

Izbori na informativnoj margini

Preliminarna analiza medijskog sadržaja najposećenijih onlajn medija u Srbiji

1. novembar - 17. decembar 2023

U sredu 1. novembra, predsednik Skupštine Srbije Vladimir Orlić [raspisao je](#) lokalne izbore u 65 gradova i opština u Srbiji, uključujući i Beograd. Nekoliko sati nakon Orlićevog tradicionalnog protokola potpisivanja Odluke o raspisivanju izbora u holu Narodne skupštine, sa digitalne adrese predsednika Republike Srbije stigla je poruka: "Živela Srbija! Neka su vam srećni izbori." [Sajber obraćanjem](#) Aleksandra Vučića objavljeno je raspisivanje i vanrednih parlamentarnih izbora, čime je započela predizborna kampanja koja je trajala do 14. decembra u ponoć. U međuvremenu, 16. novembra raspisani su i pokrajinski izbori.

Istraživanja pokazuju da onlajn mediji zauzimaju sve značajnije mesto među izvorima informisanja, kako u svetu tako i kod [nas](#). Iako televizija i dalje prednjači, a onlajn mediji se kao informativni izvor nalaze na trećem mestu po zastupljenosti, njihova uloga zahteva posebnu istraživačku pažnju. Uzimajući u obzir značaj slobodnog, sveobuhvatnog i balansiranog informisanja sa stanovišta demokratičnosti ukupnog izbornog procesa, ovo istraživanje u fokusu ima upravo digitalne medije i informativni ambijent koji oni kreiraju. Cilj istraživanja je da identifikuje i objasni ključne odlike informativnog sadržaja koji plasiraju vodeći onlajn mediji u Srbiji, kako bi se utvrdilo u kojoj meri i na koji način su građani i građanke bili informisani o izborima u predizbornom periodu, ali i o pitanjima od ključnog društvenog i političkog značaja, te načinima na koji su se u digitalnom okruženju definisale centralne teme i oblikovali specifični vidovi podrške vladajućim strukturama.

Metodologija

Preliminarna analiza predstavlja presek nalaza izvedenih na osnovu nedeljnog uzorka koji reprezentuje medijsku sliku ukupnog predizbornog perioda. Uzorak nedelje sačinjen je od nasumično odabranih dana iz svake od šest sedmica tokom perioda kampanje, kao i samog izbornog dana. Izborni dan je analiziran zasebno, kako se specifično izveštavanje tokom održavanja izbora ne bi odrazilo na ostatak uzorka.

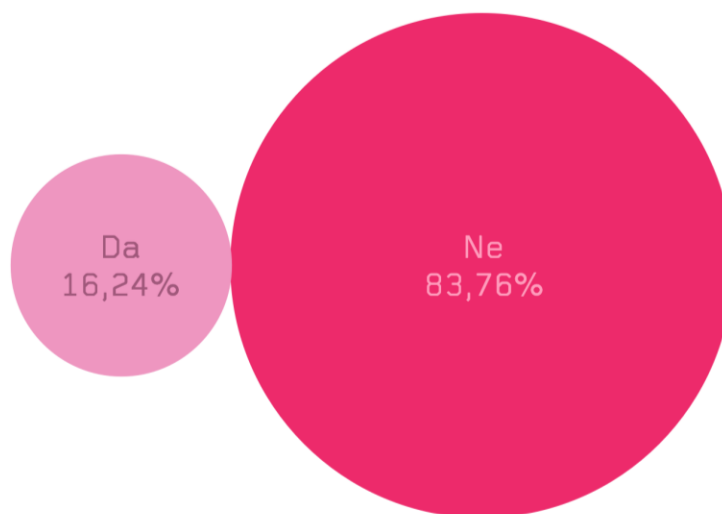
Ova analiza daje pregled digitalnog informativnog ambijenta u kojem se odigravala kampanja, i to kroz identifikovanje zastupljenosti tema u vezi sa izborima i načina na koji su izbori interpretirani. Takođe nudi i pregled ukupnih tematskih struktura ključnih vesti, kao i tretmana vladajućih struktura, uključujući i mapiranje medija koji su bili ključni generatori i/ili distributeri političke podrške u izbornom procesu. Kasnija integralna analiza predizbornog sadržaja pružiće sveobuhvatne rezultate, tako da bi ovu analizu trebalo posmatrati samo kao deo mnogo složenije slike medijskog ekosistema u Srbiji.

Analizom je obuhvaćeno 15 najposećenijih medijskih portala u Srbiji, prema podacima o globalnom internet saobraćaju platforme [SimilarWeb](#). Uzorak je sledeći (po redu posećenosti): Kurir, Blic, Mondo, Informer, N1, Nova, Novosti, Alo, B92, Telegraf, Espresso, Republika, Pink, 021 i RTS. Uzorak zahvata deo medijskog okruženja u kojem se većina ljudi u Srbiji svakodnevno informiše. Sa svakog portala prikupljene su centralne vesti u terminima 10h, 14h, 19h, koje su pozicionirane na najistaknutijem delu naslovne stranice sajta (između 4 i 6 tekstova, u zavisnosti od specifičnosti izgleda naslovne stranice). Ovakav uzorak odabran je iz dva razloga: (1) ove vesti možemo tretirati kao pandan naslovnoj strani novina ili početku dnevnika gde su sažete najvažnije informacije; (2) cilj je bio da se utvrdi koliko su i kako pozicionirani izbori u okviru svakodnevnog izveštavanja najposećenijih onlajn medija u zemlji.

Analiza je sprovedena na osnovu 1404 teksta objavljena tokom šest dana uzorkovanih iz predizborne kampanje, kao i 234 teksta objavljena tokom izbornog dana. Istraživanje pokazuje da onlajn medijski prostor u Srbiji nije ponudio više pluralizma niti veći pristup raznovrsnim informacijama, već da se tehnološke mogućnosti digitalnog okruženja više koriste za reprodukciju i učvršćivanje slike koju su tradicionalni mediji već uspostavili, a u kojoj vladajuća većina kontroliše veći deo informacionog prostora dok su ostali na njegovim marginama.

