

**ЕЛЕКТРОНСКИ МЕДИЈИ
И
РАЗВОЈ ДЕМОКРАТСКЕ КУЛТУРЕ
ПРЕДСЕДНИЧКИ ИЗБОРИ 28. МАЈ – 13. ЈУН 2004.**

Увод

У процесу развоја демократског мишљења и понашања у Републици Србији, електронским медијима (и медијима уопште) припада једна од водећих улога. Сваки облик политичког избора је прилика да се унапреде (или уназаде) институције и квалитет демократије. Разлог за такву тврдњу налази се у чињеници да у поступку политичког избора учествују потенцијално и стварно сви грађани са правом избора а младе генерације се суочавају са врстом политичког васпитног обрасца.

Институција избора за политичке представнике грађана је од суштинске важности за политичку демократску културу. Развој демократије зависи од демократичности избора. У том процесу, електронски медији имају једно од најзначајнијих улога. Њихова улога не огледа се само у информисању грађана већ и у особеном обликовању мишљења и ставова гледалаца и слушалаца.

Од преласка на вишестраначки систем 1990. најоштрија критика политичке јавности била је усмерена на медијски систем друштва. Критичке оцене и деловање биле су усмерене на изражену контролу владе и владајућих функционера над државним медијима. У току протеклих 14 година јачао је приватни сектор медијских станица, слабла моћ државне власти, тако да данас можемо да говоримо о знатно другачијој стварности електронских медија.

Циљ и инструменти истраживања

Циљ овог истраживања је да се оцени у којој мери електронски медији у Републици Србији, у околностима председничких избора, доприносе демократској култури грађана. Другим речима, у којој мери електронски медији «снабдевају» појединце и друштвене групе демократским опредељењем и прављењем властитог избора кандидата за председника. Из овако дефинисаног циља, јасно прозилази намера да се посматра искључиво демократско понашање медија а не политички ставови или демократско понашање кандидата.

У истраживању се користио инструмент анализа садржаја. Познато је да се ова метода користи преваходно за идентификовање садржаја поруке и облика у коме се излаже. Наше истраживање је, помоћу напред дефинисаних јединица анализе, утврдило експлицитне и имплицитне вредности електронских медија као преносилаца поруке. Овим се класични елементи симболичке комуникације – аутор поруке, порука, прималац, допуњава и елементом медија. Познато је да на рецепцију поруке може понекад више да утиче вредносна оријентација медија од аутора и садржаја саме поруке.

Шта је демократски стандард електронског медија? По свим истраживачима демократије и медија то су заправо операционализације основних вредности демократије у структуру медија: слобода, једнакост, равноправност, толеранција. Да бисмо један електронски медиј оценили као демократски он би морао да буде слободан у информисању, објективан, толерантан у смислу да поштује разлике и једнакоправност.

Да бисмо измерили демократичност електронских медија користили смо следеће **аналитичке јединице**:

- квалитет информација
- објективност извештавања

- редукција вести – временско појављивања
- редослед
- поштовање разлика
- преношење домаћих и иностраних оцена
- кључне речи - теме

Коришћењем ових јединица анализе оценићемо квалитет информације (визуелни, тонски, вербални, пропагандни, јавномњенски, инцидентни, значењски). Објективност треба да нам покаже меру равноправног и правичног представљања кандидата. Редуковање вести о кандидатима показује временску заступљеност кандидата у медијима. Редослед појављивања указује на фаворизовање неких кандидата. Кључне речи откривају тематску разноликост или једноличност у наступима кандидата. Преношење вести о отворености/затворености медија.

Квантитативна и квалитативна анализа наведених индикатора омогућава оцену о типу демократичности или недемократичности медија током праћења избора за председника.

Истраживање је обухватило шест електронских медија од 29 маја до 13 јуна 2004 (од објављивања званичне листе кандидата до завршетка гласања). Избор медија је извршен по принципу гледаности на: РТС, БК, ПИНК, СТУДИО Б, Б-92, ПОЛИТИКА. Определили смо се за: а) главне информативне емисије у раздобљу од 18 до 20 часова (време највеће гледаности), б) специјане емисије посвећене председничким изборима.

