

**ИЗВЕШТАЈ
О НАДЗОРУ НАД РАДОМ ЕМИТЕРА
У ВРЕМЕ ПРЕДИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ
ЗА ПРЕВРЕМЕНЕ ПАРЛАМЕНТАРНЕ ИЗБОРЕ
2003. ГОДИНЕ**

Београд, јануар 2004.

С А Д Р Ж А Ј

I УВОД (1)

1. Законски основ надзора (1)
2. Ко је обављао надзор? (1)
3. Које станице су биле предмет надзора? (2)
4. Начин обављања и сврха надзора (4)
5. Дефинисање предмета надзора и примедбе учесника на изборима (4)

II РЕЗУЛТАТИ МОНИТОРИНГА (5)

1. Општа оцена понашања електронских медија у предизборној кампањи (6)
2. Карактеристични “прекршаји” емитера (9)
3. Понашање Радио-телевизије Србије (10)
4. Понашање комерцијалних емитера са националном покривеношћу: ТВ Пинк, ТВ БК, ТВ Б92 (11)
5. Понашање београдских телевизија: ТВ Студио Б и ТВ Политика (14)
6. Понашање електронских медија у Војводини (16)
7. Понашање осталих локалних и регионалних медија у Србији (17)
8. Понашање медија на Косову (18)

III ЗАКЉУЧЦИ (19)

1. Тешкоће спровођења надзора (19)
2. Проблеми правне регулативе (19)
3. Недостатак ефикасних правних механизма (21)

I УВОД

1. Законски основ надзора

Савет Републичке радиодифузне агенције усвојио је 1. децембра 2003. године “Опште обавезујуће упутство емитерима за понашање у предизборној кампањи за парламентарне изборе 2003. године”. Правни основ за доношење овог упутства представља члан 12, став 5 Закона о радиодифузији који прецизира да “Агенција доноси опште обавезујуће упутство ради ближег одређења питања која се односе на садржај програма, независно од постојеће праксе емитера.” Приликом доношења овог упутства Савет је имао у виду чињеницу да Републичка изборна комисија није формирала Надзорни одбор за праћење медија, али то није било пресудно у процесу формулисања и доношења упутства. Агенција би упутство издала и да је формиран Надзорни одбор јер општа обавеза надзора над радом емитера проистекла из Закона о радиодифузији Агенцији (члан 8, став 1, тачка б) даје право да процени када ће и на који начин реализовати систем надзора рада емитера.

У складу с чланом 12, став 2. Агенција је 8. децембра 2003. године издала и одговарајуће препоруке о понашању емитера. Оба документа објављена су као оглас у дневној штампи и на интернет сајту Агенције. Садржај докумената у најбитнијим деловима објавили су и сви битнији електронски медији.

2. Ко је обављао надзор?

Члан 13, став 1 Закона о радиодифузији каже да “Агенција врши надзор над радом емитера самостално или ангажовањем овлашћене организације.” Агенција је ангажовала три агенције специјализоване за истраживање медија и укупно двадесет посматрача који су имали задатак да равномерно прате рад најзначајнијих емитера (пре свега: ТВ станица) на целој територији Србије, укључујући ту и део Косова. Агенција се трудила да се о раду емитера не информише једнострано, већ да о раду једног емитера по правилу прибави податке из више међусобно независних извора.

За надзор над радом емитера у предизборној кампањи, ангажовани су и три агенције које се баве истраживањем медија и јавног мњења:

- за подручје Београда и Србије ван територије Војводине – *Medium Gallup*;
- за подручје Војводине – *Medium Group*
- за подручје Војводине и Србије – *Агенција Vit (Визија.Идеја.Тачност)*

Задатак ових агенција је био да прате понашања емитера према одредбама Општег обавезујућег упутства.

За територију Војводине, Београда и унутрашњости Србије Агенција је, дакле, обезбедила систем двоструког, а у неким случајевима и троструког мониторинга. Уз посматраче које је непосредно ангажовала Агенција, надзор су обављале и три поменуте организације за истраживање медија. Тиме је елиминисана свака могућа пристрасност у обављању надзора.

3. Које станице су биле предмет надзора?

Агенција се трудила да равномерно прати рад свих најзначајнијих емитера у Републици, пре свега кључних телевизијских станица. Под констатним двоструким надзором био је Први канал Радио-телевизије Србије (РТС) која фактички има функцију јавног сервиса (II канал се није бавио изборима), али и комерцијални ТВ емитери који су технички остварили националну покривеност сигналом : Б 92, БК и ТВ Пинк. Статус 3. канала још увек није правно разјашњен (нити је јасна његова будућност), па због тога, иако Агенција располаже релевантним подацима, он није био предмет посебне анализе. Под истом врстом надзора биле су и све преостале највеће телевизије са седиштем у Београду и централној и јужној Србији. Посебан надзор вршен је на територији Војводине. Комплетан списак станица над чијим радом је обављен надзор изгледа овако:

Београд

1. РТС I
2. РТС III
3. ТВ Студио Б
4. БК ТВ
5. ТВ Пинк
6. ТВ Б 92
7. ТВ Политика

Нови Сад

8. ТВ НС I
9. ТВ НС II (програм на језицима националних мањина)
10. ТВ Аполо
11. РТВ Делта
12. ТВ Панонија
13. ТВ Канал 9
14. ТВ Мост

Ниш

15. Градска ТВ
16. ТВ 5
17. ТВ Belle Amie

Прокупље

18. ТВ Топлица
19. ТВ Топ 3
20. ТВ Грк

Јагодина

21. ТВ Јагодина
22. Палма Плус
23. ТВ К 21

Крагујевац

- 24. ТВ Крагујевац
- 25. Канал 9
- 26. ТВ Глобус

Краљево

- 27. ТВ Краљево
- 28. ТВ Десетка
- 29. ТВ Мелос

Крушевац

- 30. ТВ Крушевац
- 31. ТВ Ластавица
- 32. ТВ Јефимија

Чачак

- 33. ТВ Чачак
- 34. Галаксија 32
- 35. Спектрум

Лесковац

- 36. ТВ Лесковац

Нови Пазар

- 37. ТВ Нови Пазар
- 38. ТВ Јединство

Ваљево

- 39. ТВ Ваљево
- 40. Вујић ТВ
- 41. Кроник

Зајечар

- 42. Градска ТВ

Шабац

- 43. ТВ Ас Шабац
- 44. ТВ Шабац

Сомбор

- 45. ТВ Сомбор

Вршац

- 46. ТВ Банат
- 47. ТВ ЛаВ

Панчево

- 48. ТВ Панчево
- 49. ТВ Ритам

Ужице

50. ТВ Ужице

Врање

51. ТВ Фокус

52. ТВ Врање

Пирот

53. ТВ П Канал

54. ТВ Тануки

55. ТВ Пирот

Звечан

56. ТВ Мост

Радио станице

45. Радио НС

46. Радио 021

4. Начин обављања и сврха надзора

Овлашћене организације и посматрачи које је Агенција ангажовала за организацију надзора имали су задатак да прате рад информативног програма посматраних емитера, као и да уочавају евентуално појављивање кандидата мимо информативног програма и редовних предизборних емисија. Посматрачи Агенције су углавном посматрали информативни и разне предизборне програме као и ЕПП програм у најгледанијим терминима (између 18.00 и 24.00).

Сврха надзора била је стицање слике о томе да ли најважнији електронски медији у Србији имају професионалан, објективан и недискриминаторни однос према парламентарним изборима, као најзначајнијем политичком догађају, нарочито, да ли такав однос постоји према свим странкама/коалицијама које учествују на изборима.

Овај надзор није имао за циљ да утиче на уређивачку политику приватних медија, нити састављање “црних” или “белих” листа медија. Његова сврха јесте да Агенцији и јавности послужи као средство за реално сагледавање стања у електронским медијима. Резултати обављеног надзора представљају искуство од непроцењивог значаја за будуће спровођење глобалног система мониторинга и евентуално утврђивање платформе за израду или измену одговарајућих прописа.