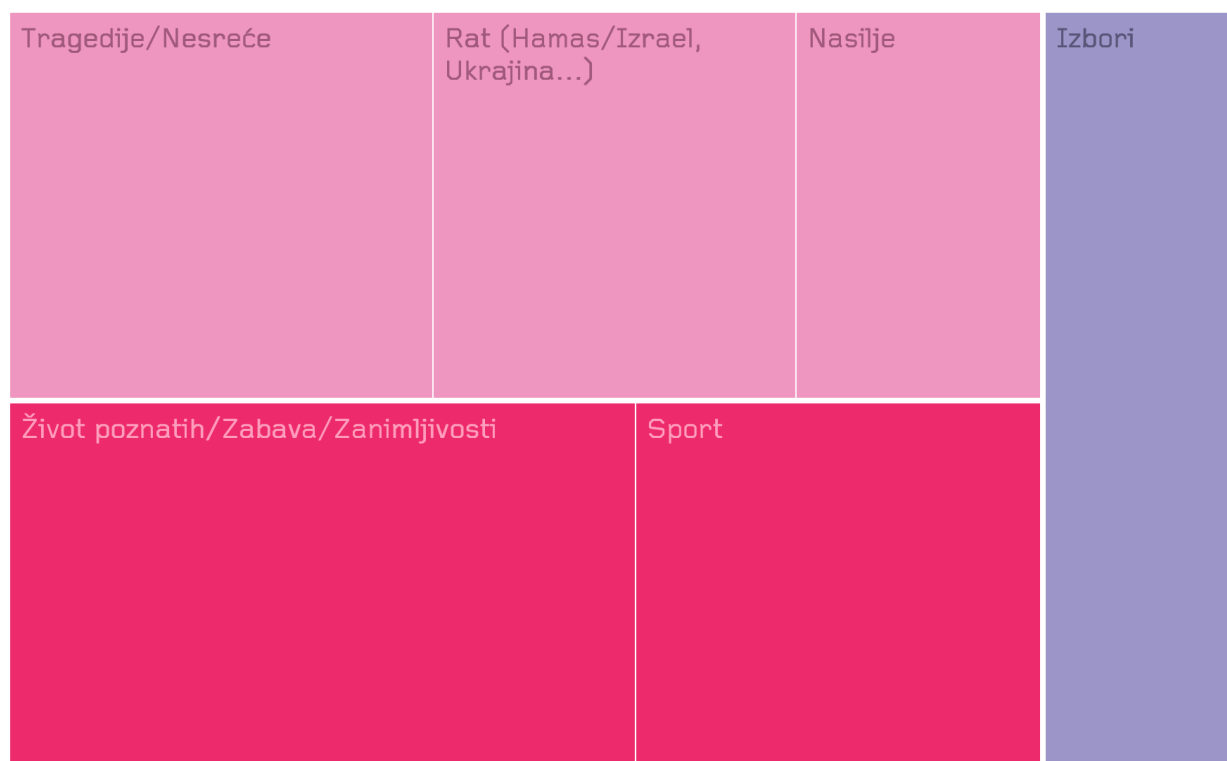
Nalazi

U vodećim onlajn medijima u Srbiji izbori su bili marginalna tema izveštavanja. Među ključnim tekstovima putem kojih su se građani u digitalnom okruženju informisali o pitanjima od društvenog i političkog značaja, svega 16% je tretiralo pitanje izbora (Grafikon 1). Međutim, udeo tekstova koji se u užem smislu bavio izbornim procedurama i aktivnostima političkih partija, uključujući i različite vrste promotivnih sadržaja, kao i napise kojima su se diskreditovali politički protivnici, još je manji - oko 10%, budući da se izborna komuniciranje odvijalo i na polju drugih tema (bezbednosnih struktura, medija, nasilja i slično). Među svim tekstovima koji su u vezi sa izborima, nepunih 30% je objavljeno kao prvi ili centralni tekst na naslovnoj stranici portala.



Grafikon 1: Pominjanje izbora u tekstovima

Da se izborna nadmetanja odvijalo u informativnom okviru koji je daleko od kvalitetnog sa stanovišta sveobuhvatnog informisanja kao dimenzije demokratičnosti ukupnog izbornog procesa, ukazuje i tematska struktura sadržaja onlajn medija. Naime, izbori (149 tekstova) se javljaju u informativnom vakuumu između tema rata, stradanja, nesreća i nasilja (396 tekstova) i tekstova o sportu, zabavi, životu poznatih i rijaliti ličnosti (374 teksta) (Grafikon 2).

