

UNAPREDITI PRECIZNOST MONITORINGA MEDIJA KOJI SPROVODI RRA

Biro za društvena istraživanja (BIRODI) smatra da metodologija monitoringa medija koju koristi Radio-difuzna agencija (RRA) ne meri stvarni uticaj koji politički akteri kako neposredni (političke stranke) tako i posredni (javni funkcioneri) imaju u izbornoj kampanji. Imajući u vidu da su u kampanji prisutne pojave na koje je ukazala i sama Agencija za borbu protiv korupcije o prisutnosti kako funkcionerske kampanje (kojom se krši član 29. Zakona o Agenciji za borbu protiv korupcije), tako i pojave sekundarnog finansiranja političkih partija (kojim se krši član 13 Zakona o finansiranju političkih aktivnosti) jako je bitno da se u okviru monitoringa meri i prisutnost javnih funkcionera.

Potreba za unapređenjem monitoringa medija koji sprovodi RRA se odnosi i na tonalitet predstavljanja. Nejednakost predstavljanja ne mora da bude plod samo obima prisutnosti, već i načina predstavljanja, pozitivno, neutralno i negativno. Značaj ove vrste monitoringa se ogleda ne samo u (ne)jednakosti izbornih aktera, već i utvrđivanju doprinosa koji posmatrane TV imaju na kvalitet izbornog procesa. Na ovo ukazuju rezultati monitoringa koje je upravo primenjujući metodologiju koju je, zasnovano na međunarodnim standardima, utvrdio Biro za društvena istraživanja, gde je utvrđeno postojanje funkcionerske kampanje i svođenje medija na PR sredstvo, uz izostanak analitičnosti, zapitkivanja i produbljivanja kada su u pitanju programi političkih stranaka. Zato smo 2012. godine preporučili izmenu metodologije monitoriga tokom izborne kampanje.

Iz tog razloga Biro za društvena istraživanja će ponoviti svoj monitoring relevantnih TV stranica u Srbiji u trajanju od dve nedelje kako bi utvrdio prisutnost funkcionerske kampanje i analizirao način izveštavanja o aktivnostima političkih stranaka. U fokusu monitoringa će biti informativne emisije i emisije političkog tipa.

U Beogradu 26.02.2014.godine