

IZBORI U SRBIJI 2012. godine

MONITORING MEDIJA

U zemljama sa dugom tradicijom demokratije i slobode štampe, razvijeni su korektivi obezbeđivanja slobode govora, štampe i informacija – njihovi građani nemaju problem da budu dobro informisani. U novim demokratijama, međutim, tradicija slobode i standardi manje su razvijeni. Zato je važno da, upravo, građani mladih demokratija zahtevaju profesionalizam medija i objektivnost, ali i da prate izveštavanje medija. Nezavisno društvo novinara Vojvodine (NDNV) je, u radu koji je pred vama, vodilo posebno važan monitoring – izveštavanje najčitanijih štampanih medija u Srbiji o političkim opcijama i izbornim kandidatima – neposredno pre izbora.

Ne postoji razvoj demokratije ukoliko građanima nije pružena neophodna informacija da donesu odluku o izboru svojih predstavnika.

Nezavisno društvo novinara Vojvodine, odlučilo se za ovo istraživanje, kako, da prepozna nivo dostignutog profesionalizma u medijima, tako, i u cilju osiguranja prava građana na slobodno, objektivno i istinito informisanje i zaštite novinara.

PRAVNI OKVIR RADA MEDIJA U TOKU PREDIZBORNE KAMPANJE U SRBIJI

Predstavljanje kandidata u medijima, u Srbiji, regulisano je *Zakonom o izboru narodnih poslanika*, ali i drugim zakonima i uredbama. Posebno, predstavljanje kandidata u elektronskim medijima, po donošenju *Zakona o radiodifuziji* u nadležnosti je *Saveta Republičke radiodifuzne agencije*.

Zakon o izboru narodnih poslanika i *Uputstvo Saveta Republičke radiodifuzne agencije* naglašavaju obavezu medija da obezbede ravnopravnost u obaveštavanju o svim podnosiocima izbornih lista i kandidatima.

Zakon o javnom informisanju uređuje pravo na javno informisanje kao pravo na slobodu izražavanja mišljenja, kao i prava i obaveze učesnika u procesu javnog informisanja.

Kao osnovna načela *Zakon o javnom informisanju* navodi da je javno informisanje slobodno i u interesu javnosti, i da ono ne podleže cenzuri.

Zakon o javnom informisanju (Član 2.) izričito zabranjuje ograničavanje slobode javnog informisanja bilo na neposredan ili posredan način a naročito zloupotrebom državnih ili privatnih ovlašćenja, zloupotrebom prava, uticaja ili kontrole nad sredstvima za štampanje i distribuciju javnih glasila ili nad uređajima za emitovanje i radiofrekvencijama kao ni bilo kojim drugim načinom podesnim da ograniči slobodan protok ideja, informacija i mišljenja. Zabranjuje vršenje bilo kakvog fizičkog ili drugog pritiska na javno glasilo i njegovo osoblje.

Zakon o javnom informisanju, propisuje prava i obaveze novinara i odgovornih urednika o proveru porekla, istinitosti i potpunosti informacija i njihovoj dužnosti da informacije, ideje i mišljenja prenesu i objave verodostojno i potpuno.

Upustvom Saveta Republičke radiodifuzne agencije posebno su definisana prava i obaveze organizacija koje imaju status javnog radiodifuznog servisa - Radio televizija Srbija i Radio televizija Vojvodine, ali i radio-televizijske stanice lokalnih samouprava. Ove organizacije su dužne da obezbede besplatno i ravnomerno emitovanje promocije političkih stranaka, koalicija i kandidata čije su izborne liste prihvaćene od strane Republičke izborne komisije.

Komercijalne radio-televizijske stanice slobodno i samostalno odlučuju da li će i koliko vremena u svojoj programskoj šemi ostaviti za praćenje predizbornih aktivnosti. One su obavezne da svim zainteresovanim akterima omoguće predstavljanje bez ikakve diskriminacije – u pogledu cene, termina, tehničkih uslova i sl. Komercijalne radio i televizijske stanice obavezne su da predizbornu kampanju prate bez pristrasnosti [1].

Odluka predsednika Republike Srbije o raspisivanju izbora za narodne poslanike 6. maja 2012. godine, doneta je 13. marta 2012. godine, dok je odluka o raspisivanju izbora za predsednika Republike doneta 5. aprila 2012. godine.

METODOLOGIJA

Metodologija je razvijena u skladu sa preporukama *Dokumenta OEBS-a iz Kopenhagena* koji se poziva na pravo "svakog na slobodu govora uključujući i slobodu komunikacije", ali i zahteva da (u stavu 7 Dokumenta) političke partije i kandidati moraju imati neskriven pristup medijima na nediskriminatornoj osnovi.

Istraživanje je rađeno u dva vremenska perioda, u prvom, na početku zvaničnog otpočinjanja izborne kampanje, svakog drugog dana tokom marta 2012. godine; i, u drugom, na kraju izborne kampanje, poslednje predizborne nedelje, svakog dana, od 26. aprila do 6. maja i obuhvatilo je pet štampanih medija i njihovih izdanja koja se čitaju na teritoriji Autonomne Pokrajine Vojvodine (*Danas, Blic, Politika, Press, Dnevnik*). Tekstovi koji su analizirani isključivo su se odnosili na predsedničke, republičke, pokrajinske i lokalne izbore, tj. u njima je eksplicitno govoreno o izborima ili su se nalazili na specijalnim izbornim stranicama analiziranih štampanih medija. Sva druga pojavljivanja članova Vlade i drugih političara u tekstovima koji su informisali o njihovim „redovnim poslovima“ ovim radom nisu obuhvaćena.