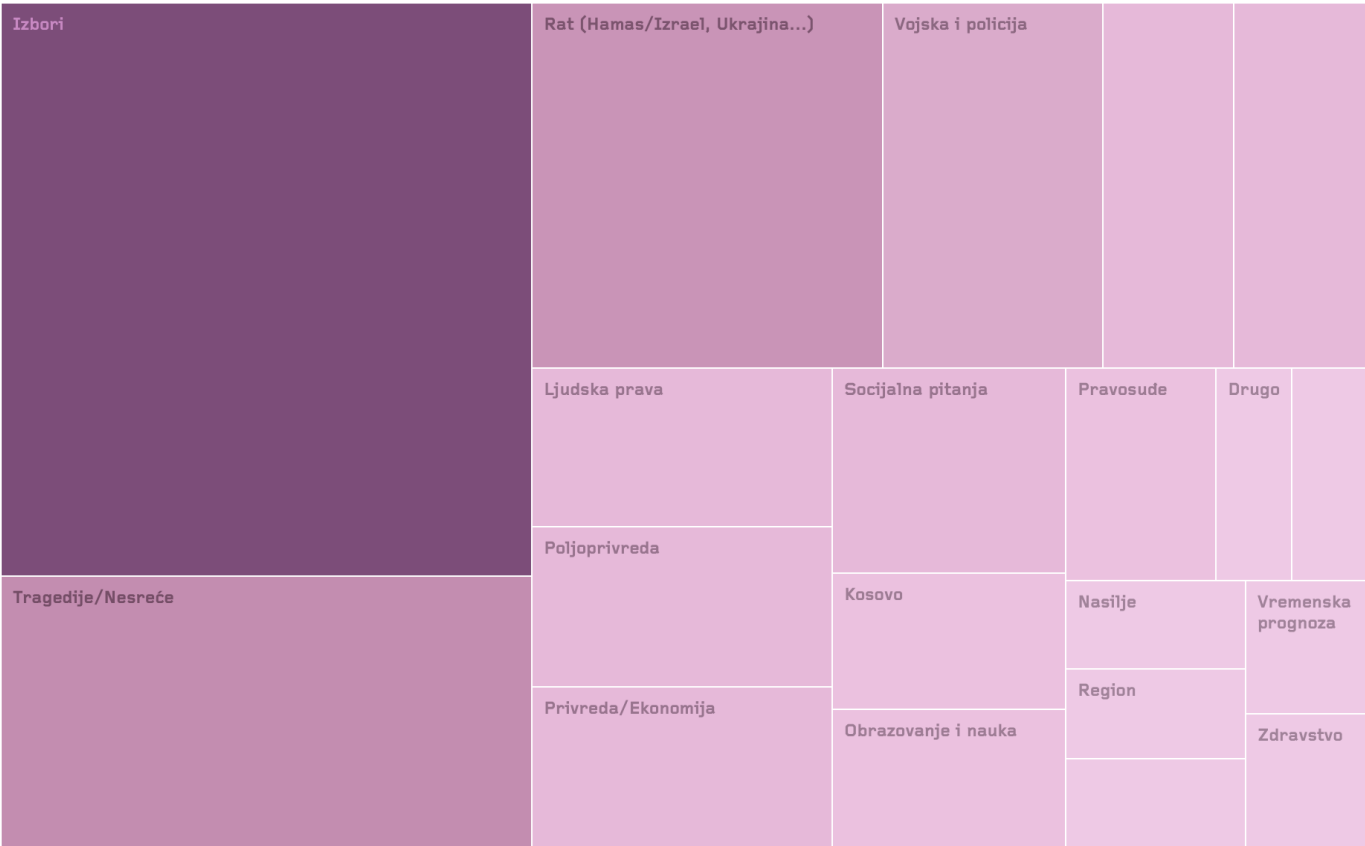


Grafikon 2: Zastupljenost dominantnih tema

Generisanju tema koje se tiču zabave i života poznatih i ličnosti iz i van rijaliti programa, koje prethodno produkuje kroz svoje televizijsko izdanje, najviše je doprinelo onlajn izdanje Pinka, koji je objavio čak četvrtinu tog sadržaja (59 tekstova). Život poznatih i zanimljivosti visoko su zastupljene i na portalima medija Blic (38) i Kurir (32), dok Mondo, B92 i Telegraf među sadržajem izvan sfere društveno-političkog informisanja favorizuju sport (24/19/17 tekstova).

Drugi informativni blok, koji u fokusu ima teme nasilja, rata i različitih tragedija i nesrećnih slučajeva, dominantno oblikuju Informer (44), Republika (42), Telegraf (40) i RTS (37), uz određene specifičnosti. Informer najviše izveštava o ratu u Ukrajini, RTS prati događanja na Bliskom istoku i sukob u Gazi, dok se Telegraf i Republika fokusiraju na individualne tragične događaje, nesreće i slučajeve nasilja (Grafikoni 3,4,5).

