

CEDEM

OEBS

IZVEŠTAJ

***SOCIJALNI POLOŽAJ
NOVINARSKE
PROFESIJE U CRNOJ
GORI***

Novembar, 2014.

SADRŽAJ

<u>UVOD.....</u>	<u>2</u>
<u>CILJEVI I METOD ISTRAŽIVANJA.....</u>	<u>2</u>
<u>LOKALIZACIJA MEDIJA I DEMOGRAFSKI PODACI.....</u>	<u>4</u>
<u>SOCIJALNI POLOŽAJ NOVINARA.....</u>	<u>7</u>
<u>STAVOVI NOVINARA.....</u>	<u>15</u>
<u>STAVOVI NOVINARA O NOVINARSKIM UDRUŽENJIMA I SINDIKATIMA.....</u>	<u>19</u>
<u>KLJUČNI ISTRAŽIVAČKI NALAZI:.....</u>	<u>20</u>

UVOD

Godine 2011 CEDEM je u saradnji sa OEBS-om realizovao jedno opsežno istraživanje koje se bavilo problemima novinarske profesije. Istraživanje je imalo čitav niz istraživačkih zadataka, od ispitivanja stavova novinara, do merenja uticaja koji razne političke strukture i interesne skupine imaju na rad i izveštavanje novinara. U ovom istraživanju uočeno je nekoliko veoma interesantnih aspekata koji se tiču same novinarske profesije, posebno socijalnih aspekata. O ovim aspektima se, inače, ne govori često, a istraživački nalazi tog istraživanja ukazivali su inicijalno da se ovom pitanju treba posvetiti posebna pažnja.

Nakon goreiznesenog istraživačkog iskustva, CEDEM, OEBS i predstavnici sindikata su obavili niz konsultacija, i ustanovili da bi za sve zainteresovane javne subjekte u Crnoj Gori, a posebno same novinare, bilo veoma korisno da se pitanje socijalnog položaja novinarske profesije osvetli posebnim istraživanjem. Između partnera na projektu postojalo je slaganje da se na osnovu niza sekundarnih indikatora može naslutiti (ali ne i zaključiti) da su sami novinari izloženi velikom broju problema kada je reč o njihovom socijalnom položaju. Jednako, u konsultacijama, a posebno uz pomoć određenih podataka i informacija koje su stigle sa adrese sindikalne organizacije, utvrdili smo da mi zapravo nemamo nikakvih pouzdanih i validnih podataka koje bi na jedan precizan i verodostojan dale odgovor na pitanje: kakv je socijalni položaj novinara? Tokom 2014 godine, krenuli smo u preciziranje ciljeva projekta, kao i konstruisanje inicijalnog instrumenta za prikupljanje podataka. Kao što je to neretko slučaj, bio je problem da se obezbede validni podaci koji su potrebni za uzorkovanje, a u cilju da se obezbedi reprezentativnost podataka. Utvrđujući disparitete u informacijama koje se tiču broja novinara, a koje smo dobijali iz različitih izvora, u više iteracija posredstvom direktnih kontakata sa medijima obezbedili smo neophodne podatke o samom broju novinara u svim medijima u Crnoj Gori.

Samo istraživanje je inicijalno imalo nešto ambicioznije ciljeve. Naime, osim socijalnog položaja novinara, postojala je želja i namera da se uradi neka vrsta longitudinalnog istraživanja koje bi predstavljalo produžetak upravo onog koje je realizovano 2011. godine. Međutim, nakon detaljne analize, a posebno nakon konstruisanja baterije pitanja koja su usmerena na merenje socijalnog položaja novinara, utvrdili smo da bi istraživanje ovog tipa bilo preambiciozno. Naprosto, sama tema socijalnog položaja novinara je dovoljno ekstenzivna za posebno istraživanje. Konsekventno, u skladu sa dobrom istraživačkom praksom koja se vodi načelom da je bolje istraživanjem dubinski osvetliti jedan problem/pitanje, nego površno veći broj problema/pitanja, doneli smo odluku da čitavo istraživanje posvetimo samo problemima socijalnog položaja novinara.

CILJEVI I METOD ISTRAŽIVANJA

Dva su osnovna cilja koje smo postavili u ovom istraživanju. Prvi cilj je merenje **socijalnog položaja novinara**, a drugi, **merenje stavova novinara o novinarskoj profesiji**. Jasno postavljeni ciljevi su zahtevali i podrobniju operacionalizaciju, a mi smo na osnovu teorijskih i empirijskih kriterijuma utvrdili na koji način ćemo postavljene ciljeve operacionalizovati. Kada je reč o socijalnom položaju novinara, ovaj koncept je operacionalizovan posredstvom merenja:

- materijalnog položaja novinara
- status zaposlenja
- tip primanja (fiksna plata vs. naknada za obavljeni posao)
- redovnost primanja plate/finansijske naknade
- finansijska dugovanja vlasnika prema novinarima
- fluktuacija (smanjivanje) plata
- (ne)postojanje Pravilnika i/ili drugih akata medija koji se tiču novinarske profesije
- status osiguranja novinara
- radno vreme novinara
- prekovremeni rad i tretman ovog rada od strane vlasnika medija
- postojanje i korišćenje slobodnih dana, prazničnih dana i godišnjih odmora

Kada je reč o drugom cilju, merenja stavova novinara, operacionalizacijom smo utvrdili sledeće aspekte koji su bili neposredni predmet istraživanja:

- rodni aspekti u pogledu ravnopravnosti novinara-ki
- stavovi novinara o radu Komisije za praćenje istraga napada na novinare
- stavovi novinara o (ne)jednakim uslovima poslovanja privatnih i javnih medija
- članstvo u novinarskim udruženjima, i stavovi o samim udruženjima
- članstvo u sindikatima i stavovi o samim sindikatima

Istraživanje je realizovano primenom **anketne metode**. U datoj situaciji niti jedna druga metoda nije u stanju da ispuni dva kriterijuma koja su nam u postavljenim ciljevima posebno važni, a to je reprezentativnost rezultata istraživanja i kvantifikacija, tačnije, merenje socijalnog položaja novinara.

Proces uzorkovanja obavljen je u nekoliko faza. Najpre, prikupili smo direktno od svih medija u Crnoj Gori broj novinara koji je u tim medijama uposlen. Na osnovu dobijenih podataka utvrdili smo da u svim medijima u Crnoj Gori ukupno radi 809 novinara koji su uposleni u 57 medija. Zatim smo sve zaposlene

novinare klasifikovali po tipu medija. Podaci u Grafikonu 1. ukazuju na strukturu zaposlenih novinara po tipovima medija.

