvene mreže... posao se više nego duplirao.”
(Učesnik/ca fokus grupe)

Grafik 70 : Molimo Vas da pročitate sljedeću listu i označite sve tvrdnje koje se odnose na vas:

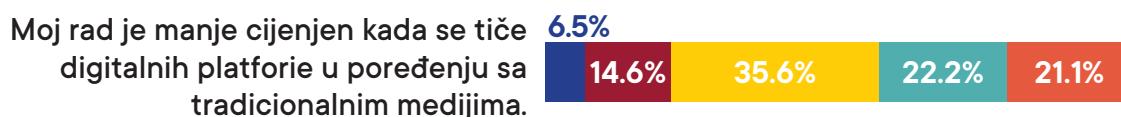


Percepcije uticaja digitalne transformacije na radne uslove nijesu jednoznačne. Kada je riječ o fleksibilnosti, 51% ispitanika smatra da im digitalni mediji omogućavaju veću fleksibilnost u pogledu načina i mjesta rada.

Sa druge strane, 41% ispitanika slaže se s tvrdnjom da je digitalizacija povećala njihov radni teret. Relativno nizak procenat neslaganja (26,8%) sugerise da većina novinara povezuje digitalne zahtjeve sa dodatnim obimom posla, bilo kroz paralelnu produkciju za više platformi, kraće rokove ili žpovećanu dostupnost.

Percepcija vrednovanja rada na digitalnim platformama takođe je složena. Ukupno 21,1% ispitanika smatra da je njihov digitalni rad manje cijenjen u poređenju sa tradicionalnim formatima.

Grafik 71: Molimo Vas da na skali od 1 (Uopšte se ne slažem) do 5 (U potpunosti se slažem) ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećim izjavama:



5 - Slažem se u potpunosti

4- Uglavnom se slažem

3 - Niti se slažem, niti se ne slažem

2 - Uglavnom se ne slažem

1- Uopšte se ne slažem

Učesnici fokus grupa ističu potrebu za sadržajnijim digitalnim obukama, posebno u oblastima digitalne bezbjednosti, verifikacije sadržaja i rada na terenu. Dodatno, izražene su bojazni da bi ubrzan razvoj vještačke inteligencije mogao dodatno smanjiti prostor za istraživačko novinarstvo i autorske pristupe.



“Treba smanjiti ChatGPT novinarstvo.”
(Učesnik/ca fokus grupe)

“Nije problem sada korišćenje vještačke inteligencije, to smo već svi naučili, nisu nam potrebne obuke u tom dijelu. Sada nam treba obuka o prepoznavanju korišćenja, prije svega lošeg korišćenja vještačke inteligencije.” (Učesnik/ca fokus grupe)



Nalazi ovog poglavlja pokazuju da novinari u Crnoj Gori u velikoj mjeri posjeduju osnovne i naprednije digitalne vještine, ali da je njihov razvoj dominantno zasnovan na samostalnom učenju, uz ograničenu institucionalnu podršku. Istovremeno, digitalna transformacija se doživljava i kao prilika i kao opterećenje: dio novinara prepoznaje veću fleksibilnost i profesionalne mogućnosti i ističe povećan obim posla i osjećaj preopterećenosti. Brige u vezi sa sigurnošću zaposlenja i percepcija neujednačenog vrednovanja digitalnog rada ukazuju na to da tehnološke promjene nijesu praćene dovoljno jasnim strategijama upravljanja ljudskim resursima i profesionalnim razvojem.

Preporuke

Preporuke u nastavku zasnovane su na kombinovanim nalazima kvantitativnog istraživanja i fokus grupa. One su usmjerene ka ključnim akterima – državnim institucijama, medijskim kućama, sindikatima, profesionalnim udruženjima i međunarodnim organizacijama, sa ciljem da se unaprijede radni uslovi, profesionalna sigurnost i dugoročna održivost novinarstva u Crnoj Gori.

Radna Prava, Plate i Socijalna Zaštita

- Usvajanje Granskog Kolektivnog Ugovora (GKU): Hitno usvojiti GKU za medijski sektor kojim će se definisati minimalni koeficijenti plata, dodaci (prekovremeni, noćni, praznici), regres, otpremnine i jasna pravila napredovanja. Proces pregovaranja potrebno je ubrzati tako što će se, pored učešće socijalnih partnera (Sindikat medija i poslodavci), uključiti i druge relevantne institucije, poput Ministarstva kulture i medija i Vlade Crne Gore, radi obezbjeđivanja pune institucionalne podrške i održivosti rješenja.
- Povećati plate novinara barem na nivo prosječne zarade u državi i uvesti mehanizme za periodično usklađivanje sa inflacijom.
- Eliminirati rad bez ugovora pojačanim inspekcijskim nadzorom i sankcijama. Sve oblike saradnje (honorarni, projektni) regulisati pisanim ugovorima koji garantuju socijalna prava.
- Uvesti jasne interne procedure za evidenciju radnih sati. Obezbijediti da sav prekovremeni rad, rad vikendom i praznicima, bude adekvatno plaćen ili kompenzovan slobodnim danima uz saglasnost zaposlenog.
- Obezbijediti mladima fer i podsticajne uslove na početku karijere kroz uvođenje kvalitetnih praksi koje uključuju adekvatno mentorstvo, jasno definisane zadatke i realne mogućnosti za profesionalno usavršavanje. Poseban fokus treba staviti na osiguravanje transparentnih i pravednih početnih pozicija, kako bi se mladim novinarima olakšao ulazak u profesiju.

