

IZBORI : 2022

IZBLIZA

Varljivi pluralizam u izbornoj kampanji



CRTA:

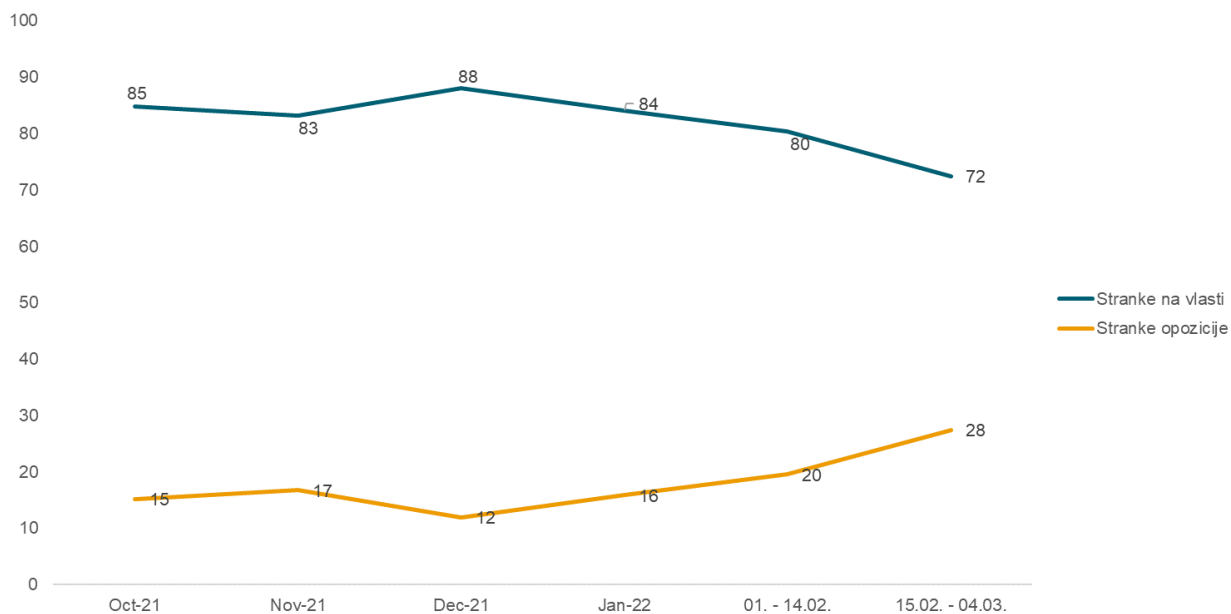
**Preliminarni izveštaj
o monitoringu medija**

15. februar - 4. mart

PRELIMINARNI IZVEŠTAJ O MONITORINGU MEDIJA ZA PERIOD 15. FEBRUAR - 4. MART

Nakon višemesečnog perioda u kom političkog pluralizma gotovo da nije ni bilo usled izražene dominacije predstavnika vlasti na televizijama za nacionalnom pokrivenošću¹, Crtini podaci pokazuju da tokom prve tri nedelje kampanje dolazi do promene u zastupljenosti i načinu izveštavanja o opozicionim izbornim akterima.² Promena se ogleda u rastu zastupljenosti opozicije, što je posledica uvođenja izbornih blokova³ u programe televizija sa nacionalnom pokrivenošću. Uprkos tome, dalja analiza podataka pokazuje i pristrasnost u izveštavanju, kako o kandidatima vlasti, tako i o nekim kandidatima opozicije.

Zastupljenost predstavnika vlasti u odnosu na predstavnike opozicije je u prve tri nedelje kampanje balansiranija u poređenju sa periodom pre kampanje⁴. Predstavnici vlasti su bili zastupljeni u 72 odsto vremena (85 odsto u periodu pre kampanje), dok su predstavnici stranaka opozicije bili zastupljeni u 28 odsto vremena (15 odsto u periodu pre kampanje). (Grafikon 1).