Grafikon 1. Broj novinara u odnosu na kategorije medija

Dakle, najveći deo varijanse upošljenih novinara radi na televiziji i u štampi, i ove dve kategorije obuhvataju gotovo 2/3 svih novinara u Crnoj Gori. Ovo je bio i prvi kriterijum za uzorkovanje, tačnije, prvotni kriterijum za 'multistage random sampling' je bio upravo broj zaposlenih novinara po kategorijama medija. Drugi kriterijum u proceduri uzorkovanja bilo je vlasništvo nad medijima, tačnije, podela na privatne vs. državne/javne medije. Na osnovu podataka dobijenih od svih medija, ova proporcija na nivou ukupne varijanse iznosi 53% naspram 47% u korist privatnih medija. Ovo je bio drugi kriterijum koji smo koristili u proceduri uzorkovanja.

Nakon određivanja proporcija za proces slučajnog uzorkovanja odredili smo broj novinara u odnosu na broj zapošljenih po kategorijama medija i tipu vlasništva. Dodatno, odredili smo da uzorkom pokrijemo ukupno 1/5 varijanse svih zapošljenih novinara. Ovaj kriterijum je određen na osnovu preklapanja varijanse između targetirane populacije i uzorka a rezultat je ispunjavanja uslova u kojima se istraživanje realizuje na relativno malobrojnoj populacija koja je diverzifikovana po gore opisanim kategorijama (inače bi za reprezentativnost bio potreban manji broj ispitanika). Drugim rečima, reprezentativnost uzorka je postignuta ne samo na nivou ukupne varijanse, već i na nivou dva stratumata koje smo odredili kao ključne za samu proceduru uzorkovanja (tip medija i vlasništvo). Konačno, u uzorkovanje smo uključili i treći stepen (kriterijum) a to je referentni broj novinara u svakom pojedinom mediju. U konačnom na osnovu tri klasifikacijskih kriterijuma, odredili smo da ukupno ispitamo 150 novinara.

Reprezentativnost dobijenog uzorka procenili smo na osnovu neparametrijskog testa, i utvrdili da kada je reč o tipu medija je $\chi^2(3)=1.42$, $p<0.01$, dok je referentna vrednost neparametrijskog testa za vlasništvo medija toliko niska da nema ni potrebe numerički je izražavati (u procentima odstupanje je 0.3%). Nakon svih procedura formiran je uzorak koji ubuhvata po medijima referentan broj novinara i to: Radio Andrijevića (Andrijevića), Radio Bar (Bar), Radio Berane (Berane), Adriatic Etar, Radio Bijelo Polje (Bijelo Polje), Radio Budva, Tv Budva, TDI radio (Budva), Radio Danilovgrad (Danilovgrad), Radio Gusinje (Gusinje), Radio Herceg Novi, Tv Boka (Herceg Novi), Radio Kotor, Radio Skala (Kotor), RTV Nikšić (Nikšić), RTV Luna (Plav), RTV Pljevlja (Pljevlja), 777 TV, Analitika portal, Antena M, Atlas radio, Atlas TV, Blic Crna Gora, Café Del Montenegro, Dan, Dnevne novine, Homer radio, Mina Agencija, Monitor, Montena, ND Vijesti, Pobjeda Portal, Portal RTCG, Portal Vijesti, Radio Bijelo Polje, , Radio Krš, Radio Skadar Lake, Romski Radio, RTCG, Slobodna Evropa radio, TV Pink M, TV Teuta, TV Vijesti, TVCG, Vijesti novine (Podgorica,) Radio Rožaje, Jupok radio (Rožaje), Radio Tivat (Tivat), Radio Ulcinj (Ulcinj).

Instrument u istraživanju predstavljao Upitnik koji je formiran specijalno za svrhu ostvarivanja postavljenih ciljeva istraživanja. Upitnik je sadržao ukupno 45 pitanja (uz veći broj ajtema u okviru određenih pitanja) i podjeljen je u nekoliko segmenta. Sledi prikaz segmenata Upitnika sa brojem pitanja:

1. Pitanja koja se tiču lokalizacije medija: N=7
2. Demografska pitanja: N=6
3. Pitanja koja se tiču socijalnog statusa novinara: N=19
4. Stavovi novinara o novinarskoj profesiji: N=6
5. Stavovi novinara o novinarskim udruženjima i sindikatima: N=7

U upitniku su korišćene u najvećem broju slučajeva nominalne i ordinalne skale. Ordinalne skale su bile posebno heuristički plodne u situacijama kada smo merili materijalni status novinara. Jedno pitanje je bilo u formi matrice (ordinalnog tipa sa 6 ajtema). Takođe, najveći broj pitanja je bio zatvorenog tipa.

Konačno, **terensko prikupljanje podataka** je realizovano u periodu 10. septembar – 7.novembar 2014 godine. Kontrola rada anketara obavljena je na 10 % realizovanog uzorka.

LOKALIZACIJA MEDIJA I DEMOGRAFSKI PODACI

U Tabeli 1 prezentirani su rezultati koje su sami novinari na otvorenom pitanju prijavili kao svoje radno mesto. Podaci ukazuju da smo uzorkom obuhvatili najveći broj upravo samih novinara koji nemaju druga zaduženja u medijima osim da se bave novinarskim poslom.

U Grafikonu 2 prezentiramo podatke o broju ispitanih novinara u odnosu na referentne kategorije medija. U ovom pogledu obratiti pažnju na nešto drugačiju kategorizaciju medija s obzirom na proceduru uzorkovanja, a sama kategorizacija predstavljena u grafikonu ima za cilj da ukaže na referentan broj novinara u odnosu na subkategorije koje smo identifikovali iz analitičkih razloga. Kao što smo i u predstavljanju procesa uzorkovanja ukazali, najveći broj novinara u Crnoj Gori radi na televiziji i u štampanim medijima.