Bezbjednost, Uređivačka Nezavisnost i Radni Uslovi

- Ojačati rad Komisije za praćenje istraga napada na novinare i povećati njenu transparentnost.
- Redovno sprovoditi obuke iz fizičke, digitalne i pravne bezbjednosti, s posebnim fokusom na zaštitu novinarki od rodno zasnovanog i onlajn nasilja.
- Uspostaviti jasne interne protokole za reagovanje na prijetnje, uz obavezu poslodavca da prijavljuje napade i pritiske.
- Uspostaviti i javno objaviti uredničke statute ili interne politike koje garantuju nezavisnost u uređivanju sadržaja i definišu procedure za prijavu pritisaka vlasnika, politike ili oglašivača. Ove politike treba da budu dostupne zaposlenima i javnosti, kako bi se osnažila transparentnost, odgovornost i povjerenje u uređivačke procese, te obezbijedila institucionalna zaštita novinara u situacijama potencijalnih pritisaka.
- Na nivou medijskih kuća potrebno je sistemski razvijati kulturu psihološke bezbjednosti, kroz set mjera koje doprinose mentalnom zdravlju i dobrobiti zaposlenih. Ovo može uključivati uspostavljanje saradnje sa psiholozima radi anonimnih savjetodavnih sesija, naročito nakon traumatičnih događaja, ali i širu paletu aktivnosti poput redovnih radionica, edukacija o stresu i burnout-u, internih protokola za reagovanje u kriznim situacijama i mehanizama za povjerljivo prijavljivanje problema.
- Uspostaviti saradnju sa psiholozima za anonimne savjetodavne sesije, posebno nakon traumatičnih događaja.

Stručno Usavršavanje i Profesionalni Razvoj

- Digitalne Vještine: Uspostaviti sistematske i strukturirane digitalne obuke (multimedija, data novinarstvo, verifikacija, analitički alati).
- Vrednovanje Digitalnog Rada: Uredničkim politikama jasno prepoznati i nagraditi digitalni rad (vođenje naloga, multimedija, brza ažuriranja) kao sastavni dio profesionalnog angažmana.

Uloga Države, Sindikata, Udruženja i Međunarodnih Partnera

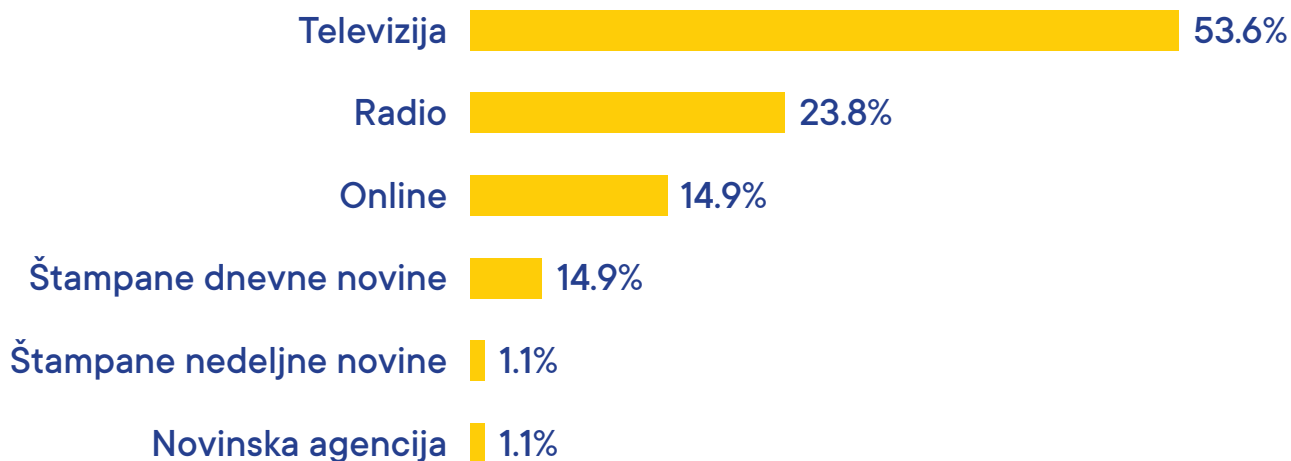
- Korišćenje javnih sredstava (grantovi, subvencije) usloviti dokazom o finansijskoj urednosti (plaćene plate i doprinosi, poštovanje radnog zakonodavstva).
 - Sindikati i novinarska udruženja treba da usmjere svoj rad ka rješavanju ključnih profesionalnih pitanja, kao što su zarade, radni uslovi, stabilni ugovori, profesionalna bezbjednost i zaštita prava novinara. Neophodno je povećati transparentnost njihovog djelovanja, osnažiti komunikaciju prema članstvu i aktivno podsticati profesionalnu solidarnost među zaposlenima u sektoru.
 - Redakcije moraju usvojiti rodno osjetljive politike za praćenje strukture i plata. Obezbijediti dodatnu podršku (grantovi, obuke, oprema) radi jačanja kapaciteta medija, posebno manjih lokalnih medija, kroz obuke, podršku u razvoju internih politika i jačanje organizacionih procesa.
- Uloga Međunarodnih Partnera: Aktivna podrška međunarodnih partnera procesu usvajanja
- GKU (posredovanje, ekspertiza) i ciljano finansiranje obuka za bezbjednost, digitalne vještine i mentalno zdravlje.