Cilj istraživanja postavljen je prema preporukama OEBS-a da se analizira i utvrdi autonomnost medijskog sistema od političkog, ali i nivo raznolikosti unutar tog sistema. Posebno, vodeći računa obezbeđivanja tri, u nastavku detaljnija objašnjena, osnovna prava:

- Pravo glasača na objektivno, istinito i slobodno informisanje;
- Pravo kandidata da budu predstavljeni; i,
- Medijska sloboda

Pravo glasača na objektivno, istinito i slobodno informisanje:

- Da li glasači imaju pristup dovoljno dobrim i aktuelnim informacijama da mogu da informisani donesu izbornu odluku.
- Da li glasači imaju mogućnost da konsultuju različite izvore informacija koji zauzimaju različita gledišta.
- Da li je glasačima obezbeđeno dovoljno informacija o izbornom toku i administraciji, kao i izornoj proceduri?
- Da li se javni/državni mediji pridržavaju obaveze da informišu javnost o relevantnim pitanjima izbornog procesa?
- Da li javni/državni mediji su slobodni u učešću i objektivnoj ulozi u pokrivanju svih političkih partija i kandidata, ili imaju selektivan pristup u obezbeđivanju informacija o događajima gde teme nisu birane zbog svoje informativne vrednosti već da se da više prostora protežiranoj partiji, tj. pozitivno svetlo na takve, i negativno na njihove oponente.
- Da li postoji poseban tretman, bilo pozitivan ili negativan, pojedinom kandidatu ili političkoj partiji?
- Tamo gde je to zakonski uređeno, da li se poštuje izborna tišina i odnos prema istraživanjima javnog mnjenja?
- Da li su primećene predrasude u izveštavanju vezane za etničko, religiozno ili pitanje roda?

Pravo kandidata da budu predstavljeni:

- Da li je učesnici na izborima i političkim partijama data, u medijima, jednaka mogućnost prezentacije svojih kandidatura i platformi?
- Da li je učesnicima na izborima i političkim partijama dat jednak pristup, na nediskriminatornoj osnovi, javnim/državnim medijima?
- Da li javni/državni mediji imaju fer pristup svim učesnicima izbora i političkim partijama?
- Da li je učesnicima izbora i političkim partijama data isto vreme, cena i dr. za plaćeno oglašavanje?
- Da li jednaka zastupljenost svih u različitim vrstama TV programa (u dnevniku, debatama, plaćenim političkom marketingu, itd.), ili nije, i ako nije u čiju korist?

Medijska sloboda

- Da li su se mediji suočavali, ili suočavaju sa bilo kakvom vrstom cenzure ili opstrukcije od strane vlasti?
- Da li su novinari bili primoravani na prilagođavanje svojih komentara ili kritike nečemu što bi moglo biti prihvatljivo vlastima? Ili su uvučeni u samocenzuru?
- Da li je neki medij ili novinar kažnjavao ili onesposobljavao u bilo kakvom vidu emitovanja programa ili objavljivanja novinskog priloga prevashodno u kritici vlasti, njene politike ili vladajuće garniture?
- Da li mediji se suočavaju sa bilo kakvom vrstom mešanja u uređivačku politiku od strane političkih partija ili vlasti?
- Da li novinari zauzimaju izvesne stavove zbog novca ili drugih ličnih koristi?

Kvantitivnu i kvalitativnu analizu tekstova radili su novinari-istraživači: Duško

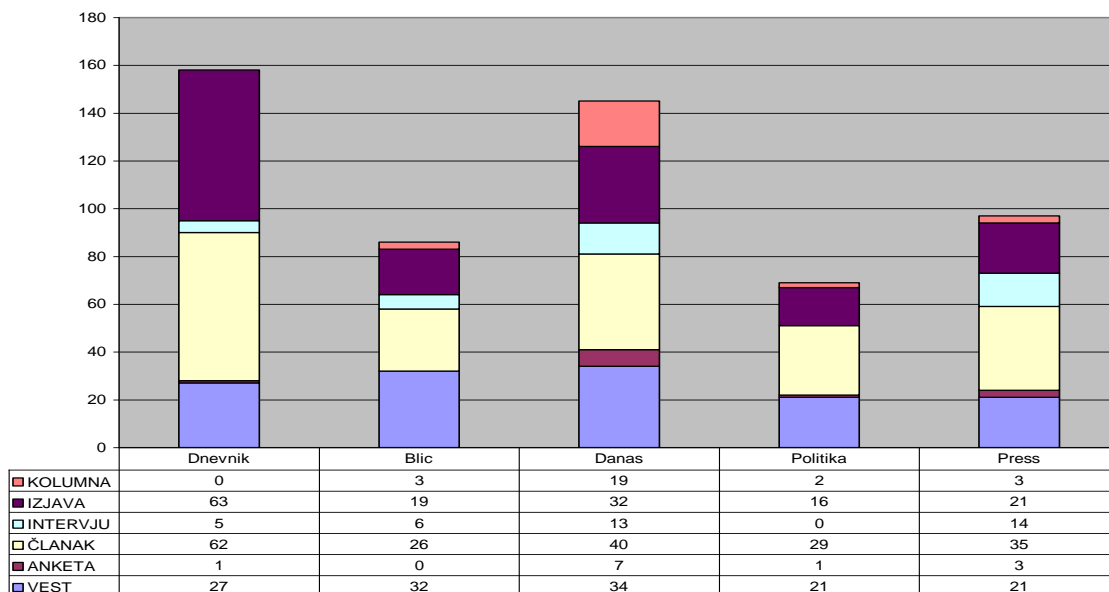
Medić dipl. ing. (od 1 do 15. marta i od 26. aprila do 6. maja), Milena Dragović, diplomirana novinarka (od 15. do 31. marta i od 26. aprila do 6. maja) i Dunja Popov, apsolventkinja žurnalistike Novosadskog univerziteta (od 26. aprila do 6. maja).

