

ANALIZA MEDIJSKOG PRISUSTVA TEME AKTIVIZAM

APRIL 2015.



UVODNI DIO	4	
METODOLOGIJA	5	
MONITORING MEDIJA.....	5	
PRAĆENI MEDIJI	5	
POSMATRANI PERIOD:.....	5	
PARAMETRI:	5	
OPŠTI PODACI.....	7	
GRAFIKON 1 BROJ OBJAVA PO MJESECIMA	7	
GRAFIKON 2 BROJ OBJAVA PO MJESECIMA-PROCENTUALNI PRIKAZ	7	
GRAFIKON 3 BROJ OBJAVA PO MEDIJIMA POJEDINAČNO	8	
GRAFIKON 4 BROJ OBJAVA PO MEDIJIMA POJEDINAČNO-PROCENTUALNI PRIKAZ	8	
GRAFIKON 5 - PUBLICITET TEME AKTIVIZAM PO MEDIJIMA POJEDINAČNO	10	
FOKUS	11	
GRAFIKON 6 BROJ OBJAVA FOKUS	11	
GRAFIKON 7 BROJ OBJAVA FOKUS-PROCENTUALNI PRIKAZ	12	
REGIJA	12	
GRAFIKON 8 BROJ OBJAVA REGIJA	12	
GRAFIKON 9 BROJ OBJAVA REGIJA-PROCENTUALNI PRIKAZ.....	13	
INICIJATIVA.....	13	
GRAFIKON 10 BROJ OBJAVA INICIJATIVA	13	
GRAFIKON 11 BROJ OBJAVA INICIJATIVA-PROCENTUALNI PRIKAZ	14	
GRAFIKON 12 BROJ OBJAVA REGIJA-INICIJATIVA	14	
GRAFIKON 13 BROJ OBJAVA CENTAR-INICIJATIVA	GRAFIKON 14 BROJ OBJAVA JUG-INICIJATIVA.....	15
GRAFIKON 15 BROJ OBJAVA SJEVER-INICIJATIVA	GRAFIKON 16 BROJ OBJAVA INICIJATIVA MEDIJA -REGIJA.....	15
TON OBJAVA.....	16	
GRAFIKON 17 BROJ OBJAVA RAZLIČITOG TONA	16	
GRAFIKON 18 BROJ OBJAVA RAZLIČITOG TONA-PROCENTUALNI PRIKAZ	16	
GRAFIKON 19 BROJ OBJAVA RAZLIČITOG TONA PO MEDIJIMA POJEDINAČNO.....	17	
GRAFIKON 20 BROJ OBJAVA RAZLIČITOG TONA PO MEDIJIMA POJEDINAČNO-PROCENTUALNI PRIKAZ	17	
GRAFIKON 21 TABELARNI PRIKAZ OBJAVA KOJE SU U ODNOSU NA AKTIVIZAM OCIJENJENE NEGATIVNO	19	



OBLAST I OBLIK AKTIVIZMA	20
GRAFIKON 22 BROJ OBJAVA / OBLAST AKTIVIZMA.....	21
GRAFIKON 23 BROJ OBJAVA / OBLAST AKTIVIZMA-PROCENTUALNI PRIKAZ	21
GRAFIKON 24 BROJ OBJAVA / OBLIK AKTIVIZMA	22
GRAFIKON 25 BROJ OBJAVA / OBLIK AKTIVIZMA -PROCENTUALNI PRIKAZ.....	23
GRAFIKON 26 BROJ OBJAVA OBLAST AKTIVIZMA /OBLIK AKTIVIZMA.....	24
OBLAST AKTIVIZMA	26
GRAFIKON 27BROJ OBJAVA RAZLIČITOG TONA / OBLAST AKTIVIZMA	26
GRAFIKON 28 BROJ OBJAVA OBLAST AKTIVIZMA /INICIJATIVA	27
GRAFIKON 29 BROJ OBJAVA OBLAST AKTIVIZMA /REGIJE	28
GRAFIKON 30 OBLAST AKTIVIZMA/SJEVER ZEMLJE	GRAFIKON 31 OBLAST AKTIVIZMA/CENTRALNA REGIJA.....
GRAFIKON32 OBLAST AKTIVIZMA/CENTRALNA REGIJA.....	29
OBLIK AKTIVIZMA	30
GRAFIKON 33 BROJ OBJAVA RAZLIČITOG TONA / OBLIK AKTIVIZMA	30
GRAFIKON 34 BROJ OBJAVA OBLIK AKTIVIZMA/REGIJA	31
GRAFIKON 35 BROJ OBJAVA OBLIK AKTIVIZMA/INICIJATIVA.....	32
ZAKLJUČI.....	33
.....	35
ARHIMED D.O.O.....	35



UVODNI DIO

Aktivizam je planirano ponašanje pojedinca ili grupe, usmjereno ka postizanju socijalnih ili političkih ciljeva kroz aktivnosti kakve su podizanje svesti, stvaranje koalicija, vođenje političkih kampanja, proizvodnja propagandnog materijala, stvaranje publiciteta, kao i preduzimanje drugih akcija kako bi se uticalo na socijalne promjene. Socijalni rad u zajednici posebno stimulira razvoj onih oblika aktivizma koji stimuliraju promjene i utiču na poboljšanje uslova života, posebno marginalnih grupa i ugroženih pojedinaca. Uslov za to je samoorganizovanje pojedinaca i grupa, u formalne ili manje formalne grupe.

Kompanija Arhimed d.o.o. u saradnji sa nevladinom organizacijom Građanska alijansa sprovela je istraživanje medijskog prisustva teme „GRADANSKI AKTIVIZAM“ u vodećim štampanim medijima koji se plasiraju u Crnoj Gori. ***Ovo istraživanje bi trebalo da pokaže u kojoj mjeri je aktivizam prisutan u medijskom sadržaju, ko inicira njegovo medijsko prisustvo i u kom obliku se pojavljuje, i u kom dijelu zemlje***. Za potrebe ovog istraživanja određen je period od tri mjeseca (prvi kvartal 2015. godine) i odabrano je šest najuticajnijih dnevnih listova u Crnoj Gori (sve rubrike izuzev sporta i zabave). Međutim, kako je aktivizam širok pojam, koji obuhvata veoma različite načine djelovanja i organizovanja, u želji da dobijemo što vjerodostojniju sliku odlučili smo da aktivizam svedemo na one aktivnosti koje podrazumijevaju angažman pojedinaca, NVO i medija. Dakle, za potrebe ove analize, djelovanje političkih partija i poslovnih (strukovnih) udruženja nisu tretirana kao građanski aktivizam.



METODOLOGIJA

Monitoring medija

Monitoring medija predstavlja detaljno praćenje medijskog sadržaja na osnovu ranije utvrđenih kriterijuma i ciljeva. Monitoring medijskog sadržaja moguće je sprovoditi u odnosu na instituciju, ličnost, događaj, odnosno, u odnosu na sve ono što je predmet medijske pažnje, tj. određivanje realne slike/pozicije subjekta u cjelokupnoj medijskoj sceni. Informacije se prikupljaju iz tradicionalnih i društvenih izvora medijskih informacija, koristeći poseban softver za njihovo prikupljanje i analiziranje. Monitoringom medijskog sadržaja, za potrebe ove analize, praćena je tema „aktivizam“.

Praćeni mediji

Monitoringom medijskog sadržaja za temu AKTIVIZAM obuhvaćeni su sljedeći mediji: ND Vijesti, Dan, Pobjeda, Dnevne novine, Večernje Novosti i Informer CG.

Posmatrani period:

01. januar – 31. mart 2015. godine

Parametri:

Monitoring medijskog sadržaja teme AKTIVIZAM, pored broja članaka u kojoj se tema pojavila, sadrži i unos unaprijed određenih parametara koji treba da pomognu u odgovaranju na gore pomenuta istraživačka pitanja.

Svakoj objavi, prije svega, određen je **TON** u zavisnosti od toga da li sadržaj objave (članka) promovise aktivizam, sadrži neutralne informacije u odnosu na aktivizam, ili sadrži negativne informacije u vezi sa ovom temom.

Nakon toga unosi se podtema ili **OBLAST** u vezi sa kojom se aktivizam u konkretnoj objavi pojavljuje: politika, ekonomija, socijalna pitanja, ekologija, zdravstvena pitanja, životinje, kultura i obrazovanje, sport i rekreacija, i ostalo.

Sljedećim parametrom određuje se **OBLIK** aktivizma: komentar, protest, performans, peticija, prijava medijima, obraćanje državnim institucijama, javna rasprava, humanitarne akcije, institut prazna stolica, slobodan pristup informacijama, i ostalo.

Izuzetno važan parametar koji će nam pomoći da odgovorimo na pitanje šta je uzrok medijskom prisustvu teme aktivizam je tzv. **INCIJATIVA**. Ovaj parametar sadrži tri kategorije: pojedinaac, nevladine organizacije (razna udruženja i grupe) i mediji.

Parametar **FOKUS** pokazaće nam kakav je odnos informacija u vezi sa temom aktivizam i ostalim informacijama koje konkretna objava sadrži. Na ovaj način publicitet teme ćemo podijeliti



na objave u kojima se aktivizam pojavljuje kao dominantna tema (u žiži), zatim objave u kojima je aktivizam približno jednako zastupljeno kao neke druge teme (jedan od više) i na kraju objave u kojima se aktivizam pominje sporadično (na jednom mjestu u tekstu bez značajnijeg dovođenja u vezu sa glavnom temom teksta/dominantnim informacijama konkretne objave).

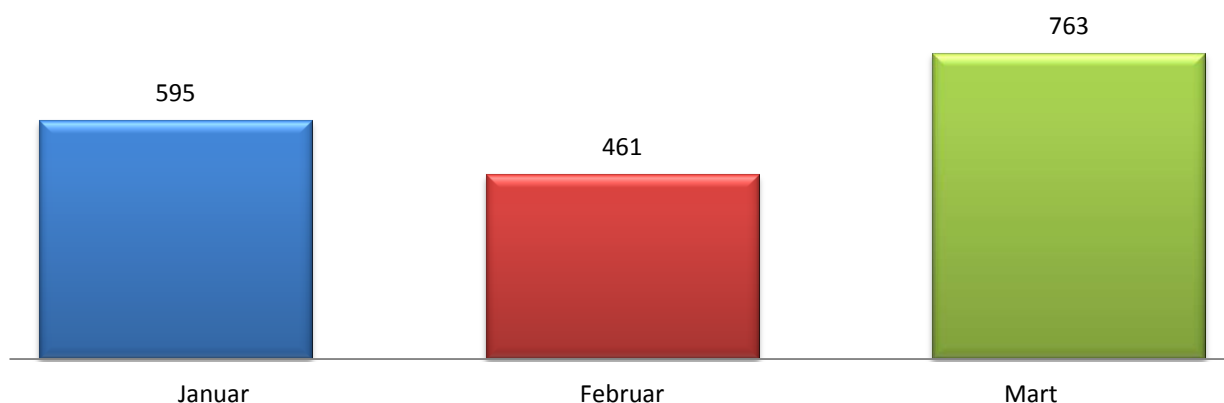
Posljednji parametar, **REGION**, omogućit će nam da dobijemo podatak za koju regiju Crne Gore je konkretan primjer aktivizma vezan (sjever, centralna regija, jug).