Grafikon 1: Zastupljenost predstavnika vladajućih stranaka i stranaka opozicije na televizijama sa nacionalnom pokrivenošću

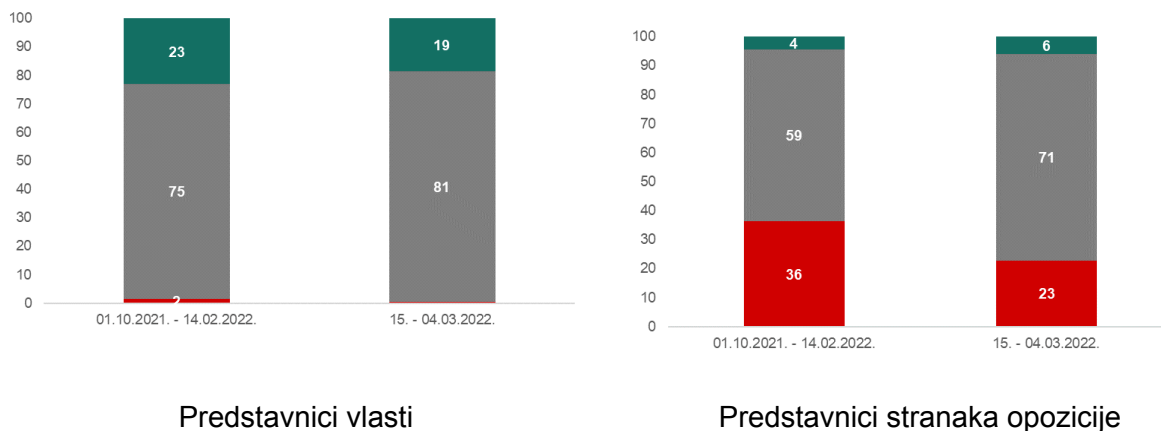
¹ Posmatračka misija Crte, *Izbori 2022 - Kampanja pre kampanje - Izveštaj za period oktobar 2021 - februar 2022*, https://crta.rs/wp-content/uploads/2022/02/Izbori-2022_kampanja-pre-kampanje_oktobar-2021-februar-2022.pdf

² Crta je metodologijom monitoringa medija, u periodu od 1. oktobra 2021. do 4. marta 2022. godine obuhvatila preko 370 sati programa posvećenog izbornim akterima u udarnom terminu (prošireni prime-time u periodu od 17.30 do ponoći) na svim televizijama sa nacionalnom pokrivenošću (RTS, TV Pink, TV Prva, TV Happy i TV B92). Više o Crtinoj metodologiji monitoringa medija možete pročitati ovde: <https://link.crta.rs/3c>

³ Izborni blok je poseban deo izbornog programa, odvojen najavnom i odjavnom špicom, u kom mediji izveštavaju o izbornim aktivnostima izbornih aktera ili emituju informativni materijal koji stranke dostavljaju a koji ne spada pod plaćeno oglašavanje.

⁴ Posmatračka misija Crte, *Izbori 2022 - Kampanja pre kampanje - Izveštaj za period oktobar 2021 - februar 2022*, https://crta.rs/wp-content/uploads/2022/02/Izbori-2022_kampanja-pre-kampanje_oktobar-2021-februar-2022.pdf

Tonalitet izveštavanja o akterima vlasti je, pak, ostao nepromenjen u poređenju sa periodom pre kampanje. Predstavnici vlasti su u najvećem delu vremena bili predstavljeni neutralno (81 odsto), zatim pozitivno (19 odsto) i gotovo nikada negativno. Sa druge strane, u načinu izveštavanja o predstavnicima stranaka opozicije su uočene promene. Došlo je do rasta vremena u kojima je o njima izveštavano u neutralnom tonu (sa u proseku 62 na 71 odsto), dok se smanjilo vreme njihovog predstavljanja u negativnom (sa u proseku 33 na 23 odsto). Vreme predstavljanja opozicionih aktera u pozitivnom tonu ostalo je na približno istom nivou (5 odnosno 6 odsto).

