**METODOLOŠKI KOMENTARI NA**

 **IZVEŠTAJ REGULATORNOG TELA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**

**O**

**IZVEŠTAVANJU**

**MONITORISANIH PRUŽALACA MEDIJSKIH USLUGA**

**TOKOM IZBORNE KAMPANJE**

**ZA PERIOD 15.2. do 31.3. 2022.**

Biro za društvena istraživanja je sproveo metodološku analizu izveštaja REM-a o izveštavanju pružalaca medijskih usluga tokom izborne kampanje 2022. godine i zaključio:

1- Regulatorno za elektronske medije (REM) je u svom izveštaju citirajući članove Zakona o elektronskim medijima 22 i 25 priznalo da ima, odnosno da je imalo, zakonsku obavezu da sprovodi monitoring pružalaca medijskih usluga. Ranije date izjave članova Saveta REM-a o nejasnoći o postojanju zakonske obaveze pre svega 2016 i 2020. godine nisu bila u saglasiju sa zakonskim obavezama REM-a.

 2- Iz priloženog REM opisa metodologije nije jasno na osnovu kojeg normativnog akta (zakona ili pravilnika) je formiran uzorak pružalaca medijskih usluga, koji su bili predmet monitoringa, ali i zašto je uzorak umanjen u odnosu na 2012. godinu kada su monitorisane regionalne i lokalne TV i radio stanice[[1]](#footnote-2). Isti uzorak uz metodološki opravdane korekcije bi omogućio uvid u promene koje su se desile tokom perioda od kada REM vrši monitorng izveštavanja pružalaca medijski usluga.

REM se u svojem izveštaju poziva na OSCE vodič za monitoring medija[[2]](#footnote-3) u kojem se pri formiranju uzorka mora imati u vidu[[3]](#footnote-4):

 · Broj i raznovrsnost medijskih kuća koje rade u zemlji;

· Vlasništvo nad medijima (javni/državni ili privatni);

· Geografska pokrivenost (mediji na nacionalnom ili lokalnom nivou);

· Ocene medija od strane publike/čitalaca;

· Sati emitovanja ili učestalost objavljivanja medija;

· Vrsta medija, ciljna publika i njihov procenjeni uticaj na javnost i političku elitu; i

· Broj medija posebno namenjenih etničkim/jezičkim manjinama koje žive u zemlji.

Da je se REM pridržavao napred navedenih principa, a na koje se poziva u svom izveštaju, uzorak pružalaca medijskih usluga koje je monitorisao trebao je da uključi kanale na oba kablovska operatera koji imaju naglašene informativne programe. Tako su pored N1 i Nove (SBB), odnosnoi Insajdera (SBB i MTS), predmet monitoringa morali da budu i neki od kanala koji se emituju samo na MTS-u (Tanjuga, Euronewsa, K1, TV Kurir), koji je u državnom vlasništvu.

U prilog našoj sugestiji ide činjenica je posmatračka misija ODIHR-a poštujući navedene principe za svoj monitoring formirala uzorak pružalaca medijskih usluga koji su činili javni servisi RTS1 i RTV1, zatim privatni TV kanali sa nacionalnom pokrivenošću TV B92, Hepi TV, RTV Pink i TV Prva, ali i kablovski kanali sa oba kablovska operatera Euronews Srbija, Insajder TV, TV N1, TV Nova S, Kurir TV i TV Vesti[[4]](#footnote-5).

3- Metodologijom koju je REM razvio za potrebe monitoringa umesto da analitička jedinica monitoringa bude akter, odnosno učesnik izbornog procesa, kako je to definisano u OSCE vodiču za monitorng medija[[5]](#footnote-6) na koji se REM poziva, u izveštaju je analitička jedinica monitoringa medijski prilog. Ovo znači da su teme priloga one teme koje akter navodi u svom aktivnom, tj. neposrednom predstavljaju, a ne samo medij, odnosno novinar. Jedan prilog može imati više tema, odnosno čak i jedan akter može u okviru jednog priloga da se bavi sa više tema.