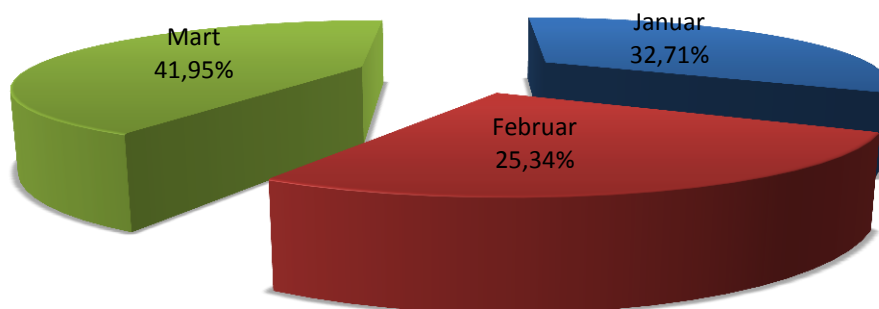
OPŠTI PODACI

Monitoringom medijskog sadržaja dnevnih listova Vijesti, Dan, Pobjeda, Dnevne novine, Novosti i Informer CG u periodu 01. januar - 31. mart 2015. godine evidentirano je **1819** objava koje su u većoj ili manjoj mjeri obrađivale temu „aktivizam“, tačnije, u navedenom broju objava evidentirane su informacije koje su ukazivale na neku vrstu aktivizma. U prosjeku, plasirano je oko 600 objava mjesečno, odnosno, oko 20 objava dnevno. Navedeno nam ukazuje da je tema „aktivizam“ u posmatranom periodu, pogotovo ako uzmemo u obzir broj medija nad čijim sadržajem je izvršen monitoring, imala **izraženo medijsko prisustvo** (3 objave dnevno po mediju).

Trend broja objava nije imao konstantnu putanju kretanja već je obim publiciteta teme varirao u odnosu na konkretne događaje i to kako na nivou kvartala, tako i na dnevnoj bazi. U prvom grafikonu vidimo da je tema medijski najprisutnija bila u martu (**763** objave), a najmanje prisutna u februaru (**461** objava), iako je januar (**595** objava) karakterističan po osjetno smanjenom aktivnošću kako medija tako i ostalih subjekata (novogodišnji praznici, izvjestan broj neradnih dana i sl.). Kada je u pitanju porast broja objava, njega je manje-više diktirala aktivnost NVO, pa je tako u danima kada je medijski aktivno više NVO evidentiran je i veći broj objava za aktivizam. Ne treba zanemariti ni učinak objava o aktivizmu koje su inicirali pojedinci ili neformalne grupe građana.



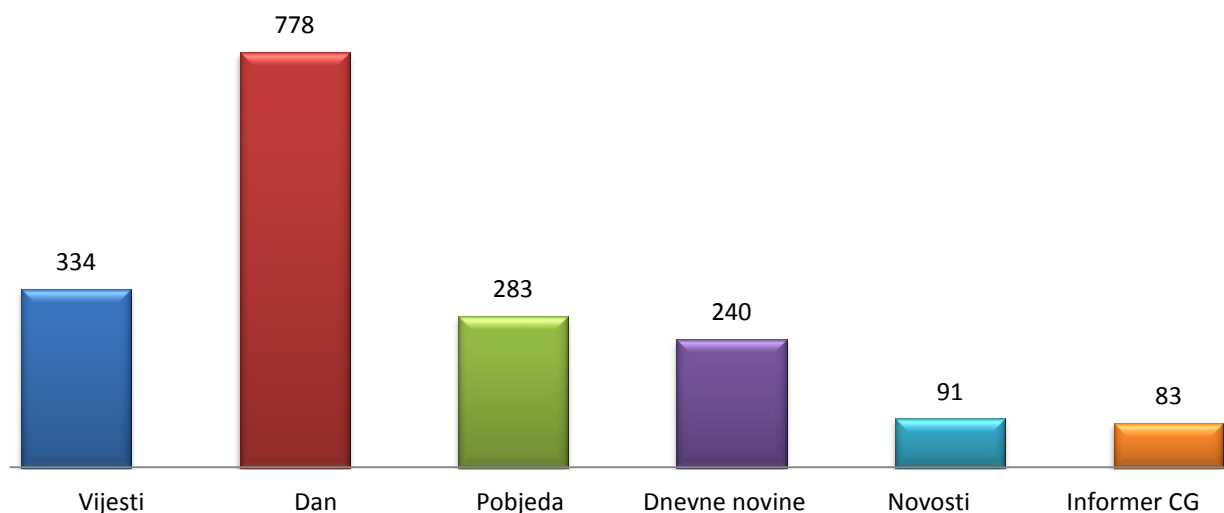
Grafikon 1 broj objava po mjesecima



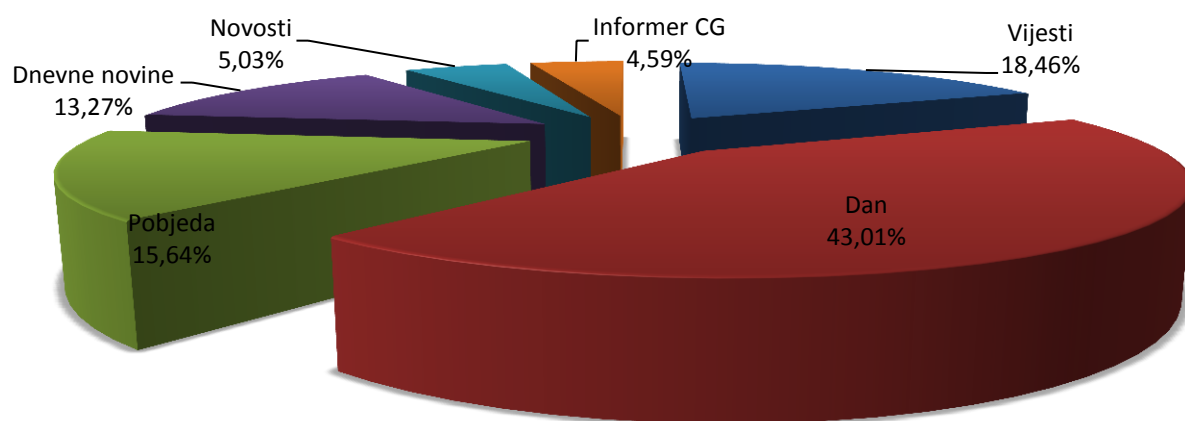
Grafikon 2 broj objava po mjesecima-procentualni prikaz



Najveći udio u ukupnom publicitetu teme „aktivizam“ u periodu januar-mart 2015. godine imao je dnevni list Dan - 778 objava ili 43%. Ovaj medij (grafikon 4), po broju objava u značajnoj mjeri odskaka od ostalih medija koji su dio ove analize. Tako recimo, u Danu je evidentirano dvostruko više objava u odnosu na broj objava o temi „aktivizam“ u drugoplasiranom mediju (Vijesti).



Grafikon 3 broj objava po medijima pojedinačno



Grafikon 4 broj objava po medijima pojedinačno-procentualni prikaz



Dakle, vidimo da je od ukupnog broja objava za temu „aktivizam“ najviše plasirano u sadržaju dnevnog lista Dan, a najmanje u sadržaju dnevnih listova Novosti i Informer Crna Gora. Iako su ovi podaci informativni, njih treba uzeti sa rezervom prije svega zbog razlika između medija u pogledu prostora kojim raspolažu, odnosno, zbog različitih tehničkih i tehnoloških pristupa.




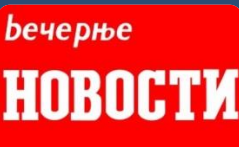

Radi pojašnjenja, dnevni list Dan raspolaže značajno većim prostorom za plasiranje tekstova u odnosu na Informer i Novosti, odnosno, blago većim prostorom u odnosu na Vijesti, Pobjedu i Dnevne novine. Stoga razlika u broju objava za temu aktivizam između dnevnog lista Dan i dnevnih listova Večernje novosti i Informer ne odnosi se isključivo na zainteresovanost medija da konkretnoj temi (u ovom slučaju aktivizmu) posveti veći prostor (pažnju). Ipak, razlika u broju objava između ovih medija je velika i nesrazmjerna različitoj veličini medijskog prostora kojim mediji pojedinačno raspolažu, te ipak možemo zaključiti da je Dan značajno zainteresovaniji za izvještavanje o temi „aktivizam“ u odnosu na Informer. Međutim, dnevni list Večernje novosti je, srazmjerno veličini prostora kojim raspolaže iskazao značajnu zainteresovanost za izvještavanje o ovoj temi.

Odnos lista Dan i preostalih dnevnih listova (Vijesti, Pobjeda i Dnevne novine) je složeniji. Naime, prostor kojim raspolaže list Dan jeste veći u odnosu na prostore kojim raspolažu ova tri štampana medija, međutim, razlika nije tolika da se ima smatrati ključnom. Svakako, iako raspolažu približno ujednačenim brojem stranica, treba naglasiti da su stranice listova Vijesti i Dnevne novine značajno manje od stranica listova Pobjeda i Dan. Ono što je značajna razlika između ova četiri medija su tehnička i tehnološka rješenja. Dnevni list Dan je prepoznatljiv po nešto manjoj veličini slova (fontu) u odnosu na ostala tri medija što znači da Dan na stranici približno sličnog formata može da plasira više informacija u odnosu na, recimo, Vijesti koje tekstove štampaju sa nešto većim fontom. Sa druge strane, ono što dnevni list Dan plasira u više tekstova (naslova), dnevni list Vijesti plasira u jednom članku (npr. ako je u medijima aktuelna ista tema, Vijesti će sve raspoložive informacije da plasiraju pod jednim naslovom, dok će Dan isto broj informacija da podijeli na više tekstova). Dnevni list Dnevne novine karakterišu fotografije i ilustracije nešto većeg formata i slova nešto većeg fonta.

Zbog svega nevedenog nameće se pitanje koliko stvarno mediji pojedinačno posvećuju prostora (pažnje) ovoj temi?

Dnevni list Dan je u prvom kvartalu 2015. godine plasirao 14.893 teksta (naslova) (bez rubrika Balkan, Svijet i Sport). Od tog broja, kako smo kazali, na aktivizam se odnosi 779 tekstova, što predstavlja **5%** od ukupnog broja objava plasiranih u dnevnom listu Dan. Istim metodom došli smo do podatka za ostale medije, pa recimo, na temu „aktivizam“ u dnevnom listu Vijesti čini oko **7%** ukupnog broja objava koje je u periodu januar-mart plasirao taj medij. U tabeli ispod vidjećemo da je udio teme u ukupnom broju članaka medija pojedinačno približno ujednačen (ne prelazi 10%), odnosno, da se blago izdvajaju dnevni listovi Vijesti i Večernje novosti.



	UKUPAN BROJ TEKSTOVA	BROJ TEKSTOVA ZA AKTIVIZAM	PROCENTUALNO AKTIVIZAM
	14625	778	5.05%
	4698	334	6.64%
	5317	283	5.05%
	3995	240	5.67%
	1059	91	7.91%
	1427	83	5.50%

Grafikon 5 - Publicitet teme aktivizam po medijima pojedinačno

Ipak, navedene procentualne razlike su male (statistički ne toliko značajne). Naime, uprkos svim tehničkim i tehnološkim razlikama, broj objava koje je plasirao Dan u odnosu na ostale štampane medije je veliki što nam ukazuje da različiti tehničko-tehnološki pristupi medija o kojima smo govorili u tekstu iznad, nisu imali značajniji uticaj te možemo zaključiti da je dnevni list Dan temi „aktivizam“ u periodu januar-mart ipak posvetio najviše pažnje.