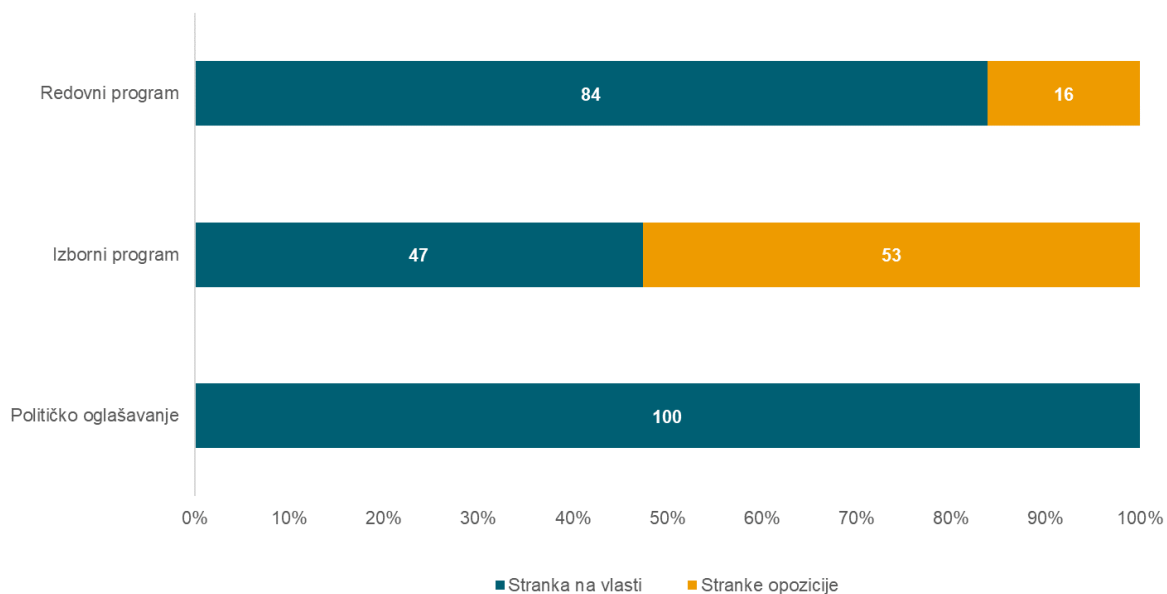


Grafikon 2: Tonalitet predstavljanja izbornih aktera prema partijskoj afilijaciji na televizijama sa nacionalnom pokrivenošću

Promene su primetne i u načinu predstavljanja izbornih aktera u ulozi subjekta i objekta. Uloga subjekta podrazumeva da je izbornom akteru omogućeno da se direktno obrati publici u prvom licu. Uloga objekta podrazumeva da drugi - gosti, sagovornici ili voditelji programa - govore o izbornom akteru. U slučaju predstavljanja aktera vlasti, promene su minimalne. Predstavnici vlasti su u gotovo tri četvrtine vremena imali priliku da se kroz programe televizija sa nacionalnom pokrivenošću biračima obraćaju direktno, u ulozi subjekta. Sa druge strane, vidljiv je izražen rast u predstavljanju opozicionih aktera u ulozi subjekta - sa 40 odsto u periodu pre izborne kampanje na 53 odsto u prve tri nedelje kampanje.

Svi zabeleženi pozitivni trendovi u izveštavanju o predstavnicima stranaka opozicije nastaju kao posledica uvođenja izbornog programa na televizije sa nacionalnom pokrivenošću. Podelom posmatranog vremena na redovne delove programa, koji se emituju i u periodima van izborne kampanje, i izborne delove programa, dolazi se do zaključka da predstavnici vladajućih stranaka imaju daleko više vremena u redovnim delovima programa, dok su predstavnici stranaka opozicije više zastupljeni u izbornim delovima programa. Predstavnici vladajućih stranaka u redovnim delovi programa zauzimaju 84 odsto vremena, a u izbornom 47 odsto, dok

predstavници stranaka opozicije zauzimaju 16 odsto u redovnom i 53 odsto u izbornim delovima (Grafikon 3).