Praćenje ostvarivanja medijskih sloboda pratio je i analizirao Nedin Sejdinović, izvršnog odbora NDNV-a.

REZULTATI ANALIZE – POČETAK IZBORA (MART 2012.)

Od ukupno 621 analiziranih tekstova 184 je objavljeno u novosadskom *Dnevniku*, 162 u *Danasu*, 106 u *Pressu*, 93 u *Blicu* i 76 u *Politici*.

Najveći broj objavljenih tekstova bio je u ili u formi **vesti** o predizbornim aktivnostima kandidata ili u formi njihovih **kratkih izjava (ukupno 51%)**, zatim, u formi **članka (35%)**, **intervjua (7%)**, **kolumne (5%)**, dok su **ankete** o izbornim rezultatima bile predstavljene u **2%** novinskih priloga. Od ukupnog broja objavljenih tekstova u **Blicu je 44%** onih gde je poznat autor teksta, u **Danasu 68%**, **Dnevniku 41%**, **Politici 76%** i **Pressu 76%**.



Već analiza žanrova novinskih priloga u svim medijima sugerše nam i glavne teme koje su pokretane kada se govorilo o izborima. Pasivni žanrovi poput izjava i vesti zastupljeni su i do 50 odsto svih novinskih žanrova, tj. velik je broj novinskih priloga koji su zasnovani na isključivo ne kritičkom informisanju javnosti o predizbornim aktivnostima partija što je uslovio i najučestalije teme o kojima je govoreno, ali i medijskom prostoru pojedinačnih političkih opcija, što ćemo kasnije videti. Medijska inicijativa koja se prepoznaje kao važna za obaveštavanje javnosti o pojedinim stavovima kandidata o važnim pitanjima za glasače prepoznata je jedino u slučaju ispitivanja medija o departizaciji vlasti, tj. prilikom zauzimanja statova izbornih kandidata i opcija po pitanju usvajanju predloženog Zakona o javnim preduzećima.

Tako je u prvih devet najučestalijih tema novinskih priloga – u analiziranim štampanim medijima – prepoznato **izveštavanje o predizbornim aktivnostima političkih stranaka i izveštavanje o koalicijama partija i njihovom uspostavljanju**. Ali se veći deo tekstova odnosio se i na **republičke izbore, predsedničke i izbore na Kosovu** dok je neznatan deo ostavljan na **pokrajinske i izborne liste partija** koje su objavljivane uglavnom taksativno, bez mogućnosti glasača da budu ozbiljnije upoznati sa biografijama kandidata i njihovim namerama. Od vitalnih tema je, ali u znatnije manjem obimu izveštavano je o **stavovima političkih takmaca o evropskim integracijama i Zakonu o javnim preduzećima**.

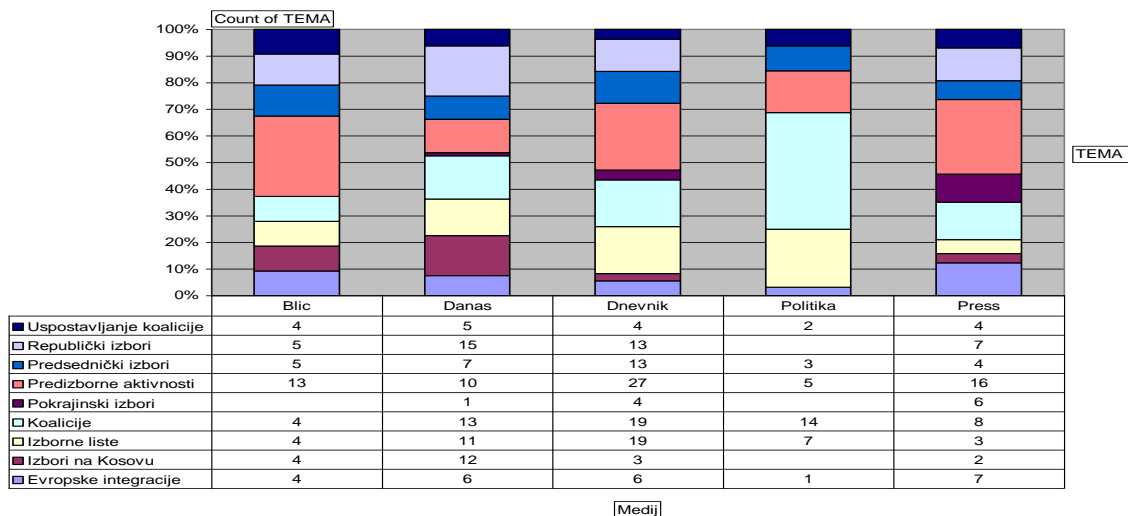
U prvih pet tema u **Danasu** sagledavamo tekstove o republičkim izborima (21%), koalicijama (8%), izborima na Kosovu (7,4%), izbornim listama (6,8%) i predizbornim aktivnostima stranaka (6,2%). Ukupno prvih pet tema prepoznato je u 49,4% svih tekstova objavljenih u Danasu.

U prvih pet tema u **Dnevniku** prepoznajemo tekstove o predizbornim aktivnostima (14,7%), koalicijama (10,3%), izbornim listama (10,3%), republičkim (7%), predsedničkim izborima (7%) i evropskim integracijama (3,2%). Ukupno 52,5% od ukupnog broja tekstova objavljenih u Dnevniku.