4- Suprotno metodologiji OSCE-a, na koju se REM poziva, u izveštaju ima podataka o vremenu i tonalitetu za svakog posmatranog aktera, a to znači ne samo za svaku izbornu listu i kandidata za predsednika republike već i za državne funkcionere, tj. predstavnike izvršne (predsednik, premijer i ministri, predsednik skupštine i poslanici). Ovo posebno važi u situaciji kada je predsednik Republike na najglednijim pružaocima medijskih usluga najzastupljeniji akter od svih javnih funkcionera.

|   | Ukupno vreme za javne funkcionere | Ukupno vreme za predsednika Republike |  Procenat učešća predsednika Republike u vremenu javnih funkcionera |
| --- | --- | --- | --- |
| RTS | 12:41:06 | 8:32:14 | 67% |
| Pink | 37:43:54 | 32:59:45 | 87% |
| Happy | 16:32:37 | 7:39:39 | 46% |
| Prva | 42:01:56 | 8:04:28 | 19% |
| B92 | 34:16:18 | 10:44:29 | 31% |

U OSCE vodiču se na 42 strani naglašava da monitori medija u svojim analizama treba da utvrde “Da li vladini funkcioneri imaju koristi od prevelike prednosti koja je rezultat opširnog izveštavanja onjihovim službenim funkcijama? Da li mediji izveštavaju o njihovim aktivnostima nekritički, naglašavajući samo postignute uspehe, a ignorišući neuspehe?[[6]](#footnote-7) Način za to je utvrđivanje tonaliteta izveštvanja medija o javnim funkcionerima.

5- Iz opisa REM-ove metodologije se ne vidi da li su akteri koji su monitorisani, monitorisani samo neposredno (kada oni govore) ili i posredno (kada o njima neko drugi govori). U OSCE vodiču za monitoring medija koji REM navodi se razlika izmedju posredno i neposrednog predstavljanja. U posmatračkim misijama ODIHR-a meri se i jedno i drugo, tj postoji tzv. „duplo vreme predstavljanja“, koje se deli na vreme kada akter priča pozitivno, negativno ili neutralno o sebi i na vreme kada neki drugi akter priča o pozitivno, negativno ili neutralno o njemu[[7]](#footnote-8).

Ako je REM primenio ono što je naveo u izveštaju „*Ukoliko je učesnik izborne kampanje u nekom izbornom prilogu pozitivno, negativno ili neutralno pričao na pojedinu temu, taj prilog klasifikuje se kao pozitivan, negativan ili neutralan. Takođe, ako je neki od učesnika izborne kampanje pozitivno negativno ili neutralno pričao o drugom subjektu (učesniku izborne kampanje), taj prilog se klasifikuje kao pozitivan, negativan ili neutralan, što je u temi definisano kao: „pozitivno, negativno, ili neutralno o… (dotičnom subjektu, učesniku izborne kampanje)“,* možemo da zaključimo da je REM neprecizno sproveo monitoring pružalaca medijskih usluga posmatrano iz vizure međunarodno uporedive metodologije čije su principe definisali Venecijska komisija, ODHIR-a i Direktora za ljudska prava Evropske komsije[[8]](#footnote-9)

6 - U prilog napred navedenom kada je u pitanju merenje tonaliteta izveštavanja i njegova primena vidljiva je u na nivou tema, gde se meša ton izveštavanja i tema izveštavanja. Tako se među temama javlja negativno ili pozitivno kononitanje aktera kao što su vlast, opozicija, Ponoš, Djilas, Janković i EU .

Tako, ako se gledaju nalazi izveštavanja pružalaca medijskih usluga iz vizure tonaliteta izveštavanja o medijima dobija se jedna slika, a kada se pogledaju teme, posebno one koje su u sebi sadržale tonalitet dobija se drugačija slika. Na ovaj način se sa dva indikatora meri jedna te ista pojava, tonalitet izveštavanja, što stvara veoma nisku konzinstentnost rezultata istraživanja i posledično tome njihovo tumačenje zavisi od onoga ko ih interpretira.

1. <http://www.rem.rs/uploads/files/PDF-VESTI/Izvestaj_o_nadzoru_emitera_Izbori_2012..pdf> [↑](#footnote-ref-2)
2. <https://www.osce.org/files/f/documents/b/1/384831_0.pdf> (strana 39) [↑](#footnote-ref-3)
3. O metodologiji monitoringa medija tokom izbora detaljnije <https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD(2009)031-e> [↑](#footnote-ref-4)
4. I pored toga što je Srbija imala tri tela, REM, Privremeno nadzorno telo i Nadzorni odbor Narodne skupštine Republike Srbije, niko nije vršio monitoring štampaniji medija čiji je monitoring obavezni deo monitoringa medija tokom izbora. [↑](#footnote-ref-5)
5. <https://www.osce.org/files/f/documents/b/1/384831_0.pdf> (strana 40) [↑](#footnote-ref-6)
6. <https://www.osce.org/files/f/documents/b/1/384831_0.pdf> (strana 42) [↑](#footnote-ref-7)
7. Takođe, iz metodologije se ne vidi da li je merena medijska zastupljenost i ton prestavljanja aktera koji su bili u prilogu „samo na slici“ i posredno predstavljeni, jer i to je deo posrednog predstavljanja i treba da bude meren. [↑](#footnote-ref-8)
8. <https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD(2009)031-e> [↑](#footnote-ref-9)