

# **Nejasna granica između države, stranke i predsednika Srbije**

**Monitoring izbora 2023 - sažetak**

Kampanja za parlamentarne i lokalne izbore iz decembra 2023. -  
funkcionerska kampanja i njeno medijsko praćenje

Transparentnost Srbija  
Beograd, decembar 2023.

## Glavni nalazi i specifičnosti kampanje

Kampanju za parlamentarne, pokrajinske i lokalne izbore (u 65 od ukupno 170 opština, gradova i gradskih opština) održane<sup>1</sup> 17. decembra 2023. godine obeležila je potpuna dominacija Srpske napredne stranke i naročito njenog doskorašnjeg predsednika Aleksandra Vučića. Ime Aleksandra Vučića nosile su liste stranaka okupljenih oko SNS na svim nivoima.

### Funkcionerska kampanja

Aleksandar Vučić je na stranačkim skupovima nastupao kao predsednik Srbije, a ponekad je predstavljan kao „predsednik Srbije i član SNS“. U svojstvu predsednika tokom kampanje imao je 14 promotivnih aktivnosti<sup>2</sup> (dvostruko više nego u istom, neizbornom periodu, prethodne godine) kao i niz drugih aktivnosti koje su imale promotivni karakter.

Drugi funkcioneri SNS su funkcionerskom kampanjom doprineli ovoj medijskoj dominaciji liste „Aleksandar Vučić – Srbija ne sme da stane“, posebno Goran Vesić sa 55, Aleksandar Šapić sa 44 i Darija Kisić Tepavčević sa 33 promotivne aktivnosti. Ukupno su funkcioneri iz uzorka<sup>3</sup> imali 4,1 puta više promotivnih aktivnosti tokom kampanje, nego u istom, neizbornom periodu, prethodne godine.



### TV gostovanja

Vučić je, prema evidenciji TS, imao u kampanji 19 televizijskih gostovanja ili direktnih uključenja (dužih od 10 minuta) u centralne informativne emisije u svojstvu predsednika Srbije i jedno (na RTS-u) u kome je formalno predstavljao listu. Gostovanja u najgledanijim terminima komercijalnih TV stanica sa nacionalnom pokrivenošću u svojstvu predsednika Srbije koristio je za promociju liste čiji je nosilac, napade na opoziciju, ali je istovremeno govorio i o poslovima iz nadležnosti predsednika i Vlade Srbije.

Izdvađa se „emisija“ nazvana po sloganu liste „Srbija ne sme da stane“, u kojoj su pored Vučića gosti bili i drugi funkcioneri sa liste oko SNS, u trajanju od 111 minuta, emitovana na TV Pink u četvrtak, 14. decembra uveče,

<sup>1</sup> Istog dana održani su i izbori za poslanike Skupštine Autonomne Pokrajine Vojvodine, koji nisu bili obuhvaćeni monitoringom

<sup>2</sup> "**Funkcionerska kampanja**" je izraz kojim Transparentnost Srbija označava aktivnosti javnih funkcionera u predizbornom periodu, tokom izborne kampanje, koje se prikazuju kao njihov "redovan rad", a suštinski su deo političke promocije. U užem smislu funkcionerska kampanja najčešće se manifestuje kroz **promotivne aktivnosti** funkcionera: posete firmama, školama, bolnicama, sudovima, otvaranje fabrika, gradilišta, sajмова, potpisivanja ugovora i memoranduma o izgradnji i ulaganju, stipendiranju, predstavljanje planova izgradnje, uručenje stipendija, pomoći i poklona, razgovor sa građanima, radnicima.

I druge aktivnosti funkcionera mogu imati promotivne efekte, kao što su posete inostranstvu, sastanci u kabinetu sa domaćim i stranim zvaničnicima, sportistima i sl, sastanci na terenu sa domaćim zvaničnicima i učešće funkcionera na manifestacijama (konferencije, skupovi, okrugli stolovi, svečane akademije, obeležavanja značajnih datuma), ali one nisu obuhvaćene u zbiru „promotivnih aktivnosti“.

<sup>3</sup> Predsednik Srbije, predsednik parlamenta, predsednica Vlade, 15 ministara i predsednik Privremenog organa Grada Beograda

pred početak izborne tišine. Emisija je imala sve karakteristike promotivnog programa, ali nije nosila oznaku zakupljenog termina.

### Plaćena TV promocija

SNS je dominirala i u terminima namenjenim za plaćenu promociju, s obzirom na to da je za oglašavanje, samo na TV stanicama potrošila četiri puta više novca nego sve ostale liste i stranke zajedno (7,3 od ukupno 8,9 miliona evra, u slučaju da je ostvaren maksimalan popust u skladu sa objavljenim cenovnicima).

### TV stanice – večernje vesti

Lista oko SNS-a imala je zbirno najviše prostora i u terminima određenim za ravopravno predstavljanje svih učesnika na izborima u okviru centralnih informativnih emisija pet TV stanica koje su bile obuhvaćene monitoringom<sup>4</sup>. To je, međutim, bila samo dodatna promocija u poređenju sa vremenom dobijenim u vestima koje su se bavile aktivnostima (stvarnim redovnim ili promotivnim) javnih funkcionera koje gledaoci/birači identifikuju sa izbornom listom SNS.