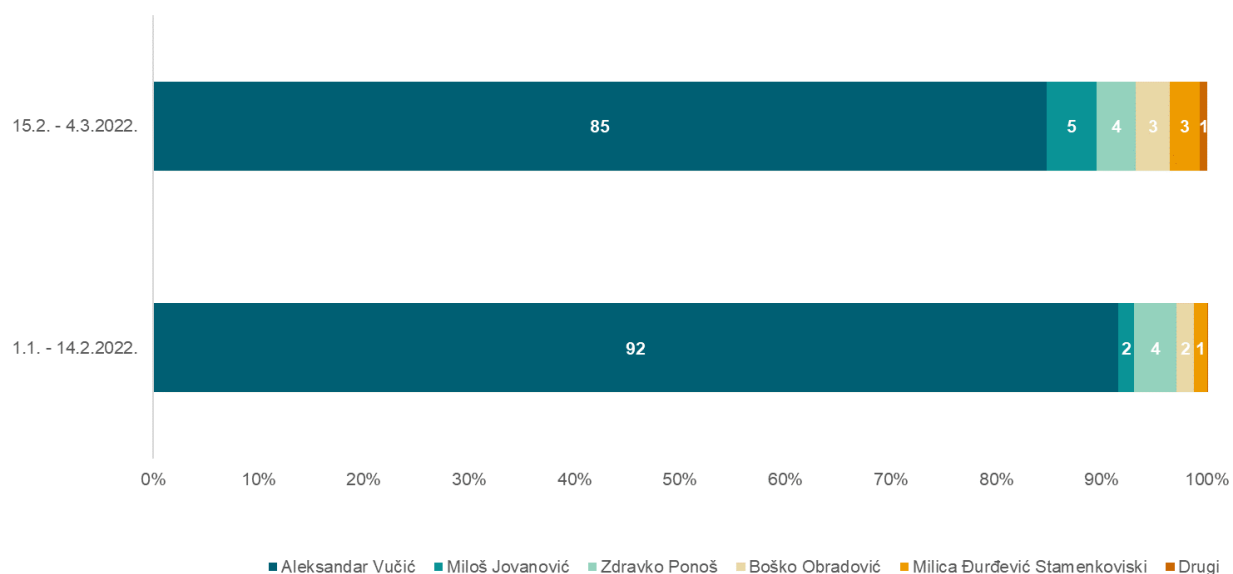


Grafikon 3: Zastupljenost izbornih aktera tokom kampanje u izbornim i redovnim delovima programa televizija sa nacionalnom pokrivenošću

Dodatnom analizom podataka dobijenih monitoringom medija, dolazi se do zaključka da televizije sa nacionalnom pokrivenošću favorizuju konzervativne, tradicionalističke opozicione partije od kojih neke zastupaju pojedine ekstremne stavove (NADA, Patriotski blok, Suverenisti, SRS i Zavetnici) u odnosu na opozicione partije koje zastupaju modernističke, liberalnije stavove (Ujedinjeni za Srbiju, Moramo i SDS). Podaci dobijeni prema ovoj podeli ukazuju da su sve stranke i koalicije najčešće predstavljene u neutralnom svetlu, ali da su one koje zastupaju modernističke i liberalnije stavove češće negativno predstavljene (u 38 odsto vremena) i gotovo nikada pozitivno (1 odsto), dok su, sa druge strane, stranke i koalicije koje favorizuju konzervativne i tradicionalističke stavove češće predstavljene pozitivno (11 odsto) nego negativno (5 odsto vremena). Konzervativni i tradicionalistički opozicioni akteri se takođe publici obraćaju češće u prvom licu (65 odsto) u poređenju sa ostalim opozicionim akterima (41 odsto).

IZVEŠTAVANJE O PREDSEDNIČKIM KANDIDATIMA

Aleksandar Vučić, u funkciji predsednika države i predsednika stranke, a od 8. marta i kao predsednički kandidat, je najzastupljeniji politički akter. Neposredno pre početka kampanje, njegova zastupljenost je iznosila 92 odsto, dok su svi ostali najavljeni kandidati imali zajedno 8 odsto od ukupnog vremena. U prve tri nedelje kampanje, vreme posvećeno Aleksandru Vučiću, u obe funkcije, se smanjilo sa 92 na 85 odsto, dok je svim ostalim predsedničkim kandidatima poraslo sa 8 na 15 odsto (Grafikon 4).



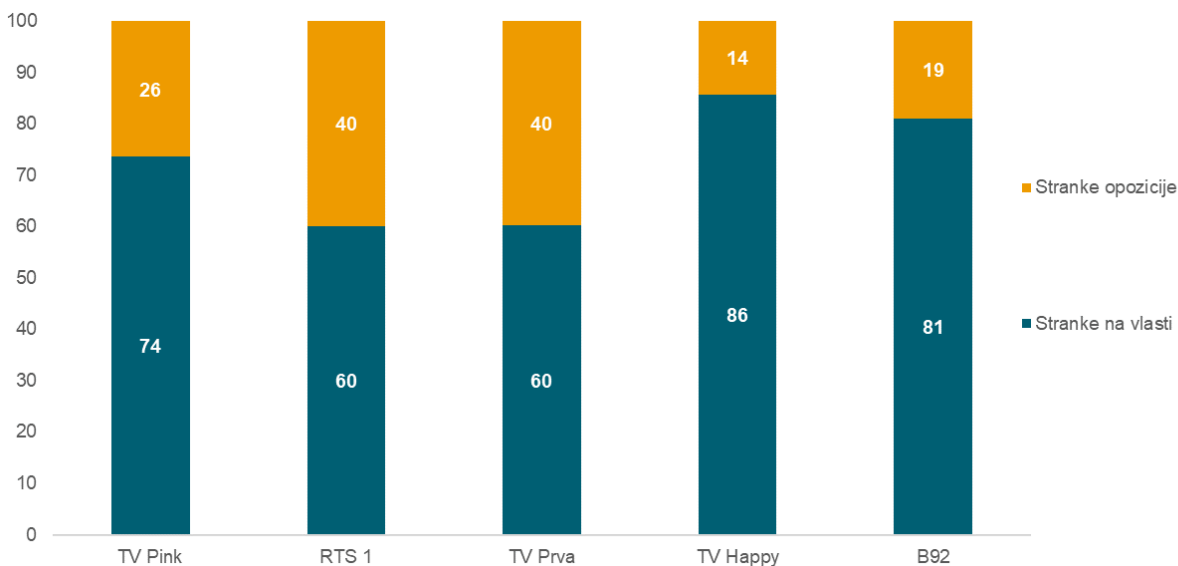
Grafikon 4: Zastupljenost predsedničkih kandidata na televizijama sa nacionalnom pokrivenošću