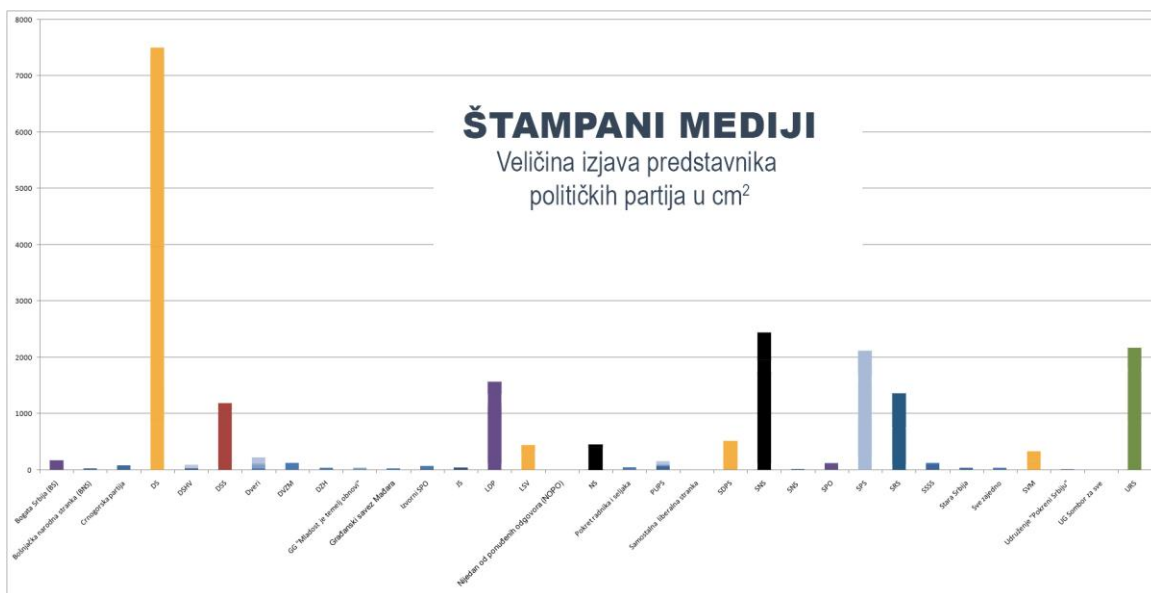
U prvih pet najučestalijih tekstova u **Pressu** govoreno je o predizbornim aktivnostima (15,1%), koalicijama (7,5%), republičkim izborima (6,6%), evropskim integracijama (6,6%) i pokrajinskim izborima (5,7%). Ukupno 41,5% od svih objavljenih tekstova.

U prvih pet najučestalijih tema u **Politici**, reč je o koalicijama (18,4%), izbornim listama (9,2%), predizbornim aktivnostima stranaka (6,6%), o preporukama Republičke radiodifuzne agencije (5,2%) i o predizbornim kampanjama stranaka (5,2%). Ukupno 44,6% od ukupnog broja objavljenih tekstova.

Dok su u **Blicu**, po redosledu, najzastupljenije sledeće teme: predizborne aktivnosti (14%), predsednički izbori (5,4%), republički izbori (5,4%), Zakon o javnim preduzećima (5,4%) i uspostavljanje koalicija (4,3%). Ukupno 34,5% objavljenih tekstova u Blicu.



U cilju analize uravnoteženosti medijskog prostora datog političkim kandidatima i njihovim jednakim mogućnostima prezentacije sopstvenih kandidatura i platformi analiziran je medijski prostor u novinskim priložima, tj. njihova veličina u cm², kao i vrednosna konotacija tih izjava. Važno je da su glavnim političkim partijama i njihovim kandidatima date praktično iste mogućnosti prisutnosti u štampanim medijima, ali i da su manje političke partije i njihovi kandidati korektno tretirani i da im je dodeljen medijski prostor u skladu sa njihovom veličinom i podrškom koju imaju.



Žutom bojom predstavljene su, redom, veličine izjava u cm² kandidata političkih opcija okupljenih oko **Demokratske stranke** (38% od ukupnog prostora dodeljenom prvim jedanaest političkih opcija, posvećeno je Demokratskoj stranci); **Liga socijaldemokrata Vojvodine** (2%); **Socijaldemokratska partija Srbije** (2%) i **Savez vovođanskih Mađara** (2%).

Crvenom bojom predstavljena je **Demokratska stranka Srbije** (6%); **Ijubičastom**, **Liberalna demokratska partija** (8%); **crnom**, **Nova Srbija** (2%) i **Srpska napredna stranka** (13%); **svetlo plavom**, **Socijalistička partija Srbije** (10%); **tamno plavom**, **Srpska radikalna stranka** (6%), a **zelenom**; **Ujedinjeni regioni Srbije** (11%).

Kada pogledamo procenu izbornih rezultata agencije **Partner konsalting** koji je predstavljena 11. aprila 2012. godine, vidimo da bi na parlamentarnim izborima za koaliciju oko **SNS glasalo 29,7%**; koaliciju oko **DS 25,1%**; koaliciju oko **SPS 13,2%**; **Preokret 7,3%**; **SRS 6,9%**; **URS 6,7%** i **DSS 5,2%**.

