



GODIŠNJI IZVEŠTAJ

2023

Uvodna reč

2023. ostaće upamćena kao još jedna godina vanrednih izbora u Srbiji u kojima su se mediji pokazali kao potpuno disfunkcionalni i zavisni od želje i volje političkih, bolje reći populističkih, vladajućih elita. Stoga ovoga puta uvodnik o stanju u medijskoj sferi u 2023. fokusiramo na medijizaciju predizborne kampanje stoga što je to sublimacija svega što se na medijskoj sceni dešavalo tokom cele godine. Istovremeno, nije prejako reći, situacija u medijima je katastrofična i krizna. Mediji su, odnosno trebalo bi da budu, četvrti stub demokratije u društvu, koje barem na rečima predsednika teži da postane član evropske zajednice. Međutim, u Srbiji su potpuno izgubili kredibilitet, kao i snagu ozbiljnog kritičara nepodopština donosilaca odluka, izvršne vlasti, sudstva, političkih elita korumpiranih toliko da je Srbija po poslednjem izveštaju međunarodne nevladine organizacije „Transparency International“ najnepovoljniji u prethodnih 12 godina. Srbija zaostaje sedam indeksnih poena za svetskim prosekom i gotovo 21 indeksni poen za evropskim, kao i 28 poena za prosečnim ocenama u zemljama EU¹. Mediji, barem većina mejnstrim medija, nisu imali odgovor na ovakvu situaciju u društvu jer su i sami zatomljenim više nego ikada o čemu najbolje svedoči medijizacija predizborne kampanje. Sve neregularnosti, koruptivne radnje, kršenje zakona tokom kampanje - i na sam dan izbora većina mejnstrim medija je jednostavno smatrala da nije vredno pažnje, niti je od javnog interesa. Rečju izbore su proglasili regularnim i pored svih dokaza da su bili „pokradeni“. Izuzetak je bilo svega njih nekoliko koji svojim dosegom ipak nisu mogli da dovedu do ozbiljnijeg informisanja javnosti o svemu što se tokom novembra i decembra 2023. u Srbiji dešavalo.

U izveštaju monitoring tima Novosadske novinarske škole se, između ostalog, navodi:

„REM krajem decembra objavljuje izveštaj o monitoringu medija tokom izborne kampanje za televizije: RTS 1, RTS 2, RTV 1, RTV 2, N1, Nova S, Al Džazira i TV K1. Tvrdi, nema podatke za televizije sa nacionalnom frekvencijom – Pink, Hepi, Prvu i B92. Mesec dana kasnije, Centar za istraživačko novinarstvo Srbije objavljuje da ovi podaci ipak postoje, ali kada ih pogledate, biće jasno zašto se REM pravi da ne postoje. Četiri su glavna zaključka koje CINS adresira: a) lista 'Aleksandar Vučić – Srbija ne sme da stane' dominirala je na nacionalnim frekvencijama – o njoj sve najbolje, o opoziciji sve najgore; analitičari na televizijama u službi vlasti – Vučić u funkcionerskoj kampanji. U ovom izveštaju se navodi da je posebno izražena neravnoteža u informativnim programima, gde vladajuća većina zauzima preko 90 odsto vremena. 'Ova neravnoteža, zajedno sa tonom izveštavanja koji favorizuje vladajuću većinu, stvara atmosferu društvenog konsenzusa oko politike vladajuće strukture, dok istovremeno marginalizuje i diskredituje opoziciju', zaključuju istraživači Crte. Ova kampanja mogla bi se jednom rečju nazvati negativnom, budući da je, prema nalazima Crte, negativna propaganda prema opoziciji bila posebno izražena i prisutna u većem procentu u odnosu na prethodne izbore.“²

Istraživanje Novosadske novinarske škole o reprezentaciji predizborne kampanje na 20 najčitanijih portala i hedlajna četiri večernje centralne informativne emisije dva javna servisa (RTV i RTS), jedne komercijalne televizije (Pink) i jedne kablovske sa izrazito razvijenim informativnim programom (N1) pokazalo je svu pogubnost zarobljenih medija za demokratski dijalog u društvu neophodan baš u vreme predizborne kampanje. U najkraćem nakon mesec dana monitoringa pokazalo se da je medijizacija ove kampanje bila potpuno potčinjena promociji jedne osobe –

¹ Izvor: BBC na srpskom. (2024). Balkan i korupcija: Srbija nazadovala na listi indeksa Transparentnosti u 2023, Bosna i Hercegovina najlošija u regionu. Dostupno na: <https://www.bbc.com/serbian/lat/balkan-68141995>.