O Aleksandru Vučiću se najčešće izveštavalo u neutralnom (80 odsto), a zatim u pozitivnom tonu (20 odsto), dok izveštavanja u negativnom tonu gotovo da nije ni bilo. O drugom po zastupljenosti predsedničkom kandidatu, Milošu Jovanoviću, pored neutralnog tona (77 odsto), više se izveštavalo u pozitivnom (17 odsto) nego u negativnom tonu (6 odsto). Izuzetak od dominantno neutralnog izveštavanja zabeležen je jedino kod Zdravka Ponoša, trećeg po zastupljenosti pradsedničkog kandidata. O njemu se najčešće izveštavalo negativno (u 72 odsto vremena), zatim neutralno (26 odsto) i na kraju pozitivno (1 odsto). O Bošku Obradoviću se izveštavalo najčešće neutralno (77 odsto), zatim negativno (18 odsto) i na kraju pozitivno (5 odsto). Milica Stamenkovski Đurđević je bila predstavljena dominantno neutralno (88 odsto), zatim pozitivno (12 odsto) dok u prve tri nedelje kampanje nije bilo negativnog isveštavanja o njoj.

Četiri od pet kandidata za predsednika Srbije su, na televizijama sa nacionalnom pokrivenošću, češće dobijali priliku da se direktno u programu obrate publici: Aleksandar Vučić (76 odsto), Miloš Jovanović (81 odsto), Boško Obradović (68 odsto) i Milica Stamenkovski Đurđević (78 odsto), dok je jedan kandidat, Zdravko Ponoš, bio češće u ulozi objekta (88 odsto), odnosno o njemu su drugi govorili.

IZVEŠTAVANJE PO POJEDINAČNIM TELEVIZIJAMA

Način izveštavanja po pojedinačnim televizijama sa nacionalnom pokrivenošću, ukazuje da su javni servis, RTS 1 kao i komercijalna televizija Prva, opredelile približno jednako prostora za predstavnike vlasti i opozicionih stranaka (60 u odnosu na 40 odsto od ukupnog vremena) (Grafikon 5).



Grafikon 5: Zastupljenost predstavnika vladajućih stranaka i stranaka opozicije po televizijama sa nacionalnom pokrivenošću

Podaci ukazuju da je RTS 1 imao najviše neutralnog izveštavanja (94 odsto za predstavnike vlasti i 98 odsto za predstavnike stranaka opozicije), kao i da su svi predstavnici imali podjednaku mogućnost predstavljanja u ulozi subjekta (78 odsto predstavnici vlasti i 79 odsto predstavnici stranaka opozicije).

Televizija B92 i televizija Pink se najviše ističu u pristrasnom izveštavanju o izbornim akterima u prve tri nedelje kampanje. Na televiziji B92 je 81 odsto od ukupnog vremena bilo opredeljeno za predstavnike stranaka na vlasti dok je 19 odsto bilo opredeljeno za predstavnike stranaka opozicije. Na televiziji Pink je 74 odsto ukupnog vremena bilo opredeljeno za predstavnike vladajućih stranaka, a 26 odsto za predstavnike stranaka opozicije. Obe ove televizije su najveći deo vremena o svim izbornim akterima izveštavale neutralno. Ipak televizija Pink se ističe po tome što je u 39 odsto vremena izveštavala pozitivno o predstavnicima vlasti, a u 1 odsto negativno i, sa druge strane, u 41 odsto vremena negativno o predstavnicima stranaka opozicije i u 15 odsto pozitivno. Televizija B92 nije negativno izveštavala o predstavnicima vlasti, dok je pozitivno izveštavala u 13 odsto od ukupnog vremena, a o predstavnicima stranaka opozicije je izveštavala negativno u 53 odsto i pozitivno u 1 odsto vremena.

