

ISTRAŽIVANJE I ANALIZA



**PERCEPCIJE
SOCIO-
EKONOMSKOG
POLOŽAJA
NOVINARA**

**I MEDIJSKIH RADNIKA
U VOJVODINI**



Nezavisno društvo novinara Vojvodine

Zmaj Jovina 3/I, 21000 Novi Sad

Tel: +381 21 472 3180

www.ndnv.org

Za izdavača:

Publikaciju pripremili:

Veljko Milić

dr Jelena Kleut

dr Smiljana Milinkov

Stefani Šovanec

Dizajn i prelom:

Sonja Spasojević

ISBN:

Novi Sad, mart 2021. godine



Organizacija za evropsku
bezbednost i saradnju
Misija u Srbiji

Objavlјivanje ove publikacije pomogla je Misija OEBS-a u Srbiji. Stavovi izraženi u ovom istraživanju pripadaju isključivo autorima i ne predstavljaju zvaničan stav Misije OEBS-a u Srbiji.

SADRŽAJ

Sažetak	4
1. Uvod	8
2. Metodologija istraživanja	12
2.1. Novinarstvo kao pokretna meta istraživanja	12
2.2. O našem istraživanju	16
3. Karakteristike najčešćih vrsta radnog angažovanja novinara u Vojvodini	19
4. Najvažniji rezultati istraživanja	23
4.1. Demografske i profesionalne karakteristike novinara	23
4.2. Ekonomski položaj novinara	25
4.3. Prava i obaveze iz radnog odnosa	29
4.4. Odnos prema sindikatima i sindikalnom organizovanju	31
4.5. Ocena profesije i markiranje najvećih problema u novinarstvu	32
4.6. Zadovoljstvo stanjem u profesiji i poslom koji obavljaju	34
4.7. Uticaj pandemije na profesiju i novinare	35
5. Socio-ekonomski i profesionalni položaj novinarki u AP Vojvodini	37
5.1. Novinarke u Vojvodini: rezultati istraživanja	38
5.2. Ekonomski položaj novinarki	38
5.3. Položaj žena u novinarstvu	40
5.4. Usklađivanje profesionalnih obaveza i privatnog života	41
5.5. Nasilje nad novinarkama	42
5.6. Moguća rešenja za poboljšanje položaja novinara i novinarki	43
6. Novinari koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina	45
6.1. Rezultati istraživanja	46
6.2. Ekonomski položaj novinara koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina	46
6.3. Profesionalni položaj	48
6.4. Moguća rešenja	50
7. Frilens novinari i netipično radno angažovanje	53
7.1. Frilenseri u Vojvodini: Rezultati istraživanja	56
7.2. Primanja i radno vreme vojvođanskih frilensere	59
7.3. Profesionalni status frilensera	61
8. Umesto zaključka: Postoje li trendovi u socio-ekonomskom i profesionalnom položaju novinara i medijskih radnika	65
9. Preporuke	68
Literatura	70

SAŽETAK

Osnovne informacije o istraživanju

Projekat „Istraživanje i analiza percepcije socio-ekonomskog položaja novinara i medijskih radnika u Vojvodini“ realizovalo je Nezavisno društvo novinara Vojvodine uz podršku Misije OEBS-a u Srbiji. Polazeći od ciljeva Strategije razvoja sistema informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godine, istraživanje je urađeno kako bi se bolje razumeo socio-ekonomski i radno-pravni status novinara i medijskih radnika, sa posebnim fokusom na položaj novinarki, novinara u medijima na jezicima nacionalnih manjina, kao i frilensera i drugih novinara bez stalnog zaposlenja.

Istraživanje je u celosti realizovano onlajn putem kvalitativnih (fokus grupa) i kvantitativnih (anketno istraživanje) metoda. Tri fokus grupe realizovane su u oktobru i novembru mesecu 2020. godine i u njima je učestvovalo 15 novinara i novinarki koji su birani tako da predstavljaju različita iskustva u pogledu vrsta medija u kojima rade, dužine radnog staža, tipa vlasništva i jezika na kojima izveštavaju.

Anketno istraživanje sprovedeno je od 4. do 25. decembra 2020. godine. Formiran je neprobabilistički prigodni uzorak koji je činilo 144 novinara i medijskih radnika u Vojvodini.

Od 144 ispitanika, 51% su činile novinarke, a 49% novinari. Prosečna starost ispitanika je 40 godina, najmlađi ispitanik imao je 20, a najstariji 66 godina. Najveći broj anketiranih radi u televizijama (33%) i onlajn medijima (29%). Među ispitanicima je 36,1% novinara i medijskih radnika koji su angažovani na javnom medijskom servisu (Radio-televizija Vojvodine), 34% angažovanih u privatnim medijima, 20,1% u medijima civilnog društva i 3,5% u medijima čiji su osnivači nacionalni saveti.

Novinari i medijski radnici u Vojvodini

Tek nešto više od polovine anketiranih medijskih profesionalaca zaposleno je na neodređeno vreme (58,5%). Ugovor na određeno vreme ima 9,5% novinara i medijskih radnika, po ugovoru o delu radi njih 7,5% a po ugovoru u privremenim i povremenim poslovima 4,8% ispitanika. U statusu nezaposlenog nalazi se 6,8% ispitanika, dok 4,1% volontira. Među anketiranim je 5,4% samozaposlenih novinara i medijskih radnika.

Najviše ispitanika (21,8%) im prosečna mesečna primanja u rasponu od 51.000 do 60.000 dinara. Prianja manja od 50.000 dinara ima 38,7% novinara i medijskih radnika, a 4,9% medijskih profesionalaca nije imalo primanja u poslednja tri meseca. Trećina novinara (34,5%) ima primanja viša od 60.000, a među njima je 13,4% onih koji zarađuju više od 80.000 dinara.

Na redovna mesečna primanja uvek može da računa 80,4% anketiranih, dok ih 10,5% medijskih profesionalaca ima ponekad, 5,6% retko, a 3,5% nikad.

Najviše novinara u proseku radi od 41 do 50 radnih sati (30,6%) i od 31 do 40 sati (31,3%). Određen procenat novinara (15,3%) radi više od 50 sati, a nešto manje novinara i medijskih radnika radi manje od 20 sati nedeljno (9,7%).

Medijski profesionalci često rade za više od jednog medija istovremeno (47,9%). Među njima je najviše onih koji su u prethodna tri meseca radili za dva (23,6%) ili tri (12,5%) različita medija.

Svaki peti novinar nema ili ne zna da li ima pokriveno penziono, socijalno i zdravstveno osiguranje.

Plaćene putne troškove nema 27,5% ispitanika. Plaćeni godišnji odmor nema njih 27%, a pravo na bolovanje nema 27,5% novinara i medijskih radnika. Pravo na odsustvo zbog odlaska kod lekara nema 12,3% ispitanika, pravo na slobodne dane 13,6%, dok uvećanje za prekovremeni rad nikad nema 49%, a retko ima 24,5% anketiranih medijskih profesionalaca.

Više od dve trećine novinara i medijskih radnika (69%) ne zna da li ima pravo na otpremninu u slučaju prestanka radnog odnosa. Čak 49% ispitanih tvrdi da nikada nemaju uvećanje plate za prekovremeni rad, a 24,5% da uvećanje imaju retko.

Medijski profesionalci su u slabo obavešteni o internim procedurama u medijima u kojima su angažovani. Skoro polovina (49,3%) anketiranih ne zna da li u mediju u kom radi postoji interna procedura u slučaju seksualnog uznemiravanja, dok 40,3% ne zna da li postoji interna procedura u slučaju zlostavljanja na radu. Takođe, 40,3% novinara ne zna da li postoji procedura za zapošljavanje osoba sa invaliditetom. Više od polovine ispitanika (56,3%) je odgovorilo da medij u kome radi ima interne procedure sa postizanje rodne ravnopravnosti.

Veliki broj novinara i medijskih radnika (78,5%) nikada nije pohađao obuke o načinima za ostvarivanje i zaštitu radnih i profesionalnih prava.

Među anketiranim novinarima i medijskim radnicima je 43,1% članova sindikata zaposlenih, a 51,4% radi u mediju u kojem sindikati postoje. Nešto više od trećine ispitanika (37,1%) ima potpisan kolektivni ugovor, dok manje od trećine (29,9%) smatra da bi se potpisivanjem kolektivnog ugovora njihov položaj poboljšao.

Istraživanje je pokazalo da novinari i novinarke smatraju da će se njihov ekonomski položaj popraviti kada poslodavci počnu više da plaćaju novinare (4.49). Kao faktori većeg uticaja na poboljšanje ekonomskog položaja izdvojili su se: aktivnija borba samih novinara za svoja radna prava (4.43), prestanak prakse dodeljivanja državnih sredstava podobnim medijima (4.29) i glasnije artikulisanje zahteva od strane sindikata (4.27).

Stavovi novinara o stanju u medijima i na medijskom tržištu pokazuju da su novinari uglavnom nezadovoljni. Novinari su najmanje zadovoljni odnosom države prema medijima (1.25) i odnosom političkih stranaka prema novinarima (1.31), ali i slobodom medija u državi (1.36). Novinari su takođe nezadovoljni odnosom poslodavaca prema novinarima i medijskim radnicima (1.92) i odnosom oglašivača prema novinarima (1.93).

Novinarke

Rezultati istraživanja pokazuju da su novinarke i medijske radnice formalno obrazovanije od kolega, jer je žena više među fakultetski obrazovanima, dok su muškarci brojniji među onima koji imaju završenu srednju školu. Sa druge strane, kad je reč o poziciji u redakciji,

novinarski posao radi više žena, dok je na uredničkim, kao i na funkciji glavnog i odgovornog urednika, nešto više muškaraca.

Novinarke smatraju da su žene u novinarstvu češće izložene uvredama, mizoginiji i govoru mržnje, i u virtuelnom i u realnom prostoru i ocenjuju da je to posledica patrijarhalne svesti koja je i dalje prisutna u društvu.

Zabrinjavajući su rezultati ankete koji se odnose na problem rodne neravnopravnosti, seksualnog uznemiravanja i bezbednosti, jer pokazuju da se navedenim temama ne pridaje značaj, kako u medijskim organizacijama, tako i od strane novinara i novinarki. Manje od trećine medijskih profesionalaca navodi da u medijima za koje rade postoje interne procedure za slučajeve seksualnog uznemiravanja (29,2%). Slično je i sa procedurama za postizanje rodne ravnopravnosti, koje postoje u medijima za koje radi 22,2% ispitanika.

Novinari u medijima na jezicima nacionalnih manjina

Novinari i medijski radnici koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina smatraju da su u lošijem ekonomskom položaju u odnosu na novinare koji izveštavaju na srpskom jeziku. Tome u prilogu idu i dobijeni podaci koji govore na novinari koji izveštavaju na srpskom jeziku u proseku najčešće zarađuju između 51.000 i 60.000 dinara dok novinari koji izveštavaju na manjinskim jezicima najčešće u proseku zarađuju između 41.000 i 50.000 dinara. Novinari i medijski radnici koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina uglavnom se nalaze u stalnom radnom odnosu, ali pored stalnog poslodavca rade i za druge medije.

Novinari i medijski radnici koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina u prvi plan stavljaju profesionalni pa tek onda ekonomski položaj novinara. Izrazito su nezadovoljni slobodom medija u Srbiji i odnosom političkih stranaka prema novinarima ali situacija nije bolja ni kada je pitanju autonomija u obavljanju posla ili odnos poslodavaca prema novinarima.

Rešenja za poboljšanje položaja novinara koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina vide u usvajanju internih kodeksa koji bi trebalo da regulišu pitanja autonomije u obavljanju poslova i poštovanja etičkih pravila profesija.

Frilenseri i netipično radno angažovanje novinara

Novinari i medijski radnici u netipičnom radnom angažovanju su podjednako muškarci i žene, a njihova obrazovna struktura je bezmalo identična obrazovnoj strukturi stalno zaposlenih novinara i medijskih radnika. Među frilenserima je najviše (37,5%) onih koji se nalaze na samom početku karijere, odnosno bave se medijima manje od pet godina.

U poređenju sa stalno zaposlenima, frilenseri preovlađujuće rade za onlajn medije, uglavnom za privatne medije i medije civilnog sektora.

Svaki deseti frilenser u poslednja tri meseca nije ostvario primanja, a 43% njih imalo je primanja koja su niža od 40.000 dinara. Tek nešto više od polovine novinara i medijskih radnika u netipičnom radnom angažovanju ima redovna primanja.

Manje od polovine novinara i medijskih radnika u netipičnom radnom angažovanju ima

uplaćene doprinose. Njih 42,86% nema redovno uplaćivano penziono osiguranje, a 8,93% ne zna da li je ono uplaćeno. Slično je kada se radi o doprinosima za zdravstveno osiguranje: 37,5% novinara i medijskih radnika u netipičnom angažovanju nema redovno pokriveno zdravstveno osiguranje, a 7,14% ne zna da li su im poslodavci uplaćivali ovu stavku.

Novinari frilenseri visoko vrednuju samostalnost i autonomiju u obavljanju profesionalnih zadataka, kao i efekte koje njihove priče imaju u zajednici. Profesionalna ispunjenost je u kontrastu sa nemogućnošću frilensera da usklade poslovne i privatne obaveze, pošto primanja koja podmiruju osnovne životne potrebe mogu da ostvare samo na uštrb kvaliteta života.

1. UVOD

Opšti cilj Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. (Medijska strategija) i pratećeg Akcionog plana, predstavlja unapređen sistem javnog informisanja kroz harmonizovan pozitivni pravni okvir koji garantuje slobodu izražavanja, slobodu medija, bezbednost novinara, medijski pluralizam, razvijeno medijsko tržište, osnaženu novinarsku profesiju, edukovano građanstvo i institucije sposobne za primenu regulative.

Prva mera predviđena Strategijom a razrađena Akcionim planom, definisana je kao „poboljšani bezbednosni, socio-ekonomski i profesionalni uslovi za rad novinara i medijskih radnika” (str. 46). Navedena mera proistekla je iz rezultata analize postojećeg stanja u oblasti javnog informisanja koji pokazuju nepovoljan socio-ekonomski, profesionalni položaj i bezbednost novinara i medijskih radnika.

U Medijskoj strategiji se konstatuje da novinari i medijski radnici u Republici Srbiji rade u teškim uslovima, često bez adekvatnog ugovora o radu: „Opšti trend je smanjivanje broja zaposlenih i udela zaposlenih na neodređeno vreme, dok, sa druge strane, raste angažovanje po osnovu ugovora o privremenim i povremenim poslovima, autorskim ugovorima i ugovorima o delu” (str. 8–9).

Prethodna istraživanja pokazuju da su plate novinara niske, čak i ispod republičkog proseka, isplate su često neredovne, dok veliki broj novinara radi prekovremeno: „Sve to utiče na degradaciju profesije, a novinare i medijske radnike stavlja u prekarni položaj, zbog čega veliki broj njih želi da napusti profesiju” (Mihailović, 2015, str. 67).

Kako se navodi u Strategiji, „mešavina niskih primanja koja se isplaćuju kasno, nedovoljna sigurnost posla, rad bez ugovora ili sa lako raskidivim ugovorom predstavlja oblik pritiska koji podstiče širenje autocenzure, otežava nezavisnost, kvalitetno novinarstvo i favorizuje ’tabloidizaciju’” (str. 9). Dodaje se da bi rešenje moglo biti u uspostavljanju socijalnog dijaloga i potpisivanju granskog kolektivnog ugovora, ali i da je to u aktuelnim okolnostima neostvarljivo, jer su sindikati slabi, organizacija poslodavaca nije formirana, a dodatni problem predstavlja nepostojanje baze podataka o broju novinara i medijskih radnika.

Kada je reč o položaju lokalnih medija, u Medijskoj strategiji se navodi da, osim što je krajnje fragmentirano, tržište lokalnih medija krajnje je ekonomski neodrživo. „Lokalni mediji se godinama unazad nalaze u izuzetno teškoj finansijskoj situaciji, posluju na malim, ograničenim, izuzetno siromašnim lokalnim/regionalnim ekonomskim tržištima, vrlo malo prihoduju od oglašavanja, ali i prodaje, a prelazak na digitalno terestričko emitovanje televizijskog signala nametnuo je nove troškove televizijama koje nije pratilo i povećanje prihoda” (str. 21).

Promena tradicionalnih modela kreiranja i distribucije medijskih sadržaja, uslovljena tehnološkim razvojem, pred novinarsku profesiju je postavila nove zahteve i izazove. Peđašnji model ekonomske održivosti više nije u potpunosti efektivan, a novi tipovi naplate sadržaja i dalje su, u najvećoj meri, u eksperimentalnoj fazi.

Problem nepotpune finansijske i institucionalne nezavisnosti javnih medijskih servisa, te adekvatnog ostvarivanja javnog interesa, takođe je konstatovan u Strategiji razvoja sistema javnog informisanja.

Uspostavljanjem transparentnog i održivog modela finansiranja javnih medijskih servisa, u vidu revitalizacije naplate takse i distance u odnosu na državni budžet, trebalo bi da se obezbedi njihova nezavisnost, unapredi profesionalnost i omogući ostvarivanje programskih funkcija u javnom interesu, kao i odgovornost prema javnosti.

Prema podacima navedenim u Medijskoj strategiji, prihodi republičkog javnog servisa (*Radio-televizije Srbije*) su ispod 90 miliona evra godišnje, od čega je skoro polovina (49%) od naplate takse, oko 28% iz budžeta i oko 23% iz komercijalnih izvora, za razliku od evropske prakse, gde oko 63–64 % dolazi od naplate takse ili pretplate, iz državnog budžeta samo 14–15 %, a približno 10% prihoda se ostvaruje preko oglašavanja. Zakon o javnim medijskim servisima propisuje da pokrajinski javni servis (*Radio-televizija Vojvodine*) dobija 70% takse naplaćene na teritoriji AP Vojvodine (str. 30).

Upravo zbog loše finansijske situacije prouzrokovane smanjenjem sredstava iz budžeta Republike Srbije, prema obrazloženju rukovodstva *Radio-televizije Vojvodine*, u septembru 2020. otpušteno je oko 200 novinara i medijskih profesionalaca pokrajinskog javnog servisa, od kojih je veliki broj zaposlen u redakcijama koje izveštavaju na jezicima nacionalnih zajednica. Reč je o medijskim radnicima koji su angažovani preko agencija za zapošljavanje, što njihov radnopravni status čini dodatno nesigurnim (Kolundžija, 2020).

Na profesionalni status novinara i medijskih radnika u Vojvodini koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina dodatno utiču i nacionalni saveti koji u velikoj meri kontrolišu sferu informisanja. Usled čestog nerazumevanja između medija i izdavača čiji su osnivači nacionalni saveti nacionalnih manjina, novinari trpe velike profesionalne pritiske.

Sve navedeno ukazuje na potrebu sveobuhvatnog istraživanja socio-ekonomskog i profesionalnog položaja novinara u AP Vojvodini, kako bi se dobila jasnija slika o broju stalno zaposlenih novinara, frilensera, novinara angažovanih na drugi način, o visini njihovih zarada, radnom vremenu, pritiscima koji se održavaju na njihov profesionalni status i koji ih teraju da prestanu da se bave novinarstvom i prelaze da se bave drugim zanimanjima. Prikupljanje podataka koji se odnose na društveni i ekonomski status novinara i novinarki predstavlja i osnovni cilj ovog projekta.

Prateći smernice iz strateškog dokumenta, istraživanje je usmereno na tri grupe novinara koje se suočavaju sa specifičnim problemima. Prvu grupu čine novinarke, drugu medijski radnici u redakcijama na jezicima nacionalnih manjina i treću čine frilenseri. Zajednički im je loš položaj socio-ekonomski položaj koji proizilazi iz strukture medijskog tržišta i karakteristika ekonomskog i radnog položaja. Međutim, kako ćemo prikazati u posebnim odeljcima studije, specifičnosti poteškoća sa kojima se sreću u ekonomskom i profesionalnom smislu je različit.

Studija koja se nalazi pred čitaocima dobijene podatke postavlja u širi kontekst prethodnih analiza i pokreće diskusiju o metodološkim pitanjima u vezi sa istraživanjem novinarstva i novinara. Takođe, ona nudi sistematični pregled karakteristika najčešćih vrsta

radnog angažovanja novinara u Srbiji. Na kraju, svi navedeni podaci vode nas ka preporukama i koracima koje različiti akteri treba da preduzmu kako bi se unapredio socio-ekonomski položaj novinara i medijskih radnika.

Metodologija istraživanja



2.1. Novinarstvo kao pokretna meta istraživanja

Dve su glavne teme koje se otvaraju na početku svakog istraživanja u Srbiji koje se bavi novinarima ili novinarstvom. Prva nije samo ograničena na Srbiju i predmet je teorijskih tekstova i javnih politika: ko su novinari? Druga tema je već otvorena Strategijom razvoja sistema informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. godine: koliko ima novinara i medijskih radnika u Srbiji? Ove dve teme neminovno se prepliću i kao predložak za buduće aktivnosti ponudićemo nekoliko uvida.

Pitanje ko su novinari može se postaviti unutar dva konteksta, jedno je teorijsko-istraživački kontekst, a drugi je kontekst javnih politika. U kontekstu javnih politika glavno pitanje je ko su korisnici nekih aktivnosti i mera. Recimo, ako treba povećati bezbednost novinara ili unaprediti njihov socio-ekonomski položaj, kako tačno odrediti ko se štiti i čiji položaj se popravlja. Rešenje da se novinari licenciraju, koje je predvideo prvi, odbačeni nacrt Medijske strategije, u koliziji je sa međunarodnim dokumentima i praksom, a u postojećim društveno-političkim konstelacijama izazvao je bojazan novinarske zajednice da bi licenciranje ili bilo kakav oblik registracije mogli poslužiti kao sredstvo ograničavanja obavljanja novinarskog posla. Glavni pravac razmišljanja međunarodnih organizacija vidi se u „Preporuci CM/Rec(2011)7 Komiteta ministara zemljama članicama o novom poimanju medija“ (Recommendation CM/Rec(2011)7). Ovaj dokument poziva na usvajanje šireg određenja koje će uključiti „sve aktere koji su uključeni u proizvodnju i diseminaciju sadržaja“, a potom i na „procenu regulatornih potreba u pogledu svih aktera“ (čl. 7). Slično i „Preporuka CM/Rec(2016)4 o zaštiti novinarstva i bezbednosti novinara i ostalih medijskih aktera“ naglašava da se definicija novinara proširila kao rezultat digitalizacije tako da se obuhvate svi oni koji „obavljaju novinarske uloge ili ispunjavaju javne funkcije psa čuvara“ (para. 4). Kao i kada se radi o bezbednosti, pitanje definisanja primalaca mera u domenu radno-pravne zaštite novinara moralo bi da bude podjednako osetljivo na postojanje različitih aktera, situacija, radnih rutina i odnosa koji zajedno čine ono što bismo mogli nazvati novinarstvom.

U teorijsko-istraživačkom smislu određenje novinara podjednako je predmet redefinisavanja i prethodi javnim politikama. Novinarstvom se označavaju vrlo raznorodne prakse, te ne čudi što je grupa autora pokrenula istraživanje sa ciljem da se mapiraju svi epiteti koji se nalaze ispred novinarstva (Loosen et al., 2020). Kako autori pronalaze, može se govoriti o različitim „novinarstvima“ u kontekstu kanala diseminacije (TV novinarstvo, novinarstvo u štampi), tematskog fokusa (npr. sportsko novinarstvo), stila i motiva izveštavanja (istraživačko novinarstvo, novinarstvo orijentisano ka rešenjima) ili pak tehnologija (novinarstvo zasnovano na podacima, dron novinarstvo). Jedan od kriterijuma je i odnos novinara publike, te u ovom domenu autori mapiraju čak 24 pojma: građansko, javno, participativno, interaktivno, hiperlokalno novinarstvo i sl. (Loosen et al., 2020, str. 8). Kako se vidi iz ovih pojmova, osnovni izazov u novim određenjima novinarstva nastaje usled tehnologijom omogućenog učešća građana u informisanju javnosti.

Snizavanje troškova diseminacije vesti i drugih medijskih sadržaja dovelo je do pojave novih i transformacije tradicionalnih aktera u javnom informisanju. Teza da će svaki građanin postati medij nije izdržala test vremena, ali jeste nekim pojedincima omogućila da stignu do publike. Pored pojedinaca-amatera u ulozi novinara, koji sporadično objavljuju informacije od javnog značaja na društvenim mrežama, postoje i profesionalni-amateri (Leadbeater & Miller, 2004) koji publikuju redovno, koji su osetljivi na potrebe publike i privlače oglašivače (na uštrb

tradicionalnih medija). Njihov rad nekada je formalizovan u različitim vrstama preduzetništva, ali ovi poslovni modeli nisu istovetni tradicionalnim medijskim organizacijama. Sa druge strane, iza sadržaja, blogova, Jutjub kanala i sličnih profesionalno-amaterskih sadržaja mogu biti pojedinci ili grupe bez formalizovanog statusa, koji ipak učestvuju u informisanju i, privlačeći oglašivače, na tržištu.

Uporedo sa amaterima koji profesionalizuju svoj rad, odvija se proces u drugom smeru. Istraživanja o novinarima frilenserima pokazuju da jedan deo njih pokreće svoje blogove, ili podkaste, prelazeći iz redakcije u digitalno okruženje (Spilsbury, 2016). Učestalost ove tranzicije – bilo da je ona vođena otpuštanjima ili potragom za medijskim slobodama i autonomijom – beleži se širom sveta. Zato će čuveni teoretičar novinarstva Mark Djuš zaključiti da redakcije danas nisu nužne za opstanak novinarstva (Deuze, 2019). Isti autor tvrdi da je za definisanje novinarstva ključno ono što će nazvati „profesionalnom ideologijom“: vrednosti i uverenja o tome šta znači služenje javnosti i javnom interesu, šta čini objektivno, neutralno i kredibilno novinarstvo, autonomija u obavljanju novinarskog posla, osećaj za aktuelnost pravovremenost i svest o etičkim osnovama profesije iz kojih ona crpi svoj legitimitet (Deuze, 2005, str. 447).

Mada ovakvo određenje novinarstva pomaže da se ono locira na mestima na kojima ga pre nije bilo, definicija zasnovana na normama i vrednostima stvara određene poteškoće kada se pogledaju sami mediji. Vrednosti javnog interesa i objektivnog novinarstva i inače su bile različito shvatane u kontekstima nacionalno specifičnih kultura novinarstva. Danas je rastuća politička i društvena polarizacija doprinela tome da se kulture pristrasnog novinarstva šire ka zemljama koje su do nedavno služile za primer. Zajedno sa već ranije otpočetim procesom komercijalizacije vesti, ovo vodi urušavanju temeljnih postulata novinarske etike. Ili drugim rečima, profesionalne vrednosti i norme prestaju da budu nužni element novinarstva koje se praktikuje u tradicionalnim redakcijama.

Nijedan od ovih uvida iz studija novinarstva koje govore o tehnološkim, političkim i ekonomskim promenama, kao i u promenama u odnosu novinara i publike ne pomaže da se polje novinarstva čvrsto oiviči. Naprotiv, podupirući medijske politike, naučna saznanja sugerišu kompleksnost i fluidnost novinarskog pejzaža i govore o „hibridizaciji novinarskih kultura“ (Mellado et al., 2017). Za istraživanja, kao i za javne politike, ovo predstavlja poteškoću koju treba prevazići pažljivim nijansiranjem potreba raznovrsnih aktera imajući na umu sve „x-varijante“ različitih praksi i novinara kao njihovih nosilaca.

Kada se radi o panoramskim istraživanjima koja se bave novinarima, možemo ponuditi nekoliko definicija. Recimo, istraživanje Saveta Evrope o pritiscima na novinare polazi od definicije da su novinari „osobe koje se redovno bave prikupljanjem i diseminacijom informacija ka javnosti, u novinarske svrhe (ostvarenja javnog interesa)“ (Clark & Grech, 2017, str. 11). Jedno od najvećih globalnih istraživanja „Worlds of Journalism“, kojim je obuhvaćeno 67 zemalja, bavi se profesionalnim novinarima definišući ih kao osobe koje imaju uređivačku odgovornost za tekst, odnosno „učestvuju u stvaranju ili uređivanju novinarskih sadržaja ili imaju poziciju uredničke supervizije i koordinacije“ (Lauerer & Hanitzsch, 2019, str. 55). Kako se navodi, fotoreporteri su ispunjavali ove kriterijume, ali kamermani ih nisu nužno zadovoljavali ako su radili posao koji podrazumeva praćenje instrukcija producenta. Da bi neko bio profesionalni novinar takođe je postavljen prag da 50% svojih primanja treba da ostvaruje radom za informativne medije. Iako se navodi da su frilenseri obuhvaćeni istraživanjem, ovaj projekat polazi od (uglavnom tradicionalnih) medija i na osnovu njih mapira reprezentativne

redakcije čiji novinari će biti anketirani.

U istraživanjima koja su rađena u Srbiji možemo da uočimo tri pristupa. Prvi polazi od medija, nastoji da učini uzorak reprezentativnim za medije (ne nužno za novinare) i kao glavni kriterijum uključivanja u istraživanje uzima pripadnost redakciji, bez obzira na tip angažovanja (Milivojević, 2011; Seizova & Rupar, 2016). Drugi pristup polazi od članstva u novinarskim udruženjima i sindikatima, najčešće se i koristeći njihovim komunikacijskim kanalima da stigne do ispitanika (Udruženje novinara Srbije [UNS], 2014). Treći pristup je zasnovan na samoidentifikaciji što podrazumeva da se istraživanjem obuhvataju svi oni koji sami sebe prepoznaju kao „novinare i medijske radnike“ (Mihailović, 2015; 2017), bez obzira na članstvo u profesionalnim udruženjima ili povezanost sa redakcijama i medijima.

Sva tri pristupa suočavaju se sa pitanjem koliko ima novinara i medijskih radnika u Srbiji. Prethodna istraživanja koje navodimo u tabeli oslanjaju se na različite izvore podataka, uvek uz napomenu da oni nisu sveobuhvatni (Tabela 1). Upravo zbog nepostojanja tačnih podataka o ukupnoj populaciji, istraživanja najčešće koriste prigodne uzorke. Ona istraživanja koja polaze od medija, stratifikuju uzorke spram podataka koji su dostupni o različitim tipovima medijskih organizacija, pre svega u kontekstu podele na štampu, radio, televiziju i internet, ili nacionalne i lokalne medije. Problem je, međutim, što se ni tačan broj medija ne zna precizno, kako konstatuje i Strategija razvoja sistema informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godine.

Tabela 1: Pregled istraživanja socio-ekonomskog položaja novinara u Srbiji

	Tip uzorka	Broj ispitanika	Procena broja novinara i medijskih radnika
Profesija na raskršću (Milivojević, 2011)	Prigodan i dostupan, stratifikovan kvotni	260 novinara i urednika 51 vlasnik i menadžer	4.000 registrovanih u bazi novinari.rs
Istraživanje ekonomskog i profesionalnog položaja novinara (UNS, 2014)	Slučajni uzorak	585	7.000 aktivnih i pasivnih članova UNS-a
Od novinara do nadničara: prekarni rad i život (Mihailović, 2015)	Prigodni uzorak	1.110	-
Worlds of Journalism (Seizova & Rupar, 2016)	Neprobabilistički kvotni uzorak za medije i neprobabilistički prigodni uzorak za novinare	407	8.000
Indicators on the level of media freedom and journalists' safety (Vukasović, 2016)	Namerni kvotni uzorak	111	-
Pasivni aktivizam novinara (Mihailović, 2017)	Prigodni uzorak	303	-
Kontrola i sloboda medija: svedočenja novinara (Matić, 2018)	Neprobabilistički prigodni uzorak	177	-

Istraživanje „Novinari i medijski radnici: koliko nas zaista ima“ Udruženja novinara Srbije (UNS, 2019) pokazuje da je aktivno 70% od 2.149 medija, koliko ih je bilo u bazi APR-a 2018. godine. Anketa na koju je odgovorilo 724 medija pokazuje da oni zapošljavaju 5.294 novinara i medijskih radnika, od čega 2.809 po ugovoru o radu, a honorarno 2.485 (UNS, 2019,

str. 9). Kako se navodi, na poziciji novinara zaposlene su 1.174 osobe, dok njih 1.606 rade kao honorarni saradnici (moguće i za nekoliko medija istovremeno tako da se napominje da je ovaj broj verovatno manji). Za ostale izdavače broj zaposlenih je dobijen iz APR-a i ovi podaci pokazuju da ih je 8.354, uz napomenu da to nisu nužno novinari i medijski radnici pošto se izdavači medija bave i drugim poslovima (UNS, 2019, str. 10). Ažuriranje baze APR-a jedan je od ciljeva postavljenih Medijskom strategijom i Akcionim planom i tek po okončanju ovog procesa možemo dobiti jasniju sliku o medijima a preko njih o novinarima koji u njima rade. Međutim, ni ova lista neće biti konačna zbog preklapanja honorarnih saradnika koji rade za više medija, ali i zbog toga što njime neće biti obuhvaćeni frilenseri, potom novinari i medijski radnici čiji mediji se nisu registrovali kao mediji ili oni koji su angažovani preko agencija za zapošljavanje.

Drugi izvor važnih podataka o novinarima jeste Republički zavod za statistiku (RZS). Osnovni nedostatak postojećih baza jeste to što se u statistikama RZS navode zbirni podaci za delatnost „informisanje i komunikacije“ koji preširoko obuhvataju i marketinške agencije, pojedine IT delatnosti i slično. Zbog toga na primer, Anketa o radnoj snazi za 2019. godinu pokazuje da u ovom sektoru radi 78.400 lica, što je značajno više od svih procena broja novinara i medijskih radnika. Očekuje se da će nova Nacionalna standardna klasifikacija zanimanja, koja je tek nedavno počela da se primenjuje, unaprediti podatke koji se prikupljaju (Matović, Misita i Ćirković, 2020). U kategoriji novinara i urednika nalazi se 21 zanimanje koje u osnovi odgovara strukturi zaposlenih medijima, i to bi trebalo da omogući da se relativno netransparentna kategorija „novinari i medijski radnici“ bolje raščlani.

Tabela 2: Odeljak Nacionalne standardne klasifikacije zanimanja

2642	Novinari i urednici
2642.01	Analitičar masovnih medija
2642.02	Glavni i odgovorni urednik
2642.03	Enigmata
2642.04	Izdavač
2642.05	Komentator
2642.06	Koordinator deska
2642.07	Muzički urednik
2642.08	Novinar
2642.09	Novinar dopisnik
2642.10	Novinarski reporter
2642.11	Producent vesti (radio/televizija)
2642.12	Redaktor
2642.13	Sportski novinar
2642.14	Urednik književnih izdanja
2642.15	Urednik komunikacija na društvenim mrežama
2642.16	Urednik novina
2642.17	Urednik redakcije
2642.18	Urednik rubrike
2642.19	Urednik TV programa
2642.20	Urednik u izdavačkoj delatnosti
2642.21	Urednik veb sajta

Ovi novi šifrnici trebalo bi da se upotrebljavaju u formiranju baze Centralnog registra obaveznog socijalnog osiguranja (CROSO), kao i statistika zarada koje su zasnovane na pojedinačnim poreskim prijavama o obračunatim porezima i doprinosima (PPP-PD). Bazirani na starim šifrnici, prethodni podaci u bazi CROSO su pokazivali da u medijima radi 8.565 zaposlenih, od čega 6.790 angažovanih na osnovu ugovoru o radu na neodređeno (Zajić, 2017, str 107). Ipak, treba imati na umu da obe grupe statističkih podataka, CROSO i PPP-PD beleže podatke na osnovu ugovora, što znači da jedan deo novinarskog rada ostaje izvan ove evidencije.

Pored istraživanja i zvanične statistike, treću grupu izvora podataka o novinarima čine oni podaci koje imaju udruženja novinara i sindikalne organizacije. Prema istraživanju „Pasivni aktivizam novinara“, u Srbiji postoji četrdesetak udruženja (Jakobi, 2017, str. 134), a tri najveća NUNS, UNS i NDNV zajedno broje oko 10.200 članova (str. 138). Međutim, kako se dalje navodi, postoji raskorak između broja onih koji su popunili pristupnicu i onih koji plaćaju članarinu (str. 138) čime se dovodi u pitanje ažurnost baza kojima udruženja raspolažu. Ipak, podaci iz udruženja su značajni jer obuhvataju novinare izvan radnog statusa i bolje nego ostali pokazatelji upućuju na profesionalni status novinara i medijskih radnika, koji teorija smatra važnim segmentom definisanja novinara.

Na kraju postoji i četvrti potencijalni izvor podataka, a to su oni koji dolaze iz obrazovne sfere. Očito je da za novinarski rad nije potrebna diploma odgovarajućeg fakulteta, mada prethodna istraživanja pokazuju da raste udeo novinara koji u profesiju ulaze sa diplomom novinarstva (Milivojević, 2011; UNS, 2014). Godišnje se na tri državna fakulteta koji školuju novinare upiše preko 200 studenata. Tačan broj diplomiranih novinara ne postoji, ali može se dobiti od visokoobrazovnih institucija ili iz Republičkog zavoda za statistiku. Praćenje karijernih puteva studenata obezbedilo bi podatke o novinarima volonterima i praktikantima, njihovom statusu i razlozima za ostanak ili napuštanje profesije.

2.2. O našem istraživanju

Istraživanje koje predstavljamo u ovom izveštaju realizovano je kombinacijom kvalitativnih i kvantitativnih metoda, putem fokus grupa i anketnog istraživanja. Obe komponente istraživanja su sprovedene onlajn zbog epidemije korona virusa i to je verovatno uticalo na odziv učesnika, kvalitet i kontekstualnu uslovljenost nalaza.

Tri fokus grupe realizovane su u oktobru i novembru mesecu 2020. godine posredstvom platforme Zoom. Imale su za cilj da utvrde samopercepciju socio-ekonomskog položaja tri specifične novinarske grupe: 1) novinarke, 2) novinari angažovani u medijima na jezicima nacionalnih manjina i 3) frilenseri i drugi novinari bez stalnog zaposlenja, e i. U fokus grupnim intervjuima učestvovalo je ukupno 15 novinara i novinarki koji su birani tako da predstavljaju različita iskustva u pogledu vrsta medija u kojima rade, dužine radnog staža, tipa vlasništva i jezika na kojima izveštavaju. Detaljniji podaci o učesnicima navedeni su u narednim delovima studije u kojima zasebno obrađujemo teme od značaja za ove tri grupe novinara. Fokus grupni intervjui su anonimizirani i u predstavljanju nalaza koristili smo opšte oznake koje su od značaja za razumevanje pojedinačnih iskustava (npr. tip angažovanja, vrsta medija).

Analiza prethodnih istraživanja i razgovori u fokus grupama doprineli su formulisanju anketnog lista. Snažni oslonac koje je naše istraživanje pronašlo u prethodnim studijama,

imalo je za cilj da omogući makar delimično praćenje trendova u socio-ekonomskom položaju novinara i medijskih radnika. Ovo je tek delimično moguće iz dva razloga. Prvo, sva su prethodna istraživanja, kao i naše, nereprezentativna tako da zaključci ne mogu da se „prevode“ iz jednog istraživanja u drugo. Drugi razlog je taj što smo sproveli istraživanje u jeku epidemije koja je u životima svih građana donela mnogobrojne promene. Uz ova dva ograničenja, nadamo se da poređenja koja iznosimo u zaključku mogu makar delimično doprineti razumevanju promena u socio-ekonomskom položaju novinara.

U anketiranju je korišćen neprobabilistički prigodni uzorak, koji ne obezbeđuje reprezentativnost nalaza za celokupnu populaciju novinara i medijskih radnika u Vojvodini. Anketni list postavljen je onlajn kao Gugl formular i popunjavanje je bilo moguće od 4. do 25. decembra 2020. godine. Kako bismo došli do što većeg broja novinara i medijskih radnika, poziv za popunjavanje upitnika prosleđen je svim članovima Nezavisnog društva novinara Vojvodine i partnerskim novinarskim i medijskim organizacijama. U diseminaciju poziva uključio se i Ujedinjeni granski sindikat Nezavisnost. Poziv je takođe prosleđen i od strane Misije OEBS-a u Srbiji. Kako bi se izbegla pristrasnost NDNV-a ka sopstvenom članstvu, istraživački tim je pozive uputio svim medijima u Vojvodini čiji podaci su dostupni u APR-u ili Registru elektronskih medija koje vodi REM. U celini, poziv za učešće u anketiranju stigao je na oko 1.000 adresa medijskih radnika i medija. Ovakav način formiranja uzorka podrazumevalo je da se ispitanici sami prepoznaju kao adresati poziva, odnosno samoidentifikuju kao novinari i medijski radnici.

Onlajn upitnik je popunilo 144 novinara i medijskih radnika. S obzirom na to da onlajn anketiranje odlikuje manji odziv ispitanika nego što je to slučaj sa drugim tehnikama anketiranja, istraživački tim je uglavnom zadovoljan ovim učešćem. Pri ovoj oceni imamo na umu i to je veliki deo različitih poslova tokom epidemije korona virusa prebačen onlajn, te se pri kraju godine moglo očekivati da je novinarima i medijskim radnicima, kao i svim građanima, već dosta onlajn aktivnosti. Takođe, anketiranje je otežalo i to što je u isto vreme Nezavisno udruženje novinara Srbije sprovodilo svoje onlajn anketno istraživanje, na vrlo srodne teme, zbog čega su neki ispitanici zaključili da se radi o istom istraživanju. I uz ova ograničenja, istraživanje približno korespondira sa prethodnim, imajući na umu da je obuhvaćena skupina novinara i medijskih radnika na područje Vojvodine.

Anketni list činilo je nekoliko grupa pitanja u kojima su prevagu odnela pitanja o ekonomskom položaju i radnim pravima novinara, u odnosu na pitanja o profesionalnom statusu. Prvu celinu činila su pitanja čiji je cilj bio mapiranje strukture ispitanika (pol, godine, mesto, obrazovanje, vrsta medija, vlasništvo medija, pozicija u redakciji i sl.). Drugu celinu činila su pitanja o ekonomskom položaju i radnim pravima – radni status, primanja, redovnosti zarade, radno vreme, beneficije, interne procedure iz domena radnog prava itd. Treća grupa pitanja bila je posvećena sindikalnom organizovanju, članstvu u sindikatima i percepciji ispitanika. Poslednju celinu činila su pitanja o oceni profesije, vezi između radnog statusa i profesionalizma, kao i pitanja o mogućnostima unapređenja ekonomskog položaja novinara. Nekoliko pitanja odnosilo se i na promene koje je donela epidemija korona virusa.

Rezultati dobijeni onlajn anketom uneti su u statistički program SPSS i obrađeni su metodama deskriptivne statistike.

3

Karakteristike najčešćih vrsta radnog angažovanja novinara u Vojvodini



U skladu sa pozitivnim zakonodavstvom, novinari u Republici Srbiji mogu biti radno angažovani na više različitih načina. Gotovo sve vrste radnog angažovanja regulisane su Zakonom o radu, kao krovnim zakonom koji reguliše ovu oblast, ali radni odnosi mogu biti uređeni i različitim posebnim zakonima, kao što je na primer Zakon o agencijskom zapošljavanju. Novinari u Vojvodini najčešće su radno angažovani putem ugovora o radu na neodređeno ili određeno vreme, putem ugovora o delu, ali i putem agencija za zapošljavanje. Agencijsko zapošljavanje u velikoj meri koristi i najveći poslodavac na teritoriji AP Vojvodine, Javna medijska ustanova Radio-televizija Vojvodine.

Tabela 3: Vrste radnog angažovanja novinara u Vojvodini

Vrste radnog angažovanja novinara u Vojvodini		
	Broj	Procenat
Stalno zaposlen	86	58,5
Zaposlen na određeno vreme	14	9,5
Zaposlen po ugovoru o delu	11	7,5
Zaposlen po ugovoru o privremenim i povremenim poslovima	7	4,8
Samozaposlen (freelance/preduzetnik)	8	5,4
Volonter	6	4,1
Penzioner	2	1,4
Nezaposlen	10	6,8

Ugovor o radu zaključen na neodređeno vreme

Zaposleni novinari i medijski radnici koji sa poslodavcem imaju zaključen ugovor o radu, čiji period trajanja nije unapred određen, imaju najpovoljniji status i najširi spektar prava iz radnog odnosa.

Ugovor o radu se zaključuje pre stupanja zaposlenog na rad, čime se sprečava tzv. „rad na crno“. Zaposlenom novinaru ili medijskom radniku ovo je naročito u interesu, jer od stupanja na rad ostvaruje sva prava iz radnog odnosa koja su garantovana zakonom. Poslodavac je dužan da ga prijavi i plaća mu doprinose za obavezno penziono, zdravstveno i socijalno osiguranje.

Prilikom zapošljavanja, poslodavac je dužan da zaposlenog upozna sa pravima, obavezama i odgovornostima iz radnog odnosa, kao i sa uslovima i organizacijom rada. Sve ovo se nalazi i u ugovoru o radu koji je uvek u pisanoj formi i koji potpisuju poslodavac i zaposleni. U slučaju bilo kakvog spora, ugovor o radu služi kao dokaz o ugovorenim uslovima rada.

Rad na neodređeno vreme praktično znači da će radni odnos zaposlenog trajati sve dok se ne ispuni neki od zakonom predviđenih uslova za prestanak radnog odnosa (zaposleni krši radnu disciplinu ili ne ostvaruje potrebne rezultate rada) ili dok zaposleni ne navrši radni vek. Ugovor o radu, između ostalog, obavezno sadrži naziv i opis poslova kojim se bliže određuje radno mesto zaposlenog. Poslodavac ne može od zaposlenog tražiti da obavlja poslove koji nisu predviđeni ugovorom o radu, a ukoliko poslodavac tako nešto ipak zatraži, pa zaposleni to odbije, ovakvo postupanje neće moći da predstavlja razlog za otkaz ugovora o radu od strane poslodavca.

Važan element ugovora o radu je i radno vreme. Zaposleni i poslodavac utvrđuju da li će zaposleni raditi sa punim osmočasovnim radnim vremenom, skraćenim ili nepunim radnim vremenom. U slučaju da poslodavac, u skladu sa zakonom, zatraži od zaposlenog da radi preko vremena utvrđenog ugovorom o radu, zaposleni za tako nešto mora biti plaćen, a ukoliko nisu ispunjeni zakonom propisani uslovi za prekovremeni rad, zaposleni može da odbije takav zahtev poslodavca. Ugovorom o radu je definisana i visina zarade, odnosno elementi uz pomoć kojih se zarada utvrđuje, kao i rokovi isplate zarade.

Ugovorom o radu mogu biti određeni i elementi disciplinske odgovornosti zaposlenog. Oni predstavljaju slučajeve povrede rade obaveze ili radne discipline usled kojih poslodavac može otkazati ugovor o radu.

Ukoliko poslodavac ima više od 10 zaposlenih, dužan je da donese pravilnik o radu kojim se detaljnije propisuju prava, obaveze i odgovornosti iz radnog odnosa. Ugovor o radu, u tom slučaju, mora biti u skladu sa pravilnikom o radu. Takođe, poslodavac može da zaključi i kolektivni ugovor. Kolektivni ugovor se donosi kao rezultat predgovora između poslodavca ili udruženja poslodavaca i reprezentativnih sindikata. Ukoliko postoji kolektivni ugovor, pravilnik o radu kod poslodavca mora biti u skladu sa kolektivnim ugovorom, a ugovor o radu mora biti u skladu i sa pravilnikom o radu i sa kolektivnim ugovorom.

Važno je napomenuti da je Zakonom o radu propisan najniži nivo prava zaposlenih, dok se ugovorom o radu, pravilnikom o radu ili kolektivnim ugovorom zaposleni i poslodavac mogu sporazumeti i za veći nivo radnih prava od onih koje zakon propisuje. Tako na primer, iako je zakonski minimum za godišnji odmor 20 radnih dana, poslodavac i zaposleni mogu ugovoriti i da godišnji odmor bude duži od 20 radnih dana.

Ugovor o radu na određeno vreme

Zaposleni koji sa poslodavcem zaključi ugovor o radu na određeno vreme ima sva prava iz radnog odnosa kao i zaposleni koji ima zaključen ugovor o radu na neodređeno vreme, ali je trajanje radnog odnosa unapred određeno vremenskim rokom koji poslodavac i zaposleni određuju ugovorom o radu. Poslodavac sa istim zaposlenim može zaključiti jedan ili više ugovora o radu na određeno vreme, na osnovu kojih se radni odnos sa istim zaposlenim zasniva za period koji sa prekidima ili bez prekida ne može biti duži od 24 meseca. Ukoliko isti zaposleni kod istog poslodavca radi na istim poslovima duže od 24 meseca, radni odnos na određeno vreme, prerasta u radni odnos na neodređeno vreme. U praksi, poslodavci često pribegavaju različitim zloupotrebama kako bi izbegli da zaključe ugovor o radu na neodređeno vreme sa zaposlenim koji na određeno vreme radi više od 24 meseca. Zbog toga se dešava da poslodavci sa zaposlenima formalno zaključuju ugovore o radu za različite poslove, dok zaposleni u stvarnosti sve vreme obavlja iste poslove.

Ugovor o delu (autorski ugovor)

Novinari koji su angažovani po ugovoru o delu (autorskom ugovoru) ne nalaze se u radnom odnosu, nego svoje poslove obavljaju van radnog odnosa. U skladu sa Zakonom o radu, ugovor o delu može da se zaključi za obavljanje određenih poslova van delatnosti poslodavca. Ugovori koje izdavači medija zaključuju sa novinarima zbog toga nisu u skladu sa odredbama zakona o radu jer novinarski poslovi nikako ne mogu biti van delatnosti izdavača

medija. Autorski ugovor predstavlja samo jednu vrstu ugovora o delu. Ovim ugovorom, izdavač medija i novinar se sporazumevaju koje je to autorsko delo koja novinar treba da preda izdavaču, koji je rok za predaju autorskog dela, kolika je nadoknada novinara za isporučeno autorsko delo i koji su rokovi za isplatu nadoknade. Pored ovih elemenata, ugovor o autorskom delu može da sadrži i druge elemente koji se mogu odnositi na kvalitet i kvantitet isporučenog autorskog dela, odredbe kojima se bliže uređuju autorska prava na predmetnom autorskom delu i sl. Pored naknade za autorsko delo, izdavač medija dužan je da novinaru uplati i porez na autorsko delo, kao i doprinose za penziona i zdravstveno osiguranje.

Ugovor o obavljanju privremenih i povremenih poslova

Ovu vrstu ugovora poslodavac može da zaključi sa zaposlenim samo u slučaju poslova koji su po svojoj prirodi takvi da ne traju duže od 120 radnih dana u kalendarskoj godini. Iako je ova vrsta ugovora karakteristična za tzv. „sezonske poslove“ sve više novinara i drugih medijskih radnika angažovano je upravo po ovoj vrsti ugovora. Ovaj oblik radnog angažovanja ne smatra se radnim odnosom, pa zaposleni nema sva prava koja su Zakonom o radu garantovana zaposlenima u radnom odnosu. Ugovor se najčešće zaključuje zbog navodnog povećanog obima posla kod poslodavca, iako se pravi motivi za zaključivanje ovih ugovora kriju u činjenici da ih je vrlo lako raskinuti. Zbog toga su zaposleni angažovani po ovim ugovorima u mnogo lošijem položaju u odnosi na zaposlene na određeno ili neodređeno vreme. Nakon što je JMU Radio-televizija Vojvodine u toku 2020. godine, ostala bez značajnog dela budžetskih sredstava za finansiranje, veliki broj zaposlenih, koji su bili zaposleni u agencijama za zapošljavanje, a faktički radili u Radio-televiziji Vojvodine, ostali su bez posla u agencijama za zapošljavanje, da bi istovremeno bili angažovani u Radio-televiziji Vojvodine po osnovu ugovora o privremenim i povremenim poslovima.

Samozaposleni (preduzetnici/frilenseri)

Poslove novinara moguće je obavljati i u svojstvu preduzetnika, odnosno frilensera. Preduzetnici su lica koja nemaju zaključen ugovor o radu sa poslodavcem jer nisu u radnom odnosu, nego poslove obavljaju u svoje ime i za svoj račun. Nemaju prava iz radnog odnosa jer im u praksi nisu ni potrebna. Preduzetnici mogu sami sebi da uređuju način obavljanja poslova, radno vreme, godišnji odmor, visinu zarade... Na ovaj način novinari mogu bez ikakvih zakonskih prepreka da rade za više medija, a za svoje usluge tim medijima najčešće ispostavljaju fakturu. Medij za koji rade nije u obavezi da plaća doprinose za penzijsko, socijalno i zdravstveno osiguranje, nego preduzetnik sam sebi plaća sve poreze i doprinose. Porezi i doprinosi plaćaju se svakog meseca u istom iznosu, bez obzira na visinu zarade preduzetnika u tom mesecu. Ova činjenica može istovremeno biti prednost i mana samozapošljavanja. Ukoliko preduzetnik na mesečnom nivou može da zaradi dovoljno da isplati poreze i doprinose samozapošljavanje će mu biti prednost. Mana samozapošljavanja se ispoljava u onim mesecima kada preduzetnik ne ostvari primanja ili ostvari minimalna primanja, jer će i u tom slučaju biti u obavezi da plati poreze i doprinose u utvrđenoj visini. Takođe, u slučaju porodijskog odsustva, preduzetnice neće ostvarivati nikakvu zaradu. Ista je situacija i u slučaju nesposobnosti za rad zbog bolesti kada preduzetnik neće ostvarivati bilo kakvu naknadu.

4

Najvažniji rezultati istraživanja



4.1. Demografske i profesionalne karakteristike novinara

Od 144 ispitanika, 51 odsto čine novinarke, a 49 odsto novinari. Prosečna starost ispitanika je 40 godina, najmlađi ispitanik imao je 20, a najstariji 66 godina.

Grafikon 1: Pol ispitanika

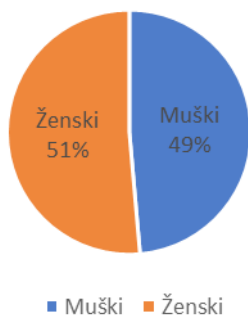
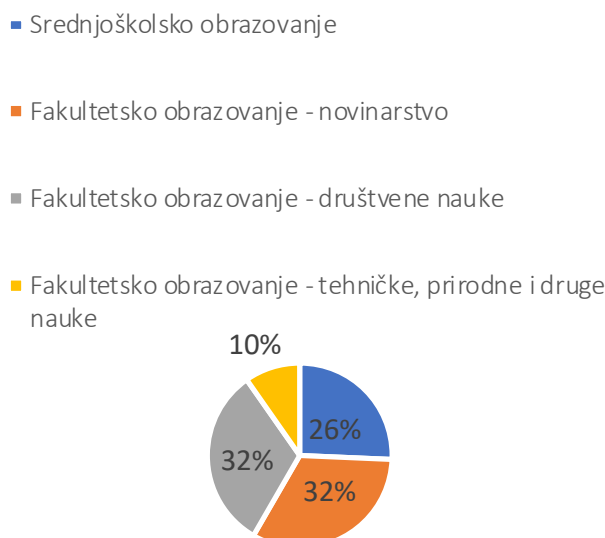


Tabela 4: Starost ispitanika

Minimalna	Maksimalna	Prosečna
20	66	40

Što se tiče formalnog obrazovanja novinara i novinarki u uzorku, najveći procenat čine novinari sa završenim fakultetom u oblasti novinarstva (32 odsto) i oblasti društvenih nauka (32 odsto), a u manjem procentu u oblastima tehničkih, prirodnih i drugih nauka (10 odsto). Formalno obrazovanje je u najvećoj meri fakultetsko (74 odsto), a srednjoškolsko obrazovanje ima mali broj (10 odsto) ispitanih.

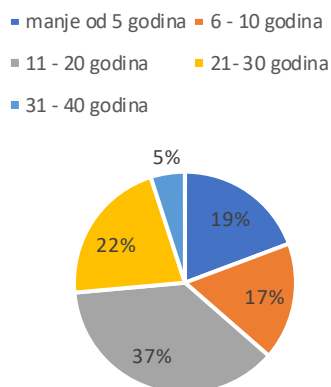
Grafikon 2: Stepen i vrsta obrazovanja



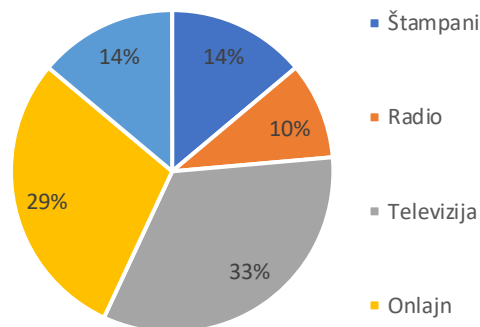
Prema godinama staža, najveći broj novinara pripada grupi koja je u profesiji od 11 do 20 godina (37 odsto), a zatim grupi koja je u profesiji od 21 do 30 godina (22 odsto). Dakle, više od polovine ispitanih novinara se novinarstvom bavi u rasponu od 11 do 30 godina.

Najveći broj ispitanika radi u televizijama (33 odsto) i u onlajn medijima (29 odsto). U uzorku su podjednako zastupljeni novinari koji istovremeno i rade za više vrsta medija (14 odsto) i oni koji rade za štampane medije (14 odsto), najmanji je broj onih koji rade na radiju (10 odsto).

Grafikon 3: Radni staž novinara



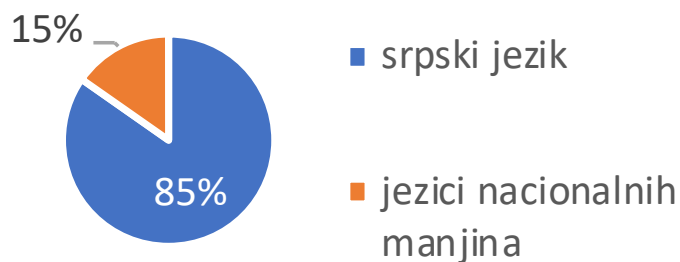
Grafikon 4: Vrsta medija



Ispitivanje tipa vlasništva medija za koje novinari i novinarka preovlađujuće rade pokazalo je da su to većinski javni medijski servisi, u ovom slučaju RTV (36,1 odsto) i privatni mediji (34 odsto), zatim mediji civilnog društva (20,1 odsto), mediji čiji su osnivači nacionalni saveti (3,5 odsto), mediji u mešovitom vlasništvu (3,5 odsto) i državni mediji (0,7 odsto). Dva odsto ispitanika izjavilo je da ne zna u čijem je vlasništvu medij za koji radi.

Ispitanici većinski izveštavaju na srpskom jeziku (85 odsto), a na jezicima nacionalnih manjina izveštava (15 odsto) anketiranih novinara i novinarki.

Grafikon 5: Jezik na kome novinari izveštavaju



Prema poziciji u redakciji, anketirani medijski radnici uglavnom obavljaju posao novinara (41,7 odsto) i imaju uredničke pozicije (15,3 odsto obavlja posao urednika, a 14,6 odsto posao glavnog i odgovornog urednika, što čini 30 odsto korpusa) u redakciji. Dopisnici čine 6,9 odsto korpusa, a snimatelji 5,6 odsto.

4.2. Ekonomski položaj novinara

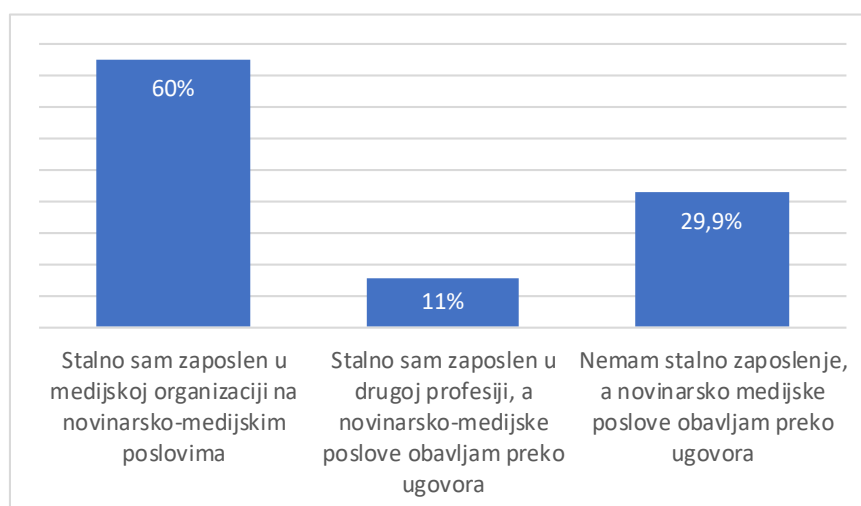
Prema vrsti radnog odnosa, skoro 60 odsto anketiranih je u stalnom radnom odnosu, odnosno zaposlen na neodređeno vreme. Ostale vrste radnih odnosa su zastupljene u manjim procentima: na određeno vreme 9,7 odsto, po ugovoru o delu 7,6 odsto. Najmanji procenat uzorka čine volonteri (4,2 odsto) i penzioneri (1,4 odsto).

Grafikon 6: Vrsta radnog odnosa



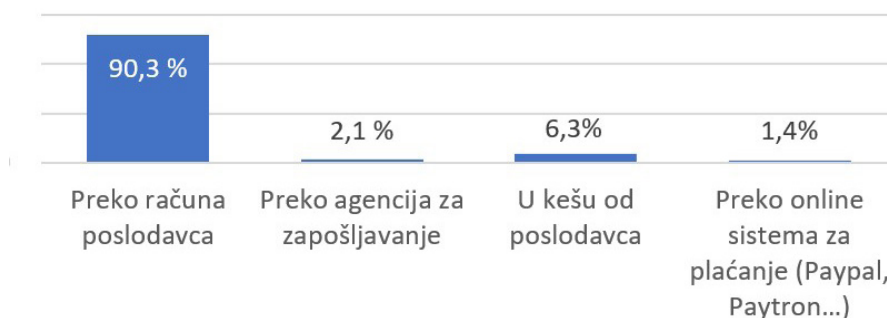
Rezultati istraživanja pokazuju da pored 60 odsto onih koji su stalno zaposleni u medijskoj organizaciji, ima onih koji su stalno zaposleni u drugim profesijama, a novinarsko-medijske poslove obavljaju preko ugovora (11,1 odsto). Ipak, većina onih koji nisu stalno zaposleni u novinarstvu, nisu stalno zaposleni ni u drugoj profesiji, pa novinarsko-medijske poslove obavljaju isključivo preko drugih vrsta ugovora (29,9 odsto).

Grafikon 7: Koji opis najviše odgovara vašoj trenutnoj situaciji



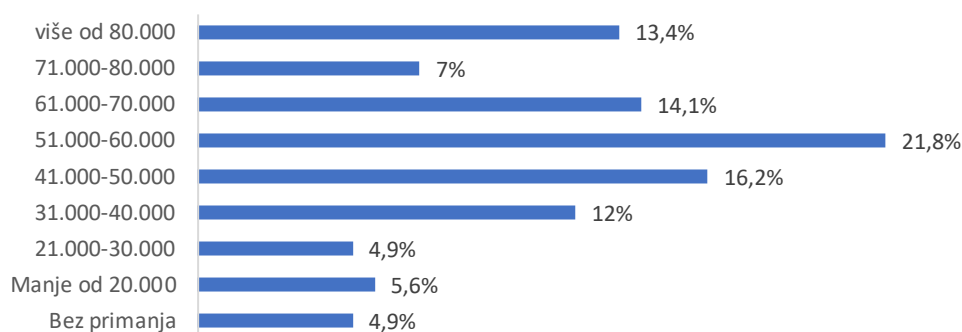
Većina ispitanika – više od 90 odsto – platu prima preko računa poslodavca, a mali procenat novac dobija u kešu (6,3 odsto), preko agencija za zapošljavanje (2,1 odsto) ili preko onlajn sistema poput Paypala ili Paytrona (1,4 odsto).

Grafikon 8: Kako primete zaradu?



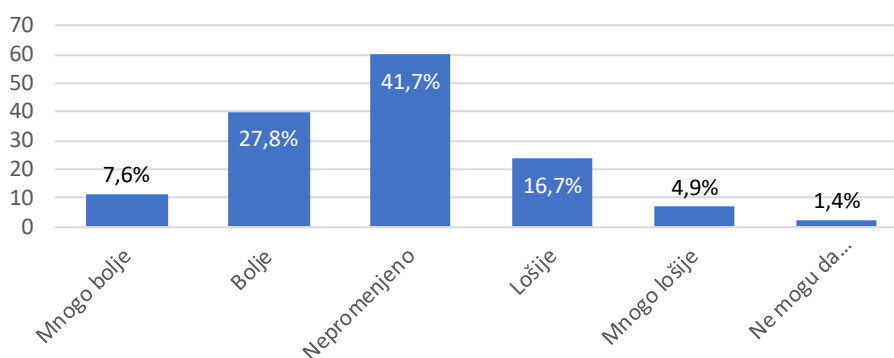
Što se tiče prosečne mesečne zarade za prethodna tri meseca, najveći procenat ispitanika (21,8 odsto) navodi da je to plata u rasponu od 51.000 do 60.000 dinara. Nešto je manje onih koji navode iznos od 41.000 do 50.000 dinara (16,2 odsto) i onih koji navode da je prosečna plata 61.000 do 70.000 dinara (14,1 odsto). Dakle, polovina ispitanika (52,1) prosečno mesečno zarađuje u rasponu od 41.000 do 70.000 dinara. Oni koji zarađuju više od 80.000 dinara čine 13,4 odsto, a oni koji zarađuju manje od 41.000 dinara čine 27,4 odsto uzorka.

Grafikon 9: Prosečna neto zarada u prethodna tri meseca



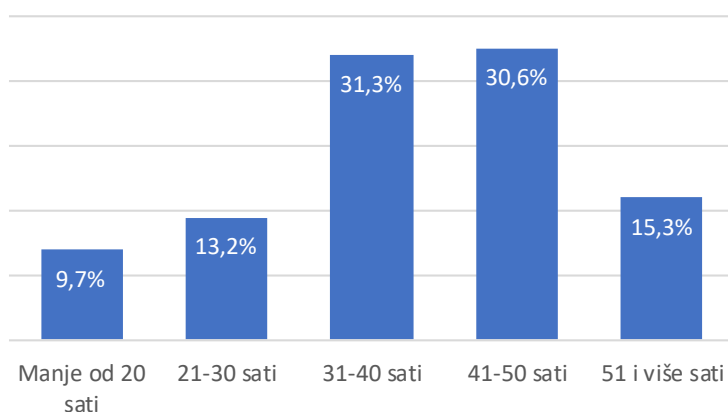
Materijalno stanje ispitanika je većinski ostalo nepromenjeno u odnosu na prethodnu godinu (41,7 odsto), a više ispitanika je reklo da im se materijalno stanje popravilo (27,8 odsto) i da je mnogo bolje (7,6 odsto), u odnosu na one koji kažu da je ono lošije (16,7 odsto) ili mnogo lošije (4,9 odsto).

Grafikon 10: Materijalno stanje ispitanika u odnosu na prošlu godinu



Istražujući ekonomski položaj, pokušali smo da sagledamo i koliko je prosečni broj radnih sati tokom jedne tipične radne nedelje. Najviše novinara u proseku radi 41 do 50 radnih sati (30,6 odsto) i 31 do 40 sati (31,3 odsto). Određen procenat novinara (15,3 odsto) radi i 51 sat i više, a mali deo uzorka izjasnilo se da radi manje od 20 sati nedeljno (9,7 odsto).

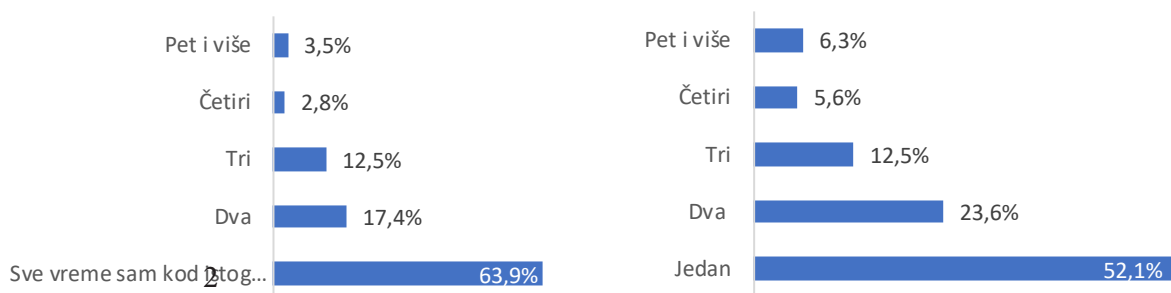
Grafikon 11: Prosečno nedeljno radno vreme ispitanika



Rezultati pokazuju da u novinarskoj profesiji nema značajne tendencije česte promene poslodavaca. Više od 60 odsto novinara i novinarki (63,9 odsto) u prethodnih pet godina nisu promenili poslodavca, a manji procenat je promenio poslodavca jednom (17,4 odsto).

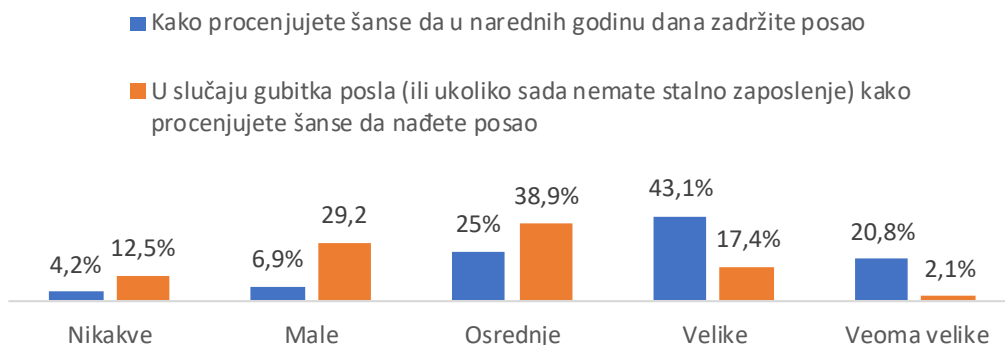
Što se tiče broja medija za koji novinar ili novinarka radi, uglavnom je to jedan medij (52,1 odsto), ali uočava se da medijski profesionalci često istovremeno rade za više od jednog medija (47,9 odsto). Među njima je najviše onih koji su u prethodna tri meseca radili za dva (23,6 odsto) i tri (12,5 odsto) različita medija.

Grafikon 12: Broj poslodavaca u prethodnih 5 godina **Grafikon 13: Broj poslodavaca u prethodna 3 meseca**



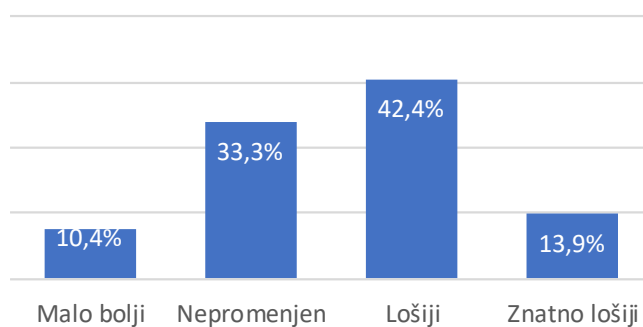
Na pitanje kako procenjuju šanse da u narednih godinu dana zadrže posao, medijski profesionalci smatraju da su šanse uglavnom *osrednje* (25 odsto), *velike* (43,1 odsto) ili *veoma velike* (20,8 odsto). Ipak, ispitanici smatraju da su u slučaju gubitka posla, njihove šanse da nađu nov posao uglavnom *osrednje* (38,9 odsto) ili *male* (29,2 odsto).

Grafikon 14: Šanse da se zadrži postojeći ili pronade novi posao u narednih godinu dana

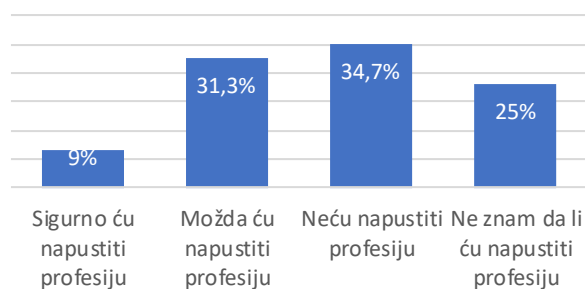


Istraživanje pokazuje da medijski radnici smatraju da je ekonomski položaj novinara u prethodnih pet godina ostao *nepromenjen* (33,3 odsto). Određen procenat ispitanika smatra da je položaj *lošiji* (42,4 odsto) i *znatno lošiji* (13,9 odsto), a mali procenat smatra da je ekonomski položaj postao *malo bolji* (10,4 odsto). Bez obzira na stav da je ekonomski položaj novinara lošiji nego ranije, najveći broj ispitanika je stanovišta da ako se situacija ne poboljša, *neće napustiti profesiju* (34,7 odsto). Sledeći po zastupljenosti je stav da *će profesiju možda napustiti* (31,3 odsto), potom da *ne znaju da li bi napustili profesiju* (25 odsto), a najmanje je onih koji su stanovišta da *će profesiju sigurno napustiti* (9,0 odsto), ako se ekonomski položaj medijskih radnika ne poboljša.

Grafikon 15: Ekonomski položaj novinara u odnosu na stanje od pre 5 godina



Grafikon 16: Odnos prema napuštanju profesije ukoliko se položaj ne poboljša

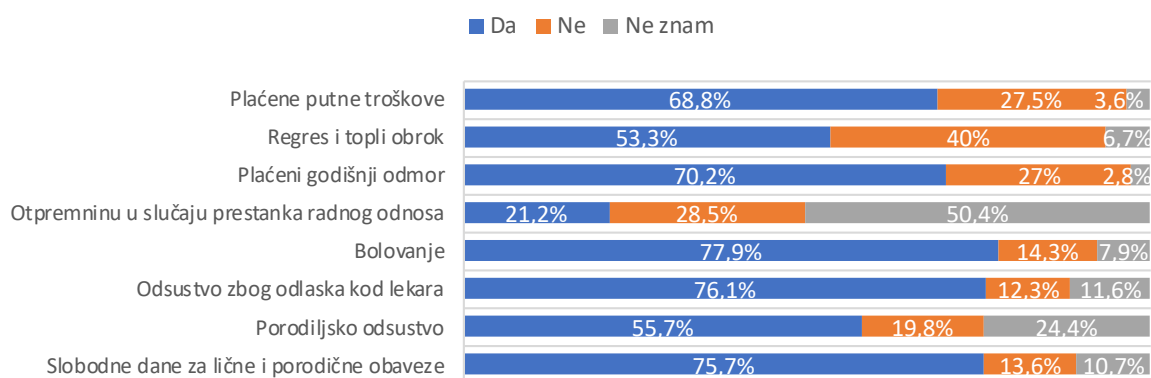


4.3. Prava i obaveze iz radnog odnosa

Što se tiče prava koja ostvaruju u radnom odnosu, redovna mesečna primanja nikad nema 3,5 odsto novinara i medijskih radnika, a retko ima 5,6 odsto. Plaćene putne troškove nema 27,5 odsto ispitanika. Plaćeni godišnji odmor nema njih 27 odsto, a pravo na bolovanje nema 27,5 odsto novinara i medijskih radnika. Pravo na odsustvo zbog odlaska kod lekara nema 12,3 odsto ispitanika, pravo na slobodne dane 13,6 odsto, dok uvećanje za prekovremeni rad nikad nema 49 odsto, a retko ima 24,5 odsto.

Treba istaći da 69 odsto medijskih radnika ne zna da li ima pravo na otpremninu u slučaju prestanka radnog odnosa. Takođe, 40 odsto novinara tvrdi da nema pravo na regres i topli obrok, a 28,5 odsto da nema pravo na otpremninu u slučaju prestanka radnog odnosa. 10 odsto uzorka, odnosno sedam novinarki tvrdi da nemaju pravo na porodiljsko odsustvo, a 14,4 odsto, odnosno 10 novinarki tvrdi da ne znaju da li imaju to pravo.

Grafikon 17: Prava iz radnog odnosa



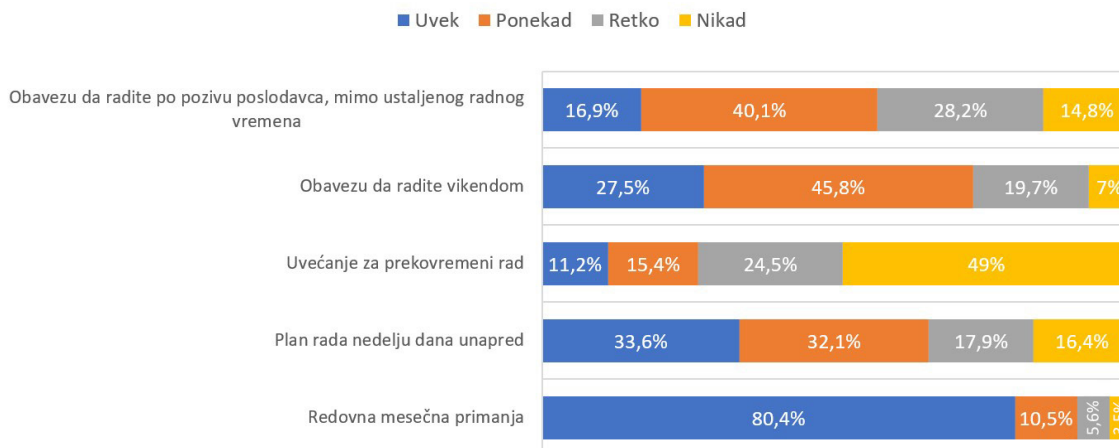
Što se tiče obaveze da rade po pozivu poslodavca mimo radnog vremena, 16,9 odsto novinara tvrdi da tu obavezu imaju uvek, 40,1 odsto novinara tvrdi da je imaju ponekad, a 28,2 odsto da je imaju retko. Što se tiče obaveze rada vikendom 27,5 odsto novinara tvrdi da imaju tu obavezu uvek, a 45,8 odsto da je imaju ponekad.

Čak 49 odsto ispitanih tvrdi da nikada nemaju uvećanje plate za prekovremeni rad, a 24,5 odsto da uvećanje imaju retko. Samo 11,2 odsto novinara odgovorilo je da uvećanje imaju uvek kada rade prekovremeno.

Što se tiče planiranja radnog procesa, odgovori su relativno ravnomerno raspoređeni – 33,6 odsto medijskih radnika tvrdi da uvek ima plan rada, a 32,1 odsto da ga ima ponekad. Plan rada nedelju dana unapred nikada nema 16,4 odsto, a retko ima 17,9 odsto.

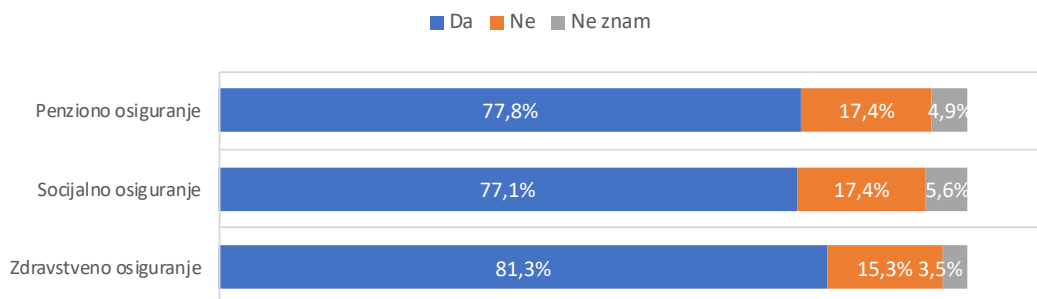
Redovna mesečna primanja ima 80,4 odsto ispitanika; 10,5 odsto redovna primanja ima ponekad; 5,6 odsto retko; 3,5 odsto nikad nema redovnu platu.

Grafikon 18: Prava i obaveze iz radnog odnosa



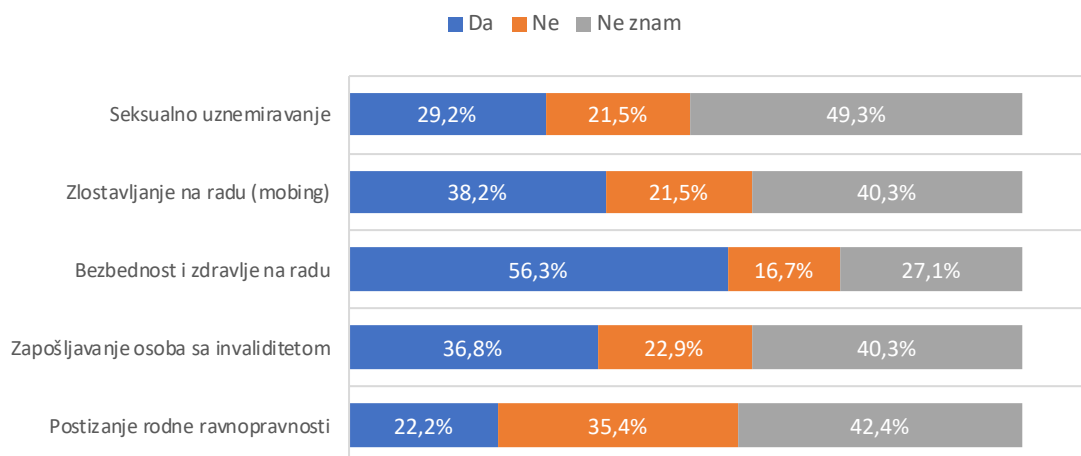
Kada se sagledaju prava u vezi sa penzionim, socijalnim i zdravstvenim osiguranjem, odgovori su slični – 77,8 odsto novinara i medijskih radnika ima uplaćeno penziono osiguranje, a 17,4 odsto nema; socijalno osiguranje ima 77,1 ispitanika, a 17,4 nema; zdravstveno osiguranje ima 81,2 odsto ispitanika, dok ga 15,3 odsto nema. Mali procenat novinara ne zna da li ima redovno plaćeno penziono, socijalno i zdravstveno osiguranje.

Grafikon 19: Penziono, zdravstveno i socijalno osiguranje



Novinari i novinarka su u manjoj meri obavešteni o internim procedurama u medijima u kojima su zaposleni, nego o svojim pravima i poslovnim obavezama. Naime, 49,3 odsto novinara i medijskih radnika ne zna da li u mediju u kom radi postoji interna procedura u slučaju seksualnog uznemiravanja (a 29,2 odsto zna da postoji), 40,3 odsto ne zna da li postoji u slučaju zlostavljanja na radu (a 38,2 odsto zna da postoji), 40,3 odsto novinara ne zna da li postoji procedura za zapošljavanje osoba sa invaliditetom (36,8 odsto zna da postoji), a 42,4 odsto ispitanika ne zna da li postoji interna procedura za postizanje rodne ravnopravnosti. Dalje u vezi sa rodnom ravnopravnošću, 35,4 odsto ispitanika odgovorilo je da ne postoji procedura za njeno postizanje. Izdvojio se pozitivan odgovor u slučaju internih procedura za održavanje bezbednosti i zdravlja na radu – više od polovine ispitanika (56,3 odsto) je odgovorilo da ih medij u kome radi ima.

Grafikon 20: Interne procedure



4.4. Odnos prema sindikatima i sindikalnom organizovanju

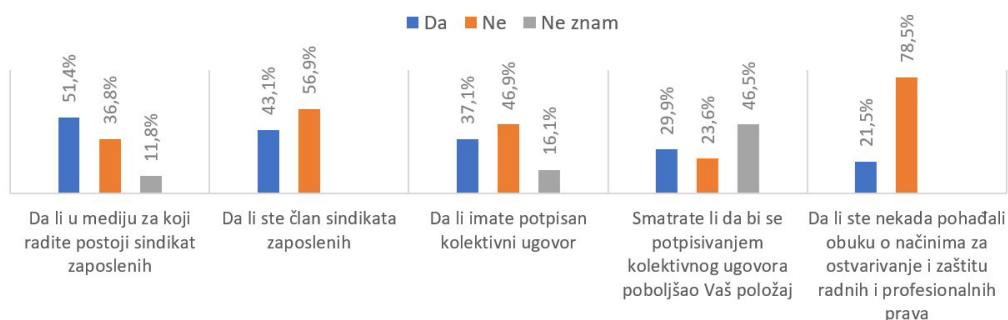
Kada je reč o sindikalnom organizovanju, 51,4 odsto novinara je odgovorilo da u mediju u kome radi postoji sindikat zaposlenih, a 36,8 odsto da ne postoji. Rezultati istraživanja pokazuju da novinari češće biraju da ne budu članovi sindikata – markirana su 82 negativna odgovora, u odnosu na 62 pozitivna.

Na pitanje „Da li imate potpisan kolektivni ugovor?“ skoro polovina ispitanika je odgovorilo odrično (46,9 odsto). Da imaju potpisan kolektivni ugovor izjavilo je 37,1 odsto ispitanika, a manji procenat ispitanika se izjasnilo sa „ne znam“ (16,1 odsto).

Istraživanjem smo pokušali da ispitamo da li novinari i novinarka smatraju da bi se potpisivanjem ovakvog ugovora poboljšao njihov socio-ekonomski položaj. Većina ispitanika je na ovo pitanje odgovorilo da ne zna (46,5 odsto), a više njih smatra da bi se položaj poboljšao (29,9 odsto) u odnosu na one koji smatraju da se položaj ne bi poboljšao (23,6 odsto).

Rezultati istraživanja pokazuju da veliki broj novinara nikada nije pohađao obuke o načinima za ostvarivanje i zaštitu radnih i profesionalnih prava. Tako je 78,5 odsto ispitanika odgovorilo da nikada nije pohađalo ovakvu vrstu obuke, a 21,5 odsto da je pohađao.

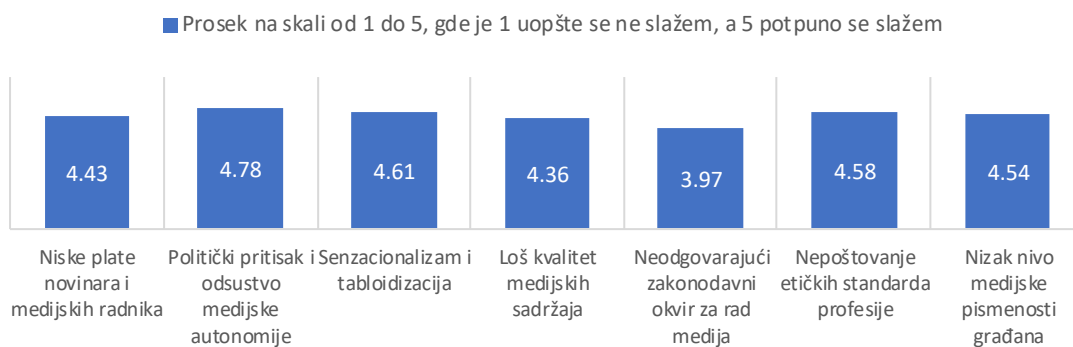
Grafikon 21: Sindikalno organizovanje



4.5. Ocena profesije i markiranje najvećih problema u novinarstvu

Istraživanjem smo pokušali da sagledamo percepciju novinara i medijskih radnika o najvećim problemima u novinarskoj profesiji i ispitamo koje stavove o tome koje od njih smatraju najznačajnijim. Kao najveći problem izdvojeni su politički pritisci i odsustvo medijske autonomije (4.87/5). Pored toga, rezultati istraživanja pokazuju relativnu ujednačenost odgovora o tome koji je problem u novinarstvu i medijima trenutno najveći – senzacionalizam i tabloidizacija (4.61), nepoštovanje etičkih standarda profesije (4.58/5), nizak nivo medijske pismenosti građana (4.54/5). Tek nakon navedenih problema, ispitanici su dali na važnosti problemima niskih plata novinara i medijskih radnika (4.43/5) i lošeg kvaliteta medijskih sadržaja (4.36/5). Kao najmanji problem percipiran je neodgovarajući medijski zakonodavni okvir (3.97/5).

Grafikon 22: Najveći problemi u novinarstvu i medijima danas



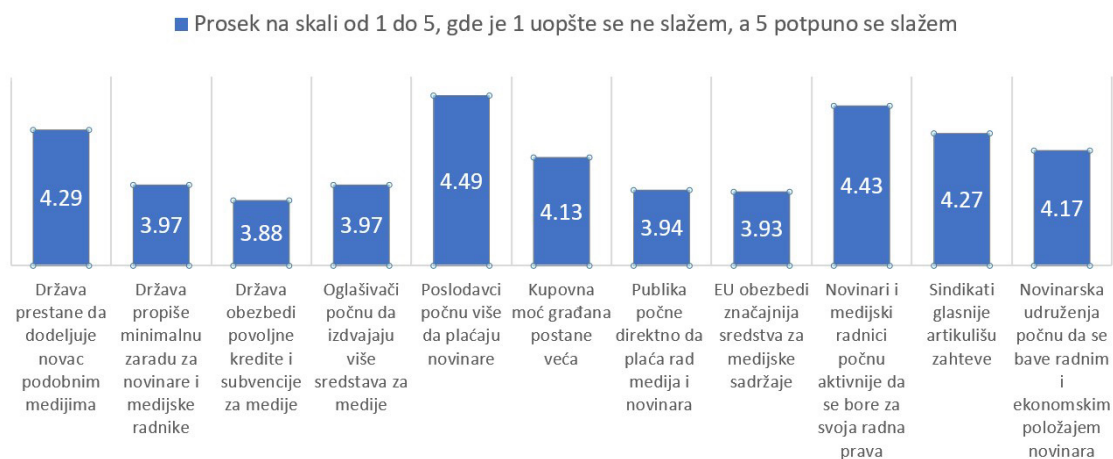
Istraživanje je pokazalo da novinari i novinarka smatraju da će se njihov ekonomski položaj popraviti kada „poslodavci počnu više da plaćaju novinare“ (4.49). Kao faktori većeg uticaja na poboljšanje ekonomskog položaja izdvojili su se: aktivnija borba samih novinara za svoja radna prava (4.43), prestanak prakse dodeljivane državnih sredstava podobnim medijima (4.29) i glasnije artikulisanje zahteva od strane sindikata (4.27).

Stepen slaganja je nešto niži kod sledećih ponuđenih rešenja:

- kada novinarska udruženja počnu da se bave radnim i ekonomskim položajem novinara (4.17)
- kada kupovna moć građana postane veća (4.13)
- kada država propiše minimalnu zaradu (3.97)
- kada oglašivači počnu da izdvajaju više sredstava za medije (3.97).
- Kao najmanje značajni izdvojeni su:
 - uticaji publike, koja bi direktno plaćala rad medija i novinara (3.94),
 - Evropska unija, koja bi mogla da obezbedi značajnija sredstva za medijske sadržaje (3.93), i
 - države, u smislu obezbeđivanja povoljnih kredita i subvencija za medije (3.88).

Ovo implicira da medijski radnici odgovornima prvenstveno smatraju poslodavce, pa same novinare, odmah zatim državu, pa na kraju, sindikate.

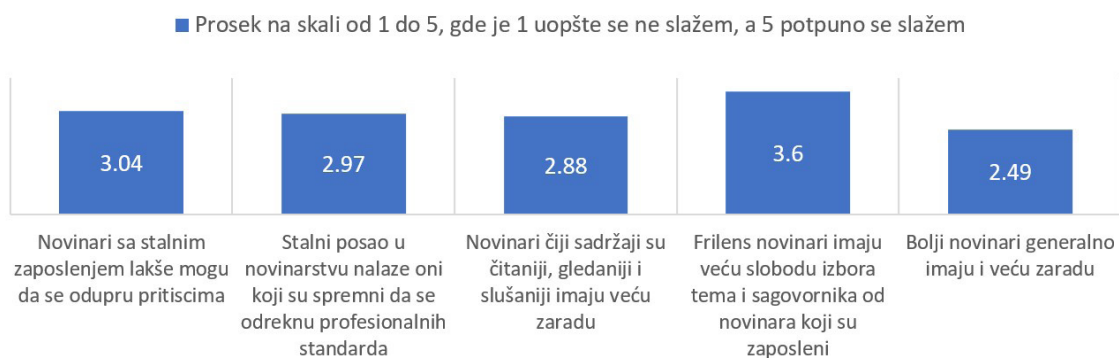
Grafikon 23: Ekonomski položaj novinara i medijskih radnika će se popraviti kada:



Istraživanjem smo pokušali da ispitamo stavove novinara o odnosu između materijalnog stanja i radnog statusa sa jedne strane i profesionalne autonomije, sa druge. Anketirani novinari i medijski radnici smatraju da novinari frilenseri imaju veću slobodu izbora tema i sagovornika od onih koju su zaposleni (stepen saglasnosti je 3.6) i da novinari sa stalnim zaposlenjem imaju manje poteškoća odupiranju pritiscima (stepen saglasnosti je 3.04).

Prema odgovorima ispitanika, korelacija između stalnog zaposlenja i nepoštovanja profesionalnih standarda je niska. Stepenn slaganja sa tvrdnjom da stalni posao u novinarstvu nalaze oni koji su spremni da se odreknu profesionalnih standarda je 2.97. Sličan stepen slaganja novinari imaju u vezi sa tvrdnjom da novinari čiji sadržaji imaju veću publiku, imaju i veću zaradu. Novinari se uglavnom ne slažu sa tvrdnjom da „bolji novinari generalno imaju i veću zaradu” (stepen saglasnosti je 2.49).

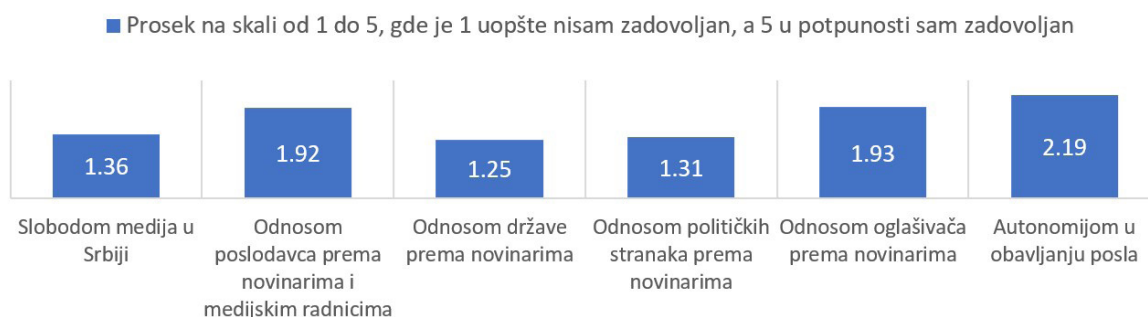
Grafikon 24: Koliko se novinari i medijski radnici slažu sa sledećim tvrdnjama



4.6. Zadovoljstvo stanjem u profesiji i poslom koji obavljaju

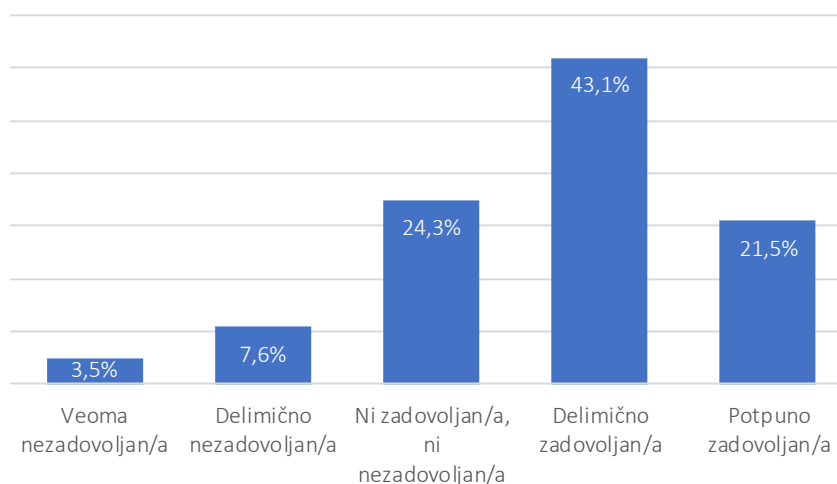
Stavovi novinara o generalnom **stanju u medijima i na medijskom tržištu** pokazuju da su novinari uglavnom nezadovoljni – prosečan stepen saglasnosti sa tvrdnjama ne prelazi 2.19. Novinari su najmanje zadovoljni odnosom države prema medijima (1.25) i odnosom političkih stranaka prema novinarima (1.31), ali i slobodom medija u državi (1.36). Novinari su takođe nezadovoljni odnosom poslodavaca prema novinarima i medijskim radnicima (1.92) i odnosom oglašivača prema novinarima (1.93). Najmanje nezadovoljstva očitava se u odgovorima u vezi sa autonomijom u obavljanju posla (2.19), ali i tu odgovori pokazuju da su novinari uglavnom nezadovoljni autonomijom koja im je data.

Grafikon 25: Stavovi novinara o stanju u medijima i na medijskom tržištu



Što se tiče samog **posla koji obavljaju**, istraživanje pokazuje da je najveći broj ispitanika *delimično zadovoljan* (43,1 odsto) i *ni zadovoljan, ni nezadovoljan* (23,3 odsto). Potpuno zadovoljno poslom koji obavlja je 21,5 odsto anketiranih novinara i medijskih radnika, a potpuno nezadovoljnih je 3,5 odsto.

Grafikon 26: Zadovoljstvo poslom



Uočena je povezanost **zadovoljstva poslom** sa **vrstom radnog odnosa**, jer su najzadovoljniji oni koji su zaposleni po ugovoru o delu (4,2) i zaposleni po ugovoru o privremenim i povremenim poslovima (4,1), a tek zatim oni koji su zaposleni za stalno (3,8) i samozaposleni (3,7). Najmanji nivo zadovoljstva poslom iskazali su oni koji su zaposleni na određeno vreme (3,5), volonteri (3) i nezaposleni (2,6).

Što se tiče odnosa između **zadovoljstva poslom i visine primanja**, novinari medijski radnici mesečnih primanja iznad 80.000 dinara pokazuju najviši stepen zadovoljstva poslom (4,2), ali isti stepen zadovoljstva pokazuju i ispitanici primanja u rasponu od 21.000 do 30.000 dinara (4,1). Najmanji stepen zadovoljstva profesijom pokazuju oni bez primanja (2,4) i sa primanjima manjim od 20.000 dinara (3,1). Kada govorimo o **redovnosti primanja**, oni koji platu *uvek* i *ponekad* dobijaju redovno, pokazuju veće zadovoljstvo (3,7 i 4), a oni koji *retko* ili *nikad* platu ne dobijaju na vreme iskazuju manji stepen zadovoljstva (3,1 i 2,8). Stepen zadovoljstva je visok i se kreće u približnim opsezima (3,7-3,9) kod onih koji ili nisu menjali poslodavce, ili su promenili do tri poslodavca u prethodnih pet godina, ali stepen zadovoljstva drastično pada u slučajevima kada su ispitanici menjali više od tri poslodavaca u prethodnih pet godina (2,5). Primećeno je da redovno plaćeno zdravstveno, socijalno i penziono osiguranje ne igra značajnu ulogu u odnosu na zadovoljstvo poslom. Čak, oni koji su najzadovoljniji svojim poslom, većinski odgovaraju da ne znaju da li im je pokriveno zdravstveno i penziono osiguranje.

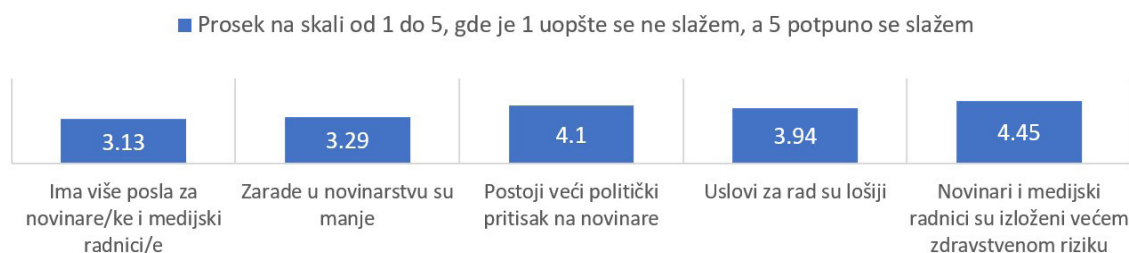
Kada poredimo zadovoljstvo poslom i radna prava koja su zagantovana radnim odnosom, obaveza rada po pozivu pokazala se kao kategorija od koje može da zavisi zadovoljstvo novinara. Naime, novinari koji uvek imaju obavezu rada po pozivu pokazuju najniži stepen zadovoljstva (3,4), a on se postepeno povećava sa kategorijama *ponekad* (3,6), *retko* (3,7), *nikad* (4). Manja razlika uočena je u pravu odsustva zbog odlaska kod lekara, gde su oni koji imaju to pravo nešto zadovoljniji (3,8), od onih koje to pravo nemaju (3,5). Razlika u zadovoljstvu je uočena i među onima koji imaju pravo na otpremninu u slučaju gubitka posla (3,9) i onih koji nemaju (3,5).

4.7. Uticaj pandemije na profesiju i novinare

Na pitanje da li imaju plaćeno bolovanje u punom iznosu u slučaju zaraze virusom korona, čak 43,3 odsto ispitanika odgovorilo je da ne zna. Pored toga, nešto više ispitanika tvrdi da u ovom slučaju ima 100 odsto plaćeno bolovanje (29,1 odsto), od onih koji tvrde da nemaju (27,7 odsto).

Novinari su uglavnom saglasni sa tvrdnjom da su od početka pandemije izloženiji većem zdravstvenom riziku (4,45) i da od početka pandemije postoji još veći politički pritisak na novinare nego što je to bilo ranije (4,1). Takođe, novinari su saglasni sa tvrdnjom da su uslovi za rad lošiji (3,94), a u nešto manjem procentu i da su zarade u novinarstvu manje (3,29). Što se tiče tvrdnje da od početka pandemije ima više posla za novinare i novinarkе, stepen saglasnosti je srednji (3,13).

Grafikon 27: Uticaj pandemije na profesiju i novinare



Socio-ekonomski i profesionalni položaj novinarki u AP Vojvodini



U Strategiji razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. konstatuje se medijska nevidljivost i diskriminatorno izveštavanje medija o osetljivim društvenim grupama.

Kako pokazuju istraživanja, u medijskoj sferi nije obezbeđeno puno i dosledno poštovanje Zakona o zabrani diskriminacije, Zakona o ravnopravnosti polova, zakona koji regulišu medije, uputstava REM-a i etičkih standarda novinarstva u pogledu otklanjanja rodni stereotipa i diskriminatorskih praksi prema ženama (Filipović, Kuzmanović Jovanović, 2012). „Žene su kontinuirano malo zastupljene u informativnim sadržajima i najčešće su stereotipski prikazane. Zanimaraju se dostignuća i stvaralaštvo žena, a medijski su nevidljive i pripadnice ranjivih grupa žena” (Dokmanović, 2016).

Budući da ne postoje podaci o broju medija koje imaju interne mere i procedure za postizanje rodne ravnopravnosti, niti su uspostavljeni mehanizmi za rodno osetljivo prikupljanje i analizu podataka o zastupljenosti žena u novinarstvu Akcionim planom za sprovođenje Strategije razvoja sistema javnog informisanja u periodu 2020-2022 predviđene su mere koje bi trebalo da doprinesu stvaranju uslova za veću zastupljenost žena među urednicima i na položajima na kojima se donose odluke, kao i uslova koji omogućavaju usklađivanje poslovnih obaveza sa privatnim. Tokom četvrtog kvartala 2022. godine trebalo bi da se finalizira donošenje internih mera i procedura u vezi sa politikama za postizanje rodne ravnopravnosti u javnim medijskim servisima, uz osiguravanje učešća žena u osmišljavanju i sprovođenju delotvornih rodno osetljivih politika i programa

Poslednjih godina, pogotovo sa pojavom pokreta #MeToo, na globalnom nivou sve veća pažnja posvećuje se rodno zasnovanom nasilju počinjenom nad ženama u javnoj sferi, među kojima su i novinarke.

Nasilje prema ženama, kako se definiše u Deklaraciji o eliminaciji nasilja prema ženama, jeste svaki čin rodno zasnovanog nasilja koji za rezultat ima, ili će verovatno imati, nanošenje fizičke, seksualne ili psihološke štete ili patnje ženama, uključujući i pretnju, prinudu ili proizvoljno lišavanje slobode, bilo u javnom ili privatnom životu.

U Izveštaju o nasilju prema novinarkama Specijalne izveštačice Ujedinjenih nacija za nasilje prema ženama (2020) navodi se da su i novinari i novinarke u svom radu izloženi nasilju i pretnjama po bezbednost, međutim, rodno zasnovano nasilje i seksualno uznemiravanje su nesrazmerno usmereni ka novinarkama, kako na radnom mestu, tako i na internetu. Dodaje se i da se od novinarki očekuje da se uklope u stereotipne uloge i seksualizovane slike žena i da rade u uslovima nejednakih odnosa moći između muškaraca i žena u svetu medija.

Novinarke su izloženije napadima na internetu, mizoginiji, seksualizaciji, proganjanju i uznemiravanju zbog profesionalnog rada ali i zato što otvoreno iznose stavove. Nedavni slučajevi verbalnog nasilja i poruka mržnje upućenih novinarkama u Srbiji, među kojima su i Tamara Skrozza, Jovana Gligorijević, Snežana Čongradin, Sanja Kljajić, Vanja Đurić, Ana Lalić i Žaklina Tatalović, ukazuju da virtuelno doba donosi i nove načine pokušaja zastrašivanja, kao što su „doksovanje“ ili „trolovanje“ dok su na globalnom nivou prisutne i seksualne ucene i distribucija intimnog sadržaja bez saglasnosti, kako bi se omalovažile žene u javnoj sferi.

Prema anketi Međunarodne ženske medijske fondacije u kojoj je 2018. godine učestvovalo skoro 600 novinarki, gotovo 30 odsto žena koje su doživele pretnje i napade je zbog toga razmišljalo o napuštanju profesije, dok je skoro 40 odsto priznalo da su zbog toga izbegavale izveštavanje o određenim temama (Ferrier, 2018).

U Izveštaju o nasilju prema novinarkama Specijalne izveštačice Ujedinjenih nacija za nasilje nad ženama (2020) stoji da su, pored otvorenog uznemiravanja kom su izložene novinarkе i medijske radnice, u nekim državama prisutni i spoljni faktori, uključujući nefleksibilno radno vreme, delimična pristupačnost ili nepristupačnost kvalitetnih usluga brige o deci po primerenim cenama, neadekvatna politika roditeljskog odsustva i negativni društveni stavovi.

5.1. Novinarke u Vojvodini: rezultati istraživanja

Upitnik o socio-ekonomskom položaju tokom decembra 2020. godine popunilo je 144 novinara i medijskih radnika iz Vojvodine, među kojima je 74 žena i 70 muškaraca.

Kada je reč o vrsti radnog odnosa, nisu zabeležene drastičnije razlike u odnosu na pol. Nešto je više žena među stalno zaposlenima (45 žena a 41 muškarac) ali je i veći broj žena koje su nezaposlene (sedam žena i tri muškarca).

Među anketiranim, najviše je žena koje su u novinarstvu između 11 i 20 godina (30) kao i onih koje su u profesiji manje od pet godina (17), dok su muškarci duplo brojniji među onima koji su u profesiji više od 20 godina.

Fokus grupa organizovana je onlajn uz pomoć Zum (Zoom) aplikacije 3. novembra 2020. godine. Učestvovalo je pet novinarki – dve iz Novog Sada i jedna iz Kikinde, Zrenjanina i Subotice. Sagovornica iz Pančeva, iako je potvrdila učešće, zbog uredničkih obaveza, nije uspela da se pridruži. Prilikom odabira učesnica istraživanja vodilo se računa da budu zastupljene žene različite starosne dobi, dužine novinarskog staža, profesionalnog statusa, iskustva i vrste medija u kojima su angažovane ili su bile angažovane.

Četiri novinarke su se u startu, na početku razgovora, **ogradile da lično nisu osetile da su diskriminisane u profesiji zato što su žene, međutim tokom diskusije jedna je navela da kako smatra da su pretnje kojima je bila izložena upućene zato što je žena, a ostale su se složile da primećuju različit položaj novinara i novinarki u raspodeli posla i pozicija u okviru redakcija.** Međutim, učesnice istraživanja smatraju i da je društveni i ekonomski položaj novinarki jednak kao i položaj drugih žena, na primer lekarki, prosvetarki, te da su, kako ocenjuje jedna sagovornica *novinarke naprosto deo ukupnog položaja žena u ovom društvu.*

5.2. Ekonomski položaj novinarki

Na pitanje kako ocenjuju ekonomski položaj novinara i novinarki, sagovornice se slažu da je vrlo loš i da je situacija, bez obzira na vrstu angažovanja ili ugovora, nestabilna u smislu da ne postoji sigurnost za rešavanje nekih važnih životnih pitanja, kao što je, na primer, podizanje stambenog kredita a ponekad je upitno i plaćanje redovnih mesečnih dažbina.

Novinarka koja radi na javnom servisu navodi da joj to daje neku vrstu ekonomske sigurnosti *pa se mi osećamo ipak malo zaštićeno, kao beli medvedi, u tom ekonomskom smislu.*

Međutim, navodi i da je *samom činjenicom da je javni medijski servis posebna vrsta medijske ustanove* mnogo teže izboriti se za sve profesionalne principe novinarstva.

Sa druge strane novinarka i urednica koja 20 godina radi u privatnim medijima i to velikim inostranim kompanijama, ne žali se na svoj ekonomski status, međutim smatra da se položaj jako razlikuje od pozicije unutar kuće i blizine centrale redakcije *dopisnici su generalno manje plaćeni od novinara koji rade u centrali, u redakciji, bez ikakvog opravdanja, uglavnom su čak radili više posla jer se tu pokriva više gradova i samim tim je manji broj nego što je novinara u redakcijama*. Takođe navodi da, prema njenom redakcijskom iskustvu, žene teže mogu da se izbore za poboljšanje položaja, te da su muškarci spremniji da promene posao i potraže sigurnije radno mesto.

Frilenserka iz Subotice navodi da nema radno vreme i da zarađuje onoliko koliko radi i koliko ima mogućnosti da radi, odnosno da se svakog meseca za novac mora izboriti i sama angažovati. *Ja živim od projekta do projekta i od ponuda do ponuda. Na taj način, evo od marta meseca, pa do danas preživljam, i to je to. Kako će biti dalje to pitanje, ali sada je tako.*

Novinarka iz Kikinde, trenutno nezaposlena, smatra da su novinari i novinarki koji rade u lokalnim medijima u težem ekonomskom položaju jer su zavisniji od volje tamošnjih vlasti. *Sećam se mnogih meseci i godina kad je plata bila manja od minimalca ili kada plate uopšte nije bilo, a bili smo opštinsko glasilo. Onako kad je bila raspoložena da neke plate u rangu službenika na šalteru u Opštini, mi smo ih imali, a onda kada je bila raspoložena da imamo još manje plate, onda smo imali još manje.*

Sagovornica iz Zrenjanina, koja je na početku karijere, kaže da prema ocenama starijih novinara i urednika, plate u novinarstvu nikad nisu bile niže. *Kada gledam ovako i druge medije u gradu baš je očigledno da situacija nikad nije bila gora. Da su primanja dosta niska, ali takođe da je sve neizvesnije i da funkcioniše po principu od projekta do projekta ili da ne postoje stabilni i sigurni izvori finansiranja za novinare.*

U anketi o socio-ekonomskom položaju, najveći broj novinarki i medijskih radnica navodi da prosečna neto zarada koju su primili u poslednja tri meseca iznosi između 51.000 i 60.000 dinara (18), mada kada se gleda zbirno, 37 žena prima platu ispod 50.000, dok je pet žena bez primanja.

Novinarke učesnice fokus grupe koje su zaposlene na neodređeno, imaju pokriveno zdravstveno, socijalno i penziono osiguranje, međutim svedoče da pojedine kolege i kolegice rade i na „crno“.

Imam ugovor na neodređeno i generalno u našoj firmi je to sve pokriveno. Znači i onaj ko ima ugovor za privremeno-povremene poslove isto su mu plaćeni doprinosi. Ali koliko znam kod kolega iz portala, oni nisu prijavljeni, nisu potpisani ispod svojih tekstova i rade na crno, u suštini.

Novinarka koja ima trideset godina penzionog staža trenutno je bez posla. *Sada sa 59 godina, već pet godina mi ne ide nikakav penzijski staž. Što se tiče zdravstvenog osiguranja, pa imam neku zdravstvenu legitimaciju koju sam dobila kao nezaposlena osoba i gledam da što ređe idem kod lekara, eto.*

Sa druge strane, sagovornica koja je više od dve decenije u novinarstvu, smatra da je u zadovoljavajućoj poziciji jer je bila *dovoljno bezobrazna* da postavi uslove pod kojima će raditi, međutim svesna je da sebi može da priušti taj komfor prilikom izbora radnog mesta i donošenja ekonomski riskantnih odluka *zahvaljujući vrednom suprugu*.

5.3. Položaj žena u novinarstvu

Iako kažu da nisu lično doživele diskriminaciju zato što su žene, većina učesnica fokus grupe slaže se da su novinarke u težoj poziciji nego novinari. Zabeležen je i stav da vlast i državne institucije diskriminišu pojedine novinare, bez obzira na pol, u smislu da informacije daju samo određenim, podobnim medijima.

Sagovornice se slažu da je trenutno više žena u profesiji, a novinarka iz Zrenjanina smatra da bez obzira na brojnost, muškarci lakše dolaze na poziciju urednika i direktora medija. *Mogu da kažem da je u mojoj sredini što je više bilo novinarki u odnosu na broj novinara u redakciji, postajao lošiji ekonomski položaj*. Dodaje da je ranije bila uočljivija podela po oblastima koje pokrivaju, novinarke su pratile više zdravstvo, obrazovanje i kulturu, dok su privredu i politiku uređivali novinari. *A sada nije tako, jer su samo novinarke ostale, a položaj nikad lošiji*.

Slično pokazuju i rezultati ankete o socio-ekonomskom položaju. Žena je najviše među novinarima (39 žena u odnosu na 21 muškarca), dok je na uredničkim pozicijama više muškaraca (12 muškaraca i 10 žena), kao i na mestu glavnog i odgovornog urednika (12 muškaraca i devet žena). Među ženama koje su glavne i odgovorne urednice, tri rade u mediju civilnog društva, jedna od njih nema stalno zaposlenje a novinarske poslove obavlja preko ugovora, dok su dve stalno zaposlene. Među onima koji su naveli da su snimatelji, nema ni jedne žene. Direktorki i vlasnica medija nije bilo među onima koje su popunile upitnik.

Učesnica fokus grupe iz Kikinde pamti da je kolega koji je imao jednako iskustvo kao i koleginice unapređen jer je *redovno pio vinjak sa direktorom*. Rukovodstvo je postupak unapređenja obrazložilo time da kolegu bolje poznaju. *A nas žene iako bolje obrazovane, i sa više tekstova, i sa boljim stilom, nas nije poznavao. Jer mi smo posle radnog vremena išle kući, da preuzmemo svoje ostale obaveze. Ko decu, ko roditelje, ko ovo ili ono, a ovog čoveka je baš upoznao i našao da je sjajan lik*.

Kada je reč o obezbeđivanju putnih troškova, ilustrativan je navedeni primer kako su se novinarke snalazile i biciklima odlazile na teren u okolna sela, dok muške kolege nisu želele da pristanu da rade ukoliko nemaju obezbeđeno vozilo i vozača.

Sagovornica, koja godinama radi za kompanije čije je sedište u inostranstvu, kaže da su te medijske kuće striktne i jasne po poštovanju zakona Evropske unije, te da je u jednoj korporaciji u kojoj je prethodno radila rodna ravnopravnost bila više izražena ali prevashodno zato što se to pitanje shvatalo kao obaveza. Koliko je pitanje rodne ravnopravnosti bilo formalno a ne suštinsko, svedoči i iskustvo koleginice koja je kao majka dva deteta smenjena sa položaja urednice kada je zatrudnela treći put uz obrazloženje da ona sa troje dece neće moći da uklopi posao sa obavezama kod kuće. „Što je potpuno neosnovano. Da je nisu pitali ne bi ni znali koliko ima dece i da li uopšte ima dece. Do te mere je ona profesionalno radila svoj posao i nikad se to nije osećalo. Ali eto *a priori* pretpostavka da neko ako ima troje dece ne može da bude novinar“.

Ova novinarka takođe sumnja da urednici imaju veće plate od urednica. *Nemam podatke, to je samo neko moje uverenje i meni je to jedna od najglupljih diskriminacija po polu, jer ničim se nije pokazalo da su oni veći, kvalitetniji radnici nego što su žene. Čak bih dodala, pričam iz nekog uredničkog iskustva, žene su se pokazale kao odgovorniji radnici, a neretko i mnogo vrednije.*

Učesnica fokus grupe iz Subotice smatra da nije rodno diskriminisana u profesiji ali pamti početak migrantske krize i nemira na graničnom prelazu sa Republikom Mađarskom kada su u redakciji smatrali da nije u redu da ona ide na teren, samo zato što je žena. *Tada je naša urednica pitala ko želi da ide da izveštava, ja sam se javila da ja želim i onda su mi rekli: „Pa ne možeš ti si žena“ i onda sam ja rekla da nisam žena nego sam novinar i da želim da idem.*

5.4. Usklađivanje profesionalnih obaveza i privatnog života

S obzirom da u novinarstvu ne postoji definisano radno vreme, često se izveštava vikendom i tokom praznika, intervjuisane novinarkе se slažu da ne bi mogle da usklade profesionalne i privatne obaveze da nemaju podršku partnera ili porodice.

Ja moram da priznam zahvaljujući mom suprugu pre svega, i njegovom razumevanju, dobroj volji i strpljenju. Ja sam odabrala da budem novinarka i puno toga sam investirala u svoju profesionalnu karijeru. Bivalo je večeri i večeri kada je on spremao decu u krevet i davao im večeru i sve to što sleduje, jer ja se bavim kulturom i svi događaji u kulturi su uveče, što ne znači da sam ja slobodna u toku dana, jer ja i pre podne moram da odem u radio.

Jer novinar si 24 sata, i ko ne pristane na to treba što pre da ode iz novinarstva i da se bavi nekim poslom, smirenijim i sigurnijim.

Činjenica je da je novinarstvo profesija zbog koje trpi cela porodica. Nebitno i kolika su deca i da li su tu roditelji, u mom slučaju da li je tu i pas. Koliko god to smešno zvuči, ja moram uračunati njega kao obavezu.

Ja takođe imam privilegiju da imam partnera koji je novinar i koji razme šta je novinarstvo i kako taj posao izgleda. Njegova situacija jeste malo udobnija pošto radi na RTV-u. Ali veoma smo fleksibilni jedno prema drugom i pokušavamo da izađemo u susret, posebno on meni izlazi u susret, s obzirom da sam ja imala situacije u kojima sam radila i po 15 sati dnevno. Tu se preuzima briga i o kuhinji i o svemu drugom, ali ima i obratnih situacija.

Novinarke su saglasne i da se prioritet daje profesionalnim obavezama dok je privatni život u pozadini. *Mi ćemo radije izabrati da nam trpe supruzi, deca, kućni ljubimci i prijatelji nego što ćemo dozvoliti da trpi redakcija i naš posao.*

Rezultati upitnika o socio-ekonomskom položaju novinara i medijskih radnika u Vojvodini, pokazuju da 24% (32) anketiranih ne znam da li je u medijskoj organizaciji u kojoj su angažovani regulisano porodiljsko odsustvo, više od polovine (56% ili 73) kaže da jeste, dok oko 20% (26 anketiranih) navodi da nije regulisano.

5.5. Nasilje nad novinarkama

Učesnice fokus grupe su saglasne da su žene u novinarstvu češće izložene uvredama, mizoginiji i govoru mržnje, i u virtuelnom i u realnom prostoru. Smatraju da je to posledica patrijarhalne svesti koja je i dalje prisutna u društvu. *Ljudi se sa više lakoće odluče da kritikuju rad žene novinara, nego muškarca novinara. Očigledno je još uvreženo mišljenje da ovo nije ženski posao, da nemamo mi tu šta da se petljamo i slikamo, eventualno možda da vodimo vremensku prognozu.*

Novinarka koja je i sama bila izložena govoru mržnje kaže da ju je iznenadilo da je najbrutalnije poruke i pretnje njoj i njenoj porodici dobila od žena. *Svi su želeli da me siluju, da me linčuju, ali da me opet siluju, to je valjda lakše pretiti ženi. Ono što je meni stvarno bio potpuni fenomen što su neke od najbrutalnijih, najodvratnijih poruka koje su se ticale moje porodice i mog deteta dolazile od žena. Dobijala sam poruke da smo glupače i da treba da se dobro udamo i da se bavimo stvarima u kojima se ne koristi mozak ili da se novinarstvom bavimo zato što smo iskompleksirane glupače pa mislimo da sve znamo.*

I novinarka koja je u novinarstvu trideset godina kaže da je lično najbrutalnije uvrede doživela od svojih kolegica. *O meni pričaju po kući kako sam ja izdajnik i tome slično, ta vrsta etiketiranja.*

Jesu žene mnogo češće na meti siledžija što virtuelnih što ovih u ril tajmu, ali mislim da je zapravo razlog u mentalitetu i što ovo društvo još uvek misli da ženi nije mesto u novinarstvu ili u politici ili u nekim ozbiljnijim sferama, što ne podrazumeva nokte, šiške i pedikir.

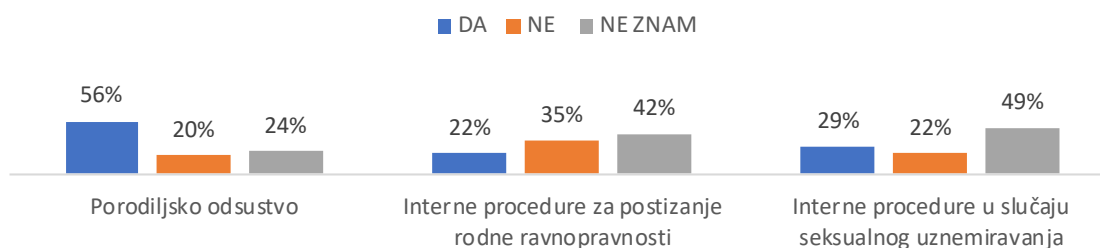
Takođe, pamte se i slučajevi seksualnog uznemiravanja, međutim retke su novinarke koje podignu glas dok većina ćuti jer je u podređenom položaju. *Jedan od urednika je višestruko kažnjavan zbog svog odnosa prema kolegicama koji je išao od krajnje seksističkih uvreda do seksističkih očekivanja. Znači on je bio urednik, one su bile novinarke, od njega su zavisili njihovi honorari mesečni jer su tu išla i neka bodovanja.*

Pa logično je da žene budu lakša meta. Novinarke su hrabrije od svojih kolega, čast izuzecima. Spremnije su da otkrivaju istine, istina nikome ne prija. Vidimo kako se razvija ovo društvo, kako žestoko regresira u svim aspektima i prirodno je i logično je da će taj novi patrijarhalni sistem biti gori nego onaj pređašnji.

Indikativni su rezultati sprovedene ankete koji se odnose na probleme rodne neravnopravnosti, seksualnog uznemiravanja i bezbednosti, jer ukazuju na činjenicu da se navedenim temama ne pridaje značaj, kako u medijskim organizacijama, tako i od strane novinara i novinarki. Na pitanje da li u mediju za koji rade postoje interne procedure za postizanje rodne ravnopravnosti većina anketiranih 42% (61) ne zna, 35% (51) kaže da ne postoje a svega 22% (32) navodi da postoje procedure za uspostavljanje rodne ravnopravnosti. Zabrinjavajući je i podatak da skoro polovina anketiranih 49% (71) ne zna da li postoje interne procedure u slučaju seksualnog uznemiravanja, 22% (31) kaže da ne postoje a 29% (42) navodi da postoje procedure.

Kada je reč o problemu bezbednosti i zdravlja na radu, većina 56% (81) onih koji su popunili upitnik kaže da postoje interne procedure, 17% (24) kaže da ne postoje a 27% (39) ne zna da li postoje procedure za bezbednost i zdravlje.

Grafikon 28: Porodiljsko odsustvo i interne procedure



5.6. Moguća rešenja za poboljšanje položaja novinara i novinarki

Sem novinarkе koja više od tri decenije radi na istom radnom mestu, prvo u državnom mediju a potom u javnom servisu, koja je pesimistična i smatra da će novinarstvo kao profesija izumreti, ostale sagovornice poboljšanje profesionalnog i socio-ekonomskog statusa vide pre svega u snazi novinara i novinarki da se izборе za sopstveni položaj, i to putem pritiska na vlast i nadležne institucije da se poštuju zakoni, uz jačanje solidarnosti, saradnje, udruživanje, poštovanje profesionalnih i etičkih principa, povećanje uloge sindikata ali i oslonac koji imaju u novinarskim udruženjima (pomenuto je Nezavisno društvo novinara Vojvodine).

Mi treba da se držimo etike i treba da se držimo nas samih i da smo u kontaktu sa novinarima koji ne krše kodeks i koji funkcionišu i izveštavaju u interesu javnosti.

Što se tiče sindikata ja mislim da oni imaju veću ulogu kada je u pitanju javni sektor, kada je na primer situaciju kao u RTV-u i slično, a mi sa strane novinari se više oslanjamo na naša novinarska udruženja kao što je NDNV.

Zna se šta je novinarstvo ne treba sad tu da se nešto tumara u nekim sivim zonama, vrlo je jasno šta je novinar, šta je profesionalac šta je profesionalna i istinita informacija, a šta je sve drugo. Kada se tu iščisti teren onda će ostati prostora i da se novinarstvo vrati u meri u kojoj i jeste.

Novinari koji izveštavaju na jezicima **nacionalnih** manjina



Ne postoji zvaničan podatak o broju medija koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina u Vojvodini, a samim tim ne postoji ni precizan podatak o broju novinara koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina. Prema Sejdinoviću (2020), u Republici Srbiji ima ukupno 163 medija koji izveštavaju i na jezicima nacionalnih manjina, od kojih je 82 na teritoriji AP Vojvodine.

Privatizacija medija u Srbiji nije zaobišla ni medije koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina. Prema Serenčeš i Sejdinoviću (2016), od ukupno 73 medija koji su bili predmet privatizacije, čak 43 medija imala su manjinske sadržaje (20 radio stanica, 15 RTV kuća, 5 televizijskih stanica i 3 štampana medija (str. 41). Zakonom o javnom informisanju i medijima je uvedena obaveza da u narednih 5 godina, od dana privatizacije, kupac medija mora zadržati medijske sadržaje kakve je imao u prethodnih 12 meseci pre dana kupovine. Nepoštovanje ove obaveze predstavlja razlog za raskid ugovora. Nadzor nad poštovanjem obaveza kod privatizovanih medija vrši REM. Sejdinović (2020) navodi da je i pored toga, jedna trećina medija (14) ugašena, dok su pojedini mediji, u međuvremenu ukinuli program na manjinskim jezicima (str.5).

Manjinski mediji imaju zanemarljive marketinške prihode. Novine na manjinskim jezicima, čiji su osnivači nacionalni saveti nacionalnih manjina, na teritoriji AP Vojvodine, dobijaju direktne subvencije od strane Vlade AP Vojvodine. Prema Radio-televiziji Vojvodine (2016), u 2016. godini za finansiranje devet izdavača i 22 lista na jezicima nacionalnih manjina izdvojeno 264 miliona dinara. Sa druge strane, za medije na manjinskim jezicima van teritorije AP Vojvodine ne postoji ova vrsta finansiranja. Problem predstavlja to što javnosti nisu poznati kriterijumi na osnovu kojih se ovaj novac raspodeljuje.

Drugi način finansiranja medija na manjinskim jezicima predstavlja konkursno sufinansiranje koje realizuju Ministarstvo kulture i informisanja, Pokrajinski sekretarijat za kulturu, javno informisanje i odnose sa verskim zajednicama i lokalne samouprave. Negde se raspisuju posebni konkursi za sufinansiranje projekata na jezicima nacionalnih manjina, dok se negde raspisuju opšti konkursi uz naznaku da se ti konkursi odnose i na medijske sadržaje na jezicima nacionalnih manjina. Problem predstavlja to što ova praksa nije ujednačena, kao i to što prilikom odlučivanja ne postoje bilo kakva obrazloženja od strane komisija, na osnovu kojih bi se moglo utvrditi zašto su određenim projektima dodeljena određena sredstva, a zbog čega nekim drugim projektima ta sredstva nisu dodeljena. Prosto bodovanje projekata nije dovoljno kako bi se mogle utvrditi ove bitne činjenice.

Značajnu ulogu prilikom odlučivanja o projektima kojima će biti dodeljena sredstva za konkursno sufinansiranje imaju nacionalni saveti nacionalnih manjina. Naime, nacionalni saveti daju predlog za raspodelu sredstava za projekte, koji se prilažu na javni konkurs koji raspisuje organ javne vlasti. Pravna forma predloga nije obavezujuća i mogla bi se smatrati nekom vrstom pomoći nezavisnoj stručnoj komisiji da vrednuje određene predloge projekta, imajući u vidu širi kontekst i potrebe određene zajednice. Imajući u vidu da se predlozi nacionalnih saveta po pravilu poštuju, a da veliki broj medija na jezicima nacionalnih manjina, većinu prihoda ostvaruje preko projektnog sufinansiranja, nacionalnim savetima kao telima koja su u velikoj meri politizovana, je ostavljen značajan mehanizam kojim bi mogli kontrolisati medije i medijske sadržaje koji su nepodobni za aktuelni saziv nacionalnih saveta, što nije dobro sa aspekta pluralizma i slobode izražavanja.

Kada je u pitanju izveštavanje na jezicima nacionalnih manjina na javnim medijskim servisima, prema istraživanju Kuntića (2017) utvrđeno je da:

Drugi program televizije Pokrajinskog medijskog javnog servisa svakodnevno ili radnim danima emituje informativne emisije, što uključuje centralnu informativnu emisiju u formi dnevnika na mađarskom, slovačkom, rumunskom, rusinskom i hrvatskom jeziku, dok se emisije na drugim jezicima emituju najčešće jednom sedmično. Pored toga, na jezicima većih ili tradicionalnih manjina emituju se i nedeljne informativne emisije. Stare manjine, naročito mađarska nacionalna manjina imaju emisije o društvenoj problematici, poljoprivredi, sportu itd. Sličnu programsku šemu, ali razuđeniju, zahvaljujući postojanju više termina imaju i programi na Radio Novom Sadu. Republički medijski javni servis RTS, za sada ima samo radio emisiju na romskom jeziku (str. 56).

Sejdinović (2020), navodi da je evidentan i uticaj nacionalnih saveta nacionalnih manjina na uređivačku politiku manjinskih redakcija koje uglavnom funkcionišu kao zasebni entiteti unutar RTV-a (str. 9).

U skladu sa Zakonom o nacionalnim savetima nacionalnih manjina, nacionalni saveti mogu da osnivanju ustanove i privredna društva u oblasti informisanja. U praksi postoji međusobno nerazumevanje nacionalnih saveta, kao osnivača medija na jezicima nacionalnih manjina, i zaposlenih u tim medijima oko toga ko je taj ko odlučuje o kadrovskoj i uređivačkoj politici tih medija. Sa jedne strane, nacionalni saveti smatraju da treba da imaju apsolutnu kontrolu nad kadrovskom i uređivačkom politikom medija čiji su osnivači. Sa druge strane, iz redakcija medija čiji su osnivači nacionalni saveti traži se depolitizacija medija i obezbeđivanje nezavisnosti prema osnivaču u uređivačkoj i kadrovskoj politici u samim medijima.

6.1. Rezultati istraživanja

Od 144 ispitanika koji su učestvovali u ovom istraživanju, 84,7% izveštava na srpskom dok 15,3% izveštava na jezicima nacionalnih manjina.

Najviše novinara koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina, među anketiranim, nalazi se u stalno radnom odnosu (68,18%) dok je na određeno vreme zaposleno 18,18% novinara.

Među anketiranim novinarima koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina najviše je onih sa radnim stažom od 11 do 20 godina (36%) dok je 27% onih koji su zaposleni od 6 do 10 godina, odnosno 21 do 30 godina.

6.2. Ekonomski položaj novinara koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina

Učesnici fokus grupe smatraju da su u nepovoljnijem položaju u odnosu na novinare koji izveštavaju samo na srpskom jeziku. Ovaj nepovoljan položaj se ogleda u manjim zaradama, nerešenom radnopravnom statusu i generalnom nepoverenju prema njima. Jedan od učesnika fokus grupe smatra da *novinari nisu čak ni srednja klasa, zarađuju ispod proseka, sigurno ispod svih tih statističkih proseka koje daje Vlada, te da njihov socijalni status je trenutno status autsajdera*. Ovakve stavove donekle oslikavaju i rezultati dobijeni anketnim istraživanjem gde je utvrđeno da najveći broj novinara koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina ima

primanja između 41.000 i 50.000 dinara, dok novinari koji izveštavaju na srpskom jeziku u najvećem broju imaju primanja između 51.000 i 60.000 dinara. Takođe, preko 15% novinara koji izveštavaju na srpskom jeziku imaju zaradu preko 80.000 dinara, dok nema takvih novinara koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina.

Jedna sagovornica navodi: *Ja sam uvek imala osećaj da se uvek na medijske radnike i radnice u manjinskom novinarstvu gledalo kao na manje vredne radnike, novinare, možda čak i ljude.*

Drugi sagovornik dodaje: *Koliko ja znam koeficijenti se razlikuju urednika na srpskom jeziku i urednika na manjinskim jezicima i to niko tu priču ne gura. Ja ne znam zašto.*

Sagovornici su saglasni da je budžetsko finansiranje medija čije izdavače su osnovali nacionalni saveti samo privid sigurnosti za novinare koji rade u tim medijima, jer se uvek može desiti da država smanji finansiranje što će sasvim sigurno dovesti do otpuštanja u tim medijima. Rešenje vide u „igri na više frontova“ i učesću na različitim projektima kako bi se sredstva sticala na više načina.

Svi sagovornici moraju da rade više poslova kako bi osigurali finansijsku sigurnost. Jedan od sagovornika navodi: *Svakako da sam ja radio na više frontova, jer očekujem da će sutra neko da me smeni i kaže: dosta je bilo. Šta posle? Šta u penziji? Znam novinare koji nemaju knjižicu.*

Druga sagovornica je takođe angažovana na više projekata ali navodi da ekonomski momenat ipak nije presudan: *I dok sam imala stabilan posao uvek sam povremeno bila dodatno angažovana, ali se to uvek ticalo ili novinarstva, ili jezika u smislu prevođenja. Kada mi se ukazuju te neke prilike dodatnog angažovanja na nekim drugim projektima, skoro uvek priskačem i ne radi se uvek o finansijskoj dobiti već tog osećaja da radim dobru stvar. Tako da kod mene taj ekonomski momenat nije uvek važan.*

I treći sagovornik radi više poslova jer smatra da je budućnost vrlo neizvesna u profesionalnom smislu: *Ne moram, ali radim, jer ne znam dokle će da traje. Uvek me je spašavalo to što sam uvek imao kuda da pobegnem. Sada nisam siguran da imam kuda pobeći, ali nadam se da neće doći do te situacije. Ako dođe ja se nadam da ću opet smisliti nešto.*

Jedna sagovornica navodi: *Moj socio-ekonomski položaj jeste dobar, zašto? Zato što radim na više frontova.*

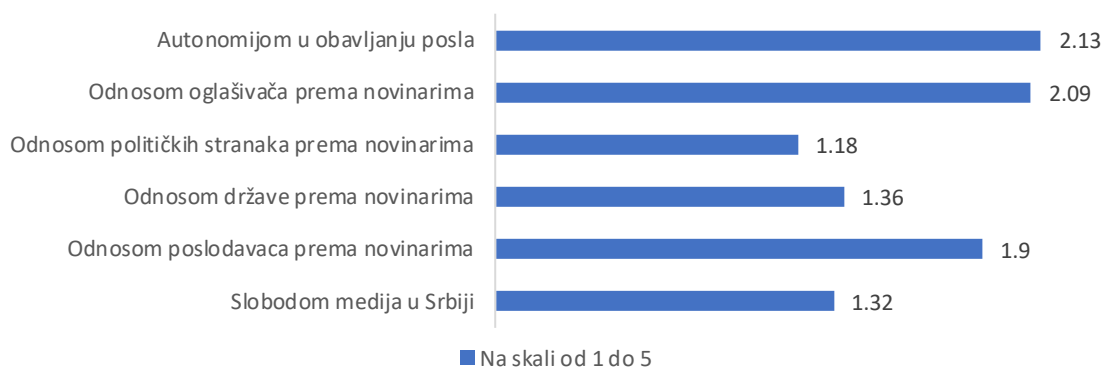
Ovakve stavove potvrđuju i rezultati dobijeni upitnikom. Samo 36,4% ispitanika je u prethodna tri meseca radilo za samo jedan medij, dok je 63,6% ispitanika radilo sa dva ili više medija. Pored toga što su novinari koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina rade za više medija, radno vreme im je često više od 8 sati dnevno, pa tako 31,8% ispitanika radi od 41-50 sati nedeljno, dok 51 i više sati nedeljno radi 18,2% ispitanika koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina.