² Izvor: Novosadska novinarska škola. (2024). Predizborna kampanja 2023. u medijima nefer, na mrežama nepostojeća. Dostupno na: <https://novinarska-skola.org.rs/predizborna-kampanja-2023-u-medijima-nefer-na-mrezama-nepostojeća/>.

predsednika države. Aleksandar Vučić nastupa kao običan član SNS, ali je istovremeno i jedini promotor liste „1. Aleksandar Vučić - Srbija ne sme da stane“ u prikrivenoj kampanji u hedlajnim svih posmatranih televizija. Prikrivena kampanja je dominantan tip objave u hedlajnu (N1 75%, RTS 88%, RTV 100%, Pink 100%). U potpunosti izostaju u hedlajnim informacije da je u toku i kampanja za pokrajinske vanredne izbore. Preovlađujući narativ u tri (RTS, RTV, Pink) od četiri monitorovana emitera je „U Srbiji se ništa vanredno ne događa“, „izbori kao događaj ne postoje“, potpuno ignorisanje i same reči „izbori“ i sintagme „predizborna kampanja“. Jedino je TV N1 u hedlajnim večernjeg Dnevnika od druge monitoring sedmice neprekidno ukazivao, na osnovu istraživačkog novinarstva, na sve malverzacije i korupcione radnje u predizbornoj kampanji. Najfrekventnije diskursne strategije „Država to sam ja“, „Ostap Bender“, „Minhauzen“, „Hleba i igara“, „Samopromocija“³.

Kada su portali u pitanju na društvenim mrežama o predizbornoj kampanji takođe muk.

„Jedan od zaključaka monitoringa izborne kampanje 2023, tokom kog su analizirane najpopularnije objave sa 20 najpopularnijih njuz-portala, koji je sprovedla Novosadska novinarska škola je taj da je publika tokom perioda predizborne kampanje, uprkos njoj, najviše pažnje usmeravala ka nepolitičkim temama, u prvom redu ka sportu. U tom smislu, veliki uspeši naših sportista predstavljaju događaje od velikog viralnog i finansijskog potencijala za naše medije. Kada je reč o nepolitičkim temama, veću šansu za vidljivost imaju afirmativne objave kohezivnog karaktera koje slave uspehe i pobjedu (nad suparničkim timom, nad bolešću, i u religijskom smislu nad zlom)“, navodi se u ovoj analizi. Dakle, viši domet na društvenim mrežama po pravilu će ostvarivati afirmativne vesti sa portala. Publika će, prema ovom istraživanju, najpre lajkovima podržati uspehe sportista, te je tako sport kao tema registrovan u čak trećini objava sa najvećim dometom (31 od 100); zatim poziva u pomoć i tekstove o crkvenim praznicima (solidarnost i crkva su kao teme registrovane u po 11 tekstova od 100 najpopularnijih), pa tek onda politiku (koja je bila tema u devet od sto najpopularnijih objava). Međutim, objave političkog karaktera biće uspešnije ako su negativnije, a najmanje uspešne ako su neutralne, tj. čisto informativne. Dodatno, kada je reč o izborima kao temi objava, na portalima Telegrafa, Blica, Kurira, Monda, Espresa i Nportala nijedna od objava s visokim dometom tokom analiziranog perioda nije bila posvećena izborima, dok su najveće učešće izbornih tema imali Informer, Direktno i Novosti, a najveće učešće društveno-političkih tema Politika, B92 i N1. Autori istraživanja navode da su određeni mediji brojnošću i stilom popularnih objava agitovali za određene opcije i protiv određenih opcija. Kada je reč o portalima dnevnih novina, podrška SNS-u bila je više nego očigledna. Tako je u objavama portala Alo, Novosti, Informer i Politika ova stranka predstavljena isključivo u pozitivnom svetlu – u Novostima je to čak 35 afirmativnih objava za SNS i 26 negativnih o koaliciji Srbija protiv nasilja, a u Infomeru 32 afirmativne o SNS i čak 36 negativnih o SPN.“