PRIJAVE POSMATRAČKE MISIJE CRTE REGULATORNOM TELU ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Od početka dugoročnog posmatranja, Crta je podnela ukupno 14 prijava Regulatornom telu za elektronske medije, u vezi sa kršenjem odredbi Zakona o elektronskim medijima i Zakona o oglašavanju. Samo tokom prve tri nedelje izborne kampanje, Posmatračka misija Crte podnela je sedam prijava REM-u, i to protiv sledećih medija:

Br.	Medij	TV kanal	Povreda medijskih zakona	Kratak opis
1	B92 d.o.o.	B 92	<p>Povreda obaveze obezbeđivanja registrovanim političkim strankama, koalicijama i kandidatima zastupljenosti bez diskriminacije u toku izborne kampanje (promotivno upućivanje na izbornu listu i davanje privilegovanog položaja nosiocu javne vlasti u informativnom programu, van izbornog bloka)</p> <p>Član 47. stav 1. tačka 5) Zakona o elektronskim medijima preciziran tačkom 5. Preporuke komercijalnim pružaocima medijske usluge o načinu ponašanja tokom izborne kampanje</p>	<p>17. februara 2022. godine, tokom informativne emisije „B92 Presek”, izvan programa koji se odnosi na izbornu kampanju, prikazan je prilog u kojem je Aleksandar Vučić predstavljen kao predsednik Republike Srbije, u okviru kojeg je referisano na Instagram nalog “Budućnost Srbije AV” i objavu koja sadrži slogan “Zajedno možemo sve!”.</p> <p>U završnici priloga prikazan je vizuelni identitet internet stranice Dela govore i prikazana je internet adresa tog sajta - delagovore.rs.</p>
2	PINK MEDIA GROUP d.o.o.	Vesti	<p>Povreda obaveze obezbeđivanja registrovanim političkim strankama, koalicijama i kandidatima zastupljenosti bez diskriminacije u toku izborne kampanje (promotivno upućivanje na izbornu listu u informativnom programu, van izbornog bloka)</p> <p>Član 47. stav 1. tačka 5) Zakona o elektronskim medijima preciziran tačkom 5. Preporuke komercijalnim pružaocima medijske usluge o načinu ponašanja tokom izborne kampanje</p>	<p>Izborni miting liste "Aleksandar Vučić - Zajedno možemo sve" prikazan je u celosti u toku informativnog programa, van izbornog bloka.</p>
3	ZONA PLUS d.o.o	Zona plus		
4	SOS KANAL PLUS d.o.o.	Sos kanal plus	<p>Prikazivanje izbornog programa od strane pružaoca medijske usluge koji u svom programskom elaboratu nije predvideo da će emitovati vesti i program aktuelnosti</p>	<p>Izborni miting liste "Aleksandar Vučić - Zajedno možemo sve" prikazan je u celosti u programu televizije koja ima dozvolu isključivo za prikazivanje sportskog programa.</p>

5	TV Most d.o.o.	TV Most	Prekoračenje dozvoljenog trajanja oglašavanja u okviru jednog punog sata;	<p>Uživo je prenošen izborni skup predlagača proglašene izborne liste "Aleksandar Vučić - Zajedno možemo sve" održan u Merošini. Tokom prenosa skupa, na kome su istaknuta obeležja Srpske napredne stranke, liste "Aleksandar Vučić - Zajedno možemo sve", uključujući i slogan "Dela govore", prikazani su govori kandidata sa izborne liste "Aleksandar Vučić - Zajedno možemo sve" i nosioca ove liste u kojima se birači nedvosmisleno pozivaju da na izborima raspisanim za 3. april 2022. godine glasaju za pomenutu izbornu listu.</p> <p>Program je prikazan pod oznakom "politički marketing".</p>
6	SAT-TV COMMUNICATIONS eksport-import d.o.o.	SAT TV	Povreda obaveze obezbeđivanja registrovanim političkim strankama, koalicijama i kandidatima zastupljenosti bez diskriminacije u toku izborne kampanje	
7	BELLE AMIE d.o.o.	Belle Amie	Član 35. Zakona o oglašavanju; Član 47. stav 1. tačka 5) Zakona o elektronskim medijima	

Do zaključenja ovog izveštaja REM nije odgovorio ni na jednu prijavu koju je podnela Posmatračka misija Crte, bilo pre ili tokom kampanje.