5. Дефинисање предмета надзора и примедбе учесника на изборима

Ради бољег увида у хијерархију елемената који су важни приликом спровођења надзора над радом емитера у предизборној кампањи, представници Агенције су остварили директан контакт са изборним штабовима свих учесника на изборима. Циљ разговора био је информисање о ставу странака и коалиција у вези са понашањем електронских медија у досадашњем току предизборне кампање. На основу тих разговора Агенција је 8. децембра 2003. упутила

емитерима додатне препоруке које ближе објашњавају “Опште обавезујуће упутство” радио и телевизијским станицама за понашање у предизборној кампањи током парламентарних избора током 2003. године. У изборним штабовима странака и коалиција које су учествовале на изборима није било примедби на садржај раније објављеног «Општег обавезујућег упутства» од 1. децембра 2003. године, али је било замерки на рад појединих емитера.

Најчешће примедбе изборних штабова биле су следеће :

1. ТВ емитери које су технички достигле националну покривеност збором учесника у дебатама и контакт емисијама дискриминишу неке од политичких странака и коалиција, уз повремено фаворизовање државних функционера.
2. Поједини емитери готово у потпуности игноришу одређене странке и коалиције, и то не само у изборним програмима већ и у емисијама вести.
3. Примећено је да не постоје објективни критеријуми при емитовању извештаја предизборних активности странака, као и то да поједине ТВ станице одбијају да емитују материјале које им обезбеђују изборни штабови.
4. Значајне примедбе односе се на некритичко објављивање анкета које врше разне агенције. Захтева се објављивање наручилаца анкете и стриктна примена «Општег обавезујућег упутства» Републичке радиодифузне агенције (начин, време, број испитаника и др.)
5. Примећено је и да су поједине странке и коалиције равноправно учествовале у предизборној кампањи, иако у то време нису предале документацију Републичкој изборној комисији.
6. Неки од саговорника су сматрали да јавни сервис (пре свега РТС) има обавезу да свим учесницима на изборима обезбеде бесплатне рекламне секунде.

Из ових разговора закључено је да постоји тзв. «неуједначена дозвољена пракса емитера» (Закон о радиодифузији, чл. 12. став 2.), што је и био разлог да Савет објави «Препоруке емитерима» на основу истог члана.

II РЕЗУЛТАТИ МОНИТОРИНГА

1) Општа оцена понашања електронских медија у предизборној кампањи

Општи утисак који се може стећи увидом у обимну документацију коју су Агенцији доставили посматрачи и ангажоване организације за истраживање медија¹ јесте да су готово сви емитери врло озбиљно схватили значај парламентарних избора. У том смислу, већина емитера је модификовала своје програмске шеме и трудила се да, у оквиру сопствене уређивачке политике, редовно извештава о току предизборне кампање. Већина емитера се трудила да објективно прикаже учеснике у кампањи, тако да је степен дискриминације појединих странака када се сагледа цела слика – **охрабрујуће низак**. Наравно, то не значи да су се сви медији понашали једнако професионално. Било је и примера изразите дискриминације појединих странака, и то на неким врло битним медијима.

Агенција сматра да треба правити разлику између **фаворизације** и **дискриминације** странака узимајући у обзир и власнички статус. Елиминација дискриминације учесника у кампањи јесте проблем који би морао да се реши прецизирањем изборног и/или медијског законодавства. С друге стране, одређен степен фаворизације учесника у изборној трци готово је немогуће избећи. Другим речима: ако се и допусти да је мали степен фаворизације “великих”, “важних” и сл. странака готово логички уграђен у појам “уређивачке политике” емитера, ипак се не може тврдити да је на основу дискреционих овлашћења уредништва допуштена било каква дискриминација учесника на изборима. Осим тога, дискриминација учесника у изборима свакако не би смела да буде допуштена медијима који претендују да постану “национални” јер су дозволе за националну покривеност (заправо употребљени спектар фреквенција) **национално** добро. Јасно је да извештавање ових медија мора бити у интересу свих (или бар: већине) грађана, што би требало да смањи дискрециона овлашћења уредништва.

На основу евиденције *Medium Gallup*,² сачињен је преглед појављивања 17 странака/коалиција у последњих седам дана кампање у вечерњим емисијама вести националних и београдских телевизија (два издања): РТС-а, Студија Б, ТВ Политика, ТВ Б-92, ТВ Пинк и БК ТВ. У овом периоду све странке/коалиције свакодневно су имале предизборне активности, тако да је сваки емитер имао могућност да објави укупно 119 извештаја, под идеалним условима да прати СВЕ активности свих учесника на изборима. (7 дана X 17 странака = 119). Према овом показатељу проценат **покривености активности** учесника на изборима је следећа:

ПОКРИВЕНОСТИ АКТИВНОСТИ УЧЕСНИКА НА ИЗБОРИМА		
ТВ СТАНИЦА	БРОЈ ПРИЛОГА (од могућих 119)	ПРОЦЕНАТ заступљености
РТС	116	97,5%
ТВ ПИНК	101	84,8%
БК ТВ	98	81,8%

¹ Сви ови подаци налазе се у прилогу овом извештају.

² В. прилог бр. 2.

СТУДИО Б	83	70,0%
ТВ Б 92	57	48,0%
ТВ ПОЛИТИКА	56	47,1%

Треба напоменути да су поједине странке у програмима неких станица готово у потпуности игнорисане. Тако, је на пример и Служба за надзор Агенције и агенција *Medium Gallup* утврдила да ТВ Б 92 готово да и није избештавао о кампањи Српске радикалне странке, Лабуристичке странке и коалиције СНС-Народни блок. ТВ Политика није имала ниједан прилог о кампањи Лабуристичке странке.³

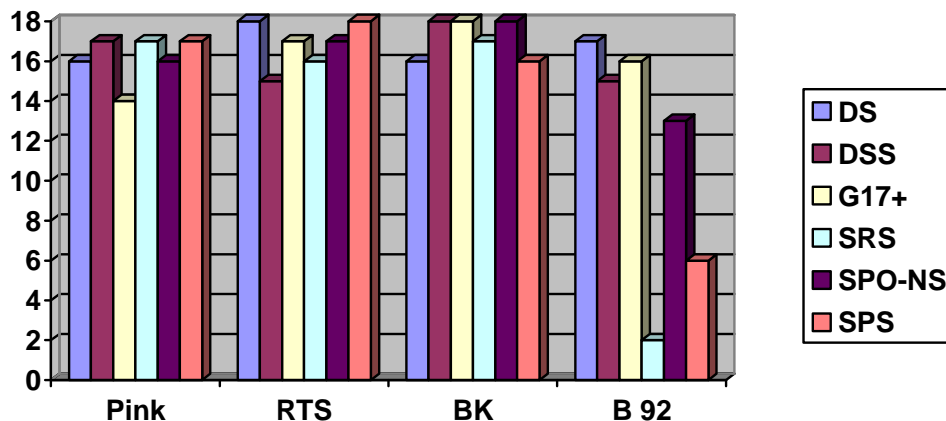
Посебно је занимљиво погледати како су електронски медији са националном покривеношћу извештавали о странкама које су успеле да «прескоче» цензус. Ову слику даје следећа табела о присутности странака и коалиција које су успеле да уђу у парламент у по две «централне» информативне (у табели: «инф.») и осталим изборним емисијама (у табели: «емисије») националних емитера.

Табела је сачињена на основу података које је прикупио *Medium Gallup*:

збирни преглед појављивања парламентарних странака у медијима са републичком мрежом (17-25. децембар)

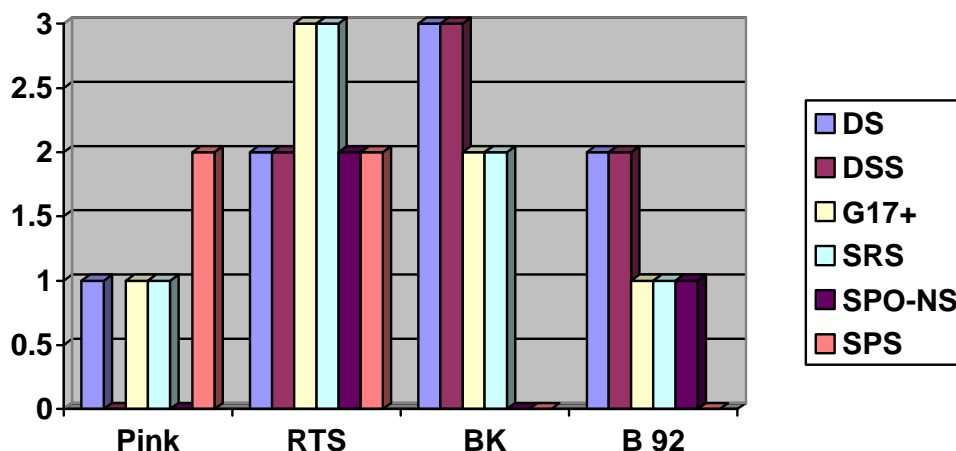
Станица	Пинк		РТС		БК		Б 92	
	ин ф.	Емисије	ин ф.	емисије	ин ф.	емисије	ин ф.	емисије
ДС	16	1	18	2	16	3	17	2
ДСС	17	0	15	2	18	3	15	2
Г17	14	1	17	3	18	2	16	1
СРС	17	1	16	3	17	2	2	1
СПО НС	16	0	17	2	18	0	13	1
СПС	17	2	18	2	16	0	6	0