N1



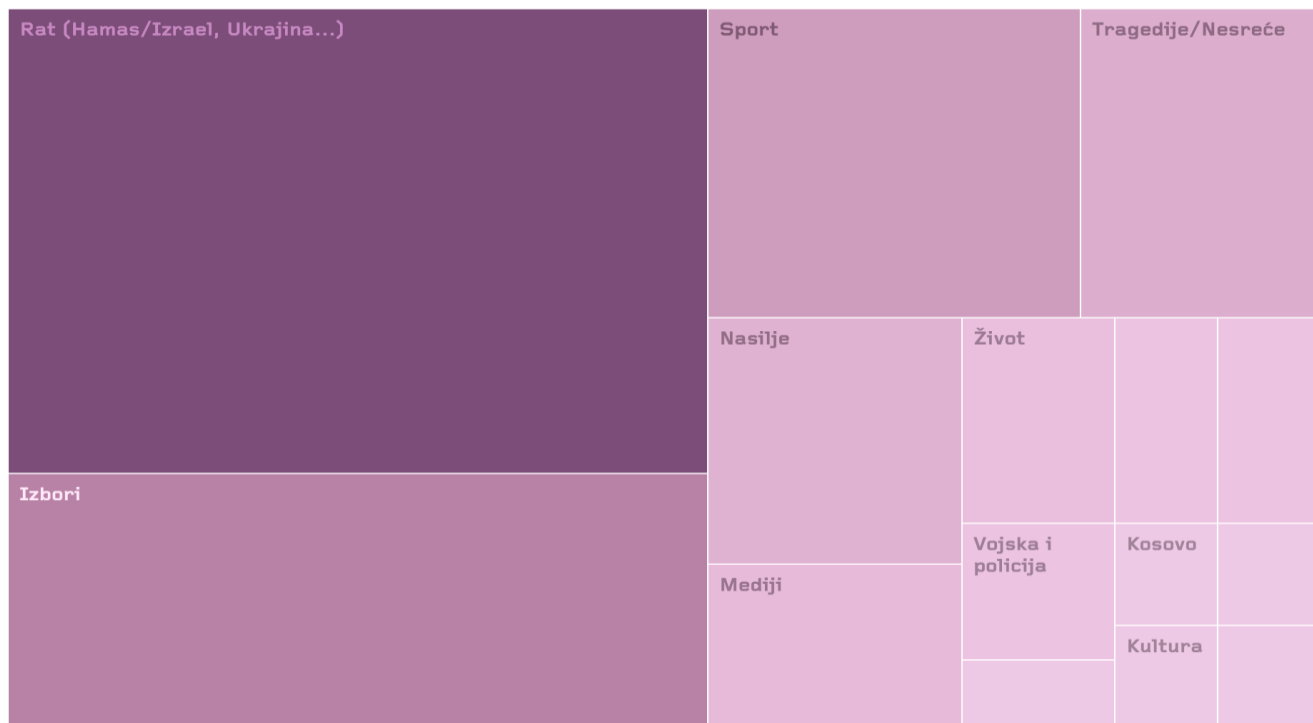
Grafikon 3: Tematska raznovrsnost - N1

PINK



Grafikon 4: Tematska raznovrsnost - Pink

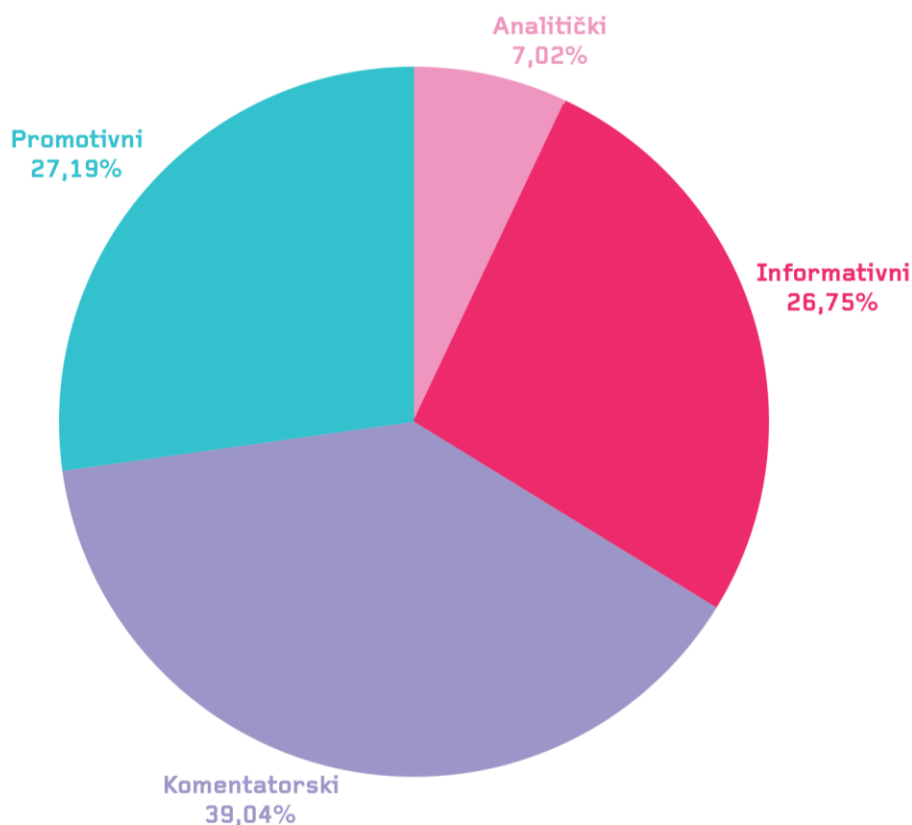
INFORMER



Grafikon 5: Tematska raznovrsnost – Informer

Komentatorsko-promotivni model medijskog tretmana izbora

Pored svedenog tematskog spektra u većini medija i niske zastupljenosti izbornih pitanja, analiza pokazuje da su tekstovi koji su referisali na izbore dominantno bili komentatorski (39%). Reč je o tekstualnim jedinicama koji medijskoj slici izbora doprinose neposrednim komentarom nekog događaja, postupka ili ličnosti, bilo da je reč o stavu koji izražava autor/ka teksta/medij ili odabrani sagovornik/ca, uglavnom bez ikakve informativne vrednosti teksta. Zajedno sa promotivnim tekstovima, kojih je bilo više od četvrtine, pokazuje se da su mediji u više od polovine svog sadržaja o izborima ponudili podršku, osudu, stav, osvrt, a sve to na štetu informacija i izuzetno retke analitike (Grafikon 6).



Grafikon 6: Tipovi tekstova o izborima

Komentatorski tekst (primeri):

[Rašković Ivić: Iz straha od neuspeha Vučić pravi spiskove podrške i kiti se sportistima i akademcima](#)

(021, 09.12.2023, 14h)

[ŠTA GOD VUČIĆ DA RADI, NJIMA NE VALJA Šolakovi mediji svaku sekundu na N1 i Nova S koriste da ocrne sve dobro što radi](#)

(Alo, 29.11.2023, 19h)

Promotivni tekst (primeri):

[Za otadžbinu, KiM, našu decu i budućnost! Vučić u Kraljevu: Idemo na izbore da ih počistimo, jače i uverljivije nego ikad!](#)

(Informer, 24.11.2023, 19h)

[VUČIĆ OBJAVIO SNIMAK: Kada žena stane, stala je cela porodica \(VIDEO\)](#)

(Novosti, 09.12.2023, 14h)

U preliminarnoj analizi identifikovani su specifični modeli promovisanja izbornih lista kroz medijski sadržaj. Najeklatantniji su primeri "vesti" o tome da je "Vučić objavio novi snimak na TikToku" (Slika 1), odnosno da je "objavio novi predizborni spot" (Slika 2). Takođe, digitalno okruženje je tokom predizborne kampanje bilo i platforma za reprodukovanje privilegovane pozicije vlasti iz tradicionalnih medija, a kroz "izveštavanje" o "obraćanjima" Aleksandra Vučića "građanima Srbije", uglavnom sa TV Pink i TV Happy. Ti tekstovi uglavnom su sveobuhvatni i strukturirani na sličan način - ne prema specifičnim informacijama, već saopštenim predizbornim porukama (npr: "O napadima medija opozicije"; "Sutra isplata"; "O roditeljima dece iz Ribnikara"; "O kampanji", "O Miketiću"). Portali neretko o takvom televizijskom programu izveštavaju uživo.

Primeru radi, jedna naslovna strana Novosti sa početka kampanje je u tri od četiri centralna teksta, bila posvećena izveštaju o Vučićevom gostovanju na Pinku (Slika 3). Najzad, odsustvo elementarne selektivnosti u tretmanu sadržaja saopštenja koja stižu iz redova vladajućih struktura, rezultiraju u još jednom tipu medijskog legitimisanja političkih pozicija i stavova. O tome svedoči, na primer, visoka zastupljenost saopštenja o ostavci Aleksandra Vulina, koju je većina medija integralno prenela: *"Zahvaljujem se predsedniku Vučiću na prilici da branim Srbe i Srbiju i molim ga da ostane predsednik svih Srba, poslednji slobodni vođa u Evropi, na ponos svih Srba. Nadam se da ćemo i u ovim izborima zajedno voditi borbu za slobodnu Srbiju"* (Informer, 03.11.2023, 14h), uz zaključak *"Živela Srbija / Živela Republika Srpska / Živeo Srpski svet"* (Kurir, 03.11.2023, 19h)

Vučić objavio novi snimak na TikToku: "Gde ima ljubavi, kuća nije tesna i za sve ima mesta" VIDEO

Predsednik Srbije Aleksandar Vučić objavio je novi video na svom nalogu @jasamaleksandar na TikToku.

IZVOR: B92 | SUBOTA, 9.12.2023. | 17:48

Članja ne o Ojama Podeti



Kako se na snimku može videti, predsednik Srbije je još jednom pokazao koliko voli životinje, zbog čega je postao vlasnik još jednog psa. Do predsednika su, po svemu sudeći, stigle priče o jednom rundovu, pa je poželeo da ga upozna. Sudeći po snimku, rodila se ljubav na prvi pogled, a Vučić je napisao:

Slika 1: B92, 09.12.2023, 19h

"KAD ŽENA STANE, STALA JE CELA PORODICA"! Predsednik objavio novi predizborni spot! (VIDEO)

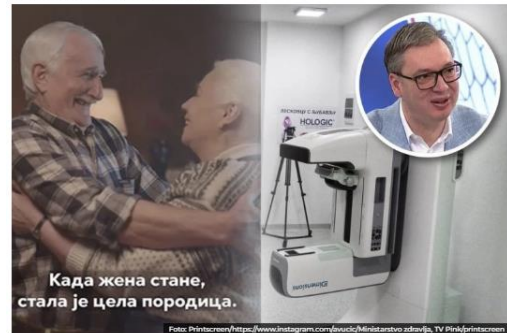
AUTOR: REPUBLIKA/1.B. VESTI | 09.12.2023 | 13:38



Pratite nas i putem Android ili iOS aplikacija



Predsednik Srbije Aleksandar Vučić, po kome nosi ime izborna lista SNS "Aleksandar Vučić - Srbija ne sme da stane", podelio je novi predizborni spot.



- Kada žena stane, stala je cela porodica. Zato Srbija ne sme da stane, jer ljudi su naša najveća snaga - poručio je **predsednik Aleksandar Vučić** u novom predizbornom spotu.