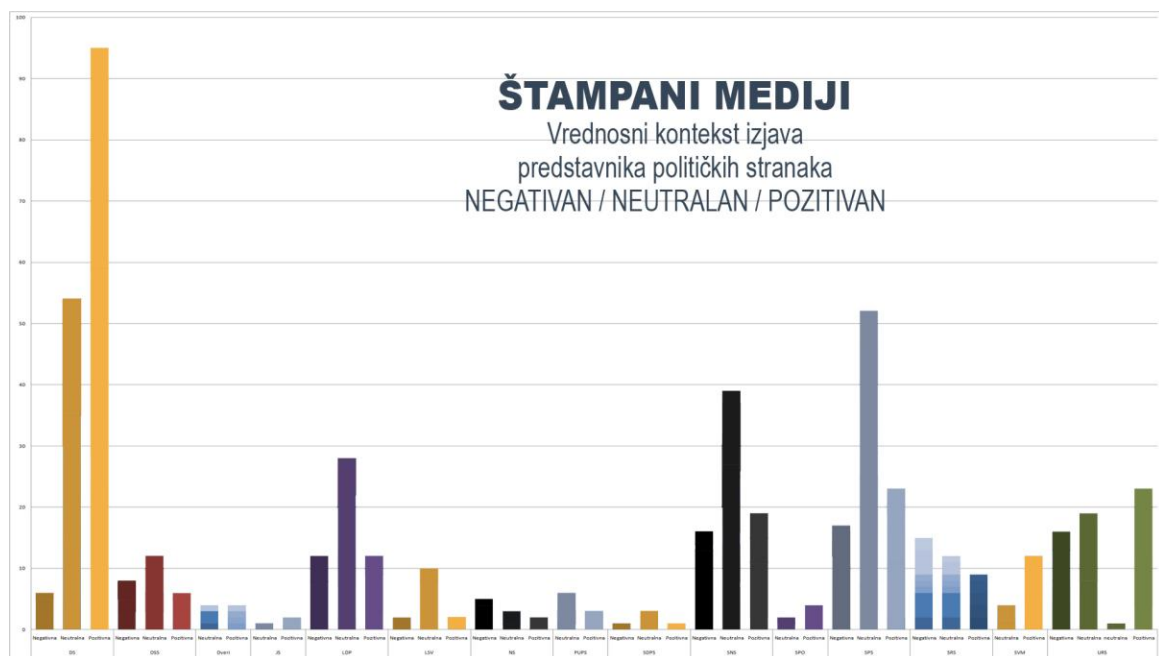
Ukoliko sada tu procenu *Partnera konsaltinga* uporedimo sa prostorom u medijima datim pojedinim političkim opcijama, primećujemo značajno odstupanje u korist **Demokratske stranke** i **Ujedinjenih regiona Srbije**, a na štetu **Srpske napredne stranke** i **Socijalističke partije Srbije**.

Ukoliko sagledamo sve barem jedanput citirane kandidate, primećujemo – u slučaju parlamentarnih izbora – izostanak nosilaca lista **Reformističke stranke** i

Stranke demokratske akcije Sandžaka, ali i velikog drugog broja malih partija koje su u koalicijama ili sa **Srpskom naprednom strankom** ili sa **Liberalno demokratskom partijom**: Narodna seljačka stranka, Demokratska partija Makedonaca, Romska partija, Pokret vlašskog ujedinjenja, Pokret privredni preporod Srbije, Pokret snaga Srbije, Pokret socijalista, Koalicija udruženih izbjeglica u Republici Srbiji, Socijaldemokratska unija, Vojvođanska partija, Demokratska partija Sandžaka, Zelena ekološka partija i Partija Bugara Srbije.

Od ukupnog broja kandidata lokalnih izbora, svega jedanest lokalnih kandidata je spomenuto u štampanim medijima tokom marta 2012. godine.

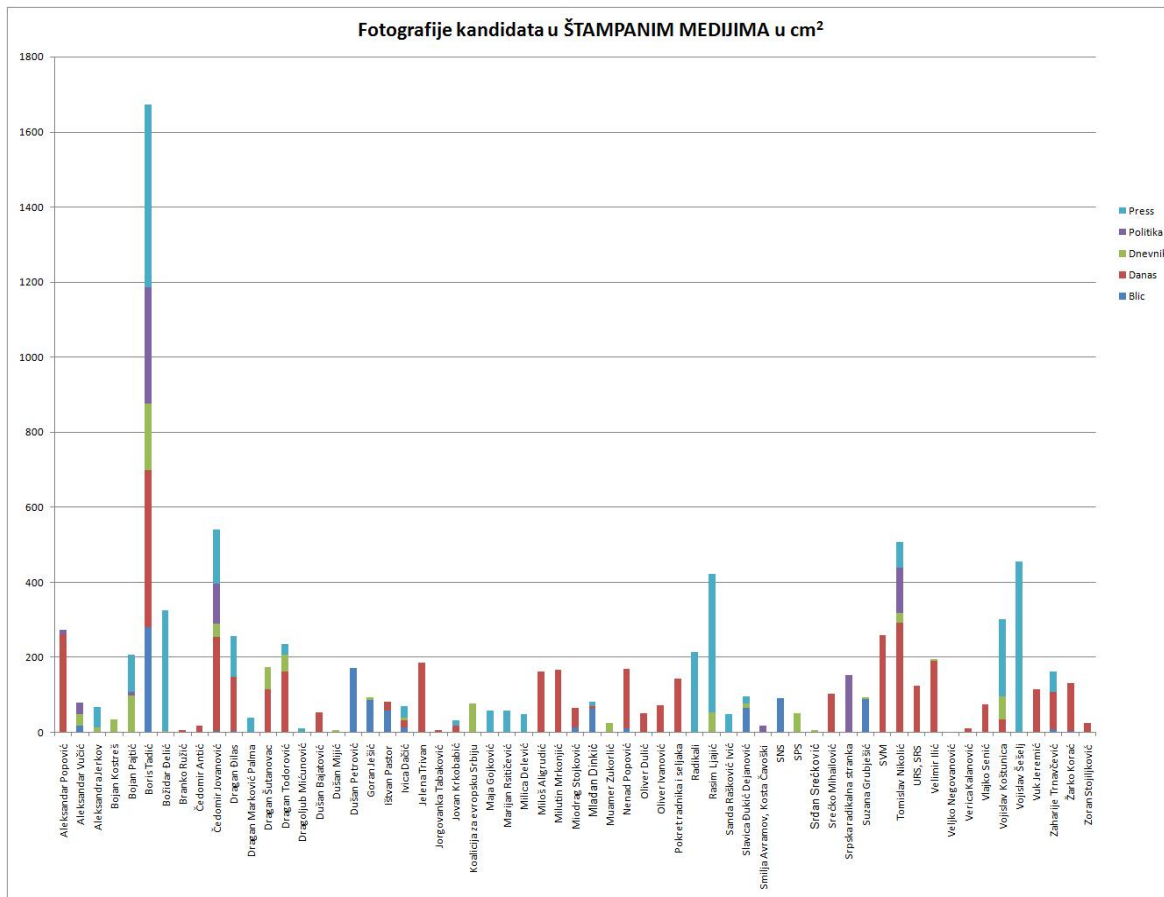
Pogledajmo sada **vrednosni kontekst** u koji su stavljane izjave političkih predstavnika. **Pozitivnim** je ocenjivana mogućnost politički predstavnika da iskazuju svoja predizborna obećanja i planove, **neutralnim** njihova reakcija na aktuelna pitanja i teme, a **negativnim** njihova negativna reakcija na postavljena im pitanja i teme.