Поред ових посматраних емисија, констатовали смо и емитовање програмских садржаја који су могли посредно да утичу на изборна опредељења бирача-гледалаца (стандардне, нестандартне, изнајмљени термини).

Информативне емисије

Истраживање је обухватило информативне емисије РТС, Пинка, БК, Политике, Студиа б, Б92 у времену од 18 до 20 часова (време највеће гледаности). Сви анализирани емитери, изузев РТС (издвојена емисија од 22.00 до 22.300), садржавали су блок посвећен председничким изборима. У оквиру информативних емисија идентификовани су у благом паковању «помагачи», пре свега у облику активности владе.

Слично се односи на изјаву Мирољуба Лабуса за РТС, по повратку из Немачке да ако «победи недемократски кандидат» неће бити инвестиција.

ТВ Дневник РТС од 4.6. преноси обавештење ДС о «претњама» активистима ДС од стране активоста СРС, без контра информације.

Специјалне емисије

Посматрани медији нису организовали специјалне емисије, изузев РТС. Од 20.00 до 21.00 сваки кандидат је имао једнако време да представи себе и свој програм. Изостале су дебатне емисије.

Стандардне емисије које су коришћене за промоцију председничких кандидата

Свака од анализираних телевизијских станица има своју програмску шему у којој се налазе и дебатне емисије. Ове емисије нису биле предмет истраживачке пажње али потребни је евидентирати и њихов садржај да би се употпунила слика демократије у електронским медијима. Показало се да оне служе за фаворизовање неких кандидата и да самим тим одступају од вредности равноправности.(Из овог не следи тврдња да крше наведену вредност.)

Политика – Pressing (Маршићанин 1. и 9. јуна, Т. Николић 7.6. Вучић 6.6) и Проблем (Чанак, Обрадовић, Антић 9.6; Вучелић, Тодоривић, Протић 4.6.)

Студио Б – Интервју - гледалаца (Владан Батић 4.6., Д. Маршићанин 8.6. Т.Николић 9. 6. Б.Тадић 10.6.) Директно, У сусрет (Бранислав Ивковић,)

Б-92 – Јавна тајна (Борис Тадић, 10.6.) Утисак недеље (Маршићанин, Тадић, Карић, 6.6.)

ПИНК – Замка (В.Батић 7.6; Вучић, Анђелковић, Гавриловић, Батић 7.6)), Три па један (Карић, 6.6)

БК – Сучељавање, Није српски ћутати (Маршићанин, 30.5., Т.Николић 6.6) Клопка (Батић, Пелевић, Дреџун, Ристичевић, 2.6. 2004.)

РТС – Трећи програм (Предизборна конвенција Богољуба Карића 6. 6 и 10.6.)

Ове емисије су користили и чланови изборних штабова кандидата или њихови навијачи за пласирање својих ставова, критика, саопштења.

Нестандардне емисије у латентној функцији председничких кандидата

Пласирање политичких ставова у прилог или против председничких кандидата могућно је остварити и у оквиру других емисија. Пример је интервју на РТС 3. јуна у 22.30 – 23.00 са Вуком Драшковићем на тему «недемократског кандидата». Алузивним језиком се критиковао Томислав Николић, а такав језик је искорак у односу на раније јавне прозивке и дифамације.

Емисија 100 дана владе емитована 9.6 у 21.00 а редовна емисија у 22.00 председнички избори одложена до 23.40

Директан пренос председничке конвенције Б.Карића на БК 10.6. од 20.00
Директан пренос председничке конвенције Б.Тадића на Студио Б 10. 6.од 18.00

Директан пренос председничке конвенције Д.Маршићанина на Пинку 10.6 од 20.30

Изнајмљени термин

Овај вид медијске презентације користили су изборни штабови Т. Николића, Д. Маршићанина, Б. Тадића, Б.Карића, И.Дачић на свим посматраним емитерима изузев РТС – први канал (Трћи канал РТС је изнајмљивао свој термин)

Спотови (нису били систематски праћени)

Емитовани су комерцијални и обавезни спотови.