Sličnu praksu imali su i ostali pomenuti portali.

Autorka abstrakta, Darija Stjepić, tako navodi da se predizborna utakmica na njuz portalima svela na borbu između najjače vladajuće stranke – Srpske napredne stranke, i najjače opozicione koalicije – Srbije protiv nasilja, „dok su sve ostale izborne liste zajedno bile zastupljene oko 15 posto. Na osnovu toga, zaključuje se u istraživanju da je diskurs velikog broja analiziranih objava bio krajnje neprofesionalan i navijački, ali da je, kada je reč o politici, upravo takve objave publika najčešće podržavala lajkovima i komentarima.“

O (ne)radu REM-a, politikantskom i populističkom „zlostavljanju“ medija bez ikakve reakcije regulatora ali i sudstva, izbegavanju dodele takozvane pete frekvencije, o neetičnosti i posebno

³ Sažetak iz izveštaja Dubravke Valić Nedeljković.

gotovo „negovanju“ lošeg ukusa u medijima, napadima na novinare⁴ mogli bi se ispisati tomovi. Istovremeno srpski mediji mogu se nedvosmisleno okarakterisati kao najveći proizvođači manipulativnih vesti u regionu. Ovo je pogotovo izraženo u dezinformacijama koje domaći mediji preuzimaju iz ruskih državnih medija, a potom ih prevode i prilagođavaju za domaće tržište. Takve dezinformacije potom se šire na medije u regionu i vrše štetan uticaj i na građane van granica Republike Srbije.

Za sliku medija u Srbiji tokom 2023. sasvim dosta da se opravda konstatacija sa početka ovog uvodnika da je situacija katastrofalna i krizna.

I na kraju, istini za volju, nevladin sektor, deo medija, pa i opozicionih političara i političarki istinski se zalaže za značajne i potpune promene u medijskom sektoru, pre svega odnosu vladajućih političkih i ekonomskih elita prema medijima. Za sada i pored svih kampanja, istraživanja, javnih zagovaranja, apela, demonstracija, ukazivanja na disfunkcionalnost javnih servisa i potpunoj neodgovornosti prema javnoj reči i auditorijumu komercijalnih emitera itd... odgovora medijskih manipulatora baš i nema.

Evo šta je tokom 2023. Novosadska novinarska škola uradila da doprinese promenama.

Januara, 2024. u Novom Sadu

prof. dr Dubravka Valić Nedeljković

⁴ Prema bazi podataka NUNS-a u 2023 ih je bilo 183. Dostupno na : <https://www.bazenuns.rs/srpski/napadi-na-novinare>.

Realizovani i započeti projekti

<i>Ime projekta</i>	<i>Donator</i>	<i>Partneri</i>	<i>Trajanje</i>	<i>Oblast</i>	<i>Iznos</i>
Snažni – za medije bez mržnje i dezinformacija	Evropska komisija	SEENPM, Albanski medijski institut, Mediacentar Sarajevo, Kosovo 2.0, Institut za medije Crne Gore, Makedonski institut za medije, Mirovni institut i Bianet	Februar 2020 – januar 2023.	Profesionalizacija novinarstva	999.999,90EUR R
Fakespotting	Erazmus+ putem Nacionalne agencije u Italiji	Alma mater studiorum Universita di Bologna, Fundacion Universidad Loyola de Andalucia, Globsec, International cousing and mobility agency, Pagella politica, South East European University Tetovo, Univerzita Mateja Bela v Banskey Bystrici, Universiteti i Tiranes	Oktobar 2020 – avgust 2023.	Medijska pismenost	33.770EUR
Medijska pismenost za sve	Erazmus+ kroz Nacionalnu agenciju Irske	Letterkenny institute of technology, European e-learning institute, Mediakasvatuskeskus metka - Centralen för medieföstran, Atermon b.v., Ballyraine national school	Novembar 2021 – novembar 2023.	Medijska pismenost	26.385EUR