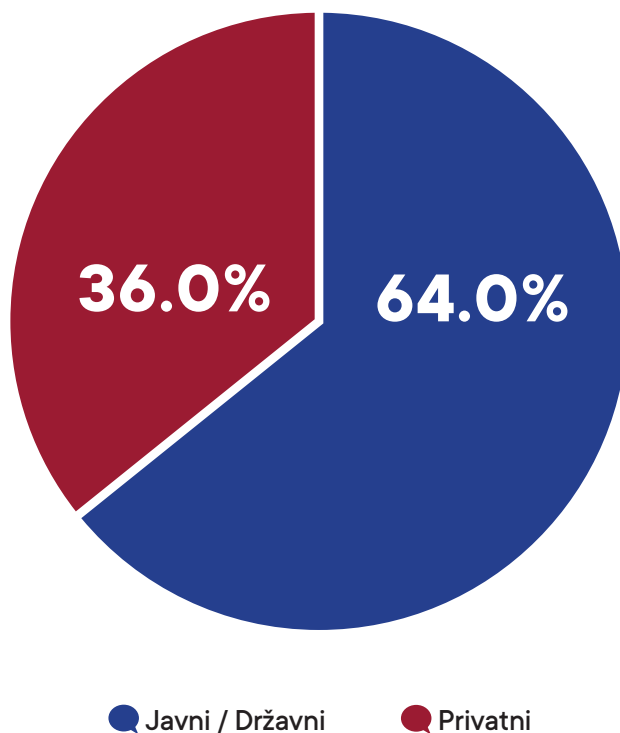
Demografski podaci

U Annex-u predstavljamo detaljan pregled ključnih demografskih karakteristika uzorka za ovo istraživanje.

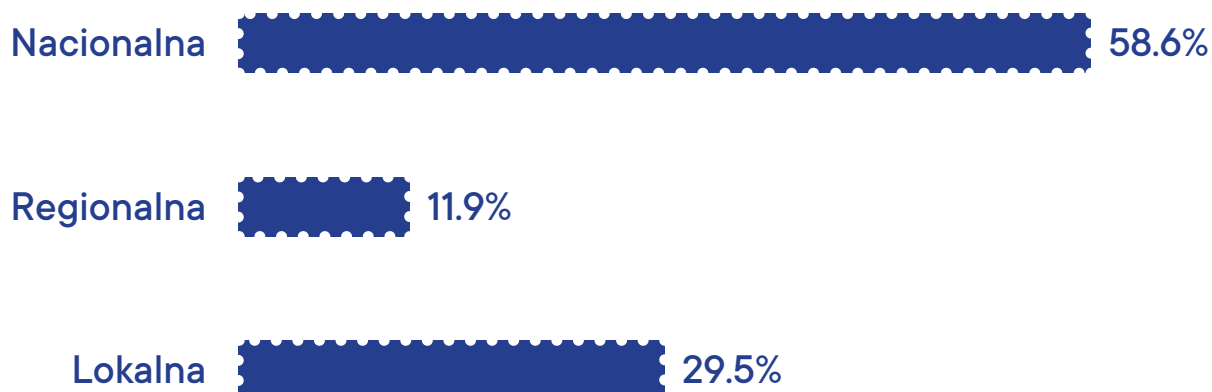
Grafik 72: Za koji tip medija radite?



Grafik 73: Koji je status vlasništva medijske kuće u kojem radite?



Grafik 74 : Koja je geografska pokrivenost medijske kuće u kojoj radite?



Grafik 75 : Koje je Vaše registrovano radno mjesto?



Grafik 76: Ako ste novinar/reporter, koje je vaše primarno područje rada?