Slika 2: Republika, 09.12.2023, 14h



OVO SU UBICA I ŽRTVA IZ NOVOG SADA: Poznat motiv svirepog zločina

OLIVERA Š. ubila je jutros svog rođaka Slavišu D. u kući u kojoj je on boravio u Ulici Koste Hadži mlađeg u



VUČIĆ O NAPADU NA NJEGOVU MAJKU ANGELINU: Ovakve uvrede nisu viđene do

PREDSEDNİK Srbije Aleksandar Vučić prokomentarisao je u Nacionalnom dnevniku na TV Pink napade na njegovu



UŽIVO VUČIĆ NA PINKU: Predsednik o orkestriranom napadu na njegovu

PREDSEDNİK Srbije Aleksandar Vučić gost je Nacionalnog dnevnika na TV Pink.

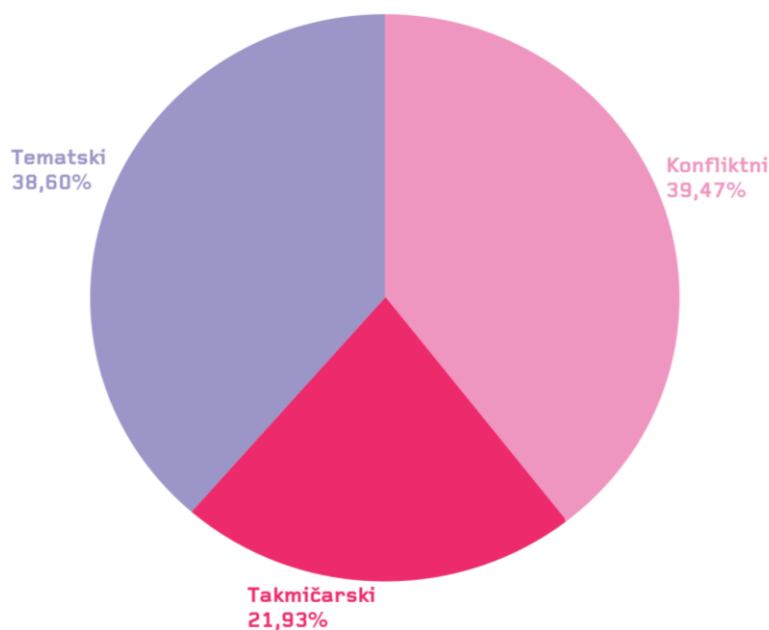
"PRESUDA MORA DA BUDE NA SMRT" Vučić o sramnom filmu na N1: Dobili su

PREDSEDNİK Srbije Aleksandar Vučić komentarisao je sraman film N1 protiv njega koji je prikazan na prvi dan kampanje.

Slika 3: Novosti, 03.11.2023, 19h

Izbori bez debate uz medijsko favorizovanje vlasti

Među tekstovima koji su u širem smislu referisali na izbore, preliminarni nalazi pokazuju odsustvo argumentovane debate ili bilo kakve forme diskusije u kojoj bi se rezonovalo o političkim programima i idejama. Debatni susret različitih mišljenja nije identifikovan, kao ni sveobuhvatniji tretman koji bi ponudio balansiranu sliku političke ponude. Politike nisu bile u fokusu. Prvi okvir uglavnom je bio usmeren na (samo)reprezentaciju "pobedničke" pozicije, dok je konfliktni okvir podrazumevao afere i diskreditaciju političke konkurencije uz najčešće otvorenu podršku određenim listama. Deo sadržaja ticao se izbornih procedura, ali i specifičnih tema koje su dovodene u vezu sa izborima, i taj okvir je nazvan *tematskim* (Grafikon 4). Međutim, udeo od svega 12% analitičkog pristupa u ovim tekstovima pokazuje skroman doseg u pogledu tematski vođenog "raspakivanja" izbornih tema od javnog značaja (Grafikon 7).



Grafikon 7: Okviri izveštavanja o izborima

Takmičarski okvir izbora (primeri):

[Pobedićemo! Pobedićemo ih sve zajedno i pobedićemo ih ubedljivo - Tražiće ponovo alibije zašto su izgubili!](#)

(Informer, 03.11.2023, 19h)

[Vučević: Izbor 17. decembra je između Vučića i Đilasa](#)

(Telegraf, 29.11.2023, 19h)

Konfliktni okvir izbora (primeri):

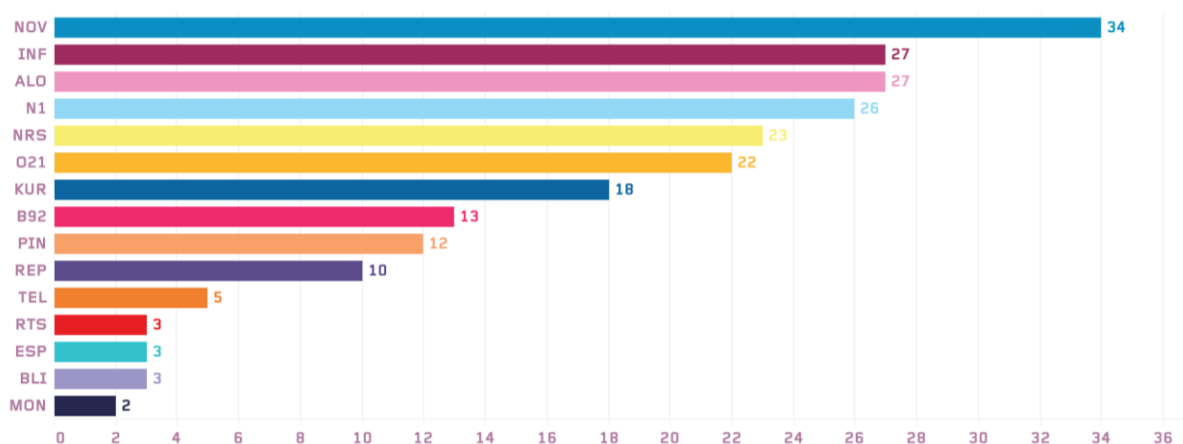
[NE ZANIMA IH ISTINA, PRIPREMAJU TEREN ZA HAOS POSLE IZBORA" Brnabić ogolila planove opozicije: Sinoć ste čuli, citiram ih!](#)

(Alo, 13.11.2023, 10h)