Podsticanje profesionalnog medijskog izveštavanja	NED - National Endowment for Democracy	/	Decembar 2021 – novembar 2023.	Fektčeking	110.00USD
Medijski pismeni mladi protiv dezinformacija	Ambasada Švedske u Beogradu, Beogradsk a otvorena škola	BUM – bečejsko udruženje mladih	Septembar 2022 – maj 2023.	Medijska pismenost	157.000SEK
Unapređenje medijske i informacione pismenosti kroz dijalog sa javnim vlastima – 2	Delegacija Evropske unije u Srbiji kroz sabgrantin g program Beogradsk e otvorene škole	/	Oktobar 2022 – jul 2023.	Medijska pismenost	19.998,30EUR
Jačanje unapređenih medijskih standarda	NED - National Endowment for Democracy	/	Oktobar 2022 – septembar 2024.	Fektčeking	25.500EUR
Razumevanje i suprotstavljanje uticajima u informacionom okruženju NRK na Zapadnom Balkanu	Global Engagemnt Center	Albany Associates, Albanski medijski institut, Mediacentar Sarajevo, Institut za medije Crne Gore, Makedonski institut za medije	Oktobar 2022 – septembar 2024.	Profesionalizacija novinarstva	53.250USD

Budućnost novinarstva	Nezavisno udruženje novinara Srbije i Ambasada SAD	/	Decembar 2022 – maj 2023.	Profesionalizacija novinarstva	9.490USD
Suprotstavljanje dezinformacijama u Srbiji: prva linija odbrane	Evropska unija	/	Decembar 2022 – decembar 2025.	Fektčeking	247.446EUR
Jačanje uloge medija u suočavanju sa klimatskom krizom	Norveško Ministarstvo spoljnih poslova kroz projekat SMART Balkans organizacija IDM - Institut za demokratiju i medijaciju, CRPM - Centar za istraživanje i kreiranje politike, Civilno društvo za povezan Zapadni Balkan	Albanski medijski institut, Fondacija Mediacentar, Medijski institut Crne Gore i Makedonski institut za medije	Januar 2023 – jun 2024.	Profesionalizacija medija	1.915.821,02 NOK

EUNRC 2.0	Evropska komisija	Beogradska otvorena škola, Nova planska praksa, Užički centar za prava deteta, Eneca, Mladi poljoprivrednici Srbije, Sigurne staze, Friedrich Ebert Stiftung	Januar 2023 – decembar 2026.	Civilno društvo	4.799.877,69EUR/444.868,44EUR
Naši mediji: Inicijativa za unapređenje medijske pismenosti, dijalog i aktivizam	Evropska unija	SEENPM, Albanski medijski institut, Vijeće za štampu Kosova, Makedonski institut za medije, Mirovni institut i Bianet	Februar 2023 – januar 2025.	Profesionalizacija medija	217.440USD
	UN Women	/	April – oktobar 2023.	Profesionalizacija medija	1.631.045RSD
Mediji o medijima u školi	Pokrajinski sekretarijat za kulturu, javno informisanje i odnose s verskim zajednicama	/	Maj – jul 2023.	Medijska pismenost	250.000RSD
Raskrinkavanje.me i Fake News Tragač u borbi protiv dezinformacija u Crnoj Gori i Srbiji	Transtele Canal France International, projekat Balkan Production	Centar za demokratsku tranziciju	Oktobar 2023 – april 2024.	Fektčeking	34.968 EUR / 16.784 EUR

