

## Саопштење поводом трећег изборног пресека

У трећој недељи надзора изборне кампање настављен је тренд медијског извештавања из претходне, условљен кризом у Украјини. На програмима већине ПМУ то се одразило како на извештавање о учесницима изборне кампање где је тема „криза у Украјини“ добила много већу заступљеност, тако и на извештавање о државним функционерима чије су се активности у великој мери односиле на организацију државе и привреде у потенцијално кризној ситуацији. И поред тога, на већини програма ПМУ, који су у надзору, забележен је наставак пропорционалног пораста заступљености изборних листа.

### Јавни сервис (РТС 1, РТС 2, РТВ 1 и РТВ 2)

**РТС 1** је до краја треће недеље изборној кампањи посветио укупно девет сати и тридесет осам минута. Забележено је појављивање осам странака, и тринаест изборних листа које су проглашене до 6. марта. „Криза у Украјини“ је и даље доминантна тема, са скоро двадесет једним процентом. Изборним програмским садржајима РТС 1 посветио је нешто више од педесет пет процената, а активностима државних функционера нешто мање од четрдесет пет процената анализiranог времена. Две трећине прилога било је неутралног тоналитета.

На програму **РТС 2** ни у трећој недељи изборне кампање није забележен ниједан изборни садржај. У претходном изборном периоду евидентирано је три минута и 20 секунди времена посвећеног редовним државним активностима и тај узорак у овом тренутку није релевантан за анализу.

На програму **РТВ 1** забележено је појављивање осам странака којима до 6. марта нису проглашене листе, и тринаест изборних листа. Близу две трећине анализiranог програма посвећено је изборима, а нешто више од трећине активностима државних функционера. На првом месту по заступљености је тема „криза у Украјини“. Више од осамдесет процената забележених прилога је неутралног тоналитета.

На **РТВ 2** забележено је појављивање пет странака и једног политичких покрета чије листе нису проглашене до 6. марта, и тринаест изборних листа. Извештавању о изборима РТВ 2 посветио је око четири сата свог програма, а више од седам сати активностима државних функционера. Више од осамдесет процената објављених прилога су неутралног тоналитета.

### Комерцијални ПМУ

**РТВ Пинк** је у досадашњој изборној кампањи проглашеним изборним листама посветио нешто више од седам сати програма. На РТВ Пинк евидентирано је

појављивање три странке чије листе нису проглашене до 6. марта, и дванаест проглашених изборних листа. Изборним програмским садржајима овај ПМУ посветио је скоро петнаест сати програма, а активностима државних функционера сат и тридесет минута више. Доминантна тема у досадашњој изборној кампањи је „криза у Украјини“. Највећи број прилога, нешто више од половине, неутралног је тоналитета; следе прилози позитивног и негативног тоналитета са приближно истом заступљеношћу.

На програму **Хепи ТВ** забележено је појављивање седам странака и политичких покрета, и дванаест изборних листа које су проглашене до 6. марта. Проглашеним изборним листама овај ПМУ посветио је нешто више од четрдесет пет процената укупног анализираног програма. Свим изборним програмским садржајима посветио је двадесет шест сати програма или нешто више од седамдесет пет процената укупног анализираног времена. Активностима државних функционера ПМУ је посветио четвртину времена. Доминантна тема је „критички према опозицији“. Дистрибуција тоналитета у досадашњој изборној кампањи је приближна: са нешто више од тридесет четири посто на првом и другом месту су прилози негативног и неутралног тоналитета, док су прилози позитивног тоналитета заступљени са пар процената мање.

**ТВ Б92** изборној кампањи посветила је нешто више од половине укупно анализираног програма, преко педесет четири посто, а активностима државних функционера око четрдесет пет процената. Забележено је појављивање три странке као и дванаест изборних листа које су проглашене до 6. марта. Доминантна тема је „критички према опозицији“. Забележено је највише прилога неутралног тоналитета, преко четрдесет процената, негативног око тридесет три, а прилога позитивног тоналитета нешто мање од двадесет седам процената.

**ТВ Прва** изборној кампањи посветила је до сада шест и по сати свог програма. Забележено је присуство пет странака и политичких покрета, и једанаест до 6. марта проглашених изборних листа. Изборном програму ПМУ је посветио нешто мање од педесет четири процента програма, од тога скоро тридесет осам процената посветио је проглашеним изборним листама. Активности државних функционера заступљене су са нешто више од четрдесет шест процената укупно анализираног времена. На првом месту по заступљености је тема „криза у Украјини“ са нешто мање од тридесет процената укупног времена. Готово две трећине објављених прилога су неутралног тоналитета, затим следе прилози позитивног са двадесет и негативног са близу шеснаест процената.

### **Кабловски ПМУ**

**ТВ N1** изборној кампањи посветила је готово шездесет сати свог програма или приближно деведесет два процента од укупног анализираног времена. Забележено је присуство шеснаест странака и политичких покрета, и једанаест изборних листа које су проглашене до 6. марта. Изборним листама је посвећено нешто мање од двадесет три процента времена. Нешто више од педесет процената укупно анализираног времена припада самом пружаоцу медијске услуге, а готово сви забележени прилози су негативног тоналитета. У досадашњој изборној кампањи на програму ТВ N1 доминирају теме „критика власти“ и „негативно о Александру Вучићу“ и заједно су заступљене са више од двадесет девет сати програма или око четрдесет пет посто укупно анализираног времена. Више од седамдесет процената свих забележених прилога овог ПМУ је негативног тоналитета.

**ТВ Нова С** изборној кампањи посветила је нешто више од тридесет шест сати програма или приближно деведесет шест процената укупно анализираног времена. Забележено је појављивање четрнаест странака и политичких покрета, и тринаест изборних листа које су проглашене до 6. марта. Више од половине програма, преко двадесет сати или педесет пет процената посвећено је аналитичарима, новинарима и осталим учесницима кампање. Активностима државних функционера Нова С посветила је сат и двадесет минута или три и по процента од укупног времена. Са више од тридесет шест процената доминира тема „критика власти“, док је забележено највише прилога негативног тоналитета, нешто више од педесет пет процената.

**Al Jazeera** посветила је изборној кампањи приближно осам и по сати или две трећине свог изборног програма. Није забележено појављивање ниједне странке или политичког покрета. У исто време, забележено је појављивање пет листа које су проглашене до 6. марта којима је посвећено нешто више од тридесет процената укупног времена. Приближно исто време је посвећено и активностима државних функционера. Доминантна тема је „критика власти“ са близу тридесет седам посто укупног времена. Забележено је близу шездесет процената прилога негативног тоналитета.

**Инсајдер ТВ** је изборној кампањи посветила нешто више од седамдесет шест сати програма. Од тога времена самом ПМУ припало је око двадесет пет процената. Забележено је појављивање шест изборних листа, којима је овај ПМУ посветио близу шездесет процената укупно анализираног времена. Активностима државних функционера посвећено је три сата и двадесет један минут. Доминантна тема у досадашњој кампањи је „избори уопште, кампања, процедура“. Највећи број прилога у односу на укупан анализиран програм забележен је у негативном тоналитету, близу седамдесет процената.

Савет Регулаторног тело за електронске медије