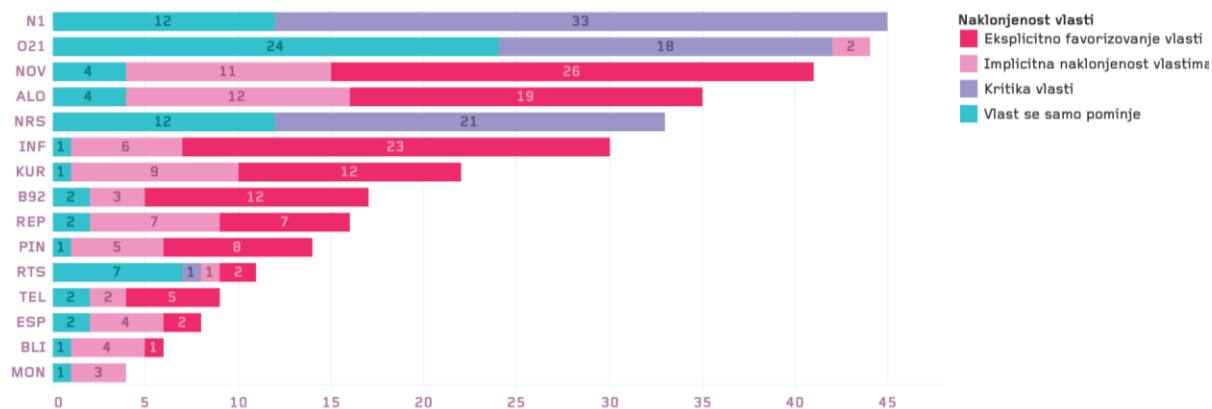
[Hejteri pomeraju granice mržnje! Posle Jokića, udarili i na Ristovskog!](#)

(Informer, 09.12.2023, 14h)

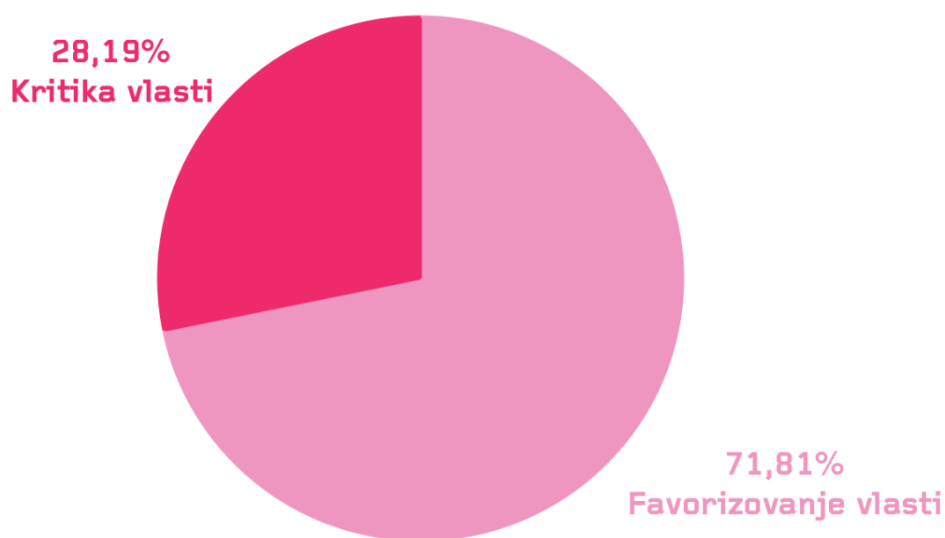
Na osnovu preliminarnih nalaza, u vezi sa izborima najviše je izveštavao portal Novosti, zatim Informer, Alo, N1, Nova.rs i O21 (Grafikon 8). Ovaj nalaz koincidira sa nivoom podrške strukturama vlasti, odnosno kritičkog pristupa u izveštavanju. Naime, bez obzira da li je reč o izborima ili nekoj drugoj temi, Novosti, Informer i Alo najviše su selekcijom informacija, vrednosnim pozicioniranjem i prostorom opredeljenim za iskazivanje stavova podržavali vlast, na eksplicitan i implicitan način, dok je problematizovanje delovanja vladajućih struktura najučestalije na portalima N1, Nova.rs i O21 (Grafikon 9). Međutim, posmatrano ukupno, sadržaj koji favorizuje vladajuće strukture više nego dvostruko je učestaliji nego kritički (Grafikon 10).



Grafikon 8: Frekventnost izveštavanja o izborima, prema medijima



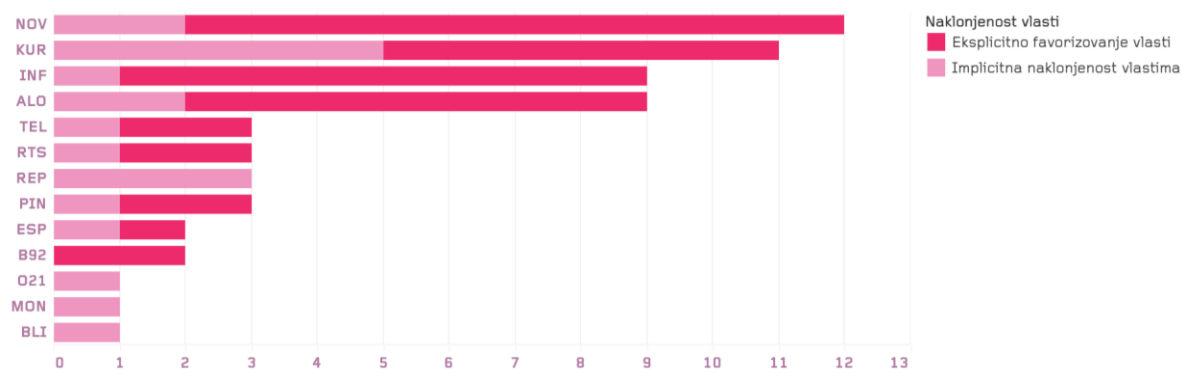
Grafikon 9: Tretman vlasti, prema medijima



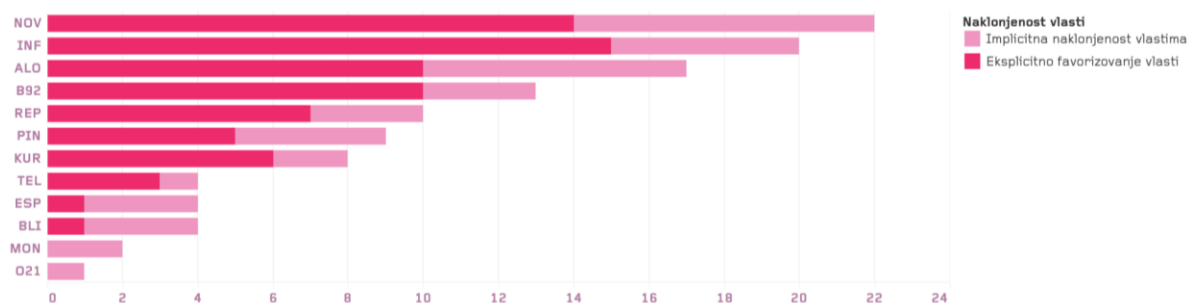
Grafikon 10: Tretman vlasti u medijskom sadržaju

Favorizovanje vlasti strukturirano je na specifičan način - pojedini mediji su ključni generatori podrške: Novosti, Kurir, Informer i Alo. Oni su primarni izvori novih napisa, koje

mediji dalje distribuiraju i čine relevantnim i visoko pozicioniranim na medijskoj agendi (Grafikon 11). Neretko su isti mediji i u funkciji distributera sadržaja koji favorizuju vlast (Novosti, Informer, Alo), dok pojedini manje pokreću nove teme, i više se fokusiraju na preuzimanju već postojećih sadržaja i vesti sa drugih medija (npr, B92, Republika, Pink) (Grafikon 12).