ПОЈАВЉИВАЊЕ ПАРЛАМЕНТАРНИХ СТРАНАКА У ИНФОРМАТИВНИМ ЕМИСИЈАМА ТВ СТАНИЦА СА НАЦИОНАЛНОМ ПОКРИВЕНОШЋУ

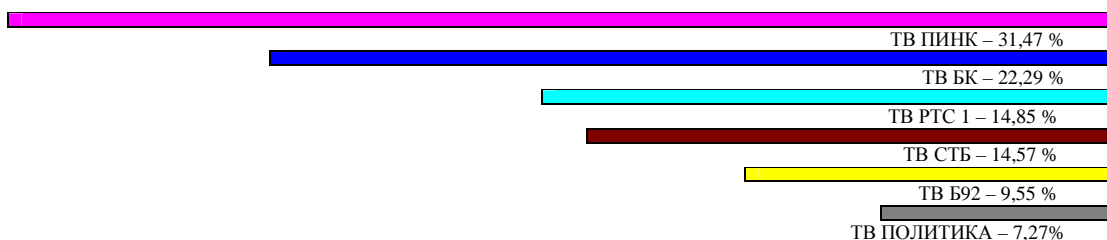


³ В. прилог бр. 1 – Извештај Службе за надзор Републичке радиодифузне агенције и прилог бр. 2 – Извештај *Medium Gallup*-а.

ПОЈАВЉИВАЊЕ ПАРЛАМЕНТАРНИХ СТРАНАКА У ПОСЕБНИМ ЕМИСИЈАМА ТВ СТАНИЦА
СА НАЦИОНАЛНОМ ПОКРИВЕНОШЋУ



УКУПНО ВРЕМЕ КОЈЕ ЈЕ СВАКА ПОСМАТРАНА ТВ СТАНИЦА ПОЈЕДИНАЧНО У СВОМ ИНФОРМАТИВНОМ ПРОГРАМУ У ТОКУ ПРЕДИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ ЗА ПАРЛАМЕНТАРНЕ ИЗБОРЕ ИЗДВОЈИЛА ЗА ПРЕДСТАВЉАЊЕ УЧЕСНИКА НА ИЗБОРИМА У ИНФОРМАТИВНИМ ЕМИСИЈАМА ВЕСТИ. НАВЕДЕНИ ПОДАЦИ ОДНОСЕ СЕ НА СВЕ ИНФОРМАТИВНЕ ЕМИСИЈЕ ВЕСТИ ОД 18 ЧАСОВА ДО ПОНОЋИ У ПЕРИОДУ ОД 13. ДО 25. ДЕЦЕМБРА 2003. ГОДИНЕ



ТВ-Станица	РТС 1	ПИНК	БК	Б92	СТБ	ПОЛИТИК А	Укупно утрошено
Време	3 x, 58 мин, 6 сец	8 x, 24 мин, 40 сец	5 x, 57 мин, 28 сец	2 x, 33 мин, 9 сец	3 x, 53 мин, 43	1 x, 56 мин, 40 сец	26 x, 43 мин, 46 сец
Време у процентима	14.85	31.47	22.29	9.55	14.57	7.27	100%

Ови избори показали су и то да у Србији итекако постоји потреба, али и способност да се РТС конституише као јавни радиодифузни сервис. Агенција може само да констатује да је и садашњи РТС, ако се суди по квалитету извештавања о парламентарним изборима, кадровски и технички способан да тај посао преузме на себе. Програмски гледано, РТС се у предизборној кампањи заиста и понашао као одговоран и озбиљан јавни сервис високих професионалних стандарда.

Из прикупљених података је очигледно и то да су значајан труд да свеобухватно и равномерно информишу јавност о изборима уложиле и две комерцијалне националне ТВ станице (Пинк и БК), иако нису имале комерцијални интерес нити изричиту законску обавезу да се тако понашају.

ТВ Б 92 се понашала у складу са својим уређивачким концептом који је подразумевао селекцију информација, што, са становишта важећих закона, није изричито забрањено.

Конечно, поредећи понашање електронских медија са понашањем штампаних медија врло лако се може закључити да су електронски медији у предизборно време показали знатно већи степен одговорности. Понашање емитера, за разлику од понашања штампаних медија, углавном није било обележено трком за сензацијама.

2) Карактеристични “прекршаји” емитера

А. Кршење предизборне тишине

Посматрани електронски медији су стриктно поштовали ову законску одредбу. Било је неколико различитих тумачења посматрача на појављивање државних функционера у време изборне тишине.

Изборну тишину несумњиво је прекршила ТВ Паноније (НС) која је, на сам дан избора (28.12.2003), емитовала оптужбу представника Г 17 плус и деманти ДС и СРС, а исто је поновљено у вестима још два пута.

У оптужби је речено да поменуте странке преко мегафона, из аутомобила, позивају грађане да гласају за њих.

Закључак: Посматрани електронски медији су се, са највишим степеном одговорности, понашали према овом изричитом пропису, уз напомену да су вести о активностима државних функционера различито третиране.

Б. Бесплатно представљање програма странка/коалиција

На извршење ове (законске) обавезе, РТС и телевизије локалних и регионалних заједница, није забележена ниједна примедба од стране учесника на изборима. То значи да су посматрани јавни сервиси обезбедили једнак и равноправан третман свих странака.

Поједине притужбе или неспоразуме, Агенција је решавала хитно и у директној комуникацији с емитерима.

Ц. Забрана плаћених термина за јавне сервисе

Телевизијама у статусу јавних предузећа, Законом је забрањена «продаја» термина за предизборну кампању. Она је само поновљена у Општем обавезујућем упутству што је, и пре изборне кампање, изазвало доста незадовољства код ових емитера, иако су рекламне поруке биле дозвољене у неограниченом броју.

На основу извештаја *Medium Gallup*-а, следеће ТВ станице прекршиле су ову законску обавезу: ТВ Ваљево, ТВ Зајечар, ТВ Крушевац, ТВ Лесковац и ТВ Краљево.⁴

⁴ В. прилог бр. 2 – извештај *Medium Gallup*-а.

Д. Означавање предизборних програма и ЕПП-а

Све ТВ станице биле су дужне да примењују ознаке као што су: «Преидзорни програми», «Предизборни ЕПП», «Плаћени/изнајмљени термин».

Било какво «мешање» изборног са редовним програмом није било дозвољено, јер се једино на тај начин могла спречити прикривена кампања појединих странака или кандидата.

Све ТВ станице које се у свом програму баве изборима (комерцијалне станице, иначе, нису имале обавезу да се изборима уопште баве) биле су дужне да формирају «изборне блокове» у оквиру емисија вести, специјалних емисија и ЕПП-а.

У том погледу било је, мање или више, недисциплине код готово свих локалних ТВ станица.

Поједине странке биле су фаворизоване емитовањем прилога ван изборних блокова. Према извештају *Medium Gallup*-а у овом погледу се посебно издвајају (по редоследу):

- ТВ Палма плус (ССЈ-НСС)
- ТВ Мост (СПС)
- ТВ Спектрум (ДХСС)
- ТВ Јагодина (ДС, Г 17 плус)
- ТВ Крагујевац (ДС).⁵

И друге телевизије изостављале су, у већој или мањој мери, предизборне ознаке, како за емисије, тако и за ЕПП.