FOKUS

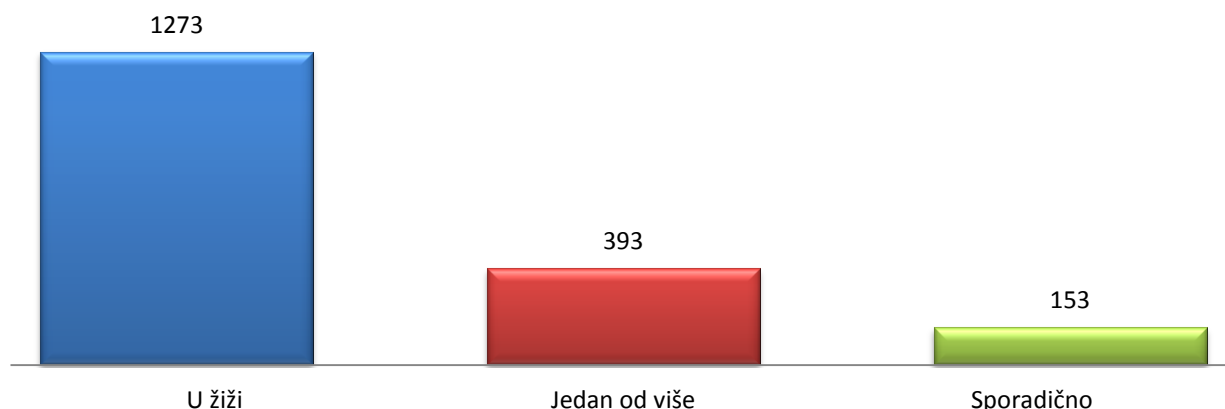
U metodologiji smo ukazali na značaj kategorija koje su dio parametra **FOKUS**. Podsjetićemo, parametar FOKUS treba da nam pokaže u kakvom su međusobnom odnosu informacije u vezi sa temom aktivizam i ostale informacije koje konkretna objava sadrži. Publicitet teme je podijeljen na objave u kojima se aktivizam pojavljuje kao dominantna tema (u žiži), objave u kojima aktivizam je približno jednako zastupljeno kao neke druge teme (jedan od više) i objave u kojima se aktivizam pominje sporadično (na jednom mjestu u tekstu bez značajnijeg dovođenja u vezu sa glavnom temom teksta).

U posmatranom periodu mediji su plasirali **1273** objave u kojima je tema aktivizam bila dominantna (u žiži) u odnosu na ostale informacije koje su objave sadržale. To je 70% ukupnog publiciteta teme, što znači da, kada se u medijima tretira pojava koja se može smatrati aktivizmom, onda se to radi na način što su tekstovi u većem dijelu (ako ne u potpunosti) posvećeni toj pojavi, odnosno, aktivizmu. Uglavnom se radi o protestima radnika, pojedinaca, ili neformalnih grupa građana (npr. protest očeva beba koje su inficirane u porodilištu u Opštoj bolnici u Bijelom Polju), humanitarnim akcijama i više manje integralnim saopštenjima, intervjuima ili drugim načinima plasiranja informacija od strane predstavnika NVO.

U **393** objave ili **22%** ukupnog publiciteta tema aktivizam dijeli objave podjednako sa nekom drugom temom ili više njih (uglavnom aktivnosti NVO). I ovakva vrsta medijske prisutnosti ima se smatrati uočljivom i kao takvom značajnom za stvaranje sveukupne medijske slike.

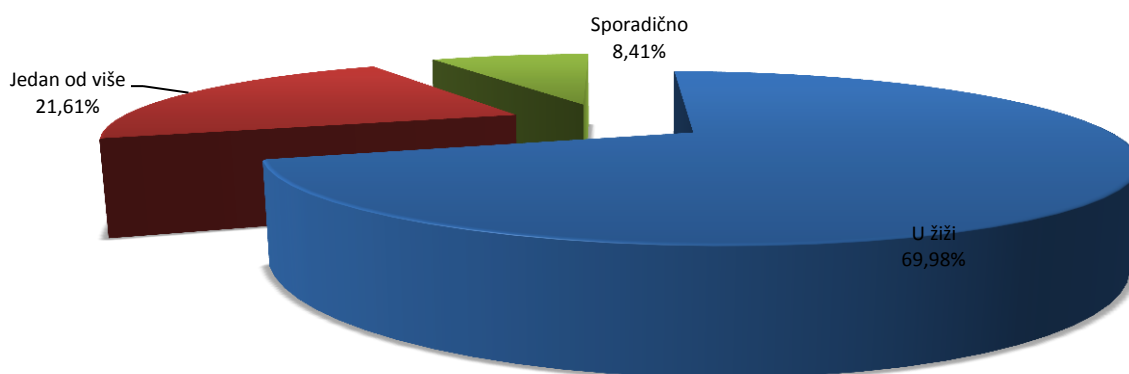
U **153** objave (**8%**), tema se pominje sporadično (na jednom mjestu u tekstu). Vrlo često konzumenti informacija u ovakvim slučajevima nisu svjesni medijske prisutnosti teme ili subjekta, te se ovakve objave (osim ako nisu u kratkom periodu plasirane u velikm broju), moraju smatrati manje važnim za ukupnu medijsku sliku posmatranog subjekta ili teme.

Iz ovoga proizilazi da je u periodu januar-mart 2015. godine plasirano **1666 „relevantnih“** objava za temu „aktivizam“.



Grafikon 6 broj objava FOKUS



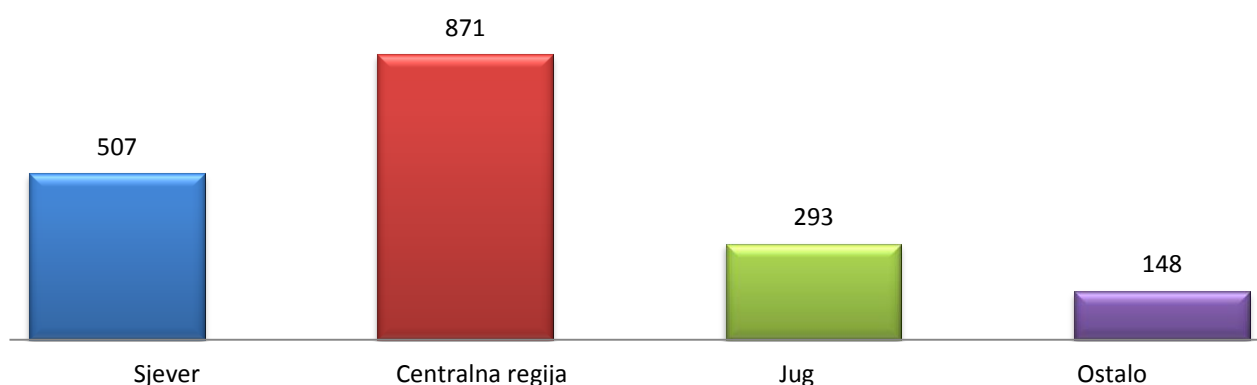


Grafikon 7 broj objava FOKUS-procentualni prikaz

REGIJA

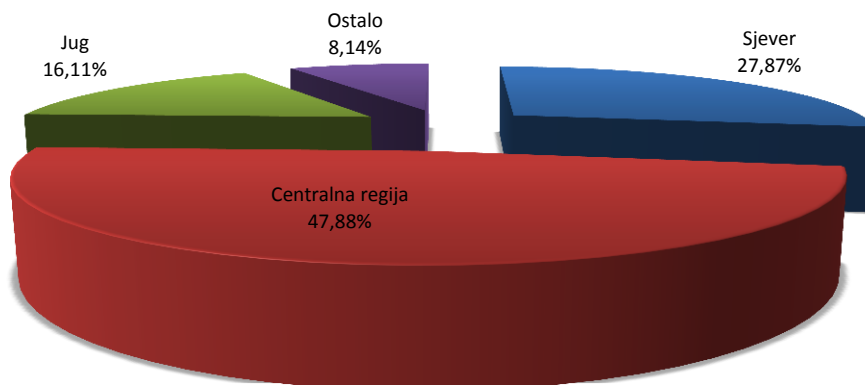
Parametar **REGIJA** govori nam u kojem dijelu zemlje je aktivizam koji se spominje u objavi sproveden, odnosno, da li je riječ o sjeveru, centru ili jugu zemlje. U najvećem dijelu objava bilo je lako utvrditi o kojem dijelu zemlje je riječ, odnosno, bilo je vidljivo gdje se aktivizam sprovodi, ili je makar bilo jasno iz kojeg dijela zemlje je NVO, građanin ili grupa građana koja sprovodi aktivizam. Međutim, zabilježene su i objave koje su se odnosile na cijelu zemlju ili one u kojima je bilo teško utvrditi o kojoj regiji zemlje je riječ (npr. pisma čitalaca u kojima se govori o situaciji u zemlji).

U najvećem broju evidentiranih objava riječ je bila o aktivizmu sprovedenom u centralnoj regiji zemlje ili od subjekata iz centralnog dijela zemlje (47,9%). Aktivizam je u sjevernoj regiji zemlje ili od strane subjekata koji iz ovog djela zemlje dolaze zabilježen u 27,9%, dok je najmanji broj objava izvještavao o aktivizmu sa juga zemlje -16,1%. U **148** objava ili u 8,1% ukupnog broja objava nije bilo moguće odrediti regiju zemlje o kojoj je riječ. Grafikoni koji slijede detaljnije će objasniti zabilježene pravilnosti (odnos broja objava u različitim djelovima zemlje).