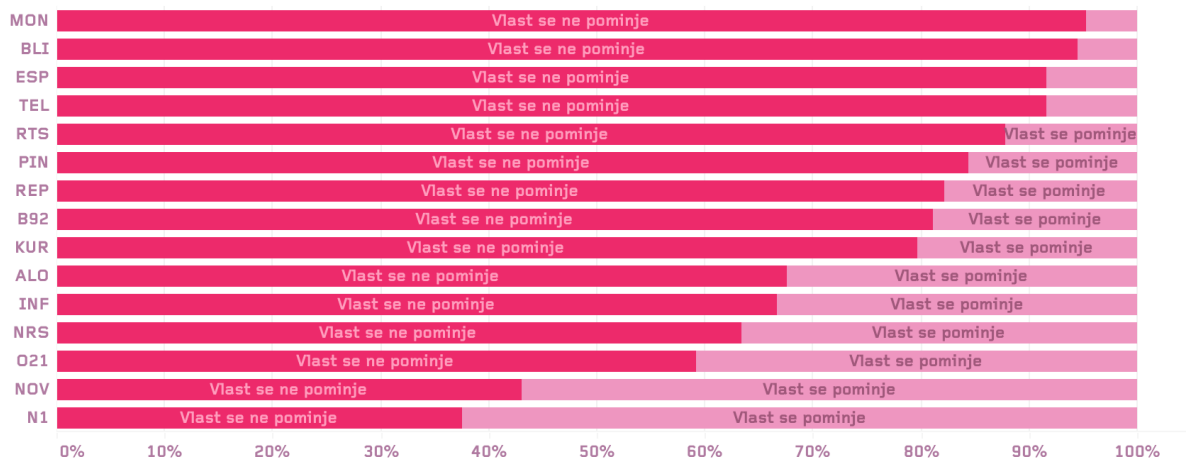


Grafikon 11: Generatori podrške vlasti



Grafikon 12: Distributeri podrške vlasti

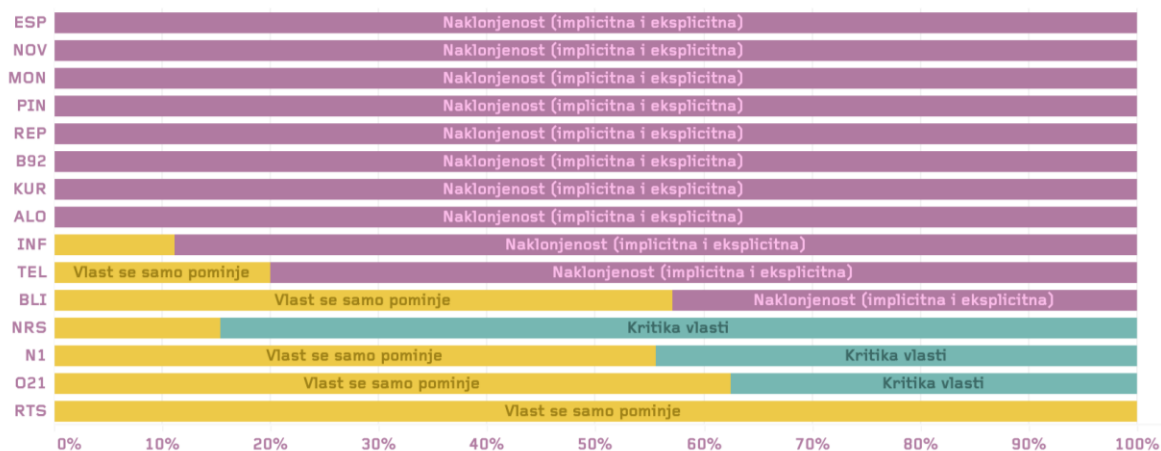
Najzad, značajan doprinos privilegovane medijske pozicije vlasti ogleda se u činjenici da značajan udeo medijskog sadržaja izuzetno retko izveštava o vlasti ili uopšte pominje predstavnike partija koji su sa vladajućih pozicija ušli u izborni proces (Grafikon 13).



Grafikon 13: Udeo pominjanja vlasti, prema medijima

Izborni dan

Uprkos činjenici da, prema važećim zakonima, izbori treba da budu održani u uslovima izborne tišine, preliminarni nalazi ukazuju na visoku zastupljenost sadržaja kojim se mediji profilisu kao zastupnici političkih struktura koje su u izborni proces ušle sa pozicije vlasti (30% tekstova tokom izbornog dana izražavalo je implicitno i eksplicitno podršku vlastima) (Grafikon 14). Tokom izbornog dana u vezi sa izborima je objavljeno tekstova koliko za šest nasumično uzorkovanih dana analiziranih za potrebe preliminarne analize. Među njima, 14% je održavalo konfliktni okvir izbora, a njihovi pokretači su bili Alo, B92, Informer, Kurir, Novosti i Republika.




Grafikon 14: Tretman vlasti tokom izbornog dana

pink.rs

NASLOVNA VESTI ZADRUŽICA IZBORI 2023 SHOWBIZ HRONIKA TV SPORT LIFESTYLE


AKTUELNO svet se obratio sinu NIKAD EMOTIVNIJOM porukom, pa otkrila koju pesmu je pisala dok ga je čekala!



IZBORI 2023

PREDSEDNIK SRBIJE GLASAO: U redu čekao da obavi građansku dužnost (FOTO+VIDEO)

IZVOR: PINK.RS, FOTO: UNIVERZUM HD MEDIA/N.M. | © PRE 4 DANA | # PRE 4 DANA



VESTI

Vučić glasao na Novom Beogradu: Predsednik obavio svoju građansku dužnost

f x s y Prodi vest

GLASAO PREDSEDNIK VUČIĆ! Kulturno čekao da dođe na red nekih 45 minuta! (VIDEO/FOTO)

AUTOR: REPUBLIKA VESTI | 17.12.2023 | 08:50

On je na biračkom mesto došao oko 8 časova i kao sav normalan svet čekao je u redu.