3) Понашање Радио-телевизије Србије⁶

Од свих телевизијских станица, посматраних у периоду од 13. децембра када је Републичка изборна комисија прогласила јединствену изборну листу за превремене парламентарне изборе па до почетка предизборне тишине 25. децембра у поноћ, национална телевизија је у праћењу и информисању о активностима странака/коалиција/група грађана у кампањи примењивала најуравнотеженију уређивачку политику. У околностима на политичкој сцени под којима су избори расписани, РТС је, чини се, изабрала и најбољи концепт презентовања информација, тако сто је изборни блок из Дневника 2 пребачен у емисију "Политички полигон" која је емитована непосредно по завршетку Дневника. У овој емисији национална телевизија је извештавала о дневним предизборним активностима представника најчешће свих странака/коалиција, прилозима са видео и тонским записима, приближно једнаке минутаже.

Такође, у изборним блоковима свакодневно је примењивано ротирање редоследа представљања учесника на изборима, чиме је избегнута подела на "главне" странке-фаворите на изборима и "остале странке", коју су практиковале поједине посматране телевизије. С друге стране, издвајањем блока о изборима у посебну емисију посвећену искључиво томе, РТС је створила простор да у Дневнику извести о активностима појединих носилаца или представника изборних листа у својству носилаца државних функција. На тај начин избегнуто је преплитање информација о току предизборне кампање са

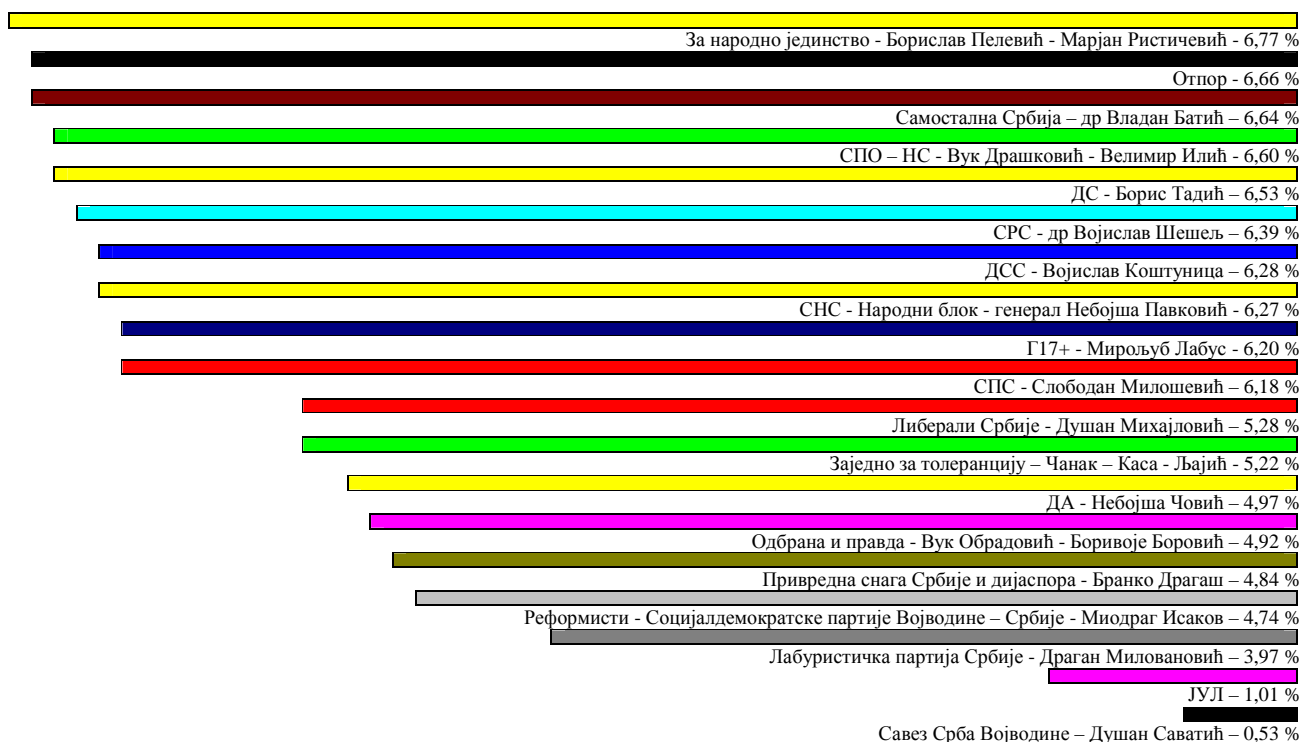
⁵ В. прилог бр. 2 – извештај *Medium Gallup*-а.

⁶ Извештај сачињен на основу извештаја Службе за надзор и налаза агенције *Medium Gallup*. (В. прилог бр. 1 и 2).

информацијама о активностима државних функционера, сто је на осталим телевизијама био чест случај.

РТС је одржала висок степен равноправности свих учесника у предизборној кампањи и омогућила грађанима Србије увид у њихове политичке опције и програме.

УПОРЕДНА ТАБЕЛА ЗА **ТВ РТС И** ИЗРАЗЕНА У ПРОЦЕНТИМА ПРЕМА КРИТЕРИЈУМУ МЕДИЈСКОГ ПРОСТОРА КОЈИ ЈЕ ДРЗВНА ТЕЛЕВИЗИЈА ПОСВЕТИЛА ПРЕДСТАВЉАЊУ СВАКЕ ИЗБОРНЕ ЛИСТЕ ПОЈЕДИНАЧНО У ИНФОРМАТИВНИМ ЕМИСИЈАМА ВЕСТИ У ТЕРМИНУ ОД 18 ЧАСОВА ДО ПОНОЦИ У ПЕРИОДУ ПРЕДИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ ЗА ВАНРЕДНЕ ПАРЛАМЕНТАРНЕ ИЗБОРЕ ОД 13. ДО 25. ДЕЦЕМБРА 2003. ГОДИНЕ



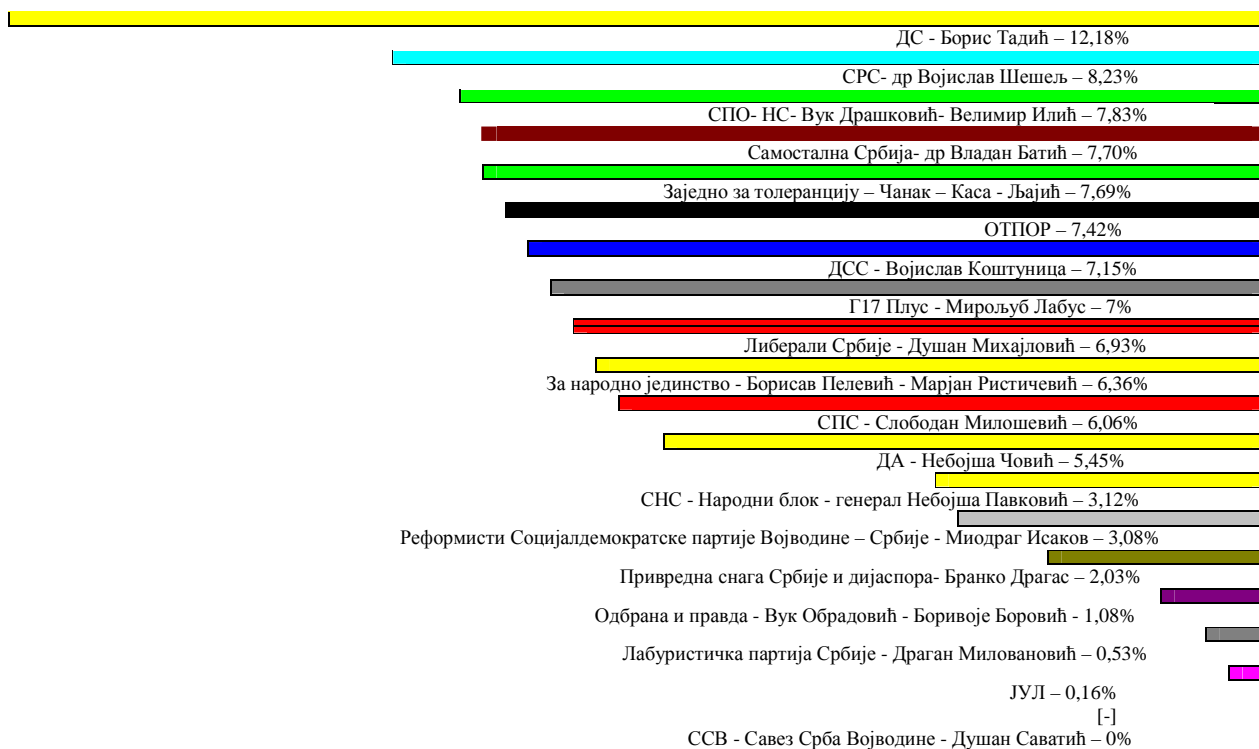
4) Понашање комерцијалних емитера са националном покривеношћу (ТВ ПИНК, ТВ БК, ТВ Б92) ⁷

ТЕЛЕВИЗИЈЕ ПИНК и БК су у свом информативном програму у посматраном периоду информисале о кампањи већине странака/коалиција учесница на протеклим изборима и већину емитованих извештаја покривале видео и тонским записима, уз приметно издвајање информација о активностима представника 4 листе: ДС, ДСС, Г17+ и СРС, које су, у различитим комбинацијама увек заузимале прва четири места изборних блокова у свим дневницима. У случају Пинка, емисије вести су, готово по правилу, започињане информацијама о кампањи ДС, док је у програму БК то место заузимала ДСС.