Tabela 1. Prijavljeno radno mesto ispitanika:

Radno mesto ispitanika	% uzorka
Bez odgovora	1,3
desk novinar	,7
informativa	,7
montazer	,7
novinar	78,7
novinar ekonomske redakcije	,7
novinar ekonomske struke	,7
novinar gradske hronike	1,3
novinar redakcije politike	,7
novinar reporter	1,3
novinar saradnik	,7
novinar u azabavno komercijalnom programu	,7
novinar urednik	5,3
novinar zabavne redakcije	,7
reporter u desku	,7
tehnicki urednik	,7
urednik	2,0
urednik emisije	1,3
urednik novinar	,7
urednik u informativnom programu	,7

Grafikon 2. Tip medija %

U Grafikonu 3 predstavljen je referentan procenat ispitanih novinara s obzirom na teritorijalnost medija. Podaci ukazuju da daleko najveći broj novinara radi u medijima koji su nacionalnog karaktera.

Grafikon 3. Teritorijalnost medija %

U Grafikonu 4 predstavljena je dobijena distribucija ispitanih novinara u odnosu na vlasništvo medija. Podaci su u skladu sa ukupnom proporcijom zaposlenih na nivou Crne Gore (53-47)

Grafikon 4. Vlasništvo medija %

U Tabeli 2 predstavljene su procentualne vrednosti zapošljenih u javnim/privatnim medijima u odnosu na tip medija. Podatak ukazuje da u ovom pogledu u privatnim medijima postoji balans, dok u javnim medijima značajno je veći broj zapošljenih u elektronskim medijima.

Tabela 2. Tip medija u odnosu na vlasništvo medija

	Javni servis/državno vlasništvo	Privatni mediji	Ukupno
Štampani mediji	8,8%	23,8%	32,7%
Elektronski mediji	38,8%	28,6%	67,3%
Ukupno	47,6%	52,4%	100,0%

U Grafikonu 5 predstavljeni su podaci koji se tiču polne/rodne distribucije zaposlenih novinara na osnovu podataka dobijenih uzorkom. Podatak ukazuje da je u crnogorskim medijima značajno veći broj zapošljenih novinarki u odnosu na referentan broj novinara. Ova razlika je značajno izraženija u državnim

u odnosu na privatne medije, a takođe je nešto izraženija u štampanim u poređenju sa elektronskim medijima (Grafikon 5.1).

Grafikon 5. Pol/rod novinara %

Grafikon 5.1. Pol/rod novinara po kategorijama medija %

SOCIJALNI POLOŽAJ NOVINARA

Prvo i osnovno pitanje koje se tiče socijalnog položaja novinara jeste pitanje njihovih mesečnih zarada. U Grafikonu 6 predstavljeni su rezultati mesečne zarade novinara po svim kategorijama medija. Dobijeni podaci ukazuju da je prosečna plata novinara u Crnoj Gori 470 evra. Varijacije postoje kada uporedimo različite kategorije medija, ali se ne može reći da su naročito izražene. Podaci ukazuju da je ova razlika između državnih i privatnih medija minimalna, dok su primanja u štampanim medijima nešto viša u odnosu na elektronske medije. U Grafikonu 6.1. prikazana su primanja novinara po kategorijama prihoda, a distribucija je ravnomerna.

Grafikon 6. Prosečna plata (euro) %

Grafikon 6. 1. Plata novinara po grupama dohotka %

Grafikon 6. 2. Plata novinara u odnosu na vlasništvo %

Grafikon 6. 3. Plata novinara u odnosu tip medija %

Kada je reč o obrazovanju novinara, podaci dobijeni istraživanjem ukazuju da je najveći broj onih koji se bave ovom profesijom fakultetski obrazovan (Grafikon 7). Takođe, komparativno je obrazovna struktura u državnim medijima nešto povoljnija u odnosu na privatne medije (Grafikon 7.1).

Grafikon 7. Obrazovanje %

Grafikon 7.1. Obrazovanje u odnosu na vlasništvo %

Na osnovu Grafikona 8 možemo videti da je 3/4 novinara u Crnoj Gori u stalnom radnom odnosu. Ovaj status u većoj meri uživaju zapošljeni u državnim u odnosu na privatne medije (Grafikon 8.1). Takođe, podaci ukazuju da je u elektronskim medijima veći broj zapošljenih novinara sa stalnim radnim odnosom u odnosu na privatne medije (Grafikon 8.2).

Grafikon 8. Kakav je vaš status zaposlenja? %

Grafikon 8.1. Status zaposlenja u odnosu na vlasništvo %

Grafikon 8.2. Status zaposlenja u odnosu na tip medija %

U proseku novinari koji rade u medijima ovaj posao obavljaju 12-tak godina, a podaci ukazuju da su nešto iskusniji u ovom poslu zaposleni u državnim u odnosu na zaposlene u privatnim medijima, dok je razlika između elektronskih i štampanih srazmerno mala. Ukupna fluktuacija u smislu promene medija u kome novinari rade nije naročito izražena i iznosi nešto preko 3 godine na nivou ukupne varijanse (Grafikon 9.1). U ovom pogledu fluktuacija se ne razlikuje značajno s obzirom na tip medija.

Grafikon 9. Koliko dugo radite u medijima (godina) %

Grafikon 9.1. Koliko dugo radite u mediju u kome ste sad zaposleni? %

Najveći broj upošljenih novinara u medijima ima fiksnu mesečnu zaradu (Grafikon 10). U ovom pogledu gotovo da ne postoje razlike između elektronskih i štampanih medija (Grafikon 10.1). Sa druge strane,

fiksnu zaradu u privatnim medijima novinari dobijaju u nešto većoj meri u poređenju sa državnim/javnim medijima (Grafikon 10.2).

Grafikon 10. Da li imate fiksnu mjesečnu zaradu, ili Vam je rad plaćen na neki drugi način? %

Grafikon 10.1. Da li imate fiksnu mjesečnu zaradu u odnosu na tip medija %

Grafikon 10.2. Da li imate fiksnu mjesečnu zaradu u odnosu na vlasništvo %

Na pitanje da li je plata ujednačena u medijima kada je reč o obavljanju istih poslova, gotovo polovina ispitanika nije bila u stanju da proceni. Sa druge strane ujednačen broj ispitanika (1/4) tvrde da zaposleni na istim poslovima imaju, odnosno, nemaju istu zaradu (Grafikon 11). Podaci, takođe, ukazuju da je neujednačenost nešto izraženija u štampanim u odnosu na elektronske, i privatnim u odnosu na državne medije (Grafikon 11.1).