Од обавезних спотова на РТС су се могли видети спотови Николића, Тадића, Маршићанина, Карића, Љ.Аранђеловића, М.Јовића, И.Дачића, Јелисавете Карађорђевића, Борислава Пелевића,

РЕЗУЛТАТИ

Одмах морамо да констатујемо да добијени резултати садрже одређена ограничења. Најпре, време које смо одредили за посматрање изабраних медија не поклапа се са временом трајања кампање од објављивања датума избора до закључивања листе кандидата. Друго ограничење је велики број емитера у Републици Србији. Немогућно је пратити извештаје о председничкој кампањи на 1200 емитере. Најзад, није могућно пратити целодневни програм а то је медијски простор у коме могу да се пласирају разне изборне поруке.

Подаци посматрања изабраних медија показују да је реализована «демократичност медија» на неједнак програмски и садржински начин.

РТС Београд 1

У посматраним програмима РТС1 информација се у визуелном делу претежно ослањала на актуелни видео а мање на архивски видео материјал. Тон је био везан за прилог. Кандидати су у високој фреквенцији приказани директо. У информацијама нису били прилози јавномнењских истраживања и нису «пуњења» инцидентним догађајима. (Два последња закључка односе се углавном на све посматране емитере).

Индикатор објективност показује да су прилози емитовани углавном неутрално, дакле претежно фактуално без вредносних бојења информације.

Време посвећено кандидатима је углавном равномерно распоређено што значи да је било разлика у редуковању вести (време трајања прилога).

Кључне речи кандидата показују да је пажња била посвећивана основним програмским идејама а не споредним речима и медијским «лапсусима». Ова констатација се једнако односи и на друге емитере.

И поред занатски коректних и неутралних прилога у емисијама РТС-а 1, подаци из Табела показују неке неочекиваности.

- Карактеристично је да је Б.Пелевић други по временској учесталости, одмах иза Д. Маршићанина.
- У групи фаворита, Д. Маршићанин је најфреквентнији кандидат.
- Већу учесталост појављивања има Љиљана Аранђеловић од Тадића.

Најмању фреквенцију имао је М.Дреџун, кандидат који се најбоље пласирао од аутсајдерских кандидата.

ТВ ПИНК

Телевизија ПИНК је у структури својих информација комбиновала актуелни и архивски видео. Фреквенција појављивања показује да се уз раме четири првопласирана кандидата налазе Б.Пелевић, Б.Ивковић, Љ.Аранђеловић, В.Батић, И. Дачић.

У тонском делу се комбинују прилог, директно и студио, али претеже прилог. Карактеристично је да се Б.Пелевић најучесталије појављује као кандидат. Информација садржи и подршку кандидату Драгану Маршићанину.

Време које је посвећено кандидатима је неједнако расподељено. Уочава се разлика између фаворита, средњепласираних и аутсајдера. Висока фреквенција

прати Б.Пелевића. Највећу учесталост појављивања на овој телевизији имао је Т. Николић.

ТВ СТБ

У прилозима Судија Б, видео комбинује актуелну и архивску информацију. Тонски део даје предност фаворитима у прилогу а аутсајдерима у студију. Кандидати се појављују према критеријуму фаворити и аутсајдери. Информација је углавном неутрална.

СТБ је предност у информативном делу давала кандидату Б.Тадићу и нешто мање Д.Маршићанину. Високу заступљеност има и В. Батић. Такође, аутсајдери се минимално појављују или никако. Б. Карић се појављује на нивоу вести.