I ovde uočavamo favorizaciju **Demokratske stranke** i **Ujedinjenih regiona Srbije** čiji je pozitivan kontekst veći od neutralnog i negativnog, dok su kod ostalih političkih opcija ovi odnosi približno jednaki, sa napomenom da su negativni konteksti **Nove Srbije** i **Srpske radikalne stranke** veći od druga dva, tj. njihovih neutralnih i pozitivnih konteksta.

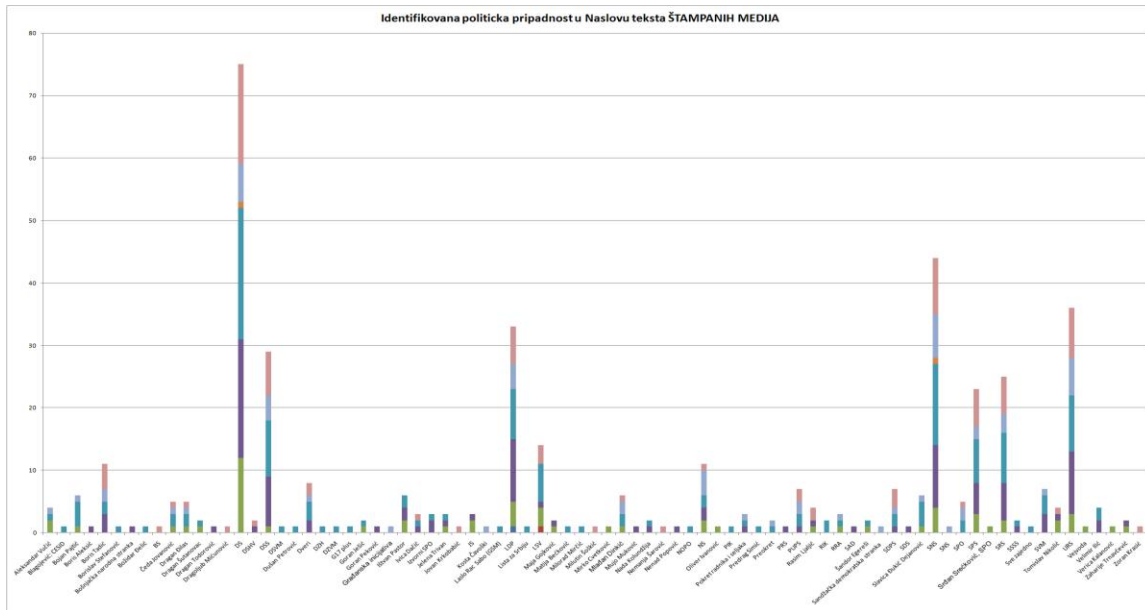
Kada gledamo pojedinačne štampane medije, od svih analiziranih štampanih medija, najuravnoteženije predstavljanje kandidata uočavamo kod **Danasa**, ali i pretežno negativnu vrednosnu konotaciju **Srpske napredne stranke**. Kod **Blica** primećuje se favorizacija **Demokratske stranke** i **Ujedinjenih regiona Srbije**, dok kod **Dnevnika** i **Press-a** **Demokratske stranke**. Zanimljivo je da su u **Politici** pored **Demokratske stranke** i **SPS-a** favorizovano predstavljanje dobile i **Dveri**. Grafikone pojedinačnih medija možete pogledati u aneksu ovog izveštaja.

S obzirom na prirodu štampanih medija tj. važnosti fotografije i naslova tekstova u ovim medijima, analizirali smo i **veličinu fotografija političkih kandidata u cm²**, kao i **učestalost pojavljivanja političkih kandidata ili političkih stranaka u naslovima teksta**. Kao i kod prostora i vrednosnih konotacija i ovde se prepoznaje i potvrđuje favorizacija **Demokratske stranke** kroz favorizaciju **Borisa Tadića** koji značajno veći prostor u fotografijama je dobio od drugo plasiranog **Tomislava Nikolića**, i redom tri sledeća plasirana: **Čedomira Jovanovića**, **Vojislava Šešelja** i **Rasima Ljaljića**.