Grafikon 8 broj objava REGIJA



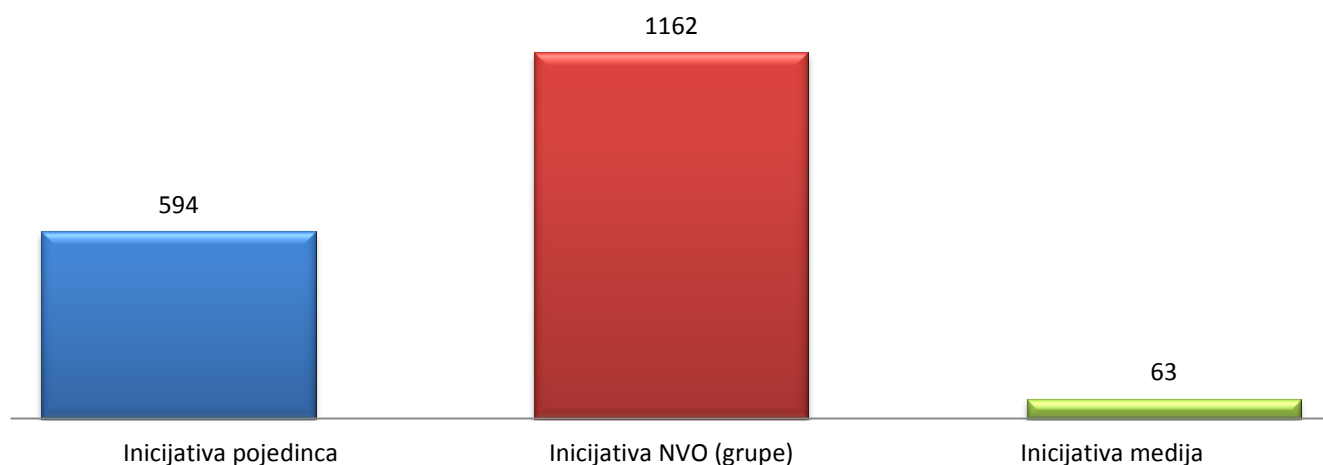


Grafikon 9 broj objava REGIJA-procentualni prikaz

INICIJATIVA

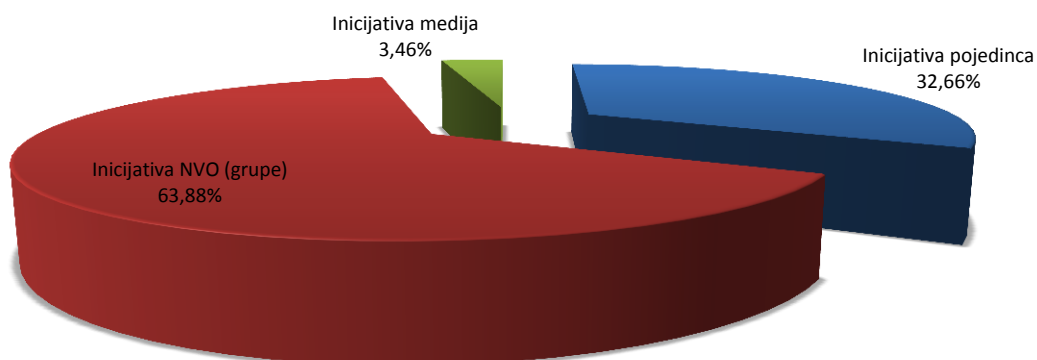
INICIJATIVA je parametar koji nam govori da li je aktivizam koji je zabilježen u objavi rezultat aktivnosti građanina pojedinca ili više njih bez jasne organizacione strukture, ili ipak grupe građana sa organizacionom strukturom. Takođe, ovim parametrom provjereno je koliko je objava koje ne izvještavaju o aktivizmu drugih već predstavljaju aktivizam samog medija, eventualnu samoinicijativnu analizu medija nekog od oblika aktivizma. Iz grafikona 9 je vidljivo da je za posmatranih 3 mjeseca zabilježeno najviše objava koje govore o aktivizmu pomognutom nekom konkretnom organizovanom grupom (NVO) – **63,9%**. Međutim, zabilježene su i **594 (32,7%)** objave koje su izvještavale o aktivizmu pojedinaca, što znači **da su u prosjeku dnevno, 5 praćenih medija, prenosili 6 objava koje se tiču aktivizma pojedinca**, tj. prosječno jedna objava dnevno po mediju.

Inicijativa medija zabilježena je u **63** objave, odnosno, inicijativa medija da se govori o aktivizmu zabilježena je u **3,5%** zabilježenih objava o temi.



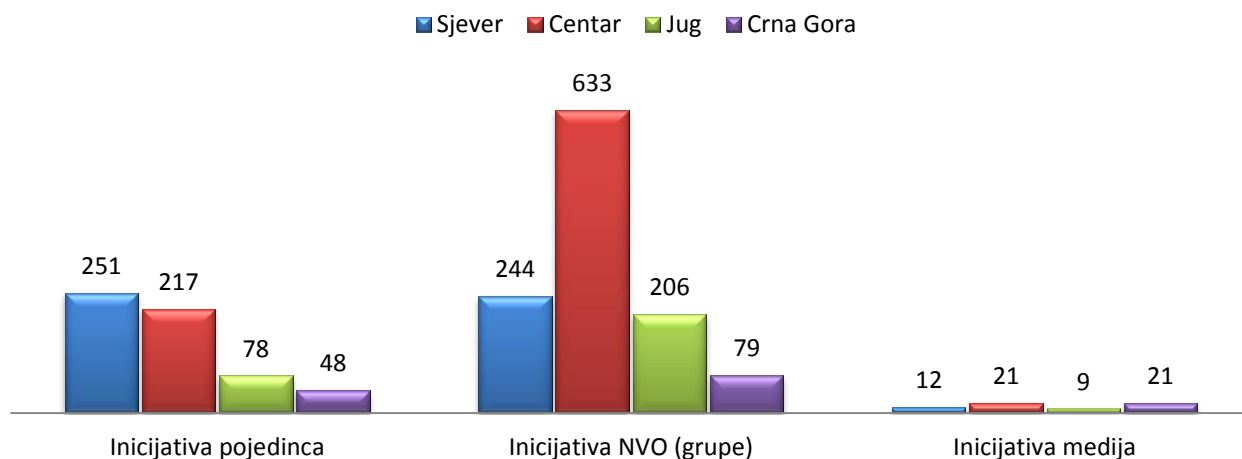
Grafikon 10 broj objava INICIJATIVA





Grafikon 11 broj objava INICIJATIVA-procentualni prikaz

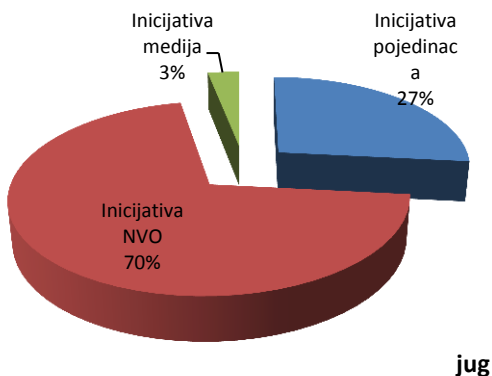
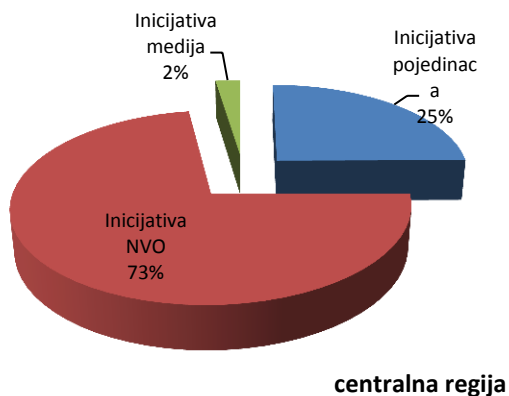
Ukrštanjem parametara Regija i Inicijativa dolazimo do zanimljivih podataka. Naime, vidljivo je da je najveći dio objava u kojima je zabilježen aktivizam pojedinaca zabilježen na sjeveru zemlje. Takođe, najveći dio objava koji se odnose na aktivizam zabilježen u centralnoj regiji zemlje govore o aktivizmu organizovanih grupa ili NVO. Objave koje bilježe aktivizam **na sjeveru zemlje u 50% slučajeva govore su o aktivizmu građana**, dok je od ukupnog broja objava o aktivizmu **u centralnom dijelu zemlje 73% se odnosi na aktivizam sproveden uz pomoć ili isključivo od NVO**. Objave koje su govorele o aktivizmu sprovedenom uz pomoć **NVO činile su 70% objava koje su zabilježene na jugu zemlje**.



Grafikon 12 broj objava REGIJA-INICIJATIVA

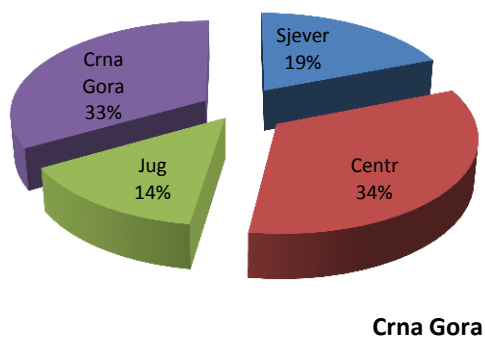
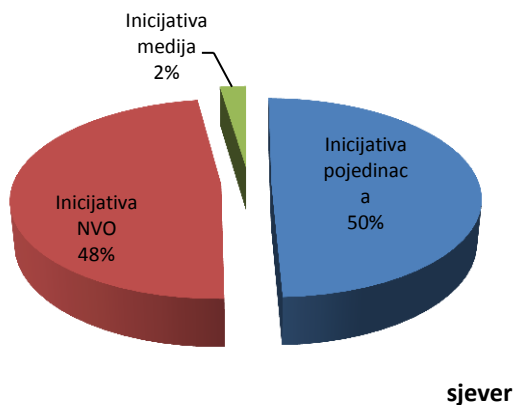


Kada su u pitanju objave koje su govorile o inicijativi medija, one su se u **33% slučajeva** odnosile na objave koje su se ticale cijele zemlje, a isti procenat odnosio se i na centralnu regiju. Inicijativa medija se mogla povezati sa aktivizmom sjevera u 19% slučajeva, dok se u 14% objava mogla dovesti u vezu sa jugom zemlje.



Grafikon 13 broj objava Centar-INICIJATIVA

Grafikon 14 broj objava Jug-INICIJATIVA



Grafikon 15 broj objava Sjever-INICIJATIVA

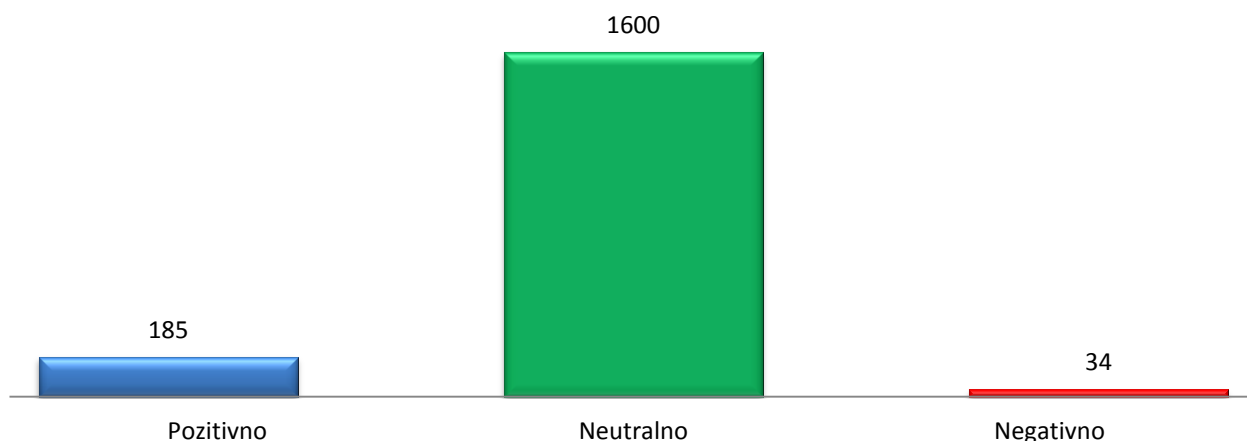
Grafikon 16 broj objava INICIJATIVA medija -regija



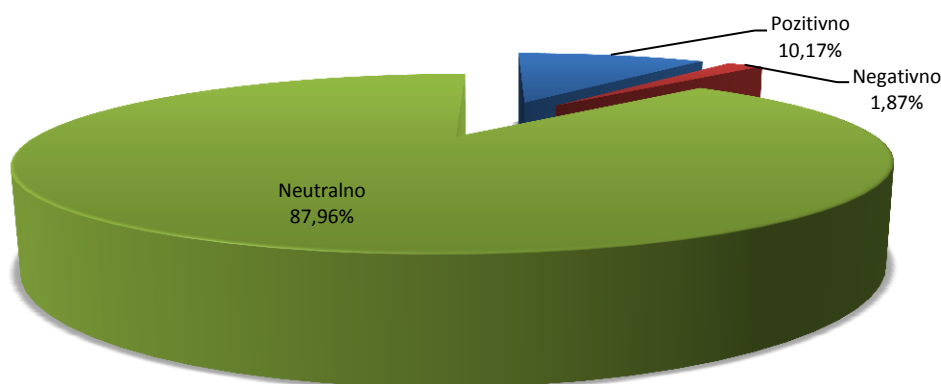
TON OBJAVA

Ton objava nam pokazuje da li je u medijima afirmativno izvještavano o aktivizmu, odnosno, da li bi objava koja u sebi sadrži spominjanje aktivizma mogla uticati na njegovu popularizaciju. Takođe, ovaj parametar bilježi situacije kada je o aktivizmu govoreno negativno, odnosno kada su pojedinci ili organizacije bili izloženi kritikama zbog svojeg aktivizma (a to je u medijima preneseno), ili kada je izvještavano o neuspjelom aktivizmu. Neutralnim se smatraju sve objave koje samo prenose informacije o nekom obliku aktivizma, bez zauzimanja vrijednosnog stava, odnosno objave koje ne utiču na zauzimanje stava konzumenta o konkretnoj aktivnosti.