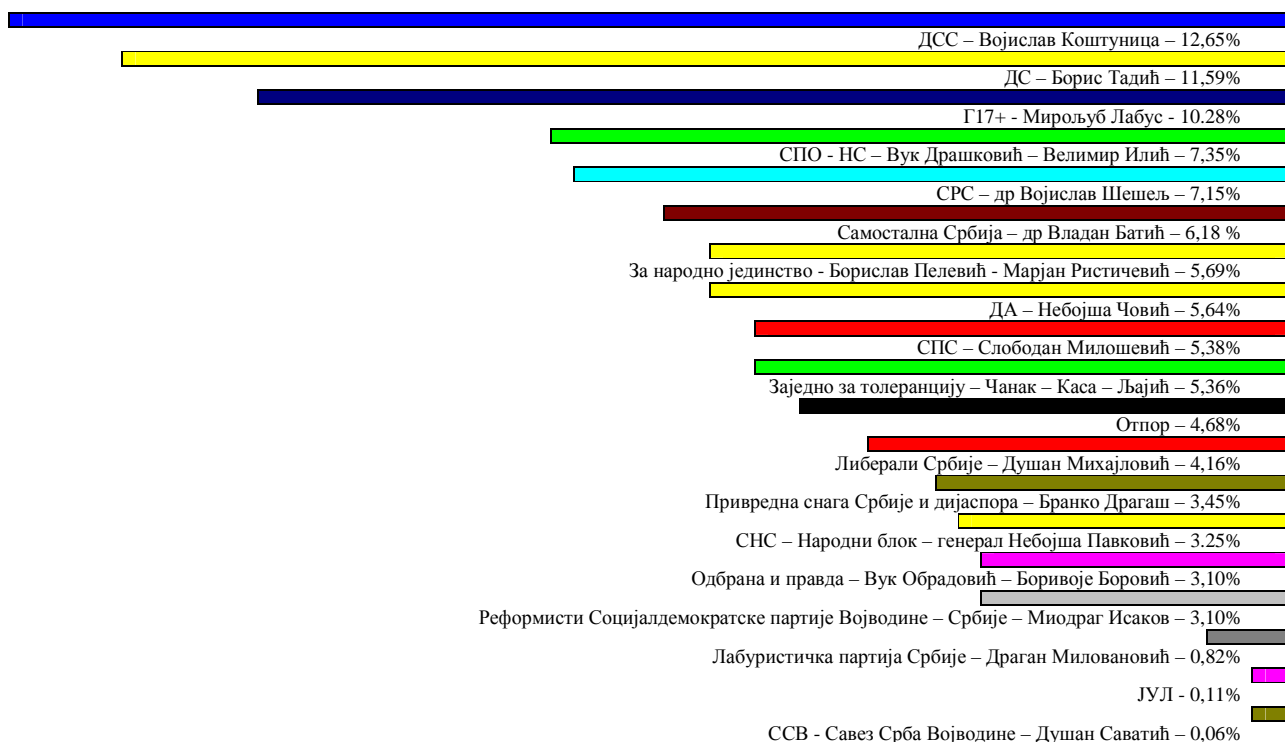
⁷ Извештај сачињен на основу извештаја Службе за надзор и налаза агенције *Medium Gallup*. (В. прилог бр. 1 и 2).

Обе телевизије нису мењале редослед представљања странака/коалиција ни у "другом делу" изборног блока, у који су најчешће сврставани извештаји о кампањи СПО/НС, СПС, Отпора, коалиција "За народно јединство" и "Заједно за толеранцију", ДХСС, ДА, Либерала Србије и Реформиста Војводине, док су на крају, по правилу, преносене информације о активностима представника СНС, коалиције Одбрана и правда, Лабуристичке партије и Привредне снаге Србије и дијаспоре. ТВ Пинк је у свом информативном програму ретко помињала предизборне активности Лабуристичке партије Србије, док су извештаји о активностима ДСС често емитовани без видео и тонских записа. У вестима ових станица (нарочито ТВ Пинк) било је приметно извесно несналажење у преносу информација о активностима носилаца и представника појединих изборних листа на државним функцијама (најчешће Бориса Тадића у својству министра одбране, Зорана Живковића као председника Владе Републике Србије и Небојше Човића као председника Координационог центра) које су, и поред тога што им није место у изборним блоковима, емитоване управо у оквиру њих.

УПОРЕДНА ТАБЕЛА ЗА **ТВ ПИНК** ИЗРАЖЕНА У ПРОЦЕНТИМА ПРЕМА КРИТЕРИЈУМУ МЕДИЈСКОГ ПРОСТОРА КОЈИ ЈЕ ОВА СТАНИЦА ПОСВЕТИЛА ПРЕДСТАВЉАЊУ СВАКЕ ИЗБОРНЕ ЛИСТЕ ПОЈЕДИНАЧНО У ИНФОРМАТИВНИМ ЕМИСИЈАМА ВЕСТИ У ТЕРМИНУ ОД 18 ЧАСОВА ДО ПОНОЊИ У ПЕРИОДУ ПРЕДИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ ЗА ВАНРЕДНЕ ПАРЛАМЕНТАРНЕ ИЗБОРЕ ОД 13. ДО 25. ДЕЦЕМБРА 2003. ГОДИНЕ