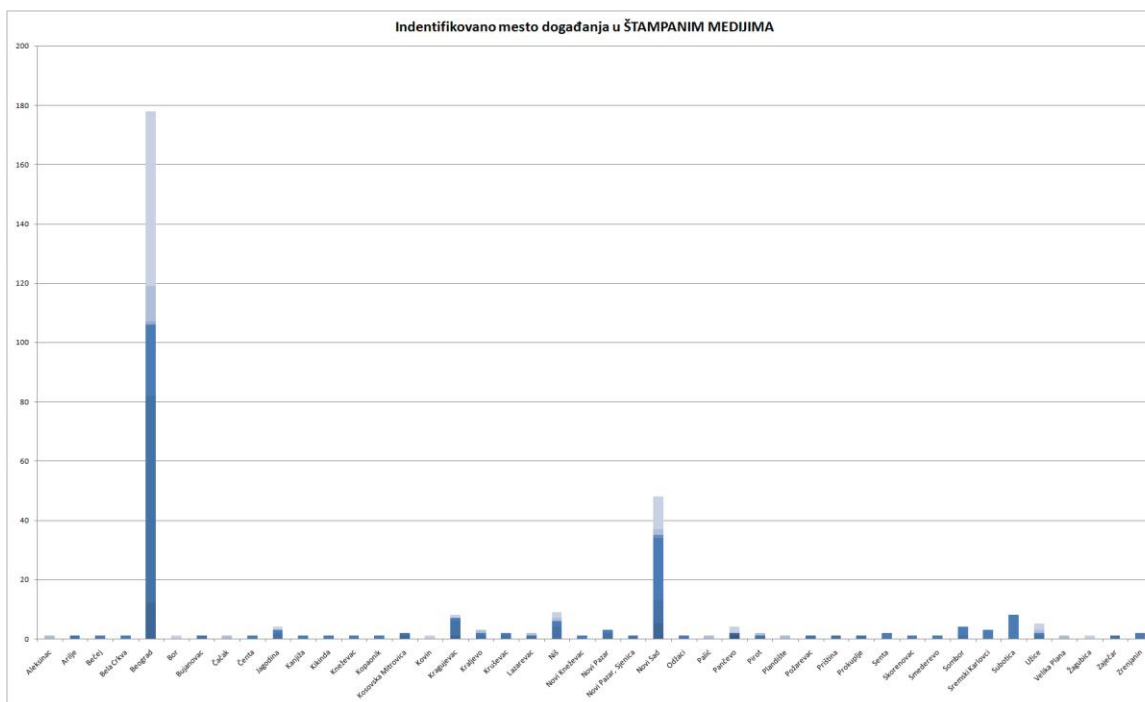
U slučaju **identifikacije političkih kandidata i stranaka u naslovima tekstova** i ovde je situacija uravnoteženija (u pogledu odnosa Demokratske stranke i ostalih političkih opcija), ali i ne favorizacijom **DSS-a** i **Dveri** koji su u odnosu na izborna predviđanja dobile značajno više prostora od onog koji im pripada. **DSS** je više puta identifikovana u naslovu od **Srpske radikalne stranke** i **Socijalističke partije Srbije**, a **Dveri** od **PUPS-a**, **SDPS-a** i **SVM-a**.

Ovde, od **prvih sedamnaest najučestalijih** redom prepoznajemo: Demokratsku stranku, Srpsku naprednu stranku, Ujedinjene regione Srbije, Liberalno demokratsku partiju, Demokratsku stranku Srbije, Srpsku radikalnu stranku, Socijalističku partiju Srbije, Ligu socijaldemokrata Vojvodine, Borisa Tadića, Novu Srbiju, Dveri, Partiju ujedinjenih penzionera Srbije, Socijaldemokratsku partiju Srbije, Savez vojvođanskih Mađara, Bojan Pajić, Ištvan Pastor, Srpski pokret obnove.



Grafikone pojedinačnih medija (identifikovane fotografije i kandidati u naslovima) možete pogledati u aneksu ovog izveštaja.

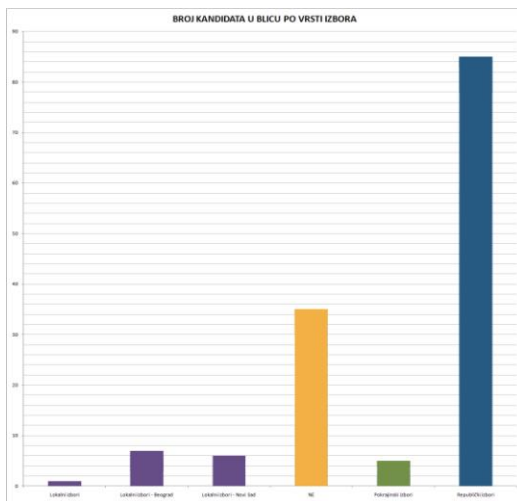
Analizirajući ostvareno pravo glasača na objektivno, istinito i slobodno informisanje u štampanim medijima – na pristup aktuelnim informacijama koji im pomažu da donesu izbornu odluku – analizirali smo i **geografsku zastupljenost novinskih priloga i pokrivenost lokalnih i pokrajinskih kandidata**. U vreme istraživanja predsednički izbori još nisu bili raspisani, pa oni nisu ni uzimani u obzir.



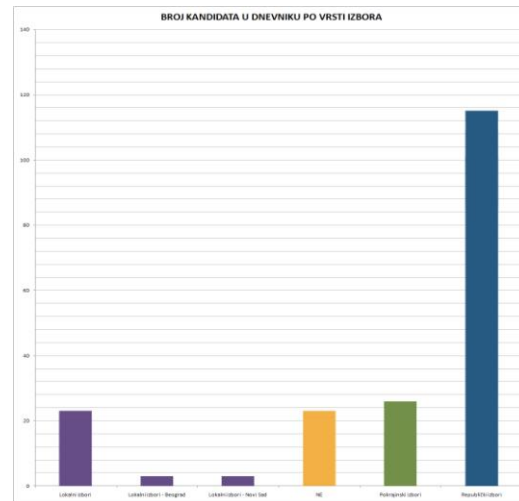
Identifikovano mesto događanja u najvećem broju novinskih tekstova je Beograd, zatim Novi Sad, Kragujevac, Niš, Subotica, Užice, Jagodina, Sombor, Sremski Karlovci, Pančevo, Novi Pazar, Zrenjanin.