U posmatranom periodu, praćeni mediji su dominantno neutralno izvještavali o ovoj temi, te je zabilježeno **88%** objava koje o aktivizmu stvaraju neutralnu sliku. Afirmativno je o aktivizmu govoreno u **10,2%** objava, dok je negativna predstava o aktivizmu mogla biti stvorena čitanjem **1,9%** posto od zabilježenih objava. Značajan broj neutralnih objava, pogotovo onih u kojima se aktivizam pojavljuje kao dominantna tema (u žiži) naginju ka pozitivnom tonu. Međutim, u namjeri da tonom izdvojimo konkretne primjere aktivizma, odlučili smo se za rigorozniju selekciju.



Grafikon 17 broj objava različitog TONA

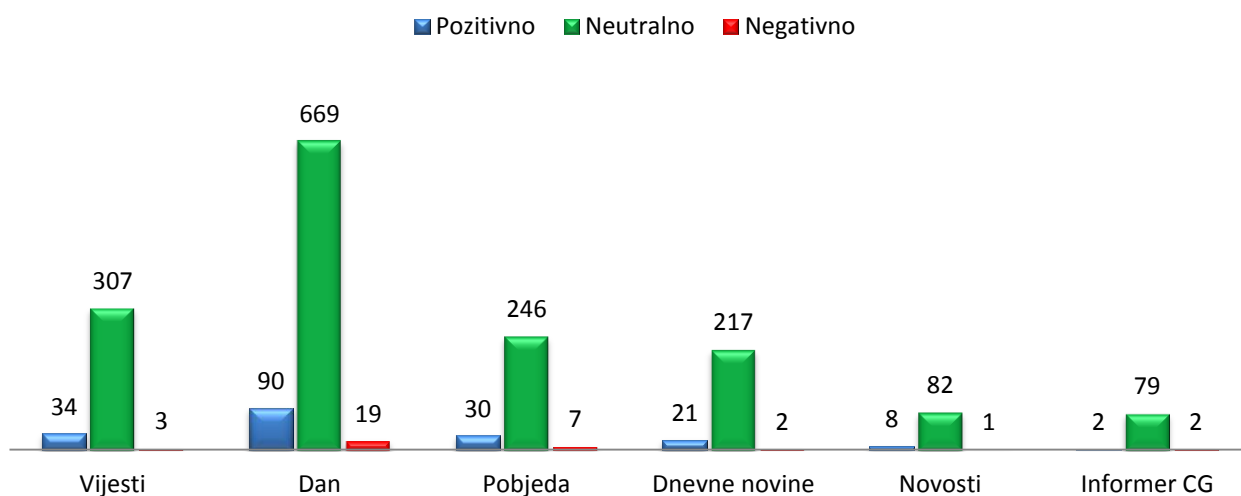


Grafikon 18 broj objava različitog TONA-procentualni prikaz

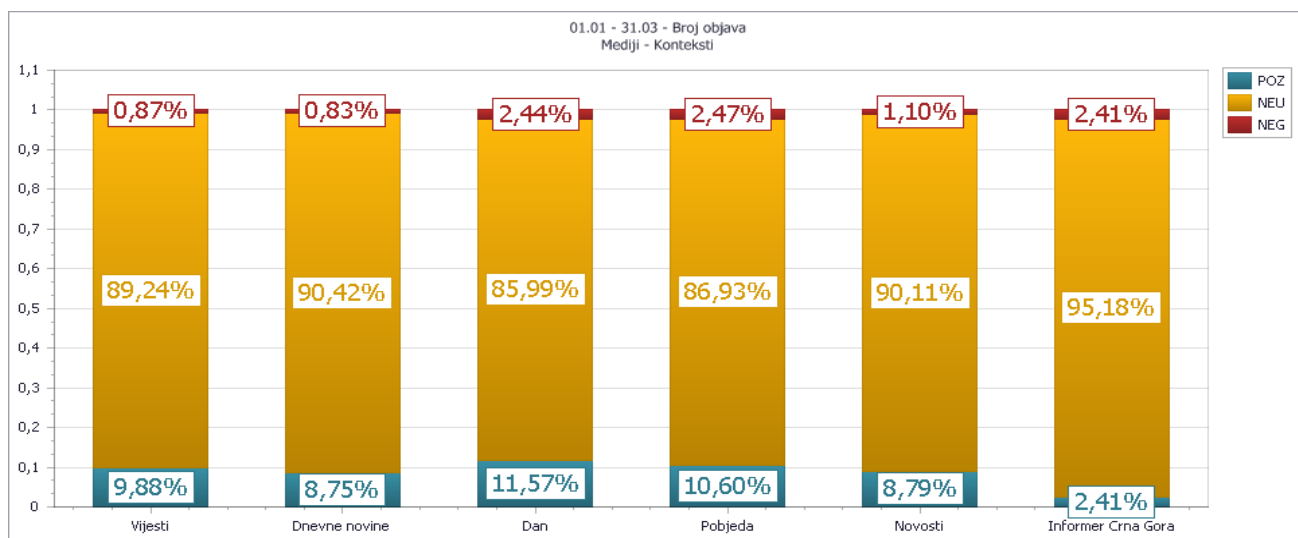


Ukoliko objave različitog tona razdvojimo po medijima pojedinačno, vidimo da je najveći dio pozitivnih objava prenio dnevni list Dan. Međutim, u ovom mediju zabilježen je i najveći broj objava koje o aktivizmu stvaraju negativnu sliku. Naime, **60%** od ukupnog broja negativnih objava teme aktivizam su evidentirane u listu Dan. Sa druge strane, **49%** od svih zabilježenih pozitivnih objava takođe je zabilježeno u ovom dnevnom listu.

Međutim, grafikon 20 (procentualni odnos objava različitog tona po medijima pojedinačno), nam pokazuje da ukoliko imamo na umu ukupan broj objava koji su prenijeli mediji pojedinačno, slika stvorena o aktivizmu u dnevnom listu Dan slična je slici koju su o aktivizmu stvorili ostali mediji koji su dio ove analize. Najbolji odnos broja negativnih i pozitivnih objava, odnosno značajno veći broj pozitivnih nego negativnih objava, zabilježen je u Dnevnim novinama i ND Vijesti.



Grafikon 19 broj objava različitog tona po medijima pojedinačno



Grafikon 20 broj objava različitog tona po medijima pojedinačno-procentualni prikaz



Objave koje su stvarale negativnu sliku o aktivizmu, govore su o napadima na predstavnike NVO koja je sprovodila aktivizam (LGBT aktivisti), objave koje su govorele o neuspjehu nekog određenog aktivizma, zabranama spovođenja aktivizma, problemima unutar organizacija koje se bave aktivizmom, kao i o nemarnom djelovanju organizacija čije djelovanje predstavlja neki oblik aktivizma. Sve ove objave ocjenjene su negativno jer se mogu posmatrati kao objave koje utiču na demotivisanje pojedinaca za sprovođenje aktivizma.

Datum	Medij	Rubrika	Strane	Naslov	Autor	Institucija
3.jan	Pobjeda	Društvo	10, 1	Sa privatnog mejla odgovaraju na skupštinski ne ulaze	Đurđica Čorić	Tema: Aktivizam
4.jan	Vijesti	Hronika	13	Napadnut aktivista LGBT Foruma progres	Biljana Nikolić	Tema: Aktivizam
4.jan	Dan	Periskop	28	Napadnut LGBT aktivista	Milan Sekulović	Tema: Aktivizam
4.jan	Pobjeda	Posljednje vijesti	32	Ponovo napadnut LGBT aktivista	M.Č	Tema: Aktivizam
10.jan	Pobjeda	Društvo	10	Radan Nikolić: Manipulacije SUBNOR-a	Đurđica Čorić	Tema: Aktivizam
12.jan	Dnevne novine	Crna Gora	21	Još jedna prevara zarasla u korov	Beća Čoković	Tema: Aktivizam
13.jan	Dan	Regioni	VII	Dovešće struju u selo Poljice	Mirjana Popović	Tema: Aktivizam
14.jan	Dan	Hronika	9, 1	Istraga o raspodjeli dva miliona članovima sindikata	M.V.P.	Tema: Aktivizam
14.jan	Dan	Hronika	9	Podsticao nasilje i mržnju	Vojka Damjanović	Tema: Aktivizam
15.jan	Dan	Društvo	13	Sporazum o groblju iznad sudske kontrole	Željko Komnenović	Tema: Aktivizam
15.jan	Pobjeda	Politika	2, 1	Protesti protiv Tačija osuđeni na propast	Ivana Koprivica	Tema: Aktivizam
17.jan	Dan	Hronika	8, 1	Školovali nas, pa ostavili bez posla	M.V.P.	Tema: Aktivizam
17.jan	Dan	Društvo	10	Optužene radnike nisu pozvali na suđenje	Ana Topalović	Tema: Aktivizam
11.feb	Dan	Hronika	8	Policija zabranila štrajk glađu	Milovan Novović	Tema: Aktivizam
12.feb	Dan	Ekonomija	6	Upravicima se ne ide iz KAP-a	Draško Milačić	Tema: Aktivizam
13.feb	Dan	Ekonomija	5	Skupština odlučuje o zakupu Mamule	Draško Milačić	Tema: Aktivizam
14.feb	Dan	Politika	4	Ne mogu zakazati sjednicu na osnovu sumnji NVO	Željko Komnenović	Tema: Aktivizam
15.feb	Dan	Ekonomija	5	SDP čuti o zakupu Mamule	J.Bukilić	Tema: Aktivizam
27.feb	Vijesti	Podgorica	38	Politizuju, bolje da konkurišu	Ivan Čadenović	Tema: Aktivizam



13.mar	Dan	Regioni	IV	Mališani šetali bez kućnih ljubimaca	Željko Komnenović	Tema: Aktivizam
14.mar	Dan	Povodi	14, 1	Obezbjedenje psovalo očeve beba	Milovan Novović	Tema: Aktivizam
19.mar	Dan	Regioni	IV	Ulična rasvjeta sija danju	Božidar Jelovac	Tema: Aktivizam
20.mar	Dan	Ekonomija	6	Zakup Mamule u rukama poslanika	Draško Milačić	Tema: Aktivizam
20.mar	Informer Crna Gora	Udarne vijesti	5, 1	Bojić: Izvod iz HSBC banke je čist falsifikat	E.I	Tema: Aktivizam
24.mar	Dnevne novine	Hronika	12	Uprava policija istražuje ko je ubio medvjeda	Svetlana Kumburović	Tema: Aktivizam
24.mar	Pobjeda	Hronika Podgorice	14, 1	Medvjed ustrijeljen, pa ostavljen na trotoaru	M.Lz	Tema: Aktivizam
25.mar	Dan	Društvo	11	Inspektori uviđaj vršili na trotoaru	Ana Topalović	Tema: Aktivizam
25.mar	Pobjeda	Hronika Podgorice	17, 1	Medvjed bez glave završio na ulici greškom inspektora	M.Lz	Tema: Aktivizam
25.mar	Novosti	CG Aktuelno	29	Umesto srna na meti medvedi	Vesna Radojević	Tema: Aktivizam
26.mar	Informer Crna Gora	Društvo	7	Skandal sa medvedom ne sme biti zataškan!	E.I	Tema: Aktivizam
28.mar	Vijesti	Politika	2	DPS branio Sveta ali pristao na saslušanje	Mila Radulović	Tema: Aktivizam
28.mar	Dan	Društvo	12, 1	Sabotaža zbog korupcije ili neznanja	Milan Sekulović	Tema: Aktivizam
28.mar	Dan	Društvo	14	Vrh pravosuđa na kontrolnom saslušanju	Ana Topalović	Tema: Aktivizam
28.mar	Pobjeda	Politika	2, 3	DPS: MANS podmeće	Đurđica Ćorić	Tema: Aktivizam