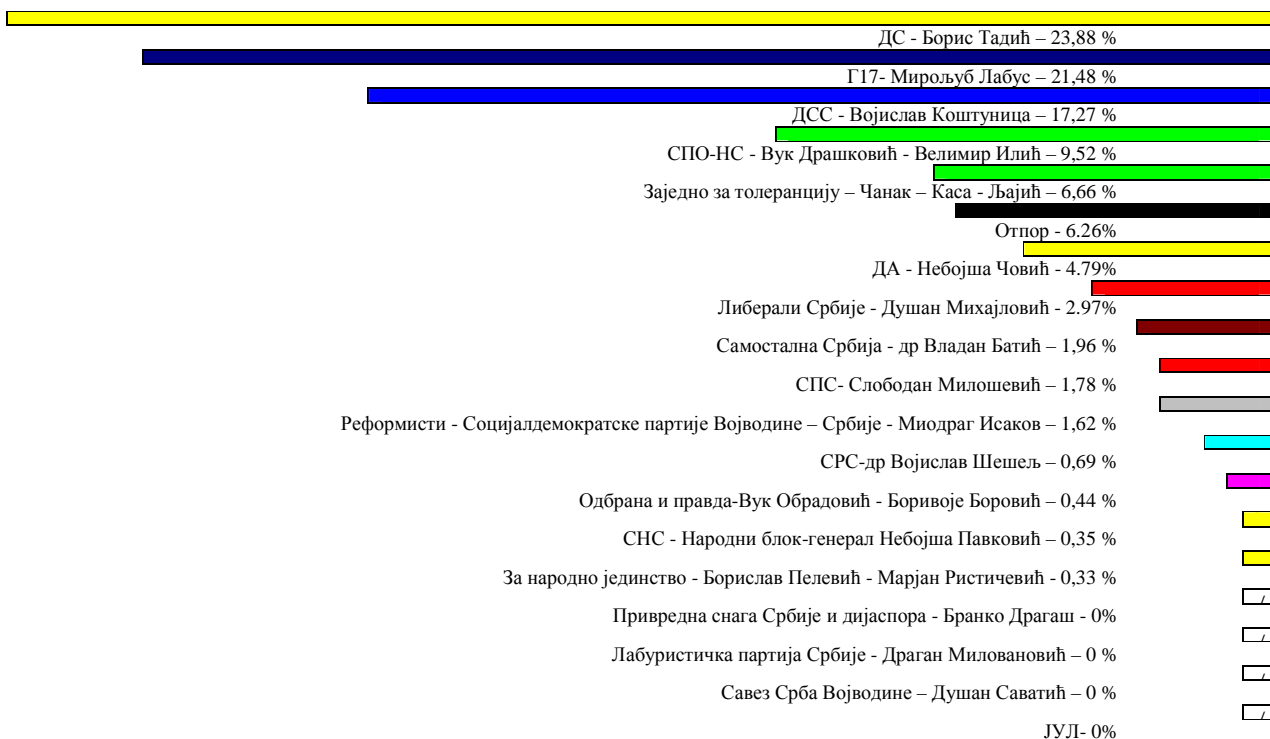


УПОРЕДНА ТАБЕЛА ЗА **ТВ БК** ИЗРАЖЕНА У ПРОЦЕНТИМА ПРЕМА КРИТЕРИЈУМУ МЕДИЈСКОГ ПРОСТОРА КОЈИ ЈЕ ОВА СТАНИЦА ПОСВЕТИЛА ПРЕДСТАВЉАЊУ СВАКЕ ИЗБОРНЕ ЛИСТЕ ПОЈЕДИНАЧНО У ИНФОРМАТИВНИМ ЕМИСИЈАМА ВЕСТИ У ТЕРМИНУ ОД 18 ЧАСОВА ДО ПОНОЋИ У ПЕРИОДУ ПРЕДИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ ЗА ВАНРЕДНЕ ПАРЛАМЕНТАРНЕ ИЗБОРЕ ОД 13. ДО 25. ДЕЦЕМБРА 2003. ГОДИНЕ



ТВ Б92 је практиковала изразито селективно извештавање о кампањи учесника на протеклим изборима и у својим информативним емисијама није помињала предизборне активности представника више од половине потврђених изборних листа. Ова телевизија је врло ретко и у искључиво негативном контексту помињала странку која је освојила највише гласова на изборима – Српску радикалну странку. У информативном програму ТВ Б92 је давала приоритет преношењу информација о различитим аферама и емитовала их као прве вести у изборном блоку, поткрепљене изјавама лидера и представника странака које су за време кампање водиле интезивна међустраничка препуцавања (ДС, ДСС, Г17+). У таквим околностима, поменуте информације замењивале су оне о активностима у кампањи и представљању програма ових партија. Такође, поред чињенице да је у извештавању о активностима појединих учесника на изборима инсистирало више на елементима негативне него афирмативне и објективно испраћене кампање, у информативном програму ове станице бојкотоване су предизборне активности великог броја странака/коалиција. Уместо тога, у оквиру изборног блока, редовно је емитована рубрика "Сви наши избори", као осврт и подсећање на све председничке и парламентарне изборе одржане у Србији од 1990. године, са видео записима и тонским изјавама појединих лидера из тадасње власти и опозиције.

УПОРЕДНА ТАБЕЛА ЗА **ТВ Б92**, ИЗРАЖЕНА У ПРОЦЕНТИМА ПРЕМА КРИТЕРИЈУМУ МЕДИЈСКОГ ПРОСТОРА КОЈИ ЈЕ ОВА СТАНИЦА ПОСВЕТИЛА ПРЕДСТАВЉАЊУ СВАКЕ ИЗБОРНЕ ЛИСТЕ ПОЈЕДИНАЧНО У ИНФОРМАТИВНИМ ЕМИСИЈАМА ВЕСТИ У ТЕРМИНУ ОД 18 ЧАСОВА ДО ПОНОЋИ У ПЕРИОДУ ПРЕДИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ ЗА ВАНРЕДНЕ ПАРЛАМЕНТАРНЕ ИЗБОРЕ ОД 13. ДО 25. ДЕЦЕМБРА 2003. ГОДИНЕ



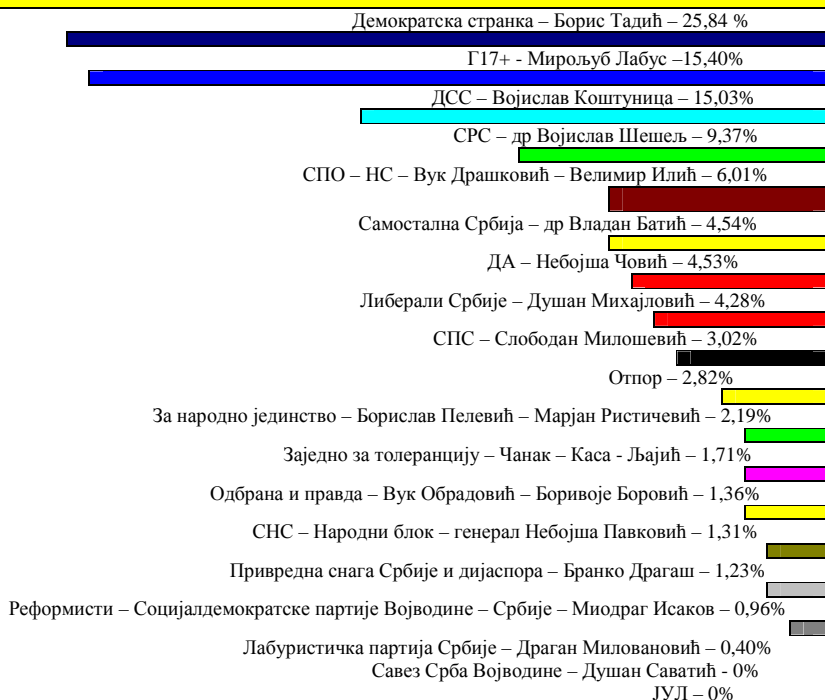
5) Понашање београдских телевизија (ТВ Студио Б и ТВ Политика)⁸

ТВ СТУДИО Б и ТВ ПОЛИТИКА показали су концепцијске недостатке емисија вести, које су најчешће деловале врло неорганизовано.

У случају **СТУДИЈА Б**, оно што је у вестима ове станице у посматраном периоду било извесно, то је редослед представљања странака/коалиција у информативним емисијама, у којима су, по правилу, прво емитоване информације о предизборним активностима ДС, а потом у првом делу изборног блока и вести о кампањама ДСС, Г17+ и СРС. Извештаји о активностима ових странака углавном су били покривени видео и тонским записима. Ова ТВ станица је изборни блок свакодневно делила на већ поменути – први део, и део који је најављиван као "активности осталих странака у кампањи", при чему су извештаји о активностима ових последњих врло ретко садржали видео и тонске записе. Треба напоменути да је ова станица јавни сервис што повлачи и посебне обавезе.

⁸ Извештај сачињен на основу извештаја Службе за надзор и налаза агенције *Medium Gallup*. (В. прилог бр. 1 и 2).

УПОРЕДНА ТАБЕЛА ЗА **ТВ СТУДИО Б** ИЗРАЖЕНА У ПРОЦЕНТИМА ПРЕМА КРИТЕРИЈУМУ МЕДИЈСКОГ ПРОСТОРА КОЈИ ЈЕ ОВА СТАНИЦА ПОСВЕТИЛА ПРЕДСТАВЉАЊУ СВАКЕ ИЗБОРНЕ ЛИСТЕ ПОЈЕДИНАЧНО У ИНФОРМАТИВНИМ ЕМИСИЈАМА ВЕСТИ У ТЕРМИНУ ОД 18 ЧАСОВА ДО ПОНОЋИ У ПЕРИОДУ ПРЕДИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ ЗА ВАНРЕДНЕ ПАРЛАМЕНТАРНЕ ИЗБОРЕ ОД 13. ДО 25. ДЕЦЕМБРА 2003. ГОДИНЕ



ТВ ПОЛИТИКА је, као и ТВ Б92, извештавала о кампањи малог броја странака/коалиција, а критеријуми на основу којих су бирани они учесници на изборима ције су активности працене крајње су нејасни. Ова тв станица је емитовала штуре извештаје о кампањи оних ученика на изборима о којима је извештавала, при чему је видео и тонским записима покривала мали број извештаја.