Grafikon 11. Da li kolege-nice koji rade isti posao kao i Vi imaju istu zaradu kao i Vi? %

Grafikon 11. 1. Ujednačene zarade po tipovima medija %

Tek nešto više od polovine ispitanih novinara prima platu redovno svakog meseca, dok u ostalim slučajevima postoje veća ili manja kašnjenja u isplatama (Grafikon 12). Redovnost primanja je nešto izraženija u elektronskim i privatnim u odnosu na štampane i državne medije (Grafikon 12.1 i 12.2).

Grafikon 12. Da li platu primete redovno? %

Grafikon 12.1. Redovne plate u odnosu na tip medija %

Grafikon 12.2. Redovne plate u odnosu na vlasništvo %

Od ukupnog broja ispitanih novinara u 30-tak procenata postoje finansijska dugovanja poslodavca prema novinarima (Grafikon 13). Dugovanja su izraženija u štampanim i državnim medijima u odnosu na elektronske i privatne medije (Grafikon 13.1 i 13.2).

Grafikon 13. Da li Vam poslodavac duguje platu za određeni period? %

Grafikon 13.1. Da li Vam poslodavac duguje platu u odnosu na tip medija %

Grafikon 13.2. Da li Vam poslodavac duguje platu u odnosu na vlasništvo %

Svakom petom novinaru Crnoj Gori plata je smanjena u prethodnih godinu dana (Grafikon 14). Smanjenje plata je bilo izraženije u štampanim u odnosu na elektronske medije, kao i u privatnim u odnosu na državne medije (Grafikon 14.1).

Grafikon 14. Da li Vam je plata smanjivana u prethodnih godinu dana? %

Grafikon 14.1. Smanjivanje plate u prethodnih godinu dana u odnosu na kategorije medija %

Procenat u kome su plate smanjene novinarima u prethodnih godinu dana varira (Grafikon 14.2), ali je ključni analitički podatak da je smanjenje plata izraženije u štampanim nego u elektronskim medijima, kao i u državnim u odnosu na privatne medije (Grafikon 14.3).

Grafikon 14.2 U procentu, za koliko je smanjena? %

Grafikon 14.3. U procentu, za koliko je smanjena po tipu medija %

U situacijama kada je došlo do smanjenja plata, u javećem broju slučajeva novinari razumeju i prihvataju razloge usled kojih je došlo do smanjenja (Grafikon 15). Nezadovoljstvo novinara u ovom pogledu je izraženije u štampanim i privatnim medijima, nego kada je reč o elektronskim i državnim medijima (Grafikon 15.1)

Grafikon 15. Ukoliko Vam je plata smanjivana, da li su Vam objašnjeni razlozi smanjivanja? %

Grafikon 15.1. Objašnjenje za smanjene plate po kategorijama medija %

Dve trećine ispitanih novinara tvrdi da u medijima u kojima rade postoje pravilnici u kojima je definisan njihov posao. Nasuprot, svaki deseti novinar tvrdi da se ne zna šta je njegov/njen posao, dok svaki četvrti novinar tvrdi da ne postoje pravilnici, ali da se zna šta je njegov/njen posao (Grafikon 16). U ovom pogledu razlika između štampanih i elektronskih medija nije izražena, ali je zato situacija mnogo povoljnija u državnim u odnosu na privatne medije (Grafikon 16.1)

Grafikon 16. Da li postoje pravilnici ili neki drugi akti u kojima se precizira šta je Vaš posao? %

Grafikon 16.1. Postoje pravilnici i akti po kategorijama medija %

Pun iznos osiguranja na platu koju primaju u istraživanju je prijavilo 70% novinara. Kumulativno, gotovo 19% ispitanika ne zna na koji iznos je osiguran. U ostalim slučajevima je ovaj iznos umanjen u različitom stepenu (Grafikon 17). U ovom pogledu socijalni položaj novinara je značajno povoljniji u elektronskim u odnosu na štampane medije (17.1), kao i u državnim u odnosu na privatne medije (Grafikon 17.2).

Grafikon 17. Kakav je Vaš status osiguranja? %

Grafikon 17.1. Status osiguranja u odnosu na tip medija %

Grafion 17.2. Status osiguranja u odnosu na vlasništvo %

Oko 30% novinara-ki dnevno u proseku rade više od 8 sati (Grafikon 18). U nešto većoj meri je broj radnih sati izraženiji u štampanim u odnosu na elektronske medije, te u privatnim u odnosu na državne medije (Grafikon 18.1)

Grafikon 18. Koliko sati u prosjeku dnevno radite? %

Grafikon 18.1. Radno vreme u odnosu na tip medija %

Gotovo svaki četvrti novinar svakodnevno radi prekovremeno, dok je sa druge strane tek nešto više od svakog desetog novinara prijavilo da nikada ne radi prekovremeno (Grafikon 19). Prekovremeni rad je značajno prisutniji u štampanim i privatnim medijima nego što je to slučaj sa elektronskim i državnim medijima (Grafikon 19.1 i 19.2)

Grafikon 19. Koliko često radite prekovremeno? %

Grafikon 19.1 Prekovremeni rad u odnosu na tip medija %

Grafikon 19.2 Prekovremeni rad u odnosu na vlasništvo %

Od svih ispitanih novinara, gotovo svaki drugi nikada nije plaćen za prekovremeni rad (Grafikon 20). Prekovremeni rad se u manjoj meri plaća u elektronskim nego u štampanim medijima (Grafikon 20.1).

Posebno je u ovom pogledu izražena diskrepanca između privatnih i državnih medija (Grafikon 20.2). Naime, dvostruko je veći broj novinara kojima se prekovremeni rad ne plaća u privatnim u odnosu na državne medije.

Grafikon 20. Da li Vam je plaćen prekovremeni rad? %

Grafikon 20.1. Da li Vam je plaćen prekovremeni rad u odnosu na tip medija %

Grafikon 20.2. Da li Vam je plaćen prekovremeni rad u odnosu na vlasništvo %

Preko dve trećine isitanih novinara ima dva slobodna dana u nedelji (Grafikon 21.). I u ovom pogledu situacija je povoljnija za novinare koji su zapošljeni u štampanim u odnosu na elektronske, te u državnim u odnosu na privatne medije (Grafikon 21.1).

Grafikon 21. Koliko dana u sedmici ste slobodni? %

Grafikon 21.1. Slobodni dani u sedmici u odnosu na kategorije medija %

Kada je o godišnjem odmoru reč, svaki deseti novinar nema redovan godišnji odmor (Grafikon 22). U ovom pogled u nešto su povoljnijem položaju zaposleni u štampanim i državnim u odnosu na elektronske i privatne medije (Grafikon 22.1).