Grafikon 21 tabelarni prikaz objava koje su u odnosu na aktivizam ocijenjene negativno



OBLAST I OBLIK AKTIVIZMA

Oblast aktivizma govori nam o tome ka kojoj oblasti života je usmjeren određen aktivizam. Naime, oblast aktivizma govori nam o tome, u kojoj životnoj oblasti, subjekti koji sprovode aktivizam žele postići promjene. Oblasti koje su za potrebe analize posmatrane, odabrane su u odnosu na stanje stvari u medijima. Oblast **POLITIKA** podrazumijevala je sve objave koje su se ticale aktivizma u vezi sa dnevno političkim temama, kao i aktuelnih procesa evropskih i evroatlantskih integracija zemlje. **EKONOMSKA PITANJA** bilježila su objave koje su govorile o aktivizmu radnika, i aktivizmu koji za cilj ima poboljšanje ukupnih ekonomskih uslova u zemlji. **SOCIJALNA PITANJA** uključila su sve objave koje govore o humanitarnim akcijama, odnosno, o aktivizmu koji ima za cilj pomoć najugroženijim. Takođe, socijalnim pitanjima smatrane su i objave u kojima su bilježene akcije usmjerene ka poboljšanju stanja poštovanja ljudskih prava. **ZDRAVSTVENA PITANJA** ticala su se objava usmjerenih ka pitanju stanja u zdravstvu u Crnoj Gori. Manifestacije koje za temu imaju promociju kulture ili tradicije određenih grupa smatrane su kulturnim pitanjima, baš kao i objave koje su se ticale obrazovanja, i svrstavane su u istu kategoriju - **KULTURA I OBRAZOVANJE**. Kao oblast vrijedna aktivizma u posmatranom periodu bilježena su i pitanja **EKOLOGIJE** i **SPORTA I REKREACIJE**. Takođe, zabilježen je izvjestan broj objava koje govore o aktivizmu usmjerenom ka rješavanju problema u vezi sa **ŽIVOTINJAMA** tj. najčešće pasa lualica.

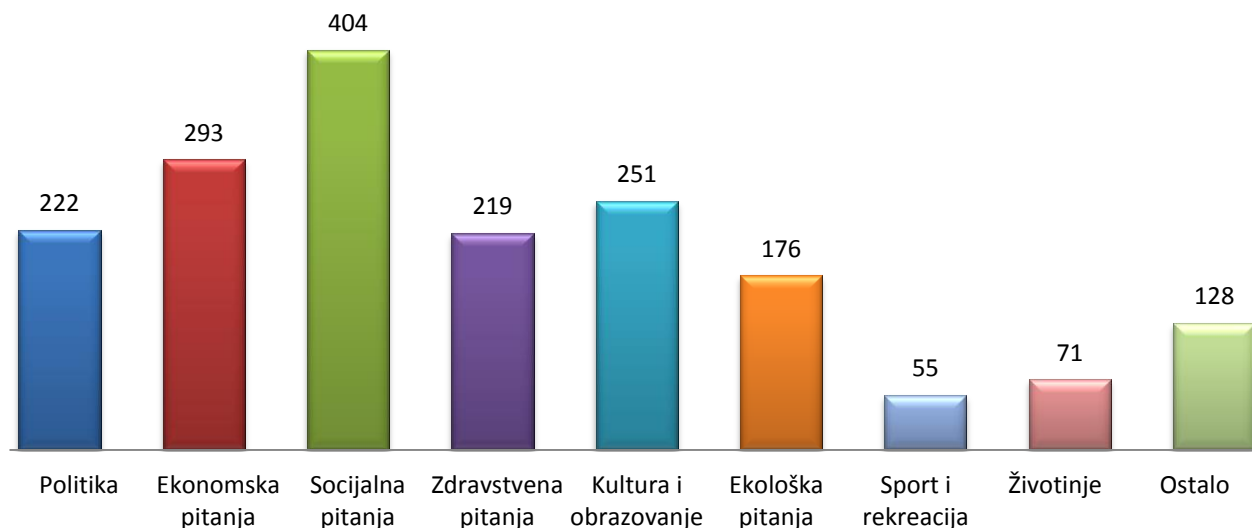
Oblast aktivizma u vezi sa kojom je zabilježen najveći broj objava je oblast socijalnih pitanja.

Naime, 22,2% objava tiče se upravo aktivizma u ovoj oblasti. Ova tema je u prosjeku imala 4,4 objave dnevno. Razlog velikog broja objava koje se tiču socijalnih pitanja može biti ekonomska situacija u zemlji, te činjenica da postoji veliki broj ljudi koji živi na granici ili ispod linije siromaštva. Međutim, moramo imati na umu široku definiciju ove oblasti. Veliki broj objava koje se tiču zaštite prava lica koja se mogu smatrati ugroženim zbog svojih ličnih svojstava takođe je posmatran kao socijalna pitanja. Ekonomska pitanja čine **16,1%** ukupnog broja objava o aktivizmu. Ove objave svjedoče o nezadovoljstvu radnika velikog broja preduzeća u Crnoj Gori. Ova tema prosječno je bila zabilježena u 3 objave dnevno. Ono što treba naglasiti je problem koji je zbog neizbježnog subjektivnog osjećaja posmatrača, stvorila bliskost tema Ekonomija i Socijalna pitanja u vezi sa aktivizmom. Naime, u izvjesnom broju objava bilo se teško odlučiti za jednu ili drugu kategoriju, odnosno, ne bi bila greška unijeti bilo koju od ove dvije kategorije (oblasti). U želji da na što više korisnih činilaca podijelimo publicitet teme „aktivizam“, između ostalog, odlučili smo se i na podjelu ekonomija/socijalna pitanja, iako su zbog stepena bliskosti ove dvije kategorije mogle biti svrstane pod jednu (npr. SOCIOEKONOMSKE TEME).

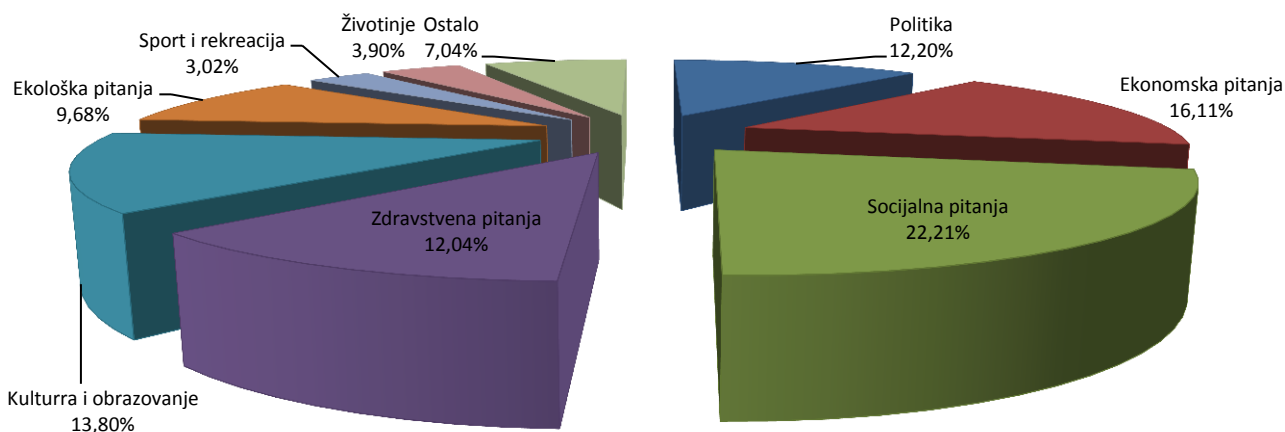
Na četvrtom mjestu po broju objava je oblast **kulture i obrazovanja**, pa tako ova oblast čini **13,8%** od ukupnog broja objava o aktivizmu. Veliki broj kulturnih događaja najrazličitije tematike učinio je da ova oblast bude prisutna u prosječno 2,7 objave dnevno. **Politika** je obilježila **12,2%** objava (prosječno 2,4 objave dnevno). **Primjer usko definisane oblasti, a koja je ipak zavrijedila veliki broj objava jeste oblast Zdravstvena pitanja. U ovoj oblasti zabilježeno je 12% od ukupnog broja objava tj. 219 objava za tri mjeseca ili prosječno 2,4 objave dnevno.** Razlog velikog broja objava u ovoj oblasti poklapa se sa činjenicom da se u posmatranom periodu desio slučaj infekcije beba u porodilištu u Bijelom Polju, kao i smrt jedne bebe, a koji je bio povod za aktivizam građana. **Ekološka pitanja** zavrijedila su prosječno oko 2 objave dnevno, ili **9,7%** od ukupnog broja objava. Manje od jedne objave dnevno zabilježeno je u vezi sa oblastima aktivizma koje se tiču sporta i



rekreacije, kao i životinja. Ovakvo stanje stvari ne čudi zbog činjenice da je riječ o usko definisanim oblastima.



Grafikon 22 broj objava / OBLAST AKTIVIZMA



Grafikon 23 broj objava / OBLAST AKTIVIZMA-procentualni prikaz

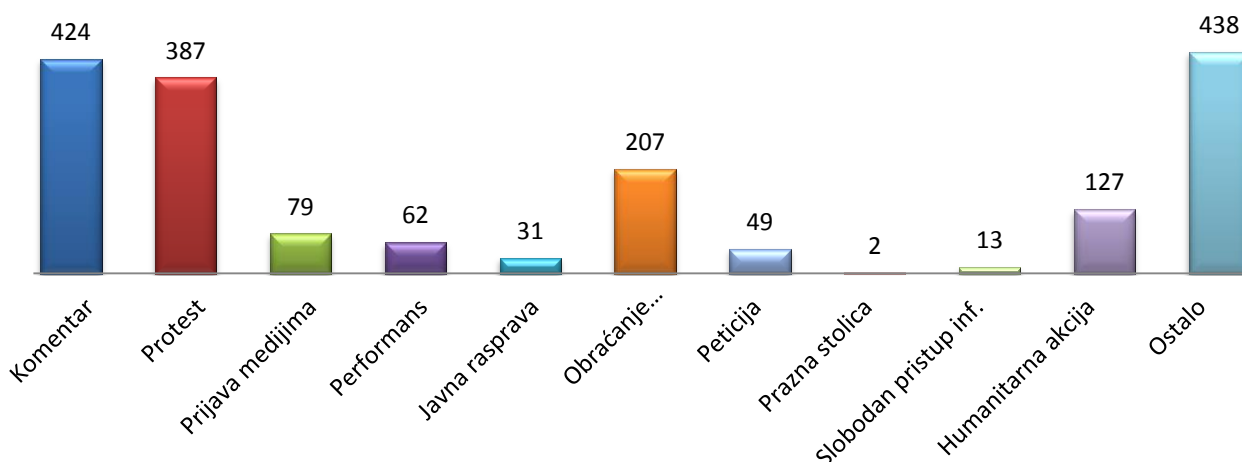
Oblik aktivizma je parametar koji nam govori o tome na koji način su građani ispoljavali svoje nezadovoljstvo, zahtjeve ili na koji način su brinuli o potrebama grupe kojoj pripadaju. Ovim parametrom nisu ispraćeni svi mogući oblici aktivizma, već su odabrani oni koji su smatrani najrelevantnijim za samu prirodu aktivizma. Da ipak postoji veliki broj načina za ispoljavanje građanske hrabrosti koji nije obuhvaćen ovim oblicima aktivizma, govori veliki broj objava koji je uključen u OSTALE oblike aktivizma. Kao Ostalo indeksirane su tribine, radionice, obuke, seminari, književne večeri, kulturne večeri, festivali, karnevali i druge manifestacije zabavnog ili edukativnog



karaktera, a koje su organizovane od strane udruženja građana. Aktivizam koji nije obuhvaćen nijednom kategorijom činio je **24%** od ukupnog broja objava o temi.

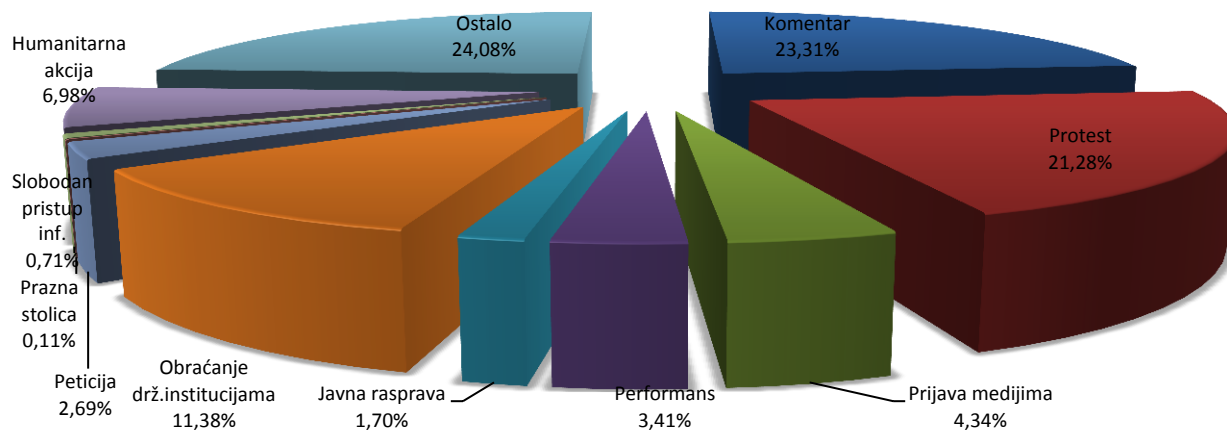
KOMENTAR predstavlja objave u kojima nije bilo riječi o konkretnim aktivnostima osobe ili grupe koja ga pokreće, već predstavlja komentare na oblast, koja iz ugla subjekta, zahtjeva aktivizam, kao i komentare na već sprovedeni aktivizam. **PROTEST** obuhvata sve oblike aktivizma koji podrazumijevaju organizovano okupljanje građana. **PRIJAVA MEDIJIMA** predstavlja oblik aktivizma kada se građani odlučuju da umjesto institucijama svoj problem izlože (prijava) medijima. U izvjesnom broju slučajeva zabilježeno je obraćanje medijima po iscrpljivanju redovnih (zakonom predviđenih) načina rješavanja konkretnog problema (preciznije, građani su se nakon što su državne insticucije prema njihovom mišljenju ignorisale problem, odlučile da isti plasiraju javnosti putem medija). **PERFORMANS** je oblik istupanja građana ili grupa građana koji ima posebnu poruku prenesenu kroz posebno osmišljeno ponašanje (šetnja, ples, skeč). **JAVNA RASPRAVA** indeksirana je u objavama u kojima je bilo riječi o učešću građana u istim. **OBRAĆANJE DRŽAVNIM INSTITUCIJAMA** podrazumijevalo je objave u kojima se građani putem medija obraćaju ma kojem nivou državnih institucija. **PETICIJA** je indeksirana u situacijama pominjanja kako elektronskih, tako i pisanih peticija. Monitoringom je bilo predviđeno i praćenje instituta **PRAZNE STOLICE**, međutim ovaj oblik aktivizma praktično nije zabilježen. Iako nije konkretan oblik aktivizma, već praktično cilj aktivizma, kao posebna kategorija mjeren je i broj objava koji govori o zahtjevima građana za **PRISTUP INFORMACIJAMA** u domenu njihovog interesovanja. Praćeni oblik aktivizma bile su i **HUMANITARNE AKCIJE**, koje su u najvećem broju, u smislu oblasti aktivizma, smatrane socijalnim pitanjem.

Najveći broj objava u posmatranom periodu prenosio je objave koje su govorile o aktivizmu sprovedenom kroz komentare. Dnevno je u prosjeku bilježeno čak 4,6 objave koje su prenosile komentare. Ovaj oblik aktivizma čini **23,3%** od ukupnog broja objava koje govore o aktivizmu građana. Veći broj objava zavrijedio je aktivizam ispoljen kroz proteste (**21,3%**), zatim kroz obraćanje državnim institucijama (**11,4%**), i humanitarne akcije (**7%**). Ostali oblici aktivizma zavrjedili su manje od prosječno jedne objave dnevno. Međutim, njihovo prisustvo ipak nije zanemarljivo. Prijava problema medijima zabilježena je u 79 objava (4,3%), performans u 62 (3,4%), peticija u 49 (2,7%). Javna rasprava zabilježena je u 31 objavi, dok je praktično zanemarljiv broj objava govorio o slobodnom pristupu informacijama i praznoj stolici.



Grafikon 24 broj objava / OBLIK AKTIVIZMA





Grafikon 25 broj objava / OBLIK AKTIVIZMA -procentualni prikaz



	Politika	Ekonomska pitanja	Socijalna pitanja	Zdravstvena pitanja	Kultura obrazovanje	Ekološka pitanja	Sport rekreacija	Životinje	Ostalo
Komentar	111	59	46	65	39	45	13	23	24
Javna rasprava	5	14	5	0	2	4	0	0	1
Slobodan pristup informacijama	4	5	4	0	0	0	0	0	0
Protest	40	118	75	83	18	28	10	2	14
Obraćanje državnim Instit.	22	47	47	11	13	26	4	7	30
Humanitarna akcija	0	0	119	4	2	0	0	0	2
Prijava medijima	0	10	21	8	2	10	2	9	15
Peticija	2	8	1	6	7	6	0	8	11
Performans	6	7	19	10	3	5	7	4	1
Prazna stolica	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Ostalo	31	25	66	32	165	52	19	18	30

Grafikon 26 broj objava OBLAST AKTIVIZMA /OBLIK AKTIVIZMA

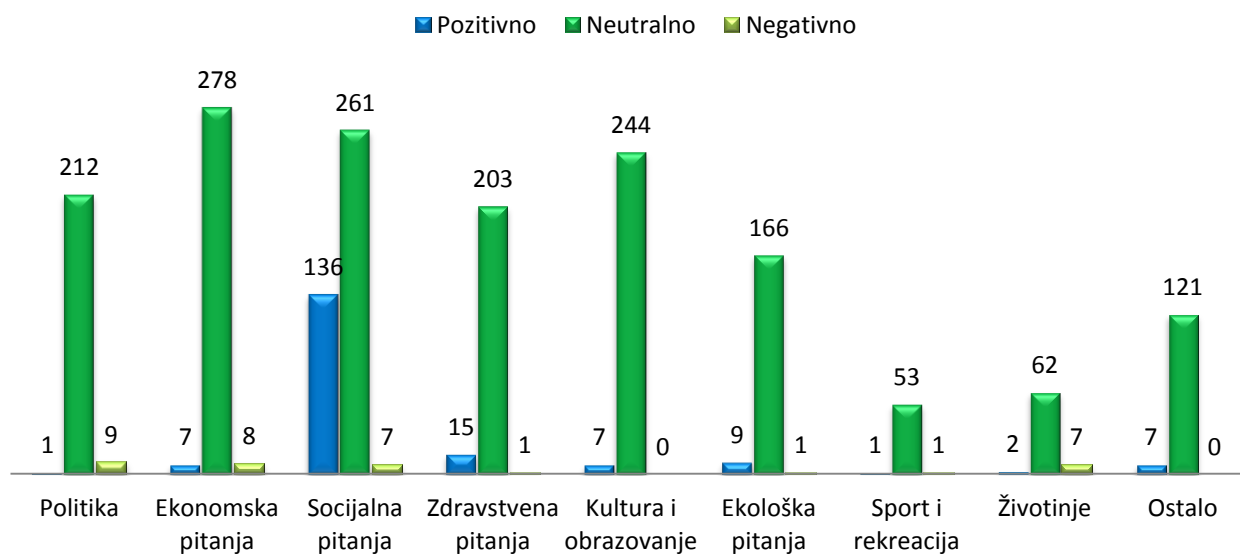
Grafikon (tabela) 24 prikazuje ukrštene podatke iz parametara OBLAST i OBLIK aktivizma. Naime, tabela prikazuje kroz koji oblik su prezentovane, odnosno, preduzimate akcije koje se imaju smatrati aktivizmom, a u odnosu na oblast, ili oblik aktivizma koji je bio najpogodniji za konkretnu oblast aktivizma. Iz tabele se može zaključiti:

- ⇒ da najveći broj komentara tj. četvrtina komentara čini oblast politika - 111 objava. Sa druge strane, 50% aktivizma koji se mogao smatrati političkim ispoljen je kroz komentare;
- ⇒ da je kod ekonomskih pitanja najčešće zabilježen aktivizam u obliku protesta (42% od ukupnog broja objava u kategoriji ekonomija). Najveći dio objava koji je govorio o zdravstvenim pitanjima takođe je predstavljao objave o protestima (37.9%). Kod obje oblasti (ekonomija, zdravstvo) zabilježen je veliki broj komentara;
- ⇒ da su kulturna pitanja najčešće plasirana kroz druge vidove aktivizma koji su sumirani u kategoriji Ostalo (književne večeri, okrugli stolovi i uopšte kulturni događaji)
- ⇒ da se najveći broj objava o socijalnim pitanjima odnosio na humanitarne akcije;
- ⇒ da se objave u kojima se bilježi obraćanje državnim institucijama najčešće odnose na ekonomska i socijalna pitanja (po 47 objava, odnosno 16% ukupnog broja objava u kategoriji ekonomija i 12% ukupnog broja objava u kategoriji socijalna pitanja);
- ⇒ da su medijima najčešće prijavljivani problemi iz domena socijalnih pitanja (21 objava), slijede ekološka i ekonomska pitanja sa po 10 objava;
- ⇒ da su se javne rasprave, kada je o njima izvještavano u smislu aktivizma, najčešće ticala pitanja koja se mogu smatrati ekonomskim;
- ⇒ da su pitanja aktivizma koja su se ticala životinja, tretirana najčešće komentarima; i
- ⇒ da su sport i rekreacija najčešće imali neki od nedefinisanih oblika aktivizma (Ostalo).

OBLAST AKTIVIZMA

Oblast aktivizma koja je u posmatranom periodu doprinjela najvećem broju pozitivnih objava o aktivizmu su – socijalna pitanja. Razlog tome jeste činjenica da su humanitarne akcije u najvećem broju svrstavane u kategoriju socijalna pitanja. Kako humanitarne akcije uvijek imaju za cilj poboljšanje kvaliteta života drugih pojedinaca ili grupa, one gotovo uvijek stvaraju pozitivnu sliku o aktivizmu, odnosno, možemo smatrati da pisanje o humanitarnim akcijama podstiče nove humanitarne akcije odnosno novi aktivizam. Pozitivne objave su kod drugih oblasti aktivizma zabilježavane gotovo zanemarljivo, sa tim što je broj objava nešto veći kod oblasti zdravstvena pitanja, ekonomska pitanja, kultura i obrazovanje. Zdravstvena pitanja imala su 15 pozitivnih objava u posmatranom periodu, što se poklapa sa činjenicom da je aktivizam sproveden u vezi sa ovom oblašću imao konkretne rezultate u praksi, odnosno, možemo smatrati da je bio uspješan.

Negativne objave, neuspjeli ili kritikovani aktivizam, bilježene su u oblastima politike, ekonomskih pitanja, socijalnih pitanja i životinja.



Grafikon 27 broj objava različitog tona / OBLAST AKTIVIZMA

Kada proverimo na osnovu čije inicijative se dogodio aktivizam, ili na osnovu čije inicijative je on zabilježen u medijima, a u odnosu oblast aktivizma, dolazimo do zanimljivih podataka.

Oblast politike dominantno je zanimljiva NVO institucijama. Od ukupnog broja objava zabilježenih u ovoj oblasti, čak 80% nastalo je na inicijativu NVO, odnosno, udruženja građana. Od ukupnog broja objava u kojima je zabilježeno istupanje NVO, politika je oblast djelovanja u 15% objava.

Kod ekonomskih pitanja, bilježi se takođe visok broj objava koje su nastale na inicijativu NVO, ali u ovoj oblasti visok je i broj objava koje su nastale na inicijativu građana. Od ukupnog broja objava koje su zabilježene u ovoj oblasti, 51% nastalo je na inicijativu NVO, a 43% na inicijativu pojedinaca.



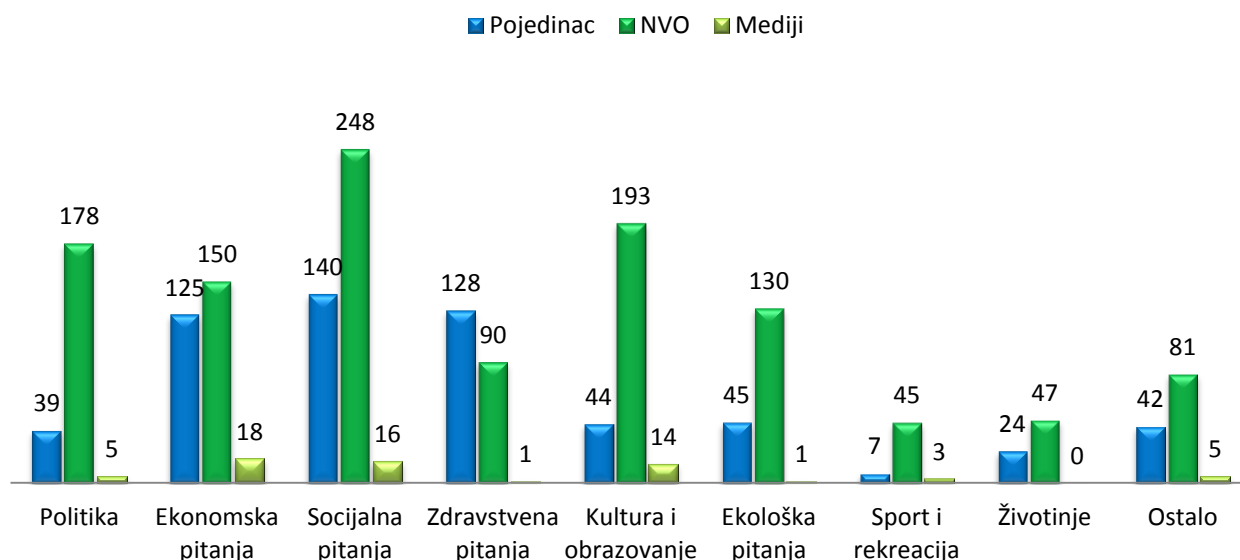
Najveći dio objava u kojima se bilježi istupanje NVO odnosi se na socijalna pitanja. Od ukupnog broja objava u kojima se bilježi istupanje NVO, 21% odnosi upravo na ova pitanja. I najveći broj objava koji je nastao na inicijativu građana zabilježen je takođe u ovoj oblasti. Od ukupnog broja objava koje su nastale na inicijativu građana, socijalna pitanja čine 24%.

Oblast u kojoj je veći broj objava nastao na inicijativu pojedinaca su Zdravstvena pitanja. Od ukupnog broja objava u ovoj oblasti, 58% čine objave nastale na inicijativu pojedinaca (slučaj infekcije beba).

Kulturna pitanja, ekološka pitanja, pitanja životinja i sporta i rekreacije oblasti su u kojima se bilježi veća aktivnost NVO institucija ili udruženja nego samih građana.

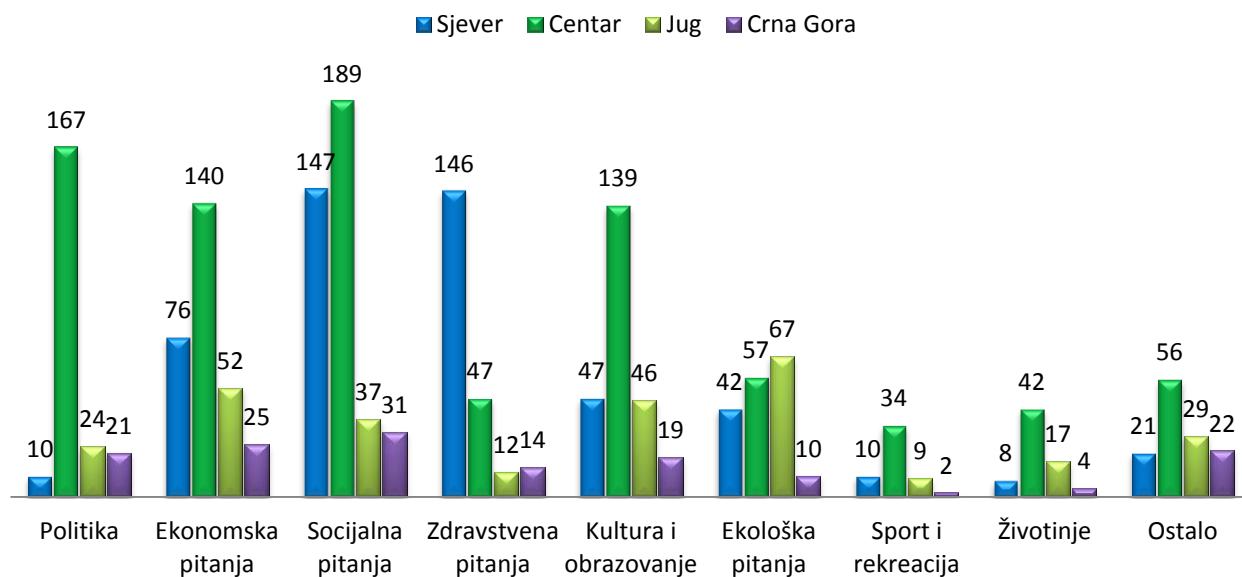
Od ukupnog broja objava u kojima je zabilježeno istupanje pojedinaca, kao što je već rečeno, najveći broj objava odnosi se na socijalna pitanja, odnosno 24%. Međutim, visok udio u ukupnom broju objava nastalih na inicijativu pojedinaca imaju i oblasti ekonomija i zdravstvo, po 21%. Kod inicijative NVO ili organizacija građana, osim socijalnih pitanja (21%), veliki broj objava tj. udio od ukupnog broja otpada na kulturna pitanja 17%, na ekonomska pitanja 13%, ekološka 11% i već napomenutih 15% na politiku. Iako sa malim udjelom u ukupnoj prezentaciji oblasti, nešto veći broj objava koji je nastao na inicijativu medija bilježen je u oblastima ekonomskih, socijalnih i kulturnih pitanja.

Dakle, na inicijativu građana nastajale su objave (ili aktivizam) u oblasti socijalnih, zdravstvenih i ekonomskih pitanja, dok je na inicijativu NVO nastajao aktivizam (objave) u oblasti socijalnih, kulturnih, političkih, ekonomskih i ekoloških pitanja. Odnosno, na inicijativu NVO ili udruženja građana nastajale su objave ili aktivizam nešto šireg spektra oblasti nego što je to slučaj sa pojedincima.



Grafikon 28 broj objava OBLAST AKTIVIZMA /INICIJATIVA





Grafikon 29 broj objava OBLAST AKTIVIZMA /REGIJE

Oblast aktivizma posmatrana po regijama, ukazuje nam na to koja oblast pokreće građane različitih regija Crne Gore da budu građanski aktivni, odnosno, ovi podaci nam ukazuju kako u medijima djeluje koji region zemlje u smislu oblasti u kojoj imaju potrebu da djeluju.

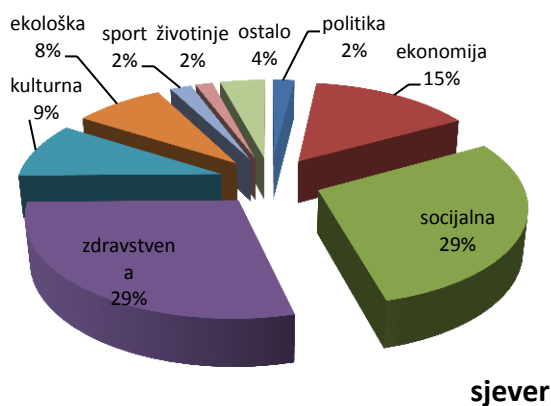
Aktivizam sproveden na sjeveru zemlje, a da je pri tom zabilježen u medijima, bio je dominantno fokusiran na oblasti zdravstvenih i socijalnih pitanja. Od ukupnog broja objava zabilježenih na sjeveru zemlje, po 29% čine ove dvije oblasti. Aktivizam na sjeveru značajno je bilježen i u oblasti ekonomije -15% od ukupnog broja objava koje su se odnosile na aktivizam na sjeveru. Kultura je bila tema 9% objava o aktivizmu, ekologija 8%, dok su politika, životinje, sport i rekreacija bile oblast aktivizma u po 2% zabilježenih objava.

U centralnom dijelu zemlje takođe je zabilježen veliki broj objava o aktivizmu koji se odnosi na socijalna pitanja. Od ukupnog broja objava koje su zabilježene u centralnoj regiji 22% ih se moglo klasifikovati u oblasti socijalnih pitanja. **Međutim, veliki udio objava o aktivizmu u centralnoj regiji, odnosi se na oblast Politika. Ovu oblast čini 19% objava,** dok je na sjeveru ova oblast zavrijedila samo 2% od ukupnog broja objava. Kultura i ekonomija zauzimaju po 16% od ukupnog broja objava zabilježenih u centralnoj regiji. Ekološka pitanja bila su prisutna u 7% objava, dok je aktivizam o zdravlju i životinjama zabilježen sa podjednakim udjelom od 5%. Sport i rekreacija zauzeli su 4% prezentacije.