УПОРЕДНА ТАБЕЛА ЗА **ТВ ПОЛИТИКУ** ИЗРАЖЕНА У ПРОЦЕНТИМА ПРЕМА КРИТЕРИЈУМУ МЕДИЈСКОГ ПРОСТОРА КОЈИ ЈЕ ОВА СТАНИЦА ПОСВЕТИЛА ПРЕДСТАВЉАЊУ СВАКЕ ИЗБОРНЕ ЛИСТЕ ПОЈЕДИНАЧНО У ИНФОРМАТИВНИМ ЕМИСИЈАМА ВЕСТИ У ТЕРМИНУ ОД 18 ЧАСОВА ДО ПОНОЋИ У ПЕРИОДУ ПРЕДИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ ЗА ВАНРЕДНЕ ПАРЛАМЕНТАРНЕ ИЗБОРЕ ОД 13. ДО 25. ДЕЦЕМБРА 2003. ГОДИНЕ



СПС – Слободан Милошевић –1,56 %
Привредна снага Србије и дијаспора – Бранко Драгаш –1,22 %
Реформисти-Социјалдемократске партије Војводине – Србије - Миодраг Исаков – 1,18 %
ЈУЛ-0% Савез Срба Војводине – Душан Саватић – 0 %
Лабуристичка партија Србије – Драган Миловановић – 0 %

6) Понашање електронских медија у Војводини⁹

ТВ НОВИ САД се углавном придржавала Упутства и препорука. Није било предизборних реклама и спотова. Предизборни блокови су се углавном састојали од кратких вести. Највише простора имала је ДС али је готово половина вести била у негативном контексту (афера Бодрум и сл.). Остале странке имале су углавном уједињено време.

ТВ НОВИ САД (програм на мађарском језику) само једна предизборна специјална емисија – ТВ дуел у коме су гостовали лидери две мађарске странке (СВМ и ДСВМ) у којој је, према извештају посматрача, било изговорено доста тешких речи.¹⁰ У информативним емисијама највише су били заступљени Коалиција за толеранцију, Г17 плус, Демократска странка и Реформисти Војводине.

РТВ ДЕЛТА је све странке третирао једнако, док су се у плаћеним терминима појављивали СПС, Реформисти Војводине/Србије, СРС и Отпор.

ТВ АПОЛО. На програму ове градске ТВ прикази страначких кампања су били неуједињени. Најзаступљенија је била ДС (625 сец) и СРС (490 сец) али су обе у већини представљене у негативном контексту. За Лабуристичку странку и Савез Срба Војводине ТВ Аполо није нашао места у програму.

ТВ МОСТ је убедљиво највише простора уступио СПС-у (од 18 – 11 х, у ЕПП програму, просек: 7 пута), следи ДСС и СПО+НС (5 пута). У редовним и специјалним емисијама није било посебног фаворизовања странака.

ТВ КАНАЛ 9. Изборни програм емитован спорадично углавном у необележеним комерцијалним формама (најприсутнији Реформисти и ДА).

ТВ ПАНОНИЈА. У потпуности је поштовано означавање предизборних програма и спотова. У специјалним емисијама углавном су се појављивали представници ДСС, ДС и Г17плус, а у емисијама вести поред ових странака чешће су били пристуни Реформисти и Заједно за толеранцију.

ТВ СОМБОР. Није било фаворизовања странака, већи број емисија и закупљених термина је био видно обележен.¹¹

ТВ БАНАТ. Без фаворизовања странака.¹²

⁹ Извештај сачињен на основу података *Medium Group*. В. прилог бр. 3., као и овлашћених посматрача Агенције, Прилог бр. 6.

¹⁰ Извештај сачињен на основу података овлашћених посматрача за подручје Војводине.

¹¹ Детаљно обележене грешке (не/означавање предизборног програма), учешће странака у ЕПП програму, посебне емисије и видео записи – Агенција *Vum*. Прилог бр. 5.

7) Понашање осталих локалних и регионалних медија у Србији¹³

КРАГУЈЕВАЦ

Градска ТВ и К9 углавном су поштовале прописе и упутства. На програму градске ТВ предност је имала ДС.

ЛЕСКОВАЦ

ТВ Лесковац је поштовала упутство али су посматрачи забележили плаћене термине Г17плус и ДХСС, што није у складу са прописима о понашању медија у предизборној кампањи.

ЗАЈЕЧАР

ТВ Зајечар је такође мимо Закона емитовала плаћене промоције. Осим тога програм ове тв станице био је коректан.

ПРОКУПЉЕ

Према извештају нашег посматрача, програми ТВ Топлица, ТВ Грк и ТВ Топ3 били су углавном коректни у праћењу предизборних активности. Треба, међутим, имати у виду да ТВ Грк преноси информативни програм Б92 а ТВ Топлица ТВ Дневник ИИ.

КРАЉЕВО

ТВ Краљево, ТВ Мелос и ТВ Десетка. Нису забележени значајни прекршаји, осим што је ТВ Краљево имала плаћену страначку промоцију, што је супротно њеној обавези као станице јавног сервиса.

НОВИ ПАЗАР

ТВ Нови Пазар и ТВ Јединство. Нема примедби посматрача.

НИШ

ТВ Ниш, ТВ5, и ТВ Belle Amie углавном су поштовали Опште обавезујуће упутство. Примедба на програм ових телевизија је да су поједини прилози емитовани ван изборног блока.

ЧАЧАК

ТВ Чачак и ТВ Галаксија поступали су по Општем обавезујућем упутству. ДХСС је на програму ТВ Спектрум заузела више простора него у програмима осталих телевизија.

ЈАГОДИНА

ТВ Јагодина, као и многи други, емитује прилоге ван изборног блока, док је Палма плус значајно фаворизовала коалицију ССЈ-НСС.

КРУШЕВАЦ

Код ТВ Крушевац, ТВ Плус и ТВ Ластавице нису регистровани значајни

¹² Детаљно обележене грешке (не/означавање предизборног програма), учешће странака у ЕПП програму, посебне емисије и видео записи – Агенција *Vum*. Прилог бр. 5.

¹³ Извештај сачињен на основу налаза агенције *Medium Gallup* и налаза повереника за југ Србије и Косово. В. прилоге бр. 2 и 4.

прекршаји Упутства. Посматрачи су ипак забележили да је на ТВ Крушевац емитована плаћена промоција, што није у складу са прописима.

ВАЉЕВО

У програмима приватних ТВ Вујић и ТВ Црениц није било битних одступања од Закона и Општег обавезујућег упутства. Општинска ТВ је емитовала промоције у плаћеним терминима. Либерали Србије су у Ваљево добили сразмерно више ТВ времена него у осталим градовима.

ШАБАЦ

ТВ АС ШАБАЦ -коректно праћење избора. ТВ ШАБАЦ - без фаворизовања странака али уз већи број необележених комерцијалних прилога и плаћених термина.¹⁴

8) Понашање медија на Косову

Републичка радиодифузна агенција нема формална овлашћење над станицама које програм емитују на територији Косова. Ипак, на делу територије Косова одржани су избори, па је због тога под надзор стављен и најзначајнији електронски медиј на српском језику на тим просторима – ТВ Мост из Звечана. На понашање овог емитера овлашћени поматрач није имао значајнијих примедби.¹⁵

¹⁴ Детаљно обележене грешке (не/означавање предизборног програма), учешће странака у ЕПП програму, посебне емисије и видео записи – Агенција *Vit*. Прилог бр. 5.

¹⁵ В. прилог бр. 4 – извештај овлашћеног посматрача.

III ZAKЉUČCI

1. Тешкоће спровођења надзора

Посматрачи Агенције имали су изузетно тежак задатак јер у Србији сада деелује најмање 1300 радио и телевизијских станица. Агенција је, дакле, нужно морала да обави селекцију емитера над којима ће се обављати надзор. Истовремено, Агенција је приликом обављања селекције морала да води рачуна о територијалној заступљености и репрезентативности одабраних емитера. И поред свих тешкоћа, Агенција сматра да обављени надзор даје прилично јасну слику о понашању емитера у предизборној кампањи.