Grafikon 22. Imate li redovan godišnji odmor? %

Grafikon 22. 1. Godišnji odmor u odnosu na kategoriju medija %

Kada je o korišćenju godišnjeg odmora reč nešto ispod 10% ispitanih novinara je izjavilo da ne koristi godišnji odmor (Grafikon 23), a ovaj procenat je nešto veći u štampanim i privatnim u odnosu na elektronske i državne medije (Grafikon 23.1)

Grafikon 23. Da li koristite godišnji odmor? %

Grafikon 23.1 Koriste godišnji odmor u odnosu na kategoriju medija %

Trajanje godišnjeg odmora koji koriste novinari u Crnoj Gori je oko tri sedmice, i u ovom pogledu ne postoje značajna odstupanja u odnosu na kategorije medija (Grafikon 24). Sa druge strane, tokom praznika 30% novinara radi potpuno normalno kao i što radi drugim radnim danima, uz svakog četvrtog novinara za koje praznici 'uglavnom ne postoje' (Grafikon 24.1). Tokom praznika, u značajno većoj meri su opterećeni novinari koji rade u elektronskim i privatnim medijima, u odnosu na one koji su zaposleni u štampanim i državnim medijima (Grafikon 24.2 i 24.3).

Grafikon 24. Koliko Vam traje dana godišnji odmor? %

Grafikon 24.1. A da li ste slobodni tokom državnih i verskih praznika? %

Grafikon 24.2. Slobodni tokom državnih i verskih praznika u odnosu na tip medija %

Grafikon 24.3. Slobodni tokom državnih i verskih praznika u odnosu na vlasništvo %

Kada je radu tokom praznika reč, samo u 1/3 slučajeva novinarima se u potpunosti plaća prekovremeni rad, dok u gotovo 30% slučajeva se ovaj rad nikada ne plaća (Grafikon 25). U ovom pogledu u značajno su povoljnijem položaju novinari koji su zapošljeni u elektronskim i državnim medijima u odnosu na one koji rade u štampanim i privatnim medijima (Grafikon 25.1 i 25.2).

Grafikon 25. Ukoliko radite tokom praznika, da li Vam se taj rad dodatno plaća? %

Grafikon 25.1. Plaćen rad tokom praznika u odnosu na tip medija %

Grafikon 25.2. Plaćen rad tokom praznika u odnosu na vlasništvo %

STAVOVI NOVINARA

Prvi stav koji je bio predmet istraživanja tiče se rodne ravnopravnosti u medijima. U Tabeli 3 prikazani su rezultati stava o tretmanu muškaraca i žena od strane različitih aktera. Najpre, važno je napomenuti da najveći broj ispitanika smatra da muškarci i žene imaju jednak tretman od strane različitih aktera. Takođe, proporcionalno je visok broj ispitanika koji nisu u stanju da procene. Konačno, iako je procenat onih koji kumulativno smatraju da ne postoji ravnopravan tretman između muškaraca i žena relativno mali, u svakom pojedinom slučaju je veći broj onih koji tvrde da novinari imaju bolji tretman od novinarki. Kada je o samim akterima reč, ispitanici smatraju da je najveći stepen rodno nesenzitivnog pristupa iskazuje javnost. Konačno, ispitanici ukazuju da je rodna ravnopravnost u tretmanu prisutnija u štampanim u odnosu na elektronske, i posebno u državnim u odnosu na privatne medije (Grafikoni pod 26).

Tabela 3. Mislite li da muškarci (novinari) i žene (novinarke) imaju isti tretman od strane %:

	Poslodavca	Urednika	Kolega/koleginica	Javnosti	Udruženja	Sindikata
Da i novinari i novinarke imaju isti tretman	75,3	72,7	67,3	57,3	62,0	61,3
Ne, muškarci imaju bolji tretman	4,0	6,0	11,3	13,3	5,3	6,0
Ne žene imaju bolji tretman	3,3	2,7	3,3	6,0	2,7	2,7
Ne znam ne mogu da procijenim	17,3	18,0	16,7	22,7	29,3	29,3
Bez odgovora	,0	,7	1,3	,7	,7	,7

Grafikon 26.1 Mislite li da muškarci (novinari) i žene (novinarke) imaju isti tretman od strane poslodavca? %

Grafikon 26.2 Mislite li da muškarci (novinari) i žene (novinarke) imaju isti tretman od strane urednika? %

Grafikon 26.3. Mislite li da muškarci (novinari) i žene (novinarke) imaju isti tretman od strane kolega/koleginica? %

Grafikon 26.4. Mislite li da muškarci (novinari) i žene (novinarke) imaju isti tretman od strane javnosti? %

Grafikon 26.5. Mislite li da muškarci (novinari) i žene (novinarke) imaju isti tretman od strane udruženja? %

Grafikon 26.6. Mislite li da muškarci (novinari) i žene (novinarke) imaju isti tretman od strane sindikata? %

Pitanje nasilja nad novinarima je neretko prisutno u Crnoj Gori, a ono se naročito aktualizuje nakon konkretnih slučajeva u kojima se to nasilje demonstrira. Kao što je poznato, u cilju pospešivanja rada nadležnih u službi u pogledu zaštite novinara formirana je posebna Komisija za praćenje istraga napada na novinare. S obzirom da je rad ove Komisije ekskluzivno posvećen novinarskoj profesiji, mi smo pitali novinare najpre da li su informisani o postojanju same Komisije. Podaci prezentirani u Grafikonu 27 i 27.1 ukazuju da je ubedljiva većina novinara informisana o postojanju Komisije.

Grafikon 27. Nedavno je formirana Komisija za praćenje istraga napada na novinare. Da li ste čuli za tu Komisiju? %

Grafikon 27.1. Čuli su za Komisiju u odnosu na kategorije medija %

Rad Komisije redovno prati 38% novinara, uz preko 40% onih koji povremeno prate rad Komisije. Sa druge strane, svaki peti novinar ne prati rad Komisije (Grafikon 28). Za rad Komisije znatno su više zainteresovani zaposleni u štampanim u odnosu na one koji rade u elektronskim medijima, a sa druge strane, rad Komisije u većoj meri prate zapošljeni u privatnim u odnosu na novinare koji rade u državnim medijima (Grafikon 28.1).