ТВ Б92

Овај емитер се ограничио на извештавање о изборним активностима 5 кандидата (фаворита). У видео информацији претеже актуелан за Д.Маршићанина и Б.Тадића ау тонском се комбинују прилог и студио. Најдуже временску фреквенцију имао је Б.Тадић а дупло мању Т.Николић и коме је најдужи прилог био изразито негативно интониран. Б. Карић је готово игнорисан (само 19 секунди са поспрдном вешћу). Овај емитер је демонстрирао селективност и пристрасност у свом извештавању о председничким кандидатима.

ТВ ПОЛИТИКА

Политка је комбиновала актуелан и архивски видео, тон је ишао из студија. Карактеристично је да Б.Пелевић иде два пута директно а Т.Николић ниједанпут. Фреквенција времена је већа код В.Батића него код Т.Николића.

Овај емитер се колеба између начела опште заступљености и критеријума медијске атрактивности кандидата. Тако, Д. Маршићанин је дупло временски заступљенији од Тадића и Николића. Извештавање о аутсајдерима редуковано је на кратке вести (10 секунди). Сви индикатори показују знатан степен информативне конфузије.

ТВ БК

Телевизија БК је емитовала претежно актуелан видео. Тон је пратио прилог а не студио. Учесталост појављивања показује да Богољуб Карић доминира и да је нарушена објективност у односу на овог кандидата. У односу на друге кандидате показана је уздржаност и објективност (није било друге фаворизације).

НАПОМЕНА :

Све табеле о заступљености кандидата на наведеним телевизијама налазе се у Извештају о надзору над радом емитера у време кампање за председничке изборе у Србији.

РАДИО БЕОГРАД 1

Национални радио увео је, после проглашења јединствене листе председничких кандидата, специјалну емисију Изборна хроника у првом изборном кругу, која је емитована током 11 дана до почетке изборне тишине, а Агенција је над њом вршила мониторинг пет дана, од 31. маја до 4. јуна 2004 године.

По броју прилога сви кандидати су били равномерно заступљени, али не и по укупном трајању прилога за сваког кандидата (табела у прилогу).

Када је у питању редослед прилога, у емисији Изборна хроника није примењен принцип ротације, већ су се одлучили за принцип презимена кандидата према азбучном реду. Кандидати су, значи, увек имали исти редослед у прилозима.

Гледано према садржају прилога, омогућен је у знатној мери увид у политичке опције и програме председничких кандидата.

Радио Београд 1 је од 1. јуна увео и специјалну емисију Представљање кандидата у којој је редослед представљања одређен жребом. У полчасовном термину председнички кандидати могли су да доставе снимљени материјал или да уживо разговарају са новинаром.

ПРЕДСЕДНИЧКИ ИЗБОРИ 2004 РАДИО Београд 1
ЕМИСИЈА- Изборна хроника(спец)

кандидати	трајање прилога		број прилога
	мин	сек	
Томислав Николић	5	35	6
Бранислав Ивковић	5	5	5
Драган Маршићанин	5	3	5
Ивица Дачић	4	51	5
Борис Тадић	4	49	5
Борислав Пелевић	4	14	5
Зоран Миљковић	4	00	5
Владан Батић	3	49	4
Богољуб Карић	3	46	5
Милован Дрецу	3	44	5
Љиљана Аранђеловић	3	28	5
Маријан Ристичевић	3	24	5
Мирко Јовић	3	9	4
Драган Ђорђевић	2	42	5
Јелисавета Карађорђевић	1	38	5

РАДИО СТУДИО Б

На основу мониторинга редовне информативне емисије На београдским таласима, од 31. маја до 10. јуна 2004. године, примећено је да предизборне активности председничких кандидата нису у овој емисији биле заступљене равномерно ни по броју прилога ни по укупном трајању (табела у прилогу)

. Према редоследу емитовања приоритет је дат кандидатима Д. Маршићанину, Т. Николићу и Б. Тадићу.

Према садржају прилога, слушаоцима је у доброј мери пружен увид у најважније ставове и поруке председничких кандидата.