2. Проблеми правне регулативе

Као што је на почетку и назначено, надзор који је у време предизборне кампање Агенција спроводила над радом емитера јесте обавеза која проистиче из опште обавезе надзора која је Законом додељена Агенцији. Формално-правно гледано, овај надзор се суштионски не разликује од рутинског надзора који Агенција спроводи свакодневно. Наравно, за појачани надзор постојали су јасни разлози који нису правне природе: значај свих врста избора за целину друштва, појачани интерес јавности да емитери у предизборној кампањи имају непристрасан приступ свим кандидатима и потреба да се у хаотично понашање емитера унесе више реда и правилности.

Општа констатација која проистиче из искуства које је Агенција приликом реализације овог надзора имала своди се на чињеницу да правна регулатива која се односи на понашање медија у предизборној кампањи – **практично не постоји!** Погледајмо како то изгледа у појединачним прописима.

- **Закон о радиодифузији.** Основни законски текст који регулише рад Агенције проблематиком предизборне кампање бави се несистематично и врло површно. У Закону о радиодифузији, и то на потпуно различитим местима, налазе се само три одредбе релевантне за регулисање понашања емитера у току предизборне кампање.
 - 1) Чланом 78, став 1, тачка 6 Закона о радиодифузији прецизира се да су станице јавног сервиса дужне да “у време предизборне кампање, обезбеде бесплатно и равномерно емитовање промоције политичких странака, коалиција и кандидата који имају прихваћене изборне листе за савезне, републичке, покрајинске или локалне изборе, при чему не могу емитовати плаћену предизборну промоцију и, у складу са својим општим актима, могу одбити емитовање програма и рекламних спотова ако они не служе предизборној кампањи.”
 - 2) Члан 96. став 8 овог Закона директно се надовезује на ову законску одредбу јер он и станицама чији су оснивачи општине и градови приписује обавезе које имају јавни радиодифузни сервис, све док оне послују као јавна предузећа.
 - 3) И, коначно, Законом о радиодифузији Савет Агенције овлашћен је да поднесе пријаве за прекршај (чл. 113, став 1, тач. 22 Закона о радиодифузији) којом се емитер може казнити од 50.000 до 200.000

динара уколико “изврши дискриминацију политичких странака, коалиција или кандидата приликом објављивања плаћених политичких огласа или реклама“. Дакле, у Закону који има чак 131 члан, обавезе емитера и Агенције у току предизборне кампање *помињу се* у само *три* члана који чак и не представљају никакву логичку или правну целину!

- **Закон о информисању.** Још упечатљивију илустрацију чињенице да предизборно понашање медија није адекватно законски регулисано представља податак да се у Закону о јавном информисању налази само *једна једина* одредба која се (посредно!) тиче предизборног понашања медија. Реч је о року за објављивање исправке информације која се тиче “учесника предизборне утакмице”. Члан 51, став 3 овог Закона каже да “ако се информација која се исправља односи на учесника у предизборној кампањи, исправка се објављује у првом навредном броју, односно првој наредној емисији од приспећа пресуде која садржи исправку.” Ово је, да поновимо, једини члан Закона о информисању у којем се предизборна кампања уопште помиње!
- **Закон о избору народних посланика.** Закон о избору народних посланика садржи две врсте одредаба које се директно односе на понашање (електронских) медија у предизборном процесу. Прву групу одредаба сачињавају чланови који треба да регулише понашање РТС-а у предизборној кампањи као организације чији је *оснивач* Република Србија (чланови 48-51). Другу групу сачињавају чланови који се односе на избор и надлежности Надзорног одбора. Погледајмо обе ове групе одредаба редом:
 - 1) Чланови 48-51 којим се регулише процедура склапања одговарајућег споразума о начину представљања кандидата на изборима између “организација које емитују радио и телевизијски програм чији је оснивач Република” (тј. РТС-а), с једне стране, и политичких организација с друге стране нису били примењени приликом организације протеклих избора. Разлог је то што је, према мишљењу Републичке изборне комисије (РИК) које је усвојено још током припрема за председничке изборе 2003. године, РТС “прерастао” у јавни сервис, те стога нема више статус “организације чији је оснивач Република” из члана 49. овог Закона. Руковођени овим закључком, руководиоци РТС-а су саставили сопствени правилник и споразум о представљању странака и кандидата који има све елементе који су предвиђени Законом о избору народних посланика.
 - 2) Закон о избору народних посланика предвиђа формирање Надзорног одбора чији је задатак “општи надзор над поступцима политичких странака, кандидата и средстава јавног обавештавања” (чан 99., став 1. Закона о избору народних посланика). Правни куриозитет је да овај орган треба да именује Народна скупштина – половину на предлог Владе Републике Србије и половину на предлог посланичких група. Члан 100., став 1., тачка 2. каже да Надзорни одбор “контролише поступање средстава јавног обавештавања у примени одредаба овог закона које се односе на обезбеђивање равноправних услова за представљање подносилаца изборних листа и кандидата са изборних

листа”. Надзорни одбор за ове изборе није формиран, и за то постоје два разлога. Избори 2003. године су били превремени и расписани су зато што је Народна скупштина била *распуштена*, те је стога јасно да Надзорни одбор није било могуће конституисати.

Поред тога према тумачењу које је РИК усвојио још у октобру месецу 2003. године, време припрема за спровођење председничких избора према тумачењу РИК-а управо Савет Републичке радиодифузне агенције овлашћен за надзор над радом емитера. Са своје стране, Савет Агенције није могао да одбије дужност надзора над радом емитера јер је то ионако општа обавеза Агенције утврђена чланом 8 Закона о радиодифузији, тако да закључак РИК-а није ни био неопходан. Осим тога Закон о избору народних посланика, ако се изузме нејасно право на “покретање иницијативе пред надлежним органима” (којим?) из члана 52, став 2 не прописује никакве конкретне мере које би Надзорни одбор, да је био формиран, могао применити према прекршиоцима предизборних правила. Стога је сасвим очигледно да чак и примена недовољно јасних и недовољно разрађених одредаба из Закона о радиодифузији боља од потпуног изостанка надзора.

Из Закона о избору народних посланика Савет је преузео једино одредбу којом се институцијама које имају статус јавног сервиса (РТС и општинске и градске станице) забрањује да кандидате промовишу “у комерцијалном, забавном или другом програму”, тј. мимо унапред жребом утврђених термина. Ова забрана уграђена је у текст “Општег обавезујућег упутства” Агенције од 1. децембра 2003 и “препорука” од 8. децембра 2003. године.

3. Недостатак ефикасних правних механизма

Сасвим је јасно да постојећа законска регулатива Агенцији не омогућава довољно ефикасно и брзо реаговање уколико емитер прекрши неки од изборних прописа. Члан 17. Закона о радиодифузији предвиђа могућност изрицање три врста мера: опомене, упозорења и привременог или трајног одузимања дозволе. Трећа врста мера тренутно је непримењива јер Агенција, због тога што још увек није конституисана Агенција за телекомуникације, није била у могућности да распише конкурсе за додељивање дозвола за емитовање. Уз ове три мере Агенција има широко овлашћење да “пред надлежним судом или другим државним органом покрене поступак против емитера или одговорног лица емитера, ако његово чињење или нечињење има обележја дела кажњивог према Закону”.

Очигледно је да је сврха опомене и упозорења више моралне, а мање правне природе. Једина права *казна* коју прописује Закон о радиодифузији јесте могућност одузимања дозволе, коју Агенција још увек не може да примени. Уз то, члан 18. Закона предвиђа да се емитеру мора одредити “рок за изјашњење о повредама обавеза које му се стављају на терет”. Уобичајено је да тај рок буде минимално осам дана од достављања захтева Агенције. Стога је сасвим јасно да спровођење такве процедуре онемогућава тренутно елиминисање штетне праксе, па и тешких повреда закона (нпр. кршења изборне тишине) јер Савет нема правних могућности да на очигледне прекршаје реагује тренутно и ефикасно.

Из свега реченог је јасно да се понашање емитера у предизборној кампањи мора прецизније правно регулисати. Ово се може учинити или путем измена изнорног законодавства или путем измена тзв. медијских закона – пре

свега, Закона о радиодифузији и Закона о информисању. Мишљења смо да ове измене треба да укључују:

- јасно прописивање обавеза емитера који медијски прате ток предизборне кампање;
- прецизне казне за различите врсте прекршаја наведених обавеза;
- “механизме за брзо деловање” Агенције и осталих органа овлашћених за обављање надзора над радом медија.