	finansiran od EU				
Razotkrivanje stranih uticaja iz dezinformacija na Zapadnom Balkanu	Transtele Canal France International, projekat Balkan Productions, finansiran od EU	/	Novembar 2023 – april 2024.	Fektčeking	39.205 EUR
Analiza medijskih sadržaja tokom političke kampanje za vanredne parlamentarne izbore u Srbiji 2023. godine	Norveško Ministarstvo spoljnih poslova kroz projekat SMART Balkans organizacija IDM - Institut za demokratiju i medijaciju, CRPM - Centar za istraživanje i kreiranje politike, Civilno društvo za povezan Zapadni Balkan	/	Novembar – decembar 2023.	Profesionalizacija medija	51.000 NOK (5.000 EUR)

Aktivnosti

- Izdate su istraživačke publikacije [Vrline javne a poroci tajni: Monitoring predizborne kampanje 2023](#), [Visok profesionalizam slabog dometa: Samoregulacija medija u Srbiji](#), [Medijska pismenost na fakultetima za obrazovanje učitelja i nastavnika](#) i [Analiza sadržaja informacija od javnog značaja objavljenih u informativnim programima TV u Srbiji 2022](#).
- Praktičnu politiku koju smo u 2023. godini predložili institucijama tiče se obrazovanja prosvetnih radnika o medijskoj pismenosti na matičnim fakultetima [Predlog praktične politike: Uvođenje medijske pismenosti na fakultetima gde se obrazuju budući učitelji i nastavnici](#).
- Sa partnerima smo snimili dokumentarni film [Cena istine](#).
- Kao udruženje za mlade postali smo članica Krovne organizacije mladih Srbije (KOMS).
- Nastavili smo sa izvođenjem akreditovanih seminara medijske pismenosti za nastavnike.
- Za učenike osnovnih i srednjih škola organizovali smo turnir medijske pismenosti.
- Organizovali smo sastanke, konferencije i treninge u oblasti medijske pismenosti u nastavi, analize dezinformacija, izveštavanja o klimatskim promenama i zaštite životne sredine, budućnosti novinarstva i rodno odgovornom budžetiranju.
- Napisali smo i objavili na našem sajtu mnogobrojne stručne i edukativne tekstove o medijima, medijskom izveštavanju i medijskoj pismenosti.
- Organizovali smo prvi događaj fektčekinga uživo u Novom Sadu gde smo sa stručnjacima analizirali informacije iz knjige Elane Frilend „Hemijski tragovi, HAARP i potpuna dominacija na planeti Zemlji“ u izdanju Mašinskog fakulteta.
- Dobitnice godišnje nagrada Novosadske novinarske škole najboljem mladom novinaru/novinarki Marina Kovačev bile su Danica Đokić (Cenzolovka) za kategoriju dnevno novinarstvo i Tamara Todorović (Južne vesti) za kategoriju istraživačko novinarstvo. Pored nagrade, uručena je i pohvalnica Sanji Đorđević (Storyteller) za njen novinarski rad posebno na temama od javnog značaja za manjinske nacionalne zajednice.
- FakeNews Tragač je dodelio nagrade Zlatni, Srebrni i Bronzani Pinokio medijima koji su tokom prethodnih godinu dana, prema našoj evidenciji, najčešće širili lažne i manipulativne vesti. Zlatnog Pinokija za 2023. godinu dobio je Informer, Srebrni Pinokio dodeljen je portalu Nulta tačka, a Bronzani Pinokio pripao je Srpskom telegrafu.

- Novinar FakeNews Tragača Stefan Kosanović dobio je nagradu za medijsku pismenost „Dragan Janjić“ za 2023. godinu u kategoriji Studenti za svoju analizu [Sportska psihološkinja Saša Sredanović se lažno predstavlja javnosti](#).
- Naš kolega Ivan Subotić dobio je II nagradu za svoj rad „Diskursne strategije u dezinformacijama i manipulacijama o Evropskoj uniji i evropskim vrednostima“ na Konkursu za najbolje studentske radove o Evropskoj uniji 2023. koje dodeljuje Ministarstvo za evropske integracije Republike Srbije. ■