ПРЕДСЕДНИЧКИ ИЗБОРИ 2004 РАДИО Студио Б ЕМИСИЈА- На београдским таласима

кандидати	трајање прилога		број прилога
	мин	сек	
Драган Маршићанин	11	22	12
Борис Тадић	5	54	11
Томислав Николић	4	53	9
Владан Батић	4	31	7
Борислав Пелевић	2	23	6
Ивица Дачић	1	56	6
Маријан Ристичевић	1	51	6
Богољуб Карић	1	48	5
Бранислав Ивковић	1	12	4
Јелисавета Карађорђевић	1	10	4
Љиљана Аранђеловић	1	00	4
Милован Дреџун	00	56	2
Драган Ђорђевић	00	38	2
Мирко Јовић	00	22	2
Зоран Милинковић	00	22	1

РАДИО Б 92

У емисији Дневник која је била обухваћена мониторингом од 29. маја до 10. јуна 2004. године, није било организованог праћења предизборне кампање председничких кандидата. Од 15 кандидата било је речи о 4 (Маршићанин, Николић, Тадић и Карић), а прилози су имали проблемски приступ (табела у прилогу)

ПРЕДСЕДНИЧКИ ИЗБОРИ 2004 РАДИО Б 92 ЕМИСИЈА- Дневник у 17х

кандидати	трајање прилога		број прилога
	мин	сек	
Драган Маршићанин	7	31	7
Томислав Николић	3	17	6
Борис Тадић	2	18	7
Богољуб Карић	00	15	1

Закључак

У којој мери су посматрани електронски медији доприносили развоју демократске културе у Србији на последњим изборима за председника Србије? Можемо да закључимо да су посматрани медији у знатном степену избацили некадашњу праксу да вредносно и квантитативно фаворизују поједине кандидате. Уочљива је тежња да се неутралније извештава али са јачом или слабијом селективношћу кандидата. Тако, нема никакве сумње да су постојале три групе кандидата – фаворити, средњи, аутсајдери. Парадоксално је да су у оквиру такве неједнакости кандидата, информације урађене са солидним професионализмом. Дакле, гледали смо релативно објективне извештаје о селектованим кандидатима. Из оваквог приступа највише се издваја РТС1 и донекле ПИНК.

Да ли су демократске потребе гледалаца биле задовољене? Подаци показују да нису сви кандидати били једнако заступљени. Неједнакост се уочава у генералној подели кандидата на три категорије али и у чињеници да су неки аутсајдери били више заступљени на неким емитерима од фаворита (Б.Пелевић, В.Батић).

Медији нису у својим информативним програмима користили јавномнењска истраживања, нити су пунили вести инцидентима (иако у ретким случајевима није поштовано правило провере). Није било ни пренесених вести које би утицале на слободан демократски избор. Извештавање о темама председничких кандидата (кључне речи) показује да су углавном поштоване водеће теме а не споредне. Демократски квалитет информације је био неједнак. Неутралност је поштована, осим у случају Б.Карића на БК.

Наше посматрање електронских медија показује да је код неких емитера (РТС1, ПИНК) пласирана квалитетна информација, релативно објективна, кључне поруке кандидата. Код других је давана наглашена предност неким кандидатима (Студио Б – Б. Тадић, БК – Б. Карић, Б-92 – Маршићанин, Тадић). Али у презентацији кандидата Б-92 је био изразито селективан и гледалац није могао да се обавести о свим кандидатима (или већини).

Дакле, електронски медији су били демократични «на парче». Другим речима, није било демократичности у смислу да се покривају сви кандидати на приближно једнак начин. Фаворитима је била посвећена већа медијска пажња док су други прећуткивани са мањом дозом дискредитације (пример Б 92). Највиши степен демократичности остварио је РТС1.

Такође, ова кампања није била «медијски врућа». Није било «експанзије у времену и приписивање значаја» (С.Миливојевић, 1993).

Нека питања

Истраживање понашања електронских медија у кампањи о којој је реч, отварају нека питања од значаја за развој демократске културе у Републици Србији..