U cilju sagledavanja pokrivanja pojedinačnih izbora (republički, pokrajinski, lokalni) pogledajmo mogućnost glasača da budu obavešteni o političkim kandidaturama podjednako o svim vrstama izbora. **Plavom bojom** obeleženo je predstavljanje kandidata **republičkih izbora**; **zelenom** kandidata **pokrajinskih izbora**; **žutom** su obeleženi **analitičari i drugi (predstavnici nevladinih organizacija,...)**; dok su **ljubačastom bojom** obeleženi **lokalni izbori** i to odvojeno kandidati **lokalnih izbora u svim gradovima u Srbiji**; zatim, kandidati **lokalnih izbora u Beogradu i Novom Sadu**.

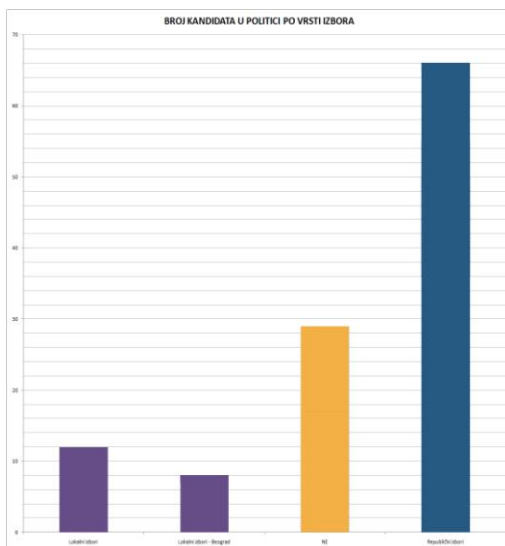
BLIC



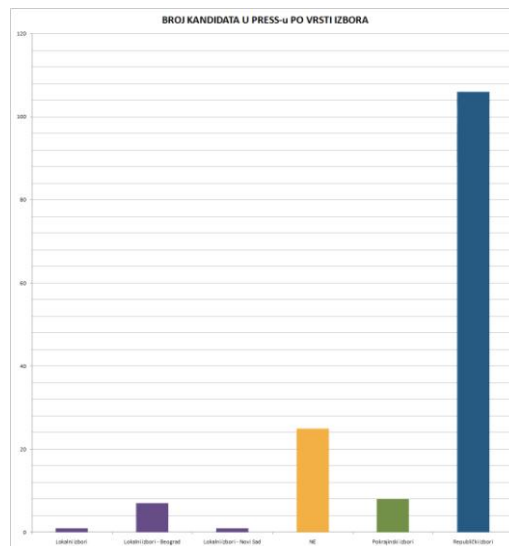
DNEVNIK



POLITIKA



PRESS



ZAKLJUČAK – MART 2012

Najčitaniji štampani mediji u Srbiji daleko su od profesionalizma i balansiranog praćenja svih političkih kandidata i opcija.

Prvih mesec dana izborne kampanje, najveći broj tekstova obuhvaćenih istraživanjemⁱ bili su tekstovi koji su se odnosili na **republičke, predsedničke i izbore na Kosovu**; tek neznatan deo **Politike, Blica, Danasa, Dnevnika i Pressa (i njihovih izdanja za Vojvodinu)** informisao je građane o **pokrajinskim i lokalnim izborima**.

Najveći broj tekstova objavljivani su u pasivnim žanrovima **izjavama i vestima**, o nerelevantnim temama po izbor glasača i uz favorizaciju **Demokratske stranke, Dveri, Socijalističke partije Srbije i Ujedinjenih regiona Srbije**, a na štetu **Srpske napredne stranke** i velikog broja manjih partija i kandidata republičkih, pokrajinskih i lokalnih izbora.

Demokratska stranka, računajući u kvadratnim centimetrima dobila je 38% od ukupnog prostora dodeljenom prvim jedanaest političkih opcija, **Srpska napredna stranka** (13%), **Ujedinjeni regioni Srbije** (11%), **Socijalistička partija Srbije** (10%), **Liberalna demokratska partija** (8%), **Demokratska stranka Srbije** i **Srpska napredna stranka** (6%), a **Liga socijaldemokrata Vojvodine, Socijaldemokratska partija Srbije, Savez vojvođanskih Mađara i Nova Srbija** (2%).

Najučestalije tema novinskih priloga bile su: **izveštavanje o predizbornim aktivnostima političkih stranaka i izbornih kandidata, izveštavanje o koalicijama partija i njihovom uspostavljanju**. Od vitalnih tema za društvo, ali u znatnije manjem obimu izveštavano je o **stavovima kandidata o evropskim integracijama i Zakonu o javnim preduzećima**.

Situacija sa objavljivanjem fotografija i imena političkih opcija u naslovima novinskih tekstova analogna je onoj obezbeđenoj izjavama političkih predstavnika i u korist je favorizacije Demokratske stranke.

Duško Medić, Nezavisno društvo novinara Vojvodine

ⁱ Istraživanje je obuhvatalo tekstove u kojima se eksplicitno govori o izborima ili tekstove koji su bili objavljivani na specijalizovanim izbornim stranama. Obuhvatilo je pet štampanih medija i njihova izdanja koja se čitaju na teritoriji Autonomne Pokrajine Vojvodine (Danas, Blic, Politika, Press, Dnevnik).