Prilozi o aktivnostima predsednika Srbije i doskorašnjeg predsednika SNS-a, čije ime nosi lista okupljena oko naprednjaka, Aleksandar Vučića, trajali su 5.121 sekundu (1h 25min 21s) u dnevnicima pet posmatranih TV stanica u tri dana izborne kampanje – 23. novembra, 7. i 13. decembra.



Ako se na to doda 4.029 sekundi o aktivnostima republičkih i gradskih funkcionera iz partija sa liste "Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve" i 2.392 sekunde za tu listu u „izbornim blokovima“ dobija se zbir od 11.542 sekunde (3h 12 min 22 s). To je 2,5 puta više nego što su u izbornim blokovima dobile sve ostale liste zajedno (4.487 sekundi), uključujući i one koje su bile u vladajućoj koaliciji.

Ako se posmatra odnos vladajućih i onih koje nisu bile deo skupštinske većine niti vlade, diskrepancija je monumentalnih razmera: vladajuće partije su kroz izborne blokove i vesti o aktivnostima funkcionera dobile 3,5 puta više vremena od opozicionih. Treba uzeti u obzir da je najveća opoziciona lista imala i 441 sekundu „antikampanje“, odnosno predstavljanje u negativnom tonu na dve posmatrane TV stanice (Pink i Studio B), dok je vladajuća imala 278 negativno intonirane sekunde na jednoj TV stanici (N1).

Zabeleženo je i nekoliko priloga u kojima se nisu pojavljivali državni (ili gradski) funkcioneri ili stranački predstavnici, ali su imali jak promotivni, odnosno propagandni, efekat. Reč je o priložima u kojima sagovornici, građani, hvale Vladu i predsednika Srbije.

Ove „negativne“ sekunde kao i pohvale nisu uračunate u zbir vremena koje su dobile izborne liste.

<sup>4</sup> TS je posmatrala centralne večernje vesti 23. novembra, 7. i 13. decembra RTS-a, TV Prva, TV Pink, TV Studio B i TV N1

Nijedna posmatrana TV stanica nije imala izborne tematske blokove u kojima bi predstavljala učesnike na izborima, odnosno njihove programske ili predizborne stavove o pojedinim važnim pitanjima. Većina TV stanica emitovala je u većini slučajeva snimke sa skupova ili izjave predstavnika stranaka.

## Naslovne stranice

Vučić i SNS su suvereno vladali i naslovnim stranicama dnevnih listova. Za 46 dana, od izdanja dan po raspisivanju izbora (2. novembar), do izdanja objavljenih na dan izbora (17. decembra). Vučić se na naslovnim stranicama pojavio 279 puta. Od toga 85% u pozitivnom tonu.

Drugi, pojedinačno, po broju pojavljivanja je Dragan Đilas – 65, od toga 7,7% pozitivnom tonu.

Posmatrano zbirno, Vučić i lista SNS-a imali su 471 pojavljivanje (82,4% u pozitivnom kontekstu), od toga 145 kao glavna tema. Lista „Srbija protiv 145 pojavljivanja (20,7% pozitivnom kontekstu), toga 50 puta kao glavna (46 u negativnom kontekstu). Vučić ili neko drugih predstavnika liste pojavili su se pet puta na naslovnoj stranici sportskog dnevnog lista „Sportski žurnal“.



u  
nasilja“  
u  
od  
tema  
od  
SNS



Vučić se pojavljivao na naslovnim stranicama i tokom izborne tišine, a posebno je bizarna bila vest na naslovnoj stranici tabloida „Srpski telegraf“ naslovljena „Naša zemlja krupnim koracima ulazi u budućnost – U Srbiju stiže 10 puta moćniji superkompjuter“ bila ilustrovana fotografijom Aleksandra Vučića.

Prema oceni TS, i pored svega navedenog, ključni element ove kampanje bila su vanredna socijalna davanja i podela novca pojedinim kategorijama građana (penzioneri, srednjoškolci, studenti, osobe koje primaju socijalu pomoć, majke, onosno deca do 16 godina, dementni, slepi, teško bolesni, zaposleni u najvećem državnom preduzeću Elektroprivredi Srbije i preduzeću Pro TENT), u iznosu oko 400 miliona evra.



Najavama ovih isplata, njihovim komentarisanjem i izjavama, saopštenjima i vestima o njihovoj realizaciji ostvareno je dodatno medijsko prisustvo, ali je ipak najveći uticaj ostvaren samim isplatama, koje je TS okarakterisala kao svojevrsnu kupovinu glasova. Ovakva zloupotreba javnih resursa zakonom je zabranjena u dve zemlje regiona (Severna Makedonija i Crna Gora), a za uvođenje istovetnog ograničenja u propise u Srbiji TS se zalaže već nekoliko izbornih ciklusa.

Detaljnije [na sajtu TS](#) – tabele, izveštaji, grafikoni, podaci – Aktivnosti/Monitoring izbora 2023<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> <https://transparentnost.org.rs/index.php/sr/projekti/300-monitoring-izbora-2023>