Grafikon 28. Ukoliko ste čuli, da li pratite rad te Komisije? %

Grafikon 28.1. Prate rad Komisije u odnosu na kategoriju medija %

Rad Komisije u većoj ili manjoj meri podržava ubedljiva većina novinara (Grafikon 29). Ova podrška je izraženija u elektronskim i državnim medijima, nego što je to slučaj u štampanim i privatnim medijima (Grafikon 29.1).

Grafikon 29. Podržavate li rad te Komisije? %

Grafikon 29.1. Podržavaju rad komisije u odnosu na tip medija %

Grafikon 29.2. Podržavaju rad komisije u odnosu na vlasništvo %

Na pitanje o proceni efekata rada Komisije, gotovo svaki drugi novinar smatra da će Komisija postići određene rezultate koji će biti 'delimični'. Sa druge strane preko 37% novinara smatra da će Komisija imati veoma male ili nikakve rezultate (Grafikon 30). Zaposleni u elektronskim medijima imaju nešto pozitivniju procenu o dometima rada Komisije, dok je ovaj pogled značajno negativniji u privatnim u odnosu na državne medije (Grafikon 30.1).

Grafikon 30. Vjerujete li da će Komisija da postigne dobre rezultate? %

Grafikon 30.1. Veruju u rezultate rada Komisije u odnosu na tip medija %

Grafikon 30.2. Veruju u rezultate rada Komisije u odnosu na vlasništvo %

Kada je reč o uslovima poslovanja državnih/javnih i privatnih medija, značajno je veći broj ispitanika na nivou ukupnog uzorka koji smatra da državni/javni mediji imaju bolje uslove postojanja u odnosu na one koji smatraju da su uslovi poslovanja bolji u privatnim medijima (Grafikon 31). Ovaj stav je nešto izraženiji u štampanim u odnosu na elektronske medije (Grafikon 31.1). Međutim, ako se analiziraju stavovi novinara koji rade u državnim odnosno privatnim medijima, jasna je disproporcija u stavovima. Naime, većina onih koji rade u privatnim medijima smatra da državni imaju bolje uslove, dok većina onih koji radi u državnim medijima tvrdi upravo suprotno (Grafikon 31.2).

Grafikon 31. Kada je o uslovima poslovanja riječ, smatrate li da privatni i javni servisi/državni mediji imaju jednake uslove poslovanja? %

Grafikon 31.1. Jednakost u uslovima poslovanja u odnosu na tip medija %

Grafikon 31.2. Jednakost u uslovima poslovanja u odnosu na vlasništvo %

STAVOVI NOVINARA O NOVINARSKIM UDRUŽENJIMA I SINDIKATIMA

Opšte je uverenje da novinarska udruženja i granski sindikati nemaju onaj kapacitet koji je evidentan u ostalim zemljama Evrope, pa i okruženja. S obzirom da je pitanje uruživanja na profesionalnoj ravni važno pitanje koje se tiče novinarske profesije, istraživanjem smo formirali set pitanja koji ispituje stavove novinara upravo o ovim pitanjima.

Najpre, kada je reč o pripadnosti novinarskim udruženjima, preko 80% novinara-ki ne pripadaju niti jednom udruženju (Grafikon 32). U ovom pogledu se ne može reći da postoji značajna razlika između štampanih i elektronskih, te između državnih i privatnih medija (Grafikon 32.1). Od onih koji su prijavili članstvo u udruženjima, najveći je procenat onih koji pripadaju 'Udruženju novinara Crne Gore' (Grafikon 33).

Grafikon 32. Da li ste član nekog novinarskog udruženja %

Grafikon 32. 1. Članstvo u novinarskim udruženjima u odnosu na kategorije medija %

Grafikon 33. Kog udruženja ste član? %

Upitani za razloge usled kojih nisu članovi udruženja, najveći broj ispitanika nije želeo da navede nikakve razloge (Grafikon 34). Od malog procenta onih koji su naveli razloge, reč je o nedostatku uverenja i interesovanja.

Grafikon 34. Razlozi zašto nisu članovi udruženja (% samo onih koji su dali odgovor “ne”)

Dakle, kao što smo naveli, od svih ispitanih novinara njih 17.3% su članovi novinarskih udruženja, dok ogromna većina to nisu. Bez obzira na mali broj onih koji jesu članovi, mi smo postavili nekoliko pitanja o radu udruženja čiji su članovi. U Grafikonu 35 predstavljene su procentualne vrednosti stepena zadovoljstva radom udruženja upravo ove skupine novinara. Podaci ukazuju da oko 70% novinara koji su članovi udruženja iskazuju viši ili niži stepen zadovoljstva radom njihovog udruženja, dok je recipročno 30 % nezadovoljnih.

Kada je reč o samoj zaštiti koje udruženje kojem pripadaju pruža novinarima, 2/3 novinara je izrazilo stav da je u većoj ili manjoj meri zadovoljno zaštitom koju udruženja pružaju, dok je recipročno 1/3 izrazilo nezadovoljstvo u ovom pogledu (Grafikon 36).

Grafikon 35. Ukoliko jeste član, da li ste zadovoljni radom tog udruženja? (% onih koji su članovi)

Grafikon 36. Da li ste zadovoljni zaštitom koju Vam pruža Vaše udruženje? (% onih koji su članovi)

Kada je reč o članstvu u sindikatima, gotovo 2/3 ispitanika nisu članovi niti jednog sindikata. Prema tome, tek svaki treći novinar-ka jesu članovi sindikalnih organizacija (Grafikon 37). Novinari koji rade u štampanim medijima u većoj meri su članovi sindikata u odnosu na one koji rade u elektronskim medijima, a takođe, zapošljeni u državnim su češće članovi sindikata u odnosu na one koji rade u privatnim medijima (Grafikon 37.1). Od onih koji su članovi sindikalnih organizacija, najveći broj jesu članovi Sindikata medija i Saveza sindikata Crne Gore (Grafikon 38).

Grafikon 37. Da li ste član sindikata? %

Grafikon 37.1 Članstvo u sindikatu u odnosu na kategorizaciju medija %

Grafikon 38. Kojeg sindikata ste član? %

Upitani za razloge zašto nisu članovi (oni koji nisu članovi) sindikata najveći broj ispitanika nije dao odgovor, a od oni koji su dali odgovor u najvećem procentu ne navode konkretne razloge, ili pak ne postoji uverenje da im sindikat može biti od pomoći (Grafikon 39). Ukupno 12.7% ispitanika se na ovom pitanju nije izjasnilo u formi zatvorenog pitanja, ali su zato u otvorenom delu pitanja oni kao razlog naveli: loše funkcionisanje sindikata, korumpiranost, sindikati zastupaju interese rukovodstva, neprofesionalnost, nezainteresovanost novinara da bi se priključili, nepoverenje u sindikate.

Grafikon 39. Ako niste član sindikata koji su to razlozi? %

KLJUČNI ISTRAŽIVAČKI NALAZI:

1. Definisano preporcijom u procesu uzorkovanja, istraživanjem smo obuhvatili u najvećem procentu (35.7%) novinare koji rade na televiziji, zatim, 29.3% novinara koji rade u dnevnoj štampi, 5.3% novinara na internet medijima, 2.7% onih koji rade u nedeljnoj štampi, i 2% onih koji rade u informativnim agencijama.
2. Od svih medija obuhvaćenim uzorkom, 53.3% su u državnom a 46.7% u privatnom vlasništvu. Pritom u štampanim medijima značajno je veći broj privatnih, dok je u kategoriji elektronskih veći broj u državnom/javnom vlasništvu

3. U medijima u Crnoj Gori novinari su u većoj meri ženskog (61.3%) nego muškog (38.7%) pola/roda
4. Prosečna neto plata novinara u Crnoj Gori je oko 470 evra. U ovom pogledu ne postoje značajna odstupanja u odnosu na kategoriju medija
5. Novinari u Crnoj Gori su solidno obrazovani u proseku. Tačnije, 78% uzorkovanih novinara je završilo fakultet. U odnosu na tip vlasništva, obrazovna struktura u državnim/javnim medijima je nešto povoljnija u odnosu na privatne medije
6. Od ukupnog broja anketiranih preko $\frac{3}{4}$ imaju stalni radni odnos, preko 13 % su zapošljeni na određeno, dok je ostatak (nešto preko 11%) zapošljen honorarno ili ima nedefinisan status. Kada se uporede mediji po tipu vlasništva, utvrdili smo da je značajno veći broj onih sa stalnim radnim odnosom u državnim/javnim medijima (85.7% vs. 66.3%). Takođe, veći je broj novinara sa stalnim radnim odnosom u elektronskim u odnosu na privatne medije (79.8% vs. 64.6%)
7. U medijima u kojima rade, novinari su zaposleni u proseku nešto preko 8 godina. U državnim medijima je ovaj broj godina nešto viši (11) u odnosu na privatne (7), dok su štampani i elektronski ujednačeni u ovom pogledu.
8. Od svih novinara, njih 78% prima fiksnu zaradu. U ovom pogledu elektronski mediji se ne razlikuju od štampanih, ali je zato nešto veći procenat onih koji primaju fiksnu zaradu u privatnim medijima (80%) u odnosu na referentan broj u državnim/javnim medijima (75.7%)
9. Na osnovu rezultata istraživanja, preko $\frac{1}{4}$ novinara je izjavilo da njihove kolege-nice nemaju istu platu kao i oni, a pritom rade iste poslove. Gotovo je istovetan procenat onih koji tvrde da su plate ujednačene, dok svaki drugi novinar nije bio u stanju da odgovori na ovo pitanje. Rezultati ukazuju da je ujednačenost u platama izraženija u državnim u odnosu na privatne medije.
10. Gotovo 55% ispitanih novinara je izjavilo da platu prima redovno, uz gotovo 29% onih koji su izjavili da je to uglavnom redovno. Dakle, nešto preko 15% novinara u Crnoj Gori ima ozbiljnih problema sa redovnim primanjima. Redovnost isplate je nešto bolja u elektronskim u odnosu na štampane, i u privatnim u odnosu na državne medije.
11. U preko 70% slučajeva ne postoji finansijsko dugovanje prema novinarima, dakle, u preostalih 30% dugovanja postoje. U tim slučajevima najčešće dugovanje prema novinarima iznosi 2 do 4

meseca. Dugovanja prema novinarima su značajno izraženija u državnim medijima nego u privatnim, dok je između elektronskih i štampanih redovnost isplate ujednačena.

12. Svakom petom novinaru u Crnoj Gori plata je smanjena u prethodnih godinu dana. Smanjivanje plate je značajno izraženije u štampanim u odnosu na elektronske medije (35.5% vs. 14.1%), i u privatnim u odnosu na državne (30% vs. 10%).
13. U gotovo 65% slučajeva, novinari tvrde da postoje pravilnici i akti koji uređuju njihov posao. U ovom pogledu postoji značajna razlika u korist državnih (81.4%) u odnosu na privatne medije (50%). Razlika između elektronskih i štampanih nije posebno izražena.
14. Od svih novinara koji su obuhvaćeni uzorkom, 70% su osigurani na punu platu. Dakle, 30-tak procenata ili nije osiguran, ili je osiguran na niži iznos od plate koju prima. U ovom pogledu u povoljnijem su položaju novinari koji rade u elektronskim medijima u poređenju sa štampanim (74.7% vs. 58.3%), kao i oni koji rade u državnim u odnosu na one koji su zaposleni u privatnim (81.4% vs. 60%).
15. Nešto preko 45% novinara ima osmočasovno radno vreme. Međutim, oko 30% radi više od osam časova dnevno. U pogledu radnog vremena ne postoje značajne razlike između elektronskih i štampanih, kao i u odnosu između privatnih i državnih medija.
16. Skoro ¼ novinara svakodnevno radi prekovremeno, uz gotovo 1/5 onih koji prekovremeno rade nekoliko puta nedeljno. U štampanim medijima se u značajno većoj meri radi prekovremeno u odnosu na elektronske, a isto važi i za privatne medije u odnosu na državne.
17. Gotovo svaki drugi novinar ne dobija naknadu za prekovremeni rad, a samo 18% dobija u potpunosti naknadu za ovaj tip rada. Prekovremeni rad se značajno manje naplaćuje u privatnim medijima u odnosu na državne, a razlika postoji i kada je reč o tipu medija, naime, u elektronskim medijima se u manjoj meri naplaćuje prekovremeni rad u odnosu na štampane medije.
18. Preko 68% novinara ima sedmično dva slobodna dana. Međutim, preko 22% ima samo jedan dan sedmično slobodno, uz 3.3% koji nemaju niti jedan slobodan dan. U ovom pogledu situacija je povoljnija u državnim u odnosu na privatne, kao i u štampanim u odnosu na elektronske medije.

19. Svaki deseti novinar nema redovan godišnji odmor. Ovaj procenat je viši u privatnim u odnosu na državne, kao i u elektronskim u odnosu na štampane medije.
20. Uglavnom svi novinari koriste godišnji odmor (ovo nije slučaj sa svakim desetim), a trajanje godišnjeg odmora je oko tri nedelje i u ovom pogledu nema razlika kada se uporede mediji po svim kategorijama.
21. Kada je reč o državnim praznicima, tek svaki peti novinar je uvek slobodan, uz njih 26.7% koji su 'uglavnom' slobodni tokom praznika. Međutim, sa druge strane, 30% novinara redovno i uvek radi tokom praznika, a dodatno svaki četvrti 'uglavnom' radi tokom praznika. U ovom pogledu, značajno su manje slobodni tokom praznika oni koji rade u elektronskim i privatnim medijima u odnosu na one koji su zapošljeni u štampanim i državnim medijima.
22. Dodatni rad tokom praznika se u velikoj meri ne plaća, tačnije, manje od 1/3 novinara se redovno i u potpunosti isplaćuje za ovu vrstu rada. U ovom pogledu, rad tokom praznika se u većoj meri plaća u elektronskim nego u štampanim, te u državnim u odnosu na privatne medije.
23. Kada je reč o rodnom aspektu, u nešto većoj meri novinari su izjavili da muškarci imaju bolji tretman. Međutim, najveći broj novinara je izjavio da muškarci i žene imaju jednak tretman. U ovom pogledu, poslodavci i urednici su najmanje diskriminativni, a najveći stepen diskriminacije izražava javnost (građani).
24. Ubedljiva većina novinara je čula za Komisiju koja prati istragu napada na novinare. Isto tako, većina prati rad Komisije manje ili više redovno (ovo nije slučaj sa svakim petim novinarom). Takođe, ubedljiva većina novinara podržava rad Komisije u manjoj ili većoj meri.
25. Sa druge strane, kada je o Komisiji reč, postoji određena sumnja u proceni dometa njenog rada. Tačnije, preko 22% novinara smatra da će se radom Komisije ostvariti 'veoma mali' rezultati uz 14.7% onih koji smatraju da neće biti 'nikakvih' rezultata. U ovom pogledu nisu izražene razlike u odnosu na kategorizaciju medija.
26. Gotovo 60% novinara smatra da javni servisi (državni mediji) imaju bolje uslove poslovanja. Sa druge strane ¼ novinara smatra da privatni mediji imaju bolje uslove poslovanja. Stav da javni servisi imaju bolje uslove poslovanja, iako dominantan, nije jednako distribuiran u odnosu na tip i vlasništvo medija. Tačnije, novinari koji rade u različitim medijima se ne slažu u jednakoj meri da novinari u državnim medijima imaju bolje uslove poslovanja. Tako preko 83% novinara koji rade u

privatnim medijima izražava ovaj stav, nasuprot 31% novinara koji rade u državnim medijima. Štaviše, novinari koji rade u državnim medijima većinski imaju stav da je položaj onih koji rade u privatnim medijima bolji (gotovo 43%).

27. Samo 17.3% novinara je izjavilo da su članovi novinarskih udruženja. Kada je reč o samim udruženjima, najveći broj novinara (6%) su članovi 'Udruženja novinara Crne Gore'. Oni koji nisu članovi udruženja u najvećoj meri ne navode konkretne razloge zašto nisu članovi. Takođe, od onih koji jesu članovi 30% nije zadovoljno radom udruženja, uz 34% članova udruženja koji nisu zadovoljni zaštitom koje udruženje pruža.
28. Tek svaki treći novinar član je sindikata. Ovaj procenat je nešto viši u štampanim u odnosu na elektronske medije (39.6% vs. 30.3%), kao i u državnim u odnosu na privatne (38.6% vs. 28.8%)
29. Od svih uzorkovanih novinara, 10.6% su članovi Sindikata medija uz 8% koji su članovi Saveza sindikata Crne Gore. Ostali članovi sindikata su izjavili da su u sindikatu medija u kome rade (Sindikata Pobjede, Sindikat Vijesti itd.).
30. Na pitanje zašto nisu članovi sindikata, najveći broj novinara prosto nije u stanju da navede konkretne razloge. Od onih koji su naveli razloge, tačnije svaki peti novinar, izražava sumnju da mu/joj sindikat može pomoći. Takođe, postoje pojedinačna mišljenja (ukupno 12.7%) u kojima se ističu sledeći razlozi: loše funkcionisanje sindikata, korumpiranost, sindikati zastupaju interese rukovodstva, neprofesionalnost, nezainteresovanost novinara da bi se priključili, nepoverenje u sindikate.
31. Kada je reč o stavovima novinara povodom uslova koji bi poboljšali položaj novinara, postoji čitav niz stvari koje su novinari u istraživanju naveli. Mi ih taksativno ovde prenosimo na način i rečima kako su to u istraživanju učinili sami ispitanici. Dakle, novinari smatraju da bi njihov položaj bio poboljšan ukoliko bi se preduzelo sledeće: beneficirani radni staž, status službenog lica, veća primanja, bezbednost, bolja zaštita od strane sudova, bolja pravna regulativa, bolji uslovi rada, bolji uslovi zapošljavanja, nezavisnost (oslobođenje od političkih stega), zaposlenje za stalno, definisano radnog vremena, obezbeđivanje imovine medija, kolektivni ugovor, veće poštovanje profesionalnosti i objektivnosti, solidarnost među novinarima, smanjenje autocenzure, usavršavanje, jačanje finansijske moći medija, bolji uslovi poslovanja, sigurnost na poslu, osnivanje profesionalnog samoregulatornog tijela, zakon o slobodnom pristupu informacijama, podizanje kriterijuma pri zapošljavanju, poboljšanje statusa profesije, veće angažovanje samih

novinara, objedinjavanje novinarskih udruženja, primjenjivanje zakona o radu i opšteg kolektivnog ugovora, uvođenje licenci, povećanje aktivnosti radne inspekcije, rasvetljivanje svih napada prijetnji na novinare, povećanje slobode govora, smanjenje broja medija na prihvatljivu mjeru, ograničavanje uticaja vlasnika na predviđenu politiku, formiranje učinkovitog sindikata, smanjenje korupcije, poboljšanje medijskog kodeksa, zaštita novinara.