- 1) Процедурална и супстанцијална (идеолошка) демократија – вредности и институције

У којој мери су електронски медији демократични зависи и од дефиниције демократије. Уколико се определимо за процедуралну демократију

(једнакост и поштовање разлика) можемо да закључимо да је РТС осварио у највећој мери вредности демократске културе. На последњем месту, према нашем истраживању, налази се Б92.

Они који демократију схватају идеолошки, према критеријуму «демократија је оно што ја или моја група сматра демократијом», онда је Б92 у другачијој позицији. Они су давали медијску предност кандидатима Борису Тадићу и Драгану Маршићанину.

Ови медији подстичу непоштовање политичких разлика и навијачку атмосферу међу грађанима.

2) Приватни и државни медији и демократија

Демократска култура медија условљена је и власничким статусом. Државни медији или медији који се финансирају из буџета обавезни су на поштовање процедуралне демократије. Данас је позиција «јавног сервиса» знатно повољнија од протекле деценије у којој је државни медиј био инструмент владајуће странке.

Приватни медији се руководе тржишном логиком пословања а то значи да и на политичком тржишту више простора има у медијима онај који има више да плати. У крајњој линији, такви електронски медији доприносе идеолошкој демократији. Међутим, уколико се руководе основним вредностима демократије и ови електронски медији треба да се придржавају процедуралне демократије.

3) Експлицитна и имплицитна демократија (манипулативна)

Проблем са демократијом огледа се и у томе што она садржи значајне манипулативне потенцијале. Другим речима, демократска политичка култура захтева минимум пристрасности а максимум објективности. Наше истраживање показује да је најмање политичке –кандидатске пристрасности било на РТС док је највише у Б92 и Студиоу Б. Манипулативна функција демократије долазила је до изражаја у информативним емисијама али и у свим пратећима стандардним и нестандартним емисијама.

4) Професионализам и демократија

Професија новинара (у било ком медију) садржи карактеристике сваке професије: одређени ниво знања, стручни ауторитет, етички кодекс, специфична култура. Оно што разликује професију новинара од других професија (лекар, архитекта, професор, пољопривредник, водоинсталатер, итд) огледа се у у томе што његова активност на директан или мање директан начин обухвата целокупну јавност, дакле све грађане једне заједнице. Вести и информације које новинар пласира посредством медија, од огромне су важности за индивидуалну оријентацију према јавним интересима а често утичу и на приватно мишљење и понашање.

Са становишта развоја демократске културе у Републици Србији, непотребно је наглашавати значај медија и новинарског професионализма. Уколико је виши степен професионализма у медијима и новинарском послу, извесно је да ће и демократска култура бити квалитетнија. Другим речима, квалитет информација и њено пласирање у складу са начелима професије а не интересима и жељама других професија и личности, обезбеђују виши степен демократије.

Наше истраживање не може да прецизно осветли професионализам новинара у медијима због чињенице да је за нас то била завеса. Од овог истраживања се не може оценити унутрашњи начини и средства пласирања вести (уредничка хијерархија, новинарски извештај са терена, итд). С друге стране, могућно је професионално урадити вест а да она не буде у складу са демократским стандардима (стручно знање без етичкоког кодекса - извештај о активности кандидата али скраћен снимак, споредни делови говора...)

Можемо да закључимо да су неки медији (Б92) свој професионализам везивали за супстанцијално схватање демократије (властите демократске преференције) док су други медији (РТС) професионализам везивали за процедурално схватање демократије.

Литература:

Аврамовић, З. (2000): Демократија у школским уџбеницима, ИПИ, Београд

С.Миливојевић, Матић, Ј. (1993): Екранизација избора, Време књиге, 1993.

Џуверовић, Б. Михаиловић, С. Вуковић, С. (1994): Изборна употреба медија, Београд

Ђорић, С. (2002): Бела књига о радиодифузији 1990-2000, Спектар