Republika
Portal Srpskog Beograda

NASLOVNA NAJNOVIJE VESTI VREMENSKA PROGNOZA ELITA 7 HRONIKA SVET SPORT **Sredna** ZABAVA LIFESTYLE RAZONODA

AKTUELNO Aleksandar Vučić IZBORI 2023 Kosta K. Branimir Nestorović Vladimir Putin Novak Đoković Niza lige Anđelo i Anita Milica i Ša

GLASAO PREDSEDNIK VUČIĆ! Kulturno čekao da dođe na red nekih 45 minuta! (VIDEO/FOTO)

NAJNOVIJE NAJČITANIJE SPORT

16:36

SUPERLIGA DOBILA DOZVOLU, ALI SU VEŠTAKI PROTIV NJE? Radović im sa

Alo! NAJNOVIJE NASLOVNA VESTI BIZ HRONIKA SPORT VIP RAZONODA NAJŽENA TRPEZA RADIO

Izbori 2023 Politika Društvo Ukrajina Svet Beograd KIM Štampano izdanje Pensionisani

PREDSEDNIK VUČIĆ GLASAO NA NOVOM BEOGRADU

Alo | VESTI - 17.12.2023 - 08:55 - 115

Predsednik Aleksandar Vučić glasao je danas na glasačkom mestu na adresi DV "Tesla-nauka za život", u Bulevaru Crvene armije 1 na Novom Beogradu.

Twitter Instagram WhatsApp Facebook

IZBORI 2023

VESTI PROJEKCIJA PARLAMENTARNI POKRAJINSKI LOKALNI BEOGRADSKI PARLAMENT BEOGRAD MAPA VREMEPLOV ENCIKLOPEDIJA

VESTI **11**

Vučić glasao na Novom Beogradu: Stajao u redu sa građanima FOTO/VIDEO

Predsednik Aleksandar Vučić glasao je danas na glasačkom mestu na adresi DV "Tesla-nauka za život", u Bulevaru Crvene armije 1 na Novom Beogradu.

Pre 1 sat - 08:31h

Predsednik Republike Srbije Aleksandar Vučić stigao je na biračko mesto 140, na adresi DV "Tesla - Nauka za život" na Bulevaru Crvene armije 1, na Novom Beogradu.

On čeka u redu da glasa.

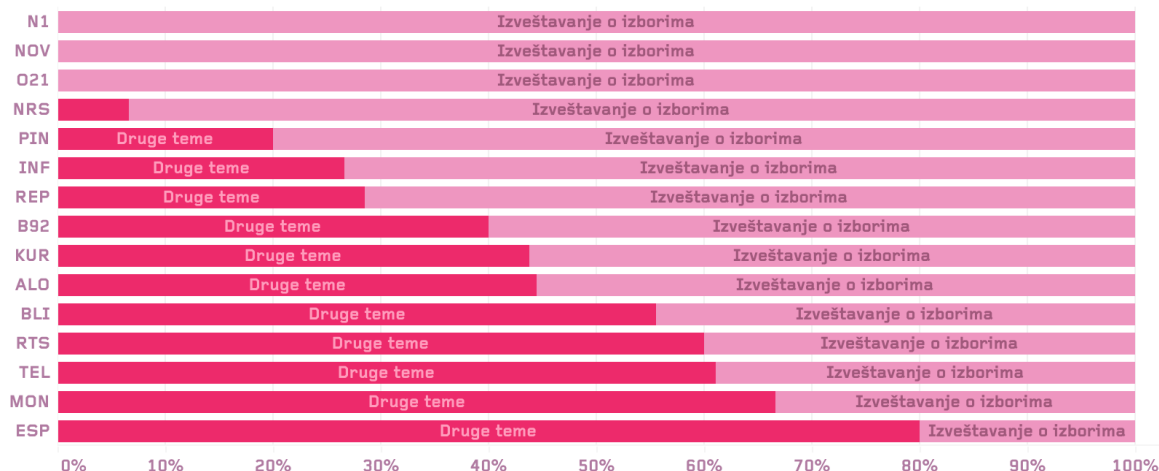
B92 - NAJVIŠE KOMENTARA

- Partizan jesenji prvak: Poznat naslednik Bahara: Bukari prozvan: Oglasio se i Borjan **537** | SPORT
- Zvezda otpustila Baharal **175** | SPORT
- Terzić o trenerima, ostavci, transferima: Nisu na prodaju VIDEO **104** | SPORT

Slika 4: Kolaž izveštavanja tokom izbornog dana

Uprkos specifičnim okolnostima koje karakterišu izborni dan, nije izostao zabavni pristup kao deo ukupnog informativnog ambijenta koji je obeležio ceo proces predizborne kampanje. Zanimljivosti u vezi sa izborima, poput načina na koji su političari stajali u redu na biračkim mestima, ili pak o tome kako su estradne ličnosti izašle na glasanje, dominantno je inicirao Pink, a dalje su distribuirali i drugi mediji.

Da su izbori značajniji od svih drugih tema 17. decembra, ukazuju uređivačke odluke N1, Novosti i O21, čiji su centralni tekstovi tog dana bili isključivo posvećeni izborima (Grafikon 15).



Grafikon 15: Pominjanje izbora tokom izbornog dana

Zaključak

Preliminarna analiza pokazala je da su izbori bili marginalna tema za vodeće onlajn medije, koji zauzimaju sve značajnije mesto kao izvor informisanja građana i građanki Srbije. Izbore, ali i druge teme od javnog značaja sa medijske agende skrajnula su dva čvrsta tematska bloka oko kojih se oblikuje ukupni digitalni informativni ambijent u zemlji. Jedan se gradi na pričama o ratovima, nasilju, tragedijama i nesrećnim slučajevima, nasuprot kog se formirao tematski blok zabave, razonode, života poznatih i sporta. Glavni distributeri razonode, koja u više od pola analiziranih slučajeva uključuje rijaliti programe, u većini slučajeva su i njeni kreatori. U vakuumu između ova dva pola nije bilo prostora za informacije ili diskusiju o političkoj ponudi u vezi sa kojom su se građani opredeljivali 17. decembra.

Favorizovanje vlasti dešava se i implicitno i eksplicitno i u nekim medijima predstavlja sastavni deo načina izveštavanja o većini tema koje se tiču kako unutrašnjih političkih pitanja, tako i međunarodnih (kao na primer saradnje zemlje sa inostranim partnerima). Takođe, privilegovana medijska pozicija vlasti održava se i potpunim isključivanjem tema u vezi sa političkim delovanjem njenih predstavnika, odlukama i posledicama koje one imaju za građane/ke i društvo. Konačno, uz kritički pristup koji je mapiran tek na marginama, podaci pokazuju da je u vreme održavanja lokalnih, pokrajinskih i parlamentarnih izbora digitalni informativni prostor bio visoko kontrolisan i naklonjen vladajućoj većini.