Kao moguća rešenja za probleme novinara i medijskih radnika koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina, ispitanici vide veće plate za novinare (4,18), aktivniju borbu samih novinara za svoja prava (4,18), ali i u povećanju prihoda od oglašavanja (4,5).

Grafikon 29: Položaj novinara i medijskih radnika će se poboljšati kada:

6.3. Profesionalni položaj

Ispitanici koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina, uopšte nisu zadovoljni slobodom medija u Srbiji (1,32), odnosom poslodavaca prema novinarima (1,90), odnosom države prema novinarima (1,36), odnosom političkih stranaka prema novinarima (1,18), dok delimično nisu zadovoljni odnosom oglašivača prema novinarima (2,09) i autonomijom u obavljanju posla (2,13).

Grafikon 30: Zadovoljstvo pojedinim aspektima od uticaja na profesionalni položaj novinara i medijskih radnika

Učesnici fokus grupe smatraju da su novinari sami doprineli da se profesija nađe u sadašnjem položaju. Odmah nakon samih novinara, kao krivce za ovakav položaj novinarske profesije navode političke pritiske na novinare i medije. Rešenje ovog problema vide u udruživanju novinara, proširivanju modela integriteta i smanjenju kontrole medija od strane nacionalnih saveta nacionalnih manjina. Rezultati ankete prate stavove učesnika fokus grupa. Tako anektirani novinari koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina u velikoj meri

smatraju da su lošem stanju profesije najviše doprineli politički pritisci, senzacionalizam, nepoštovanje etičkih standarda.

Učesnici fokus grupe u prvi plan stavljaju profesionalni položaj, on im je čak i važniji od ekonomskog.

Jedna sagovornica navodi: *Novinarski integritet mi je mnogo važan u novinarskoj karijeri i mi novinari jesmo novinari stalno i naš ceo život. i društveni angažman da li privatni, da li javni, je jako važan tako da eto i taj deo smatram delom socio-ekonomskog položaja novinara i novinarki.*

Uprkos tome što ime je društveni položaj važan, smatraju da on u ovom trenutku nije najbolji. Tako navode: *Nije bog zna kakav položaj u ovom društvu, socio-ekonomski, i baš zbog toga novinari i novinarka traže različite angažmane, ne samo angažman u tom nekom konkretnom mediju gde su možda zaposleni. Imam osećaj da smo mi novinari i novinarka samo neke loptice kojima se ljudi dobacuju. Ponekad smo crni, kada nismo dobri, a ponekad smo crveni i beli, kada kao nešto dobro uradimo.*

Sagovornica primećuje da novinari ne doprinose dovoljno promenama u društvu, iako bi to morali da rade: *otkako sam ušla u novinarstvo, a to je već nekih 15 godina, profesionalno se bavim novinarstvom, svakih dve tri godine imam taj poriv da izađem iz novinarstva i prosto imam taj osećaj da prosto ne doprinosim razvoju društva, a po meni novinari jesu oni koji treba da doprinose promenama.* I učesnici anketnog dela istraživanja smatraju navode da postoje šanse da napuste profesiju ukoliko se položaj novinara ne poboljša. Tako 9,1% ispitanika navodi da će sigurno napustiti profesiju, dok 45,5% ispitanika navodi da će možda napustiti profesiju, dok je 27,3% procenata neodlučno. Samo 18,2% ispitanika navodi da uprkos svemu neće napustiti profesiju.

Sagovornici smatraju da su novinari i medijski radnici u najvećoj meri sami krivi za sadašnji položaj: *Mislim da su sami novinari, opet nisu to novinari, to su medijski radnici koji su doprineli tome da im se ne veruje, tipa samo se slika i ne zna da postavi pitanje. Ljudi ne osećaju da se ti ljudi bore za napredak, za istinu, za neki napredak društveni, ili šta ti ja znam.*

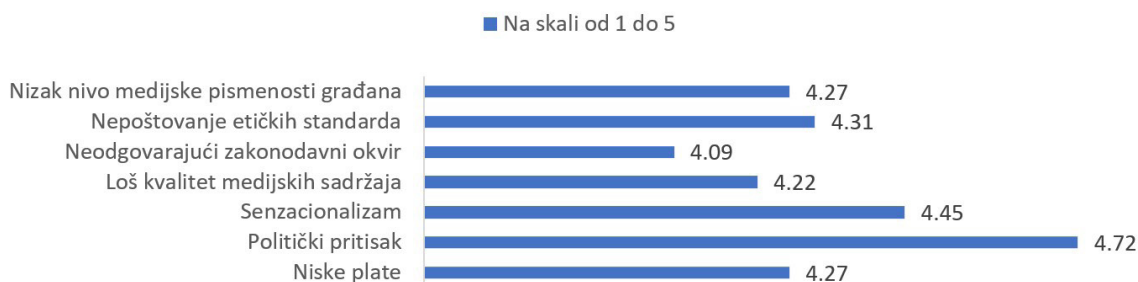
Sagovornik dodaje: *Svako je pomalo od nas verovao u peti oktobar i u vlasti posle petog oktobra i mnogo smo tolerisali tim ljudima, da bi na kraju to sve dovelo do jednog razočaranja. I mi smo urušili tu profesiju.*

Treći sagovornik se slaže da su uglavnom novinari krivi za svoj trenutni položaj: *nisu nam gledaoci krivi što su nam mediji loši. Mediji su krivi što su nam mediji loši, nisu gledaoci to tražili. Gledaoci se nisu menjali, ne znam kako bi se menjali od sedamdesetih godina kada su isti ti gledaoci gledali izuzetne emisije obrazovnog ili bilo kakvog programa na beogradskoj televiziji. Tada su to gledali jer im je to nuđeno. Sada gledaju teški škart i manipulaciju laži, propaganda, đubre medijsko, jer im se to servira.*

Jedna sagovornica smatra da za položaj novinarske profesije ima više „okrivljenih“: *Sa jedne strane je to svakako državni vrh, tu su razne političke stranke. Ne samo ona vladajuća, tu su i druge zainteresovane grupe bliske političkom, odnosno državnom vrhu. Znači to su ti neki krivci a krivi smo i mi, novinari, jer smo u jednom trenutku, tj. neki od nas su se uplašili i počeli*

sami sebi da autocenzurišu. Drugi sagovornik misli da su vlasti ne samo ova, i prethodne, dobro razvile mehanizme kako da stigmatišu novinara koji je neposlušan. To se vidi u istraživačkom novinarstvu. To su ljudi koji su na meti moćnih, njima je ugrožen, ne samo status, nego uopšte i život.

Grafikon 31: Najveći problemi u novinarstvu i medijima danas



I kada je u pitanju profesionalni položaj, novinari koji izveštavaju na manjinskim jezicima smatraju da su u nepovoljnijem položaju u odnosu na novinare koji izveštavaju na srpskom jeziku.

Sagovornica navodi primer iz svoje prakse: *Uvek se prednost daje ja mislim da se to još uvek nije promenilo na televiziji. Meni se često dešavalo da dođe neko iz srpske redakcije da me neko istera iz montažne jedinice jer srpski program ima prioritet.*

Drugi sagovornik dodaje: *Zna se po prezimenu ko gde pripada i ko gde treba da ide. I mislim da to dodatno urušava i podriva samopouzdanje novinara nacionalnih manjina. Moja politika je lično bila da je bolje biti izdajnik oko petog oktobra, lakše je biti strani plaćenik, domaći izdajnik, bolje si prolazio nego manjinski novinar. I to je formula, verujte, to je formula.*

Svi sagovornici smatraju da profesionalni interesi treba da budu iznad svih drugih interesa: *Ne postoji nikakav nacionalni, bilo kakav supra-interes koji je iznad novinarskog Kodeksa za novinara, jer inače se novinar novinare ne može zvati. Naravno da onima koji imaju moć nije u interesu da ovo zaživi nego im je u interesu da prave nacionalno svesne medije, nacionalno odgovorne medije, odgovorne prema zajednici.*

6.4. Moguća rešenja

Zanimljivo je da sagovornici i rešenje za poboljšanje socio-ekonomskog statusa novinara vide u boljoj organizaciji samih novinara: *Meni je stvarno više dosta da čujem da mi novinari samo kukamo, a jako malo nas staje u odbranu novinarske profesije. Hajde mi da budemo glasniji i složniji, mi pravi novinari. U tom smislu nisam naivna da sami možemo da promenimo svoj položaj, ali mislim da uz pomoć tih nekih institucija, da li institucija i organizacija u Srbiji ili međunarodnih nekih organizacija, možda bismo uspeli da stvorimo dovoljne pritiske da se brže rešavaju ti neki naši novinarski problemi.*

Rešenje za političke pritiske i bolji profesionalni položaj sagovornici vide u potpisivanju internih etičkih kodeksa u medijima koji izveštavaju na jezicima nacionalnih manjina. Tako sagovornica navodi: *Jedno od rešenja je potpisivanje tog kodeksa između nacionalnih saveta i medija. To je deo rešenja za deo manjinskih medija.*

Drugi sagovornik dodaje: *Mislim da bi taj model dokumenta o integritetu ili samoregulaciji ili manjinskog kodeksa stvarno trebalo ponuditi drugim manjinskim zajednicama. Jer to je ta grana i građanskog društva, i depolitizacije i umirivanje tog manjinskog nacionalizma. On je opasan ja ga čujem na maternjem jeziku jer je mnogo strašniji od balkanskih ovih lokalnih samo što nemaju tenkove i oružje.*

Frilens novinari i netipično radno angažovanje



Sve veći broj novinara i medijskih radnika nalazi se u netipičnim formama radnog angažovanja, a razlozi za to mogu se pronaći u promenama na medijskom tržištu, u tehnološkim promenama, kao i u promenama u samoj profesiji. Fleksibilizacija i individualizacija rada doneli su različite oblike radnog angažovanja u širokom rasponu od novinara-preduzetnika (tj. samozaposlenih novinara) do novinara angažovanih po ugovoru o privremenu i povremenim poslovima ili onih koji rade preko agencija za zapošljavanje. U netipično radno angažovanje ubrajaju se i volonterski ugovori sa kojima mladi novinari najčešće započinju karijeru, potom rad na osnovu autorskih ugovora ili ugovora o delu, kao i rad bez ugovora. Uže posmatrano pod frilenserima ili slobodnim novinarima smatraju se oni koji su samozaposleni, dok svi ovi ostali modaliteti predstavljaju druge netipične oblike radnog angažovanja, koje takođe odlikuje neizvesnost i nesigurnost u pogledu primanja, radnog vremena, uslova rada, statusa, zdravlja i sl.

Značajne promene u strukturama angažovanja novinara i medijskih radnika počinju da se beleže u poslednjim decenijama prošlog veka. Izveštaj Međunarodne federacije novinara iz 2003. notira povećanje broja novinara bez stalnog zaposlenja i pokazuje da u 19 zemalja Evrope oni čine više od jedne četvrtine novinara (Nies & Pedersini, 2003). Na globalnom nivou, ova organizacija konstatuje da se trećina novinara nalazi u netipičnom radnom angažovanju, pri čemu 71% čine samozaposleni novinari, frilenseri. U Velikoj Britaniji, zemlji u kojoj je samozapošljavanje i inače u porastu, najizraženije je upravo u novinarstvu: broj samozaposlenih novinara je porastao sa 10.000 u 2000. godini na 25.000 u 2015. godini (Spilsbury, 2016). Reprezentativno anketno istraživanje među novinarima u Švedskoj pokazuje da se između 1989. i 2005. godine broj frilensera skoro udvostručio (Edstrom & Ladendorf, 2012, str. 714). Među 15.000 novinara u Holandiji, nalazi se 5.600 frilensera (Charhon & Murphy, 2016, str. 22). Kako istraživanja pokazuju, među samozaposlenima nalaze se podjednako muškarci i žene, uglavnom mlađi novinari koji rade za televizije i onlajn medije (Deuze & Fortunati, 2011, str. 111). Međutim, nešto noviji podaci za Veliku Britaniju pokazuju da je među frilenserima više muškaraca, kao i da je u porastu broj frilensera koji imaju više od 50 godina (Spilsbury, 2016, str. 15).

Prethodna istraživanja u svetu upućuju na to da se novinari i medijski radnici opredeljuju za slobodnjački rad zato što imaju preduzetničkog duha i veruju da je bolje da budu „šefovi sami sebi“. Utoliko oni pripadaju kulturi „preduzetničkog novinarstva“ (Vos & Singer, 2016, str. 151) kojoj su digitalne tehnologije glavni zamajac. Drugi važan element je fleksibilnosti radnog vremena (Mathisen, 2016), na primer, istraživanja iz SAD i Švedske pokazuju da frilenserke cene fleksibilnost koju imaju jer mogu da organizuju rad i porodične poslove (Massey & Elmore, 2011; Mathisen, 2016). Kao još jedan razlog navodi se autonomija u izboru tema i poslodavaca, te veća kontrola nad medijskim sadržajima. Smatra se da bez čvrste obaveze prema jednom mediju, frilenseri mogu da izbegnu ekonomske ili političke pritiske pod kojim se redakcije obično nalaze (Das, 2007).

Deo istraživanja pokazuje da frilenseri imaju snažnu orijentaciju ka javnoj službi i profesionalnim osnovama novinarstva (Das, 2007; Mathisen, 2016, 2018). Međutim, za pojedine autore pojava sve većeg broja atipično angažovanih novinara ukazuje na trend deprofesionalizacije novinarstva, što potvrđuju nalazi da frilenseri često prihvataju druge, pa čak i PR poslove (Mathisen, 2018). Takođe, smatra se da je individualni novinarski rad podjednako, ako ne i više, na udaru tržišta jer frilenseri rade pod pritiskom da zadovolje potražnju za medijskim sadržajima. Ovom gledištu doprinose podaci koji pokazuju da frilens

nije nužno opredeljenje novinara već nastaje kao posledica otpuštanja u medijskom sektoru. Sa otpuštenim radnicima mediji nastavljaju saradnju ali pošto je moć pregovaranja pojedinaca manja nego moć kolektivnog pregovaranja, to spušta troškove koje medijske organizacije imaju.

Bez obzira na to da li su ovakav način rada izabrali ili su na njega primorani, frilenseri zarađuju manje nego njihove stalno zaposlene kolege i nemaju sigurnost koja proizilazi iz stalnog radnog odnosa – penzijsko i zdravstveno osiguranje, plaćeno bolovanje, otpremninu i slično. Medijski proizvodi na kojima rade frilenseri uglavnom se naplaćuju „na komad“ i tek po urađenom poslu, što doprinosi neizvesnosti (Christin, 2020). Uz nestalno radno vreme, ove odlike od frilensera čine prekaru radnu snagu. Zato godišnji izveštaj grupe organizacija koje su partneri „Platforme za promociju zaštite novinarstva i bezbednosti novinara“ Saveta Evropa, apostrofira ranjivost frilensera: tužbe, zabrane putovanja, kampanje blaćenja i uskraćivanje akreditacija navode se kao najčešći oblici ugrožavanja (Council of Europe, 2019).

Iako kolektivni ugovori u mnogim zemljama zapadnog sveta obuhvataju i posebne kolektivne ugovore za frilensere, oni uglavnom sadrže bazične ugovorne obaveze i pružaju ograničenu zaštitu frilenserima (Salamon, 2019). Sve je češća praksa da frilenseri osnivaju sindikate i profesionalna udruženja kako bi štitili svoje profesionalne pozicije, pregovarali o cenovnicima i autorskim pravima. Takođe, mnoga novinarska udruženja i sindikati osnivaju posebne sekcije za frilensere. Na primer, Evropska federacija novinara ima Ekspertsku grupu za frilensere. Za frilensere se vezuje i takozvano alternativno sindikalno organizovanje koje se najčešće oslanja na digitalne tehnologije kao resurse za informisanje i mobilizaciju građana.

Netipične oblike radnog angažovanja novinara i medijskih radnika u Srbiji treba sagledati u širem ekonomskom i političkom kontekstu funkcionisanja medija. Medijsko tržište Srbije karakteriše izrazito velik broj medija u odnosu na ekonomsku moć oglašivača i građana. Privatizacija medija u državnom vlasništvu nije ostvarila očekivani efekat – povlačenje države sa medijskog tržišta – pošto novi vlasnici održavaju svoja preduzeća oslanjajući se na projektno sufinansiranje sadržaja i uglavnom netransparentne ugovore sa državnim institucijama i javnim preduzećima. Sprečavanje ove vrste uticaja jedan je od osnovnih ciljeva Strategije razvoja sistema informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. u kojoj se traži uspostavljanje funkcionalnog, održivog i fer medijskog tržišta zaštićenog od političkog uticaja (str. 46).

Efekti privatizacije na radni status i primanja novinara nisu u celini sagledani i utvrđivanje tačnog broja novinara koji su u procesu vlasničke transformacije ostali bez posla izaziva polemike. Bojazan za svoj socio-ekonomski položaj glasno su artikulisali lokalni mediji koji su u državnom vlasništvu ili transformaciji u javne servise videli stabilnost zaposlenja i zarada (Drašković i Gruhonjić, 2015). Mogućnost preče kupovine koja je data zaposlenima iskoristio je neznatan broj redakcija, a prilika da se lokalni medije transformišu u medije civilnog sektora nije dovoljno popularisana i među medijskim radnicima je odbačena kao neizvesna (Drašković i Kleut, 2016). Analize lokalnih medija pokazuje da se oni bore da prežive, te da zaposlenima isplaćuju minimalac ili platu ispod republičkog proseka (Vujović, Pavlović i Obradović, 2019, str. 45).

Istraživanje „Od novinara do nadničara: Prekarni rad i život“, kojim su obuhvaćeni zaposleni i nezaposleni medijski radnici, pokazuje da je novinarstvo prekarizovana profesija: „nalazimo tri petine ispitanih novinara (61%) koje karakteriše zabrinjavajuća nesigurnost, odnosno znatna prekarizovanost rada i života. Novinare najviše tišti pravna nesigurnost,

nesigurnost radnog vremena, radnog mesta i uslova rada“ (Mihailović, 2015, str. 75). Isto istraživanje upućuje na „razapetost novinara između sopstvene prekarosti i svog profesionalnog integriteta“ (Mihailović, 2015, str. 82), odnosno na to da deo novinara nastoji da očuva integritet profesije plaćajući visoku cenu svojim nesigurnim radnim statusom.

Podaci Centra za razvoj sindikalizma, dobijeni na osnovu pojedinačnih poreskih prijava u bazi CROSO, pokazuju da je oko 80% zaposlenih u medijima angažovano po osnovu ugovora na neodređeno vreme, dok 20% čine ugovori na određeno, ugovori o privremenim i povremenim poslovima, autorskih i ugovora o delu (Zajić, 2017, str. 107). I anketno istraživanje ove organizacije, koje je obuhvatilo 303 novinara i medijskih radnika, ukazuje na to je 20% ispitanika u frilens statusu, a da 11% radi na crno, bez pisanog ugovora (Zajić, 2017, str. 110). Kako se dalje navodi, u fleksibilnom radnom odnosu češće se nalaze muškarci nego žene, zaposleni u internet medijima i najmlađi medijski radnici (str. 11, 12). Za Vojvodinu, ovo istraživanje konstatuje nadprosečnu zaposlenost u stabilnom radnom odnosu (59%), ali i najveći broj frilensera (23%). Samoidentifikovanje medijskih radnika kao frilensera je uočeno kao pitanje na koje treba obratiti pažnju. Kako navodi Zajić (2017, str. 108): „Može se zaključiti da se status ‘frilensera’ različito percipira u zavisnosti od konteksta. Ukoliko je odnos sa medijima jasnije izražen i, verovatno, stepen identifikacije veći, medijski radnik se u manjoj meri oseća kao frilenser.“

Analiza Udruženja novinara Srbije iz 2019. godine pokazuje da 724 anketirana medija na poziciji novinara zapošljavaju 1.174 osobe po ugovoru, dok je 1.606 honorarnih saradnika, uz napomenu da ovo nije ukupan broj „honoraraca“ jer jedna osoba može raditi za više medija (Udruženje novinara Srbije, 2019, str. 9). Isto istraživanje pokazuje da među zaposlenim po ugovoru ima više administrativnih radnika, snimatelja, tonaca i montažera, dok među novinarima ima više honorarnih saradnika (61% honorarnih saradnika spram 39% zaposlenih po ugovoru o radu).

Ovim podacima treba dodati i zapošljavanje novinara preko agencija, koje je u nekoliko navrata u žižu javnosti dovelo Radio-televiziju Vojvodine. Još 2016. godine, kada zapošljavanje „na lizing“ nije bilo zakonom uređeno, RTV je angažovao grupu preduzeća koje su pokrajinskom javnom servisu „isporučile“ radnike (VOICE, 2016a), istovremeno raskidajući ugovore o radu sa 111 zaposlenih (VOICE, 2016b). Naredne godine, 200 radnika angažovanih preko agencije za zapošljavanje ostalo je bez posla pošto im jednogodišnji ugovori nisu produženi (Sovilj, 2017). Slična situacija ponavlja se i 2020. godine, u jeku epidemije virusa korona, kada je rebalansom budžeta RTV ostao bez planiranih 201 miliona dinara. U avgustu mesecu RTV je doneo odluku da ne produži ugovore sa agencijama preko kojih je zapošljavao 257 novinara i medijskih radnika (Kolundžija, 2020). Posebno štetne efekte ovo je imalo za redakcije koje pripremaju program na jezicima nacionalnih zajednica, pošto ste ispostavilo da je veći deo njihovih saradnika angažovan upravo na ovaj način. Tim povodom protestovao je sindikat Nezavisnost, a oglasile su se i redakcije na slovačkom, rumunskom i rusinskom jeziku koje realizuju program na Trećem programu radija Radio-televizije Vojvodine (Radio 021, 2020). Epilog slučaja je to da je RTV u radni odnos primio 50 zaposlenih, a preostali medijski radnici ostali su bez angažovanja.

Poslednja godina razotkrila je još jednu temu koja je od značaja za frilens novinare i medijske radnike, a to je digitalni rad u takozvanoj „e-lens“ ekonomiji. Sve je počelo sredinom oktobra 2020. godine pozivom Poreske uprave da fizička lica uplate poreze i doprinose za

sredstva primljena iz inostranstva proteklih godina. Kako se u saopštenju navodi, ustanovljena je „visoka stopa nepoštovanja propisa“, posebno za usluge razvoja softvera, prevođenja, držanja časova stranih jezika, promocije, grafičkog dizajna, kao za prihode koji se ostvaruju na društvenim mrežama (Poreska uprava Republike Srbije, 2020). Protiv samooporezivanja frilensera i influensera podigla se ova zajednica uočavajući kao glavne probleme neprecizna uputstva za obračunavanje poreza, zastarelost fiskalnih zakona, i generalno nerazumevanje države kada se radi o sektoru gig ekonomije. Ubrzo je pokrenuta peticija protiv retroaktivnog oporezivanja, a formirano je i Udruženje radnika na internetu. Ono je organizovalo i prvi digitalni protest masovnim slanjem imejlova i telefonskim pozivima Ministarstva finansija, Poreske uprave Srbije i kabineta premijerke Ane Brnabić. Kao glavne manjkavosti postojećeg sistema Udruženje radnika na internetu (2020), između ostalog, navodi nevidljivost internet rada u Zakonu u radu, nedostatak socijalne zaštite, neizvesnost zaposlenja, i nemogućnost osnivanja sindikata.

Kako pokazuje analiza Centra za istraživanje javnih politika, u Srbiji raste udeo privremeno zaposlenih, „u 2011. taj udeo je iznosio 12,4% dok u 2018. on iznosi 22,9%, što predstavlja porast privremeno zaposlenih u ukupnoj zaposlenosti od približno 10% u naznačenom sedmogodišnjem periodu“ (Kovač, Anđelković i Jakobi, 2020, str. 6). Slično povećanje beleži se i kada se radi o licima koja su u radnom odnosu sa nepunim radnim vremenom, dok je među zaposlenima u 2018. godini svaki četvrti građanin pripadao grupi samozaposlenih (Kovač idr., 2020, str. 7). U prvom domaćem istraživanju digitalnih radnika, Centar za istraživanje javnih politika navodi da je Srbija u različitim indeksima svrstana među vodeće zemlje po broju građana koji učestvuju u gig ekonomiji (Anđelković, Šapić i Skočajić, 2020, str. 3). Tipični digitalni radnik, kako pokazuje ovo istraživanje, je mlada osoba (25–29 godina) iz urbane sredine; radnice zarađuju nešto manje novca i bave se pisanjem i prevođenjem, dok radnici svojim zaradama najviše doprinose domaćinstvu i bave se razvojem softvera i tehnologija (str. 6). Radom u kreativnoj i multimedijalnoj industriji bavi se 22% internet radnika i radnica (str. 6)

7.1. Frilenseri u Vojvodini: Rezultati istraživanja

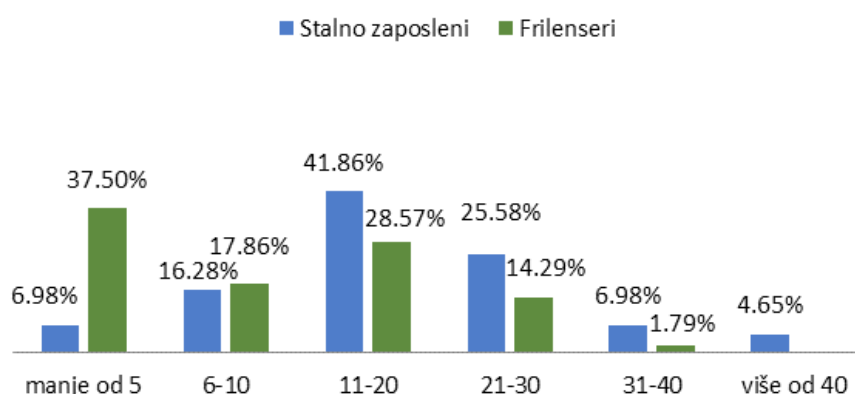
Rezultati koje navodimo u ovom delu zasnovani su na fokus grupnom intervjuu i anketnom istraživanju. U grupnom intervjuu, 27. oktobra 2020. godine, učestvovalo je sedmoro novinara koji nisu u stalnom radnom odnosu u medijima. Među njima je bilo četiri muškarca i tri žene, šestoro učesnika iz Novog Sada, i jedna učesnica iz Bečeja. Jedan deo novinara ima dugogodišnji staž „frilensovanja“ sa sporadičnim iskustvima stalnog radnog odnosa, dok je deo novinara manje od pet godina u profesiji, isključivo angažovan honorarno. U pogledu formalnog radnog statusa, obuhvaćeni su novinari koji imaju svoje agencije te pripadaju grupi samozaposlenih, kao i novinari angažovani po ugovorima o delu i autorskim ugovorima. Neki od njih registrovani su kao nezaposleni a deo svoje zarade stižu preko onlajn platformi za plaćanje.

U anketnom delu istraživanja učestvovalo je 144 ispitanika, a od toga 56 novinara i medijskih radnika koji nemaju tipični radi angažman, odnosno zaposleni su na određeno vreme, po ugovoru o delu, po ugovoru o privremenim i povremenim poslovima, samozaposleni, rade kao volonteri ili su nezaposleni. Među ovih 56 ispitanika nalazi se i devetoro onih koji su stalno zaposleni u drugim profesijama, a novinarske i medijske poslove rade honorarno. U vidu metodološke napomene treba reći da je uzorak nastao organski bez dodatnog angažovanja da

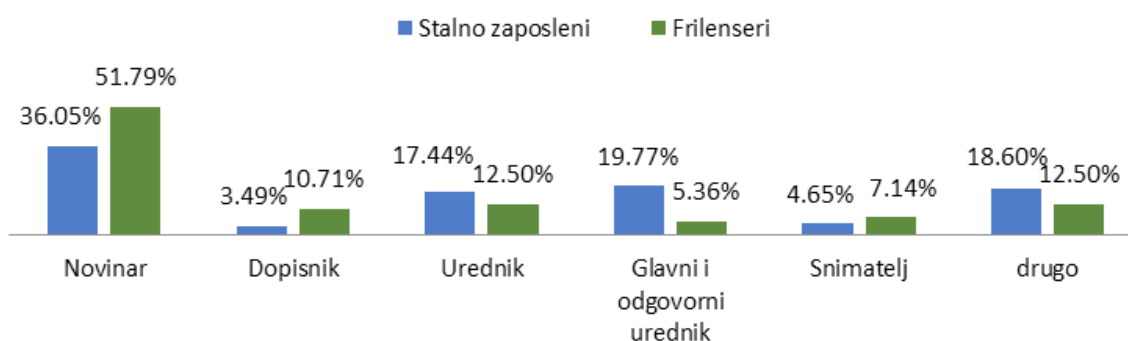
se u njemu nađe određeni broj novinara i medijskih radnika bez stalnog zaposlenja. Otuda činjenica da više od trećine ispitanika čine ljudi koji nisu u standardnom radnom odnosu u medijima može biti indikativna za njihovu ukupnu zastupljenost u novinarskoj i medijskoj zajednici.

Novinari i medijski radnici u netipičnom radnom angažovanju u Vojvodini su podjednako muškarci i žene, a njihova obrazovna struktura je bezmalo identična obrazovnoj strukturi stalno zaposlenih novinara i medijskih radnika. Među frilenserima je najviše (37,5%) onih koji se nalaze na samom početku karijere, odnosno rade u medijima manje od pet godina. U grupi medijskih radnika bez stalnog radnog angažovanja natpolovično su zastupljeni novinari, mada neki od ispitanika obavljaju i uredničke poslove.

Grafikon 32: Godine radnog staža stalno zaposlenih i frilensera u Vojvodini

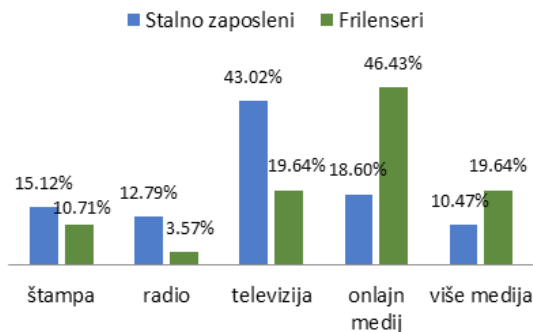


Grafikon 33: Vrsta poslova na kojima su angažovani stalno zaposleni i frilenseri

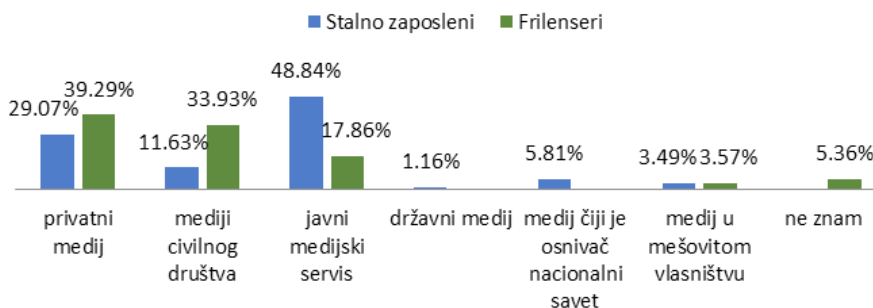


U poređenju sa stalno zaposlenima, frilenseri preovlađujuće rade za onlajn medije, a potom i za televizije ili za više različitih vrsta medija. Kada pogledamo vlasničku strukturu medija koji angažuju frilensere, vidimo da se uglavnom radi o privatnim medijima i medijima civilnog sektora.

Grafikon 34: Vrsta medija za koje rade stalno zaposleni i frilenseri u Vojvodini

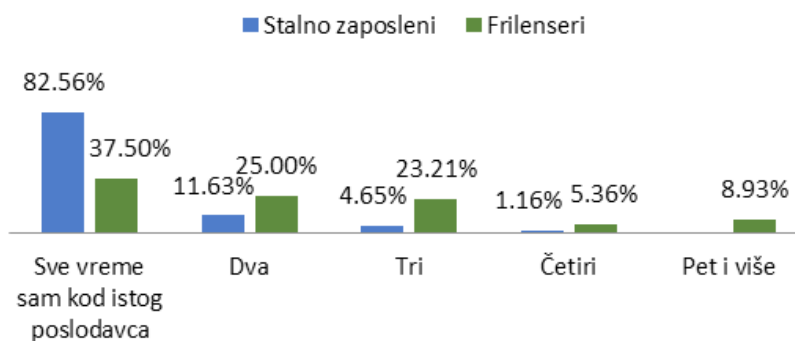


Grafikon 35: Vrsta medija prema tipu vlasništva za koje rade stalno zaposleni i frilenseri u Vojvodini

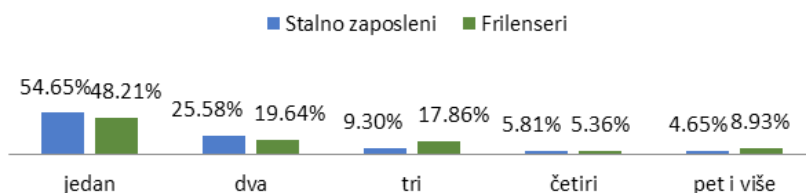


Nešto više od trećine (37,5%) frilensera je u poslednjih pet godina bilo angažovano kod istog poslodavca, a dok je isto toliko radilo za tri ili više poslodavaca. U poslednja tri meseca, polovina medijskih radnika sa stalnim angažmanom kao i onih u netipičnom radnom angažmanu radila je za jedan medij, dok je druga polovina radila za dva ili više poslodavaca. Ovo ukazuje na to da je u vremenu pandemije korona virusa veći broj stalno zaposlenih prinuđen na dodatni rad.

Grafikon 36: Promena poslodavca stalno zaposlenih i frilensera u Vojvodini



Grafikon 38: Broj medija za koje su radili stalno zaposleni i frilenseri u Vojvodini



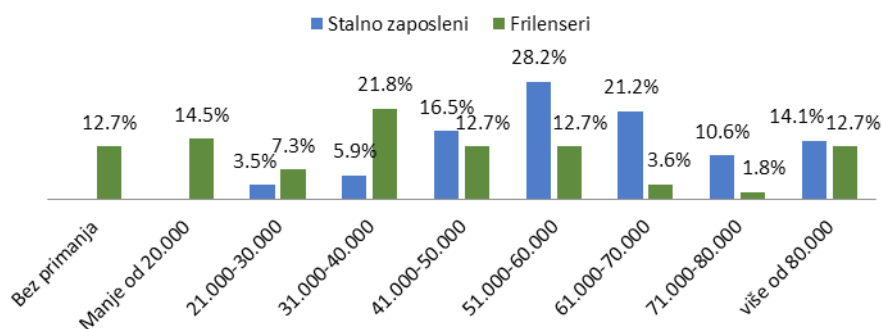
7.2 Primanja i radno vreme vojvođanskih frilensera

Glavna tema u fokus grupnom razgovoru sa frilens novinarima bila je potraga za poslovima i izvorima primanja. Oni, kako kaže jedna mlađa novinarka, *žive od projekta do projekta da bi sastavili kraj s krajem*. Novinar sa višegodišnjim iskustvom dodaje *Nisam dugo sreo osobu iz našeg miljea koja odbija tezge, što dovoljno govori o tome*. Poslovi na kojima rade su mnogobrojni, ponekad imaju dodirnih tačaka sa novinarstvom, ali ponekad i nemaju. Ili kako kaže, jedan mlađi novinar: *Umoćio sam u sve druge moguće srodne profesije, znači geografske informacione sisteme, obrade podataka i unose podataka, čak sam poslednjih dana bio na nekim obukama i za kol-centre, tehničke podrške*.

Kako pokazuje anketno istraživanje, samo četvoro ispitanika u netipičnom radnom angažovanju ne bavi se nijednim dodatnim poslom. Novinari i medijski radnici često navode više poslova koje rade, a među njima su najzastupljeniji pisanje projekata, marketing i držanje obuka.

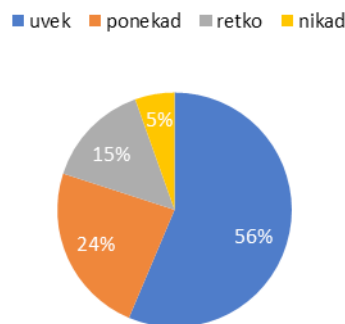
Primanja novinara i medijskih radnika u netipičnom radnom angažovanju niža su od primanja onih za stalnim zaposlenjem. Svaki deseti frilenser u poslednja tri meseca nije ostvario primanja, a 43% njih imalo je primanja koja su niža od 40.000 dinara. Pošto tek nešto više od polovine novinara i medijskih radnika u netipičnom radnom angažovanju uvek ima redovne prihode, goruće pitanje je redovnost zarade. Kako u fokus grupi ističe jedan samozaposleni novinar sa dužim stažem: *Poslednjih godina više i nije bitno koliko su plaćene te tezge, važno da su plaćene, da je to redovno. Da ne pišete, a da vam niko ne plaća, ako je honorar i 300 evra, džaba vam ako ne dobijate*. Iskustvo mlađeg frilensera je slično: *Dinamika je takva da mi je nekad 100 evra dnevnicna, a i da se desi da tri meseca ne namaknem 100 evra. I to je potpuno neizvesno, potpuno prekarno, potpuno... Pre korone, pre Nove godine sam koliko-toliko mogao da znam otprilike koliko me očekuje u nekom narednom periodu, mesec, dva, tri, četiri. Nakon Nove godine i nakon što je počela pandemija, ne znam šta me čeka, ne znam šta će biti sledeće nedelje, sledećeg meseca*.

Grafikon 38: Prosečna zarada stalno zaposlenih i frilensera u poslednja tri meseca



O velikoj količini posla koju frilenseri moraju da urade da bi jedan mesec bio „dobar“ svedoče skoro svi učesnici fokus grupe. Za mlađeg frilensera je dobar mesec izuzetak: *Dobar mesec mi je kada sam se naradio u prethodnom mesecu, pa mi je leglo ovo što sam se naradio u prethodnom mesecu. Bar jedan tekst je objavljen, još jedan je stigao na naplatu. Imao sam recimo neki fiksterskih dana kada sam apsolutno na raspolaganju nekoj stranoj ekipi. U tom mesecu bar jedan trening se desio, višednevni. I sad kad se sve to ovako sabere, to je iznos koji je, to bude nekih 700-800-900e bude taj mesec, s tim da to znači da prethodni mesec nije bio ni pola od toga, a da sledeći mesec neće biti ni pola od toga.*

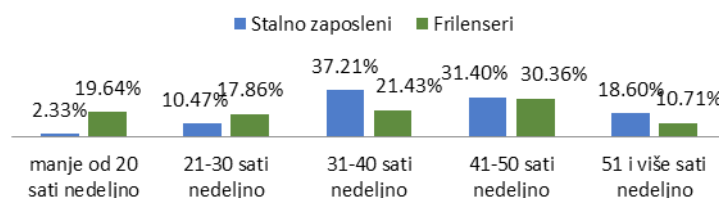
Grafikon 39: Redovnost primanja frilensera u Vojvodini



Zato je jedna od ključnih dilema ona koju formuliše jedan od učesnika fokus grupe: *Čoveče da li nalaziš dovoljno tezgji da preživiš i ako već nađeš odakle ti vremena za sve ostalo?.* U odgovorima na ova pitanje sagovornici opisuju dan koji se nikad ne završava i nedostatak vremena za porodicu i prijatelje. Za dopisnika jedne televizije: *Dobar mesec u materijalnom smislu nužno je obrnuto proporcionalan svemu onome što bi trebalo da čini život. Ja recimo kada dobro radim i dobro zaradim za jedan mesec, ja znam da niti jedan dan nisam bio slobodan, da nisam popio kafu niti sa jedim prijateljem, niti sam jedanput imao vremena da odem van table Novog Sada.* Dopisnica druge televizije sažeto opisuje: *Znam da je dobar mesec ako se pola događaja ne sećam. Konkretno prijatelja se ne sećam, ako sam ih i videla usput, ali na primer neću imati onaj grč u stomaku kada dođe prvi, drugi, kad stigne kirija, računi i ne znam šta, jer znam da sam zaradila. A za rođendane, svadbe i krštenja već ćeš se nekako odužiti, ali bitno da nemaš taj grč da nekom nešto duguješ.*

Samozaposleni novinar koji radi za nekoliko onlajn medija kaže da u poslednje tri godine nije imao radno vreme. To je delom *do njega* jer je imao *bolesnu naviku da radi i na godišnjim odmorima* ali primećuje da ga izostanak radnog vremena *sve više iscrpljuje*. Smatra da sloboda frilensera da sami organizuju svoje radno vreme, koju drugi sa strane vide, zapravo znači da radnog vremena nema. Slažući se sa ovom konstatacijom mlađa novinarka kaže: *Ja ne mogu lepo da se organizujem, ja ne znam kad radim, kad ne radim, kad sam slobodna, kad je to moje radno vreme, kad nije i to počinje da mi stvara psihološki pritisak.*

Grafikon 40: Nedeljno radno angažovanje stalno zaposlenih i frilensera



Međutim, u delu razgovora o prednostima netipičnog radnog angažovanja sagovornici upravo ističu to što nemaju radno vreme. Sinonim stalnog radnog odnosa za frilensere je prazan hod u redakciji, vreme koje se provodi sedeći u redakciji uz prisustvo nadređenih. Oni koji su ovakvo iskustvo imali kažu: *on je u obavezi da tih pet i po, jel, šest sati koliko mu traje to radno vreme, sedi tu. Da bude u prostorijama u svojoj kući. Mi to ne moramo da radimo, ja mogu da radim iz kafane, mogu da radim iz automobila, mogu da radim iz toaleta. To je ona prednost i nikad se sad - mada nikad ne reci nikad - ali zaista ne bih voleo sebe da dovedem u poziciju da ponovo moram da osam sati sedim u nekoj kancelariji, da pazim da li će naići nadređeni, da se ne znam kako ponašam. Ima tu neke slobode koja zaista i nema cenu.*

Za dopisnicu jedne televiziju, tu su prednosti pola-pola: *Ti možeš kao honorarac sam da određuješ tempo, manje-više moji urednici ne proveravaju nešto. Ako ja kažem da nešto ne može, ako se meni danas ne radi, ili jednostavno hoću da izbegnem neku priču koju ne želim da radim, ja ću reći da prosto nisam uspela da uradim i oni to neće proveravati. Ja mogu da odmorim taj dan na primer, ali onda moram da radim dan-noć da mogu da to nadoknadim. U tom smislu mislim da je 50-50.* Međutim, uz izuzetak jedne sagovornice koja je na početku karijere i nije imala iskustvo stalnog zaposlenja u redakciji, svi ispitanici kažu da bi odbili ponudu da se zaposle za stalno.

Spram stalno zaposlenih koji imaju uplaćeno penziono i zdravstveno osiguranje, manje od polovine novinara i medijskih radnika u netipičnom radnom angažovanju imaju uplaćene ove doprinose. Njih 42,86% nema redovno uplaćivano penziono osiguranje, a 8,93% ne zna da li je ugovorima i angažovanjima ono pokriveno. Slično je kada se radi o doprinosima za zdravstveno osiguranje: 37,5% novinara i medijskih radnika u netipičnom angažovanju nema redovno pokriveno zdravstveno osiguranje, a 7,14% ne zna da li su im poslodavci uplaćivali ovu stavku. Razgovor u fokus grupi pokazuje da frilenseri ne očekuju da će imati penzije, u nju *ne veruju* ili misle da je *neće doživeti*. Oni koji su samozaposleni uplaćuju redovno sva davanja, ali skeptični su da će penzija koju mogu očekivati, od 15.000 dinara, moći da im pokrije penzionerske dane. Razmišljaju o privatnim penzionim fondovima, ali oni za sada deluju kao dodatni trošak na inače nestabilne zarade. Za one na početku karijere, doprinosi su daleka tema. Jedan sagovornik je na primer registrovan kao nezaposlen i tako obezbeđuju pristup zdravstvu, a ostalim doprinosima kaže: *Generalno, poslodavci nekad plate poreze i doprinose, ostalo ja se trudim da utajim što više mogu, trudim se da sve ide preko platformi za plaćanje kojima se teže ulazi u trag da bi taj neto iznos bio što veći ili da teret bruto iznosa pada na poslodavca ukoliko je voljan da plati, ukoliko ne ja uzmem novac na ruke u sivoj ili crnoj zoni.*

7.3. Profesionalni status frilensera

Uprkos lošem ekonomskom položaju i radnom vremenu koje ih odvaja od porodice i prijatelja, frilenseri sa kojima smo razgovarali imaju snažno razvijen profesionalni identitet. Oni, kako smo videli u diskusiji o radnom vremenu, izrazito cene autonomiju koju imaju u izboru tema. Kako kaže jedna učesnica fokus grupe: *Evo posle pola decenije rada u ovom poslu ja sam još uvek zaljubljena u svoj posao. Pa hajde sada možda stvarno zvuči kao kliše, ali to se nekako nadomešćuje time što stvarno i danas, kao dopisnica, imam slobodu da ja predlažem priče koje ću raditi, ja biram kako ću raditi, ja biram šta neću raditi, pa da kažem da se kompenzuje nekako.* Ili rečima drugog sagovornika koji se nadovezuje: *Taj frilens način je za mene jedino moguć i u tom smislu je njegova vrednost neprocenjiva i svi ovi finansijski problemi koji izgledaju gotovo nerešivi su zanemarljivi u suštini, jer ipak, na kraju dana, imamo jednu vrstu slobode,*

a sloboda, šta je sloboda u stvari? Sloboda je jedno preuzimanje odgovornosti za sebe, a onda i najbliže oko sebe, tako da ne bih se menjao, ali da li bih voleo svoj položaj da unapredim – da, bih.

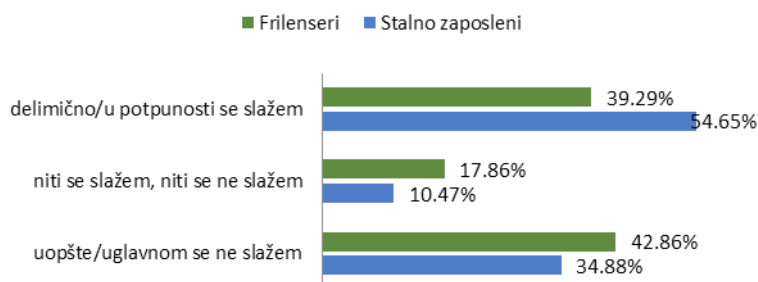
Finansijski podsticaji, smatra deo sagovornika, mogu se nadomestiti efektima koje će vesti imati. Kako kaže dopisnica jedne televizije: *Ja mislim da sam svoje najbolje priče uradila, isključivo u interesu ljudi, kada sam bila najgladnija. Sa ovim se slaže drugi sagovornik: Mislim da je ovo stokholmski sindrom ovo što mi radimo, nema boljeg opisa za to, tu smo gde smo radimo sa onim što imamo, vezali smo se za profesiju, drajv nam je ta jedna mala konkretna promena koju ćemo da uradimo u životu te jedne osobe, ili te jedne male zajednice i tih njihovih srodnika. U rok službe ide, meni je to najčešće izgovorena rečenica kada odgovaram ljudima kad mi se zahvaljuju što sam obradio njihovu priču.*

Upravo ova posvećenost kvalitetnom novinarstvu za pojedine sagovornike predstavlja jedan deo finansijskih problema. Mlađa novinarka koja saraduje sa jednim istraživačkim portalom ovako opisuje poteškoće: *Ako želite da se bavite novinarstvom i ako pokrećete teme koje su zaista novinarske, kao što se ja trudim, vi na njima morate da radite dva meseca, zato što čekate ovaj odgovor, čekate onaj odgovor, pišete hiljadu zahteva za slobodan pristup informacijama od javnog značaja. I dok vama svi ti odgovori ne stignu, prosto ide vam vreme, ako želite da zaista postavljate pitanja, vi ne znate da li ćete u tih mesec dana stići da završite tu priču koju ste započeli. Možda ste započeli i tri priče odjednom, ali je pitanje da li ćete stići da ih završite u tih mesec dana. Meni može da se desi da ja za mesec dana ništa ne zaradim, jer čekam te odgovore. A prosto bez nekih odgovora vi nemate priču i onda tapkate u mestu i zaista je jako, jako, jako, teško.*

Nadovezujući se, drugi mladi frilenser ukazuje na to da slabe i neizvesne zarade, frilensere odvrćaju od istraživačkih priča: *Što se tiče veze između socio-ekonomskog položaja i kvaliteta novinarstva, ja i svi mi koji tipujemo na te teme, svi znamo da bez dva meseca nema istraživačke priče. Nekad traje četiri meseca, nekad traje šest meseci. Ja ako za istraživačku priču na kojoj sam proveo pet meseci aktivnog rada dobijem 4.000 dinara, za priču koja je izašla na naslovnoj strani, ja ne mogu time da finansiram ništa. Samim tim moje istraživačko novinarstvo prestaje ili se svodi na minimum i ja prelazim na ono što meni obezbeđuje dovoljnu količinu novca da ja mogu da živim od toga.*

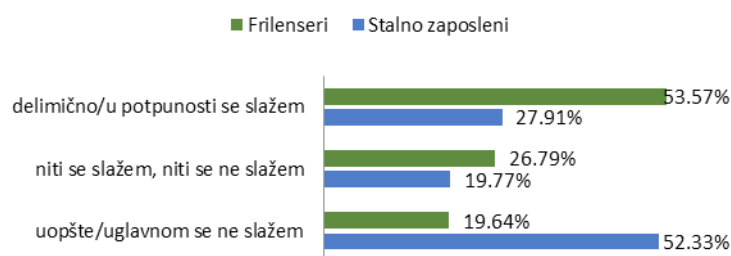
Ova rastrzanost između samostalnosti i autonomije, sa jedne strane, i lošeg socio-ekonomskog položaja, sa druge strane, reflektuje se u rezultatima dobijenim anketnim istraživanjem. Odgovori na nekoliko pitanja kojima smo želimo da testiramo percepciju slobodnjačkog rada nasuprot stalnom zaposlenju pokazuje složenost ovog pitanja.

Grafikon 41: Novinari sa stalnim zaposlenjem lakše mogu da se odupru pritiscima



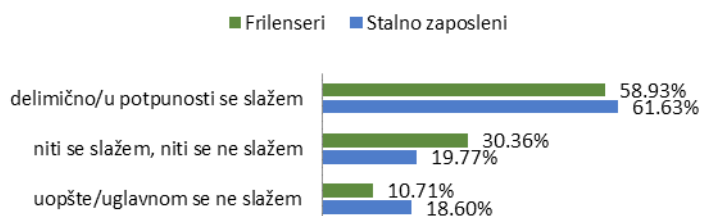
Sasvim očekivano novinari koji imaju ugovore na neodređeno smatraju da im ova pozicija omogućava da se lakše odupru pritiscima i smatraju da ugovore za stalno nisu dobili zato što su bili spremni da se odreknu profesionalnih standarda. Novinari u netipičnim formama radnog angažovanja nešto su skeptičniji prema ovim tvrdnjama. Međutim, kako i grafikoni pokazuju mišljenja jesu podeljena.

Grafikon 42: Stalni posao u novinarstvu nalaze oni koji su spremni da se odreknu profesionalnih standarda




Sa druge strane, upitani da procene slobodu koju frilens novinari imaju u pogledu izbora tema i sagovornika, ispitanici se – bez obzira na njihov radni status – uglavnom slažu sa ovom tvrdnjom. Bezmalobolno trećina novinara u netipičnom radnom angažovanju nije sasvim sigurna oko ove tvrdnje, što može upućivati na to da se pod doznakom „frilensa“ ili netipičnog radnog angažovanja krije niz različitih praksi i odnosa novinara sa poslodavcima.

Grafikon 43: Frilens novinari imaju veću slobodu izbora tema i sagovornika



Glavna okosnica razlikovanja ovih praksi, kako i prethodna istraživanja pokazuju, krije se u pitanju da li je netipični radni angažman izbor koji su novinari i medijski radnici sami doneli ili su pak prinuđeni na njega. Kako i fokus grupni razgovor sa novinarima pokazuje, jedan deo njih je otvorio svoje agencije i, uprkos neizvesnosti zarade i nestalnosti posla, ne bi se vratio u redakcije. Ovo su uglavnom ostvareni novinari čije mreže društvenih i medijskih kontakata obezbeđuju ipak kakvu-takvu sigurnost da će nekog posla (i neke zarade biti). Druga grupa, a među njima su uglavnom mlađi novinari, nema ovakve mreže, a to poslove i novac čini neizvesnijim. Deo njih ne uspeva da pronađe stalno zaposlenje, želeći iskustvo rada u redakciji pre nego što donesu odluku o daljoj karijeri, dok drugi deo procenjuje aktuelno i buduće stanje u nameri da se opredeli za onaj posao – ne nužno novinarski – koji će doneti bolju zaradu.



Umesto zaključka:
Postoje li **trendovi** u
socio-ekonomskom
i profesionalnom
položaju novinara i
medijskih radnika

U poslednjih deset godina nekoliko značajnih i obimnih istraživanja u Srbiji ponudilo je presek stanja novinarske profesije i ukazalo na loš socio-ekonomski položaj novinara i medijskih radnika. Jedno od njih je istraživanje koje je 2011. godine sproveo tim istraživača sa Fakulteta političkih nauka u Beogradu i ono je omogućilo da se sagledaju promene unutar dvostruke transformacije – tehnoloških promena nastalih sa digitalizacijom, i tranzicionih promena nastalih usled restrukturiranja medijskog sistema Srbije (Milivojević, 2011). Kao najveće probleme novinarske profesije novinari anketirani u ovom istraživanju prepoznali su: „slabe plate (20,36%), nizak stepen profesionalizma, a pre svega nedovoljno poštovanje novinarske etike (16,78%), nizak društveni ugled i status profesije (16,09%), tehničku zastarelost opreme za rad (3,16%), nepripremljenost za novinarski posao na digitalnim platformama (1,79%)“ (Milivojević, 2012, str. 30). Do sličnih rezultata dolazi i Udruženje novinara Srbije 2014. godine. Istraživanje ovog udruženja pokazuje da su za novinare i medijske radnike najveći problemi niske zarade (62,22%), neprofesionalizam i neodgovarajuće obrazovanje novinara (54,36%), samovolja vlasnika i neregulisani radni odnosi (38,29%), a potom i pretnje i ucene (27,86%), vlasnička struktura medija (20,51%), i nedostupnost informacija (20,51%) (Udruženje novinara Srbije [UNS], 2014, str. 9).

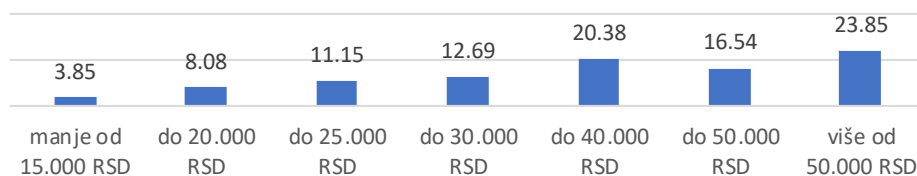
Grafikon br. 44: Najveći problemi novinarske profesije u istraživanjima 2011. i 2014. godine



U poređenju sa prethodnim, naše istraživanje među novinarima i medijskim radnicima u Vojvodini pokazuje da niske zarade više nisu primarni problem medijskih profesionalaca. Politički pritisak i odsustvo medijske autonomije, senzacionalizam i tabloidizacija, nepoštovanje etičkih standarda profesije, pa i nizak nivo medijske pismenosti građana – sve su to problemi koji više muče novinarsku zajednicu. Ovaj nalaz teško je drugačije tumačiti osim u kontekstu urušavanja medijskih sloboda proteklih godina.

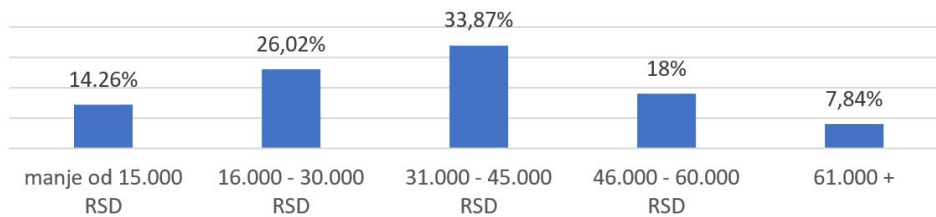
Kako pokazuju prethodna istraživanja više od trećine novinara živi sa vrlo skromnim primanjima. Istraživanje iz 2011. godine pokazuje da je 37% anketiranih novinara imalo primanja ispod 30.000 dinara, a jedna četvrtina preko 50.000 (Milivojević, 2011, str. 27).

Grafikon br. 45: Zarada novinara prema istraživanju iz 2011. godine (Milivojević, 2011)



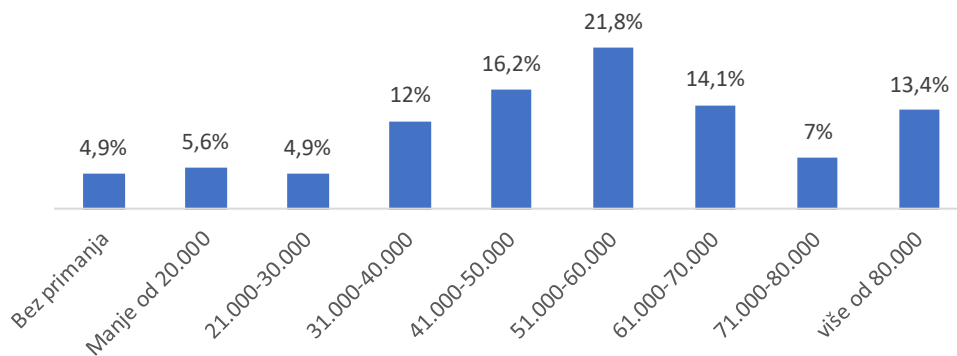
Prema podacima iz 2014, 40% ispitanika imalo je primanja ispod 30.000, dok je samo 7,84% novinara i medijskih radnika imalo primanja preko 60.000 dinara (UNS, 2014, str. 6). Istraživanje koje je NUNS radio 2016. godine pokazuje blago poboljšanje, s 18,92% anketiranih novinara koji prijavljuju primanja ispod 30.000 dinara i 14,41% onih čija su primanja viša od 60.000 (Vukasović, 2016, str. 35). Upitani da procene uslove rada danas i pre pet godina, ispitanici u istraživanju Fondacije Slavko Ćuruvija iz 2018. godine, smatraju da su plate, uslovi za rad i radna prava novinara gora nego pre pet godina (Matić, 2018, str. 13).

Grafikon br. 46: Zarada novinara prema istraživanju 2014. godine (UNS, 2014)



U kontekstu ovog pregleda, čini se da su se primanja novinara i medijskih radnika povećala, ili pak da je situacija u Vojvodini nešto bolja nego u drugim delovima Srbije. Međutim, razloga za radovanje nema pošto primanja koja su viša od prosečne neto zarade ostvaruje tek nešto više od trećine novinara i medijskih radnika.

Grafikon br. 47: Prosečna zarada novinara u Vojvodini u prethodna tri meseca



Prethodna istraživanja su pokazala da oko polovine novinara radi do osam sati dnevno (Milivojević, 2011; UNS, 2014), a drugi i više, sa tendencijom porasta (Vukasović, 2016). Naše istraživanje pokazuje da 45,9 % novinara i medijskih radnika radi više od osam sati dnevno, što upućuje na zaključak da se radno vreme novinara nije mnogo menjalo u proteklim godinama.

Prethodnih godina, za svoj rad redovno je bilo plaćeno oko 70% novinara, dok je oko trećine primalo zaradu za zakašnjenjem (Milivojević, 2011; UNS, 2014). U AP Vojvodini redovnu zaradu je tokom 2020. godine primalo 80% ispitanika, a ostali su redovnu zaradu imali ponekad (10,5%), retko (5,6%) ili nikad (3,5%). Rezultate prethodnih istraživanja, koji pokazuju da više od polovine novinara radi i dodatni posao (UNS, 2014, str. 8), potvrđuju i naši nalazi.

Može se učiniti da raste broj novinara u stalnom radnom odnosu: od 60% koliko ih je bilo 2011. godine (Milivojević, 2011, str. 28), 75% u 2014. godini (UNS, 2014, str. 6) do 80% koliko ih registruje zvanična statistika 2016. godine (Zajić, 2017, str. 107). Međutim, anketna istraživanja pokazuju da stabilan radni odnos ima polovina medijskih radnika, dok je u grupi onih sa fleksibilnim radnim statusom najviše frilensera (40%) i radnika bez ugovora (25%) (Zajić, 2017, str. 110). Do vrlo sličnih nalaza dolazimo u našem istraživanju među medijskim profesionalcima u Vojvodini: više od polovine anketiranih je zaposleno na neodređeno vreme (58,5%).

Sve ovo ukazuje na prekarnost novinarske profesije u Srbiji koja je najpodrobnije istražena i prikazana 2015. godine u publikaciji „Od novinara do nadničara – prekarni rad i život“. Kako je ovo istraživanje pokazalo, da su u situaciji da biraju, dve petine novinara bi izabralo da radi neki drugi posao koji nema veze sa novinarstvom, dve petine bi izabralo da radi u slobodnom mediju, a pritom bi pristali da budu manje plaćeni, dok bi se jedna petina novinara opredelila za sigurno radno mesto, iako bi to podrazumevalo obaveznu autocenzuru i cenzuru (Mihailović, 2015, str. 67). Upitani da li bi ostali u novinarstvu ako se socio-ekonomski i profesionalni položaj novinara ne poboljša, naši ispitanici kažu da će sigurno (8,8%) ili možda (30,6%) napustiti profesiju. Četvrtina (24,5%) novinara i medijskih radnika ne zna, a trećina (34%) kaže da neće napustiti profesiju. Razmišljanja o napuštanju profesije možemo razumeti i u kontekst samoprocene novinara u Vojvodini da u slučaju gubitka posla imaju nikakve (12,2%), male (28,6), i osrednje (38,1) šanse da nađu drugi posao. To znači da pored bezbednosnih rizika koji se često naglašavaju, novinari i medijskih radnici rade u izrazitom egzistencijalnom riziku.

Stavovi novinara prema sindikatima u Republici Srbiji istraživani su 2011, 2016. i 2017. godine, a poređenje rezultata pokazuje da se odnos prema sindikatima tokom 6 godina nije znatno menjao, mada se uočava manji pad broja članova sindikata. Naime, 2011. godine 65% ispitanika je navelo da nisu članovi sindikata (Milivojević, 2011, str. 28), a 2016. godine isto je potvrdilo 78% (Vukasović, 2016). Iako se većina osećala slobodno da postanu članovi, nisu bili zainteresovani jer su sindikati „slabi“. Naredne godine je 83% anketiranih novinara ocenilo je da uticaj medijskih sindikata na poboljšanje njihovog materijalnog položaja mali ili nikakav (Mihailović, 2017, str. 226). Među anketiranim novinarima i medijskim radnicima u Vojvodini 57% ispitanika nisu članovi sindikata, a nepovoljan imidž sindikata i nepoverljivost prema dometima kolektivnih ugovora, zajedno sa preprekama koje medijske organizacije postavljaju za sindikalno organizovanje, glavni su razlozi ovih nalaza.

U kontekstu osećaja odgovornosti za probleme u novinarstvu, istraživanje o aktivizmu novinara u vezi sa poboljšanjem sopstvenog položaja i statusa profesije u društvu pokazalo je da 56% novinara smatra da je pasivno u rešavanju problema medija, dok je 19% tvrdi da je aktivno (Mihailović, 2017, str. 226). Kao razlozi koji uslovljavaju pasivizam navedeni su strah od mogućih negativnih posledica aktiviranja i nepoverenje u ljude sa kojima se ušlo u aktivizam (str. 232). Godinu dana kasnije čak 69% anketiranih smatralo je da novinari snose odgovornost za nepovoljno stanje medijskih sloboda u Srbiji (48% njih je smatralo da su delimično odgovorni, a 21% da su najviše odgovorni), a 4% je bilo stanovišta da novinari nisu odgovorni (Matić, 2018, str. 14). Do sličnih rezultata dolazimo i istraživanjem u Vojvodini, u kojem novinari za rešenja svog lošeg ekonomskog položaja adresiraju prvo poslodavce, a odmah potom samu zajednicu novinara i medijskih radnika.

9. Preporuke

Vlada, resorna ministarstva u Vladi Republike Srbije, lokalne samouprave

Novinarska i medijska udruženja

Sindikati

- Obezbediti ravnopravniju tržišnu utakmicu u kojoj će svi mediji i novinari pod jednakim uslovima moći da konkurišu za sredstva koja se dodeljuju projektnim sufinansiranjem sadržaja od javnog interesa i drugim vrstama budžetskog plaćanja medijskih usluga.
- Poboljšati uslove za rad novinara obezbeđivanjem pristupa informacijama od javnog značaja pod jednakim uslovima svim medijima.
- Inspekcije rada i nadzor nad obavezama medijskih organizacija prema novinarima, po principima ravnopravnog i pravičnog tretmana svih medija.
- Uvrstiti kao deo Pravilnika, u oceni projekata koji se podnose za projektno sufinansiranje sadržaja od javnog interesa dodatno bodovanje medija koji imaju uspostavljene interne procedure za postizanje rodne ravnopravnosti, zapošljavanje osoba sa invaliditetom, kao i za slučajeve seksualnog uznemiravanja i zlostavljanja na radu.
- Uvesti kao obavezu da se u registar medija unose tačni podaci o broju angažovanim novinarima i drugih medijskih radnika.
- Izmenama Zakona o radu regulisati položaj frilensera i obezbediti im radno-pravnu zaštitu.
- Izmenama Zakona o javnom informisanju u medijima obezbediti stabilne izvore finansiranja za sve medije na jezicima nacionalnih manjina bez obzira na to ko im je osnivač.
- Promovisati solidarnost među novinarima i medijskim radnicima u borbi za ostvarenje bolje zaštite radnih prava i ukupno poboljšanje socio-ekonomskog položaja.
- Koordinisati rad relevantnih medijskih udruženja na formulisanju minimalne zajedničke platforme za poboljšanje socio-ekonomskog položaja novinara i medijskih radnika.
- Raditi na poboljšanju unapređenja položaja socijalno najugroženijih grupa novinara kroz praćenje socio-ekonomskog položaja članstva i formiranje posebnih sekcija.
- Jačati postojeće fondove ili uspostaviti nove fondove za pomoć socijalno ugroženim novinarima.
- Organizovati obuku iz radnog prava.
- Pripremiti priručnike iz oblasti radnog prava.
- Konstantno edukovanje urednika i urednica, novinara i novinarki na temu rodno osetljivog pristupa u novinarstvu.
- Uspostave priznanje i nagrade za novinarke i novinare koji doprinose razvoju rodne ravnopravnosti
- Raditi na uspostavljanju odnosa poverenja sa novinarima i medijskim radnicima unapređenjem internih procedura, transparentnošću i glasnijim artikulisanjem zahteva.
- Raditi na uspostavljanju sindikata pri medijskim organizacijama.
- Zagovarati uvođenje kolektivnog ugovora za novinare i medijske radnike.
- Stvoriti modalitete sindikalne zaštite novinara i medijskih radnika koji nisu u radnom odnosu.



Mediji i njihovi osnivači	<ul style="list-style-type: none"> • Obezbediti svima koji su angažovani, bez obzira na vrstu ugovora, osnovne uslove za rad (npr. plaćene putne troškove). • Obezbediti svim novinarima koji su u radnom odnosu plaćeni godišnji odmor, pravo na bolovanje, pravo na odsustvo zbog odlaska kod lekara, pravo na slobodne dane, pravo na otpremninu u slučaju prestanka radnog odnosa, uvećane plate za prekovremeni rad. • Svim novinarima koji su u radnom odnosu redovno uplaćivati doprinose za penziono, socijalno i zdravstveno osiguranje. • Obezbediti mehanizme zaštite novinara od odmazde zbog sindikalnog delovanja. • Uspostaviti interne procedure u slučaju seksualnog uznemiravanja i zlostavljanja na radu. • Uspostaviti procedure za zapošljavanje osoba sa invaliditetom. • Uspostaviti i sprovesti interne procedure za postizanje rodne ravnopravnosti • Obezbediti transparentnost u plaćanjima i nadoknadama, sa ugovorima o angažovanju u pisanom formatu. • Nacionalni saveti koji su osnivači izdavača medija na jezicima nacionalnih manjina da omoguće veći stepen autonomije u redakcijama usvajam internih etičkih kodeksa.
Novinari	<ul style="list-style-type: none"> • Promovisati novinarsku solidarnost u slučajevima narušene bezbednosti ili socijalno-ekonomske ugroženosti novinara i novinarki. • Senzibilisanje zaposlenih u medijima za prepoznavanje i rešavanje problema seksualnog uznemiravanja i rodno zasnovanog nasilja.
Obrazovne institucije	<ul style="list-style-type: none"> • Uvesti nastavne sadržaje koji se odnose na socio-ekonomski položaj i radna prava novinara. • Uvesti kurseve iz preduzetništva. • Kreiranje alumni klubova i praćenje karijernih puteva diplomiranih novinara.
Transverzalne mere	<ul style="list-style-type: none"> • Svi akteri uključeni u proces javnog informisanja treba aktivno da rade na komponentama medijske pismenosti koje se odnose na prepoznavanje profesionalnog rada novinara. • Promovisanje modela po kome publika direktno plaća medije i novinare, koji garantuje veću autonomiju u odnosu na oglašivače i državu. • Podsticati profesionalizam novinara i medijskih radnika.

LITERATURA

Akcioni plan za sprovođenje Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025, u periodu 2020-2022. godina. Preuzeto 12. januara 2021. sa <https://www.kultura.gov.rs/tekst/sr/5745/akcioni-plan-za-sprovođenje-strategije-razvoja-sistema-javnog-informisanja-u-republici-srbiji-za-period-2020-2025-godina.php>.

Anđelković, B., Šapic, J. i Skočajić, M. (2019). Gig ekonomija u Srbiji: Ko su digitalni radnici i radnice iz Srbije i zašto rade na globalnim platformama? Beograd: Centar za istraživanje javnih politika.

Charhon, P., & Murphy, D. (2016) The Future of Work in the Media, Arts & Entertainment Sector: Meeting the Challenge of Atypical Working. Preuzeto sa <https://www.fim-musicians.org/wp-content/uploads/atypical-work-handbook-en.pdf>

Christin, A. (2020). Metrics at work: Journalism and the contested meaning of algorithms. New Jersey: Princeton University Press.

Clark, M., & Grech, A. (2017). Journalists under pressure: Unwarranted interference, fear and self-censorship in Europe. Strasbourg: Council of Europe.

Council of Europe (2019). Democracy at risk: threats and attacks against media freedom in Europe. Annual Report by the Partner Organisations to the Council of Europe Platform to Promote the Protection of Journalism and Safety of Journalists. Strasbourg: Council of Europe.

Das, J. (2007). Sydney Freelance Journalists and the Notion of Professionalism, *Pacific Journalism Review*, 13(1), 142–160.

Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464

Deuze, M. (2019). What journalism is (not). *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305119857202>

Deuze, M., & Fortunati, L. (2011). Atypical Newswork, Atypical Media Management. In M. Deuze (ed.), *Managing Media Work* (pp. 111–121). Los Angeles: Sage.

Dokmanović, M. (2016). Stanje rodne ravnopravnosti i položaj žena u medijima. Izveštaj urađen za Ministarstvo kulture i informisanja u okviru projekta „Jačanje medijskih sloboda“.

Drašković, B. i Gruhonjić, D. (2015). Svojsinska transformacija medija u Srbiji - primer lokalnih medija. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, 40(2), 107–119.

Drašković, B. i Kleut, J. (2016). Mediji civilnog društva kao neiskorišćena šansa za transformaciju lokalnih medija u Srbiji: perspektive medijskih poslenika. U V. Car, M. Matović i L. Turčilo, Lejla (ur.). *Mediji i javni interes: Zbornik radova sa 6. regionalne znanstvene*

konferencije “Vjerodostojnost medija” (str. 37–51). Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu i Hanns-Seidel Stiftung.

Edstrom, M., & Ladendorf, M. (2012). Freelance journalists as a flexible workforce in media industries. *Journalism Practice*, 6(5-6), 711–721.

Filipović, J. i Kuzmanović Jovanović, A. (2012). Vodič za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji: preporuke i dosadašnja praksa. Beograd: Uprava za rodnu ravnopravnost Ministarstva rada, zapošljavanja i socijalne politike Republike Srbije

Ferrier, M. (2018). Attacks and harassment. The impact on female journalists and their reporting. International Women’s Media Foundation and Troll-Busters.com.

Izveštaj o nasilju prema novinarkama Specijalne izveštačice Ujedinjenih nacija za nasilje prema ženama. Preuzeto 23. decembra 2020. sa <https://www.rodnaravnopravnost.gov.rs/sites/default/files/2020-07/Izvestaj%20specijalne%20izvestiteljke%20o%20suzbijanju%20nasilja%20prema%20novinarkama%20jul%202020.pdf>

Jakobi, T. (2017). Profesionalna novinarska udruženja – vojskovođe bez strategije, vojske i podrške. U U S. Mihailović (ur.), Pasivni aktivizam novinara: Istraživanje aktivističkih kapaciteta medijskih radnika (str. 131–147). Beograd: Centar za razvoj sindikalizma – Dan Graf.

Kolundžija, D. (2020, 10. avgust). Oko 200 radnika RTV ostaje bez posla krajem avgusta. <https://www.cenzolovka.rs/drzava-i-mediji/oko-200-radnika-rtv-ostaje-bez-posla-krajem-avgusta/>

Kolundžija, D. (2020, 8. septembar). Koprivica: RTV primio za stalno 45 radnika angažovanih preko agencije, 69 je dobilo ugovore, a 96 je ostalo bez angažovanja. <https://www.cenzolovka.rs/drzava-i-mediji/koprivica-rtv-primio-za-stalno-45-radnika-angazovanih-preko-agencije-69-je-dobilo-ugovore-a-96-je-ostalo-bez-angazovanja/>

Kovač, M., Anđelković, B. i Jakobi, T. (2020). Nestandardni oblici zapošljavanja u Srbiji: ”Novi rad” u ekonomiji zasnovanoj na znanju. U T. Jakobi i B. Anđelković (ur.), Predvodnici promena na tržištu rada: Prototipovi dostojanstvenog rada za Srbiju u digitalnom dobu (str. 4–10). Beograd: Centar za istraživanje javnih politika.

Kuntić, K. (2017). Informisanje na jezicima nacionalnih manjina: predlozi za nove politike – deceniju posle. Zrenjanin: Centar za razvoj civilnog društva.

Lasica, J. D. (2003) Blogs and journalism need each other. *Nieman Reports*, Fall, pp. 70–74. Preuzeto 20. decembra 2020 sa <https://niemanreports.org/articles/blogs-and-journalism-need-each-other/>

Lauerer, C., & Hanitzsch, T. (2019). Surveying journalists around the world: A methodological framework. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, & A. S. de Beer (eds.), *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. New York: Columbia University Press.

Leadbeater, C., & Miller, P. (2004). *The Pro-Am revolution: How enthusiasts are changing our economy and society*. London: Demos.

Loosen, W., Ahva, L., Reimer, J., Solbach, P., Deuze, M., & Matzat, L. (2020). 'X Journalism' Exploring journalism's diverse meanings through the names we give it. *Journalism*. August 2020. doi:10.1177/1464884920950090

Massey, B. L., & Elmore, C. J. (2011). Happier Working for Themselves?, *Journalism Practice*, 5(6), 672–686.

Mathisen, B. R. (2016). Entrepreneurs and Idealists: Freelance journalists at the intersection of autonomy and constraints. *Journalism Practice*, 11(7), 909-924.

Mathisen, B. R. (2018). Ethical Boundaries among Freelance Journalists. *Journalism Practice*, 13(6), 639-656.

Matić, J. (2018). *Kontrola i sloboda medija: svedočenja novinara*. Beograd: Slavko Ćuruvija Fondacija. Preuzeto sa <http://www.slavkocuruvijafondacija.rs/wp-content/uploads/2018/02/Kontrola-i-sloboda-medija-Kljucni-nalazi-Slavko-Curuvija-fondacija.pdf>

Matović, M., Misita, M. i Ćirković, R. (2020). *Ekonomski i društveni položaj novinara: Srbija, region, Evropa*. Beograd: Udruženje novinara Srbije.

Mellado, C., Hellmueller, L., Márquez-Ramírez, M., Luisa Humanes, M., Sparks, C., Stepinska, A., Pasti, S., Schielicke, A., Tandoc, E., Wang, H. (2017). The hybridization of journalistic cultures: A comparative study of journalistic role performance. *Journal of Communication*, 67(6), 944–67.

Mihailović, S. (2015). Sve nesigurniji rad i život medijskih radnika. U S. Mihailović (ur.), *Od novinara do nadničara: prekarni rad i život* (str. 51–88). Beograd: Centar za razvoj sindikalizma - Fondacija za otvoreno društvo - Dan graf.

Mihailović, S. (2017). Ka razumevanju nalaza istraživanja aktivističkih kapaciteta novinara: Uvod i zaključak. U S. Mihailović (ur.), *Pasivni aktivizam novinara: Istraživanje aktivističkih kapaciteta medijskih radnika* (str. 217–236). Beograd: Centar za razvoj sindikalizma - Dan Graf.

Milivojević, S. (ur.) (2011). *Profesija na raskršću - novinarstvo na pragu informacionog društva*. Beograd: Centar za medije i medijska istraživanja, Fakultet političkih nauka. Preuzeto sa <https://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2017/01/Profesija-na-Raskr%C3%85%C2%A1%C3%84%E2%80%A1u.pdf>

Nies, G., & Pedersini, R. (2003). *Freelance journalists in the European media industry*. International Federation of Journalists.

Poreska uprava Republike Srbije (2020, 13. oktobar). *Samoinicijativno prijavljivanje prihoda ostvarenog iz inostranstva*. Preuzeto sa <https://www.purs.gov.rs/biro-za-informisanje/novosti/6639/samoinicijativno-prijavljivanje-prihoda-ostvarenog-iz->

inostranstva-.html?fbclid=IwAR2ZTYSO1LnOvGkHHV6O9uZ_d3sARJN2eZbd_EmOEK0BMXm2ES3tpOStYFI

Preporuka CM/Rec(2016)4 Komiteta ministara zemljama članicama o zaštiti novinarstva i bezbednosti novinara i ostalih medijskih aktera. Preuzeto sa <http://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016809375b4>

Recommendation CM/Rec(2011)7 of the Committee of Ministers to member States on a new notion of media. Preuzeto sa <https://edoc.coe.int/en/media/8019-recommendation-cmrec20117-on-a-new-notion-of-media.html>

Radio 021 (2020, 20. avgust). Zaposleni u manjinskim redakcijama radija protiv otpuštanja kolega u RTV-u. Preuzeto sa <https://www.021.rs/story/Novi-Sad/Vesti/251218/Zaposleni-u-manjinskim-redakcijama-radija-protiv-otpustanja-kolega-u-RTV-u.html>

Radio-televizija Vojvodine (2016, 10. novembar). APV: Za medije manjina 264 miliona. Preuzeto sa http://www.rtv.rs/sr_lat/vojvodina/novi-sad/apv-za-medije-manjina-264-miliona_773173.html

Salamon, E. (2019). Freelance Journalists and Stringers. In T. Vos & F. Hanusch (eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Hoboken: John Wiley & Sons.

Seizova, S., & Rugar, V. (2016). Country Report: Journalists in Serbia. Preuzeto 20. decembra 2019. sa https://epub.uni-muenchen.de/31033/1/Country_report_Serbia.pdf

Sejdinović, N. (2020). *Mediji na jezicima nacionalnih manjina – istraživanje i analiza*. Beograd: Misija OEBS-a u Srbiji.

Serenčeš, Ž., & Sejdinović, N. (2016). *Manjinski i višejezični mediji u kontekstu sprovođenja medijskih zakona: Izveštaj*. Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine.

Sovilj, M. (2017, 28. februar). Skoro 200 novinara „na lizing“ ostaje bez posla na RTV. Preuzeto 20. decembra 2020. sa <https://www.cenzolovka.rs/trziste/skoro-200-novinarana-lizing-ostaje-bez-posla-na-rtv/>

Spilsbury (2016). *Exploring Freelance Journalism*. National Council for the Training of Journalists.

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. Službeni glasnik RS, broj 11/20. Preuzeto 12. januara 2021. sa <https://www.kultura.gov.rs/tekst/sr/4993/strategija-razvoja-sistema-javnog-informisanja-u-republici-srbiji-za-period-od-2020-do-2025.php>

Udruženje novinara Srbije (2014). *Izveštaj istraživanja ekonomskog i profesionalnog položaja novinara – mart/ septembar 2014. godine*. Preuzeto sa http://www.uns.org.rs/sw4i/download/files/article/Izvestaj%20UNS%20integracija%20podataka_FINAL%20.doc?id=371

Udruženje novinara Srbije (2019). Novinari i mediji: koliko nas zaista ima. Preuzeto sa <https://www.uns.org.rs/sw4i/download/files/article/Istra%20ivanje.docx?id=550>

Udruženje radnika na internetu (2020). O nama. Preuzeto sa <https://uri.rs/o-nama/>.

VOICE (2016a, 13. oktobar). RTV angažuje novinare preko firme za čišćenje zgrada. Preuzeto sa <http://voice.org.rs/voice-rtv-angazuje-novinare-preko-firme-za-ciscenje-zgrada/>

VOICE (2016b, 30. septembar). RTV otpušta 111 zaposlenih, šalje ih na lizing. Preuzeto sa <http://voice.org.rs/rtv-otpusta-111-zaposlenih-salje-ih-na-lizing/>

Vos, T. P., & Singer, J. B. (2016) Media discourse about entrepreneurial journalism: implications for journalistic capital. *Journalism Practice*, 10(2), 143–159.

Vujović, M., Pavlović, D., i Obradović, N. (2019). Lokalni mediji Nišavskog okruga u digitalnom dobu: ekonomski položaj lokalnih medija. *CM: Communication and Media*, 14(46), 33–58.

Vukasović, M. (2016). Indicators on the level of media freedom and journalists' safety: Serbia. Belgrade: Independent journalists association of Serbia.

Walters, E., Warren, C., & Dobbie, M. (2006). The Changing Nature of Work: A global survey and case study of atypical work in the media industry. International Federation of Journalists.

Zajić, G. (2017). Uticaj promene tipa radnog odnosa na status profesije i aktivizam novinara. U S. Mihailović (ur.), *Pasivni aktivizam novinara: Istraživanje aktivističkih kapaciteta medijskih radnika* (str. 105-122). Beograd: Centar za razvoj sindikalizma - Dan Gr



CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотеке Матице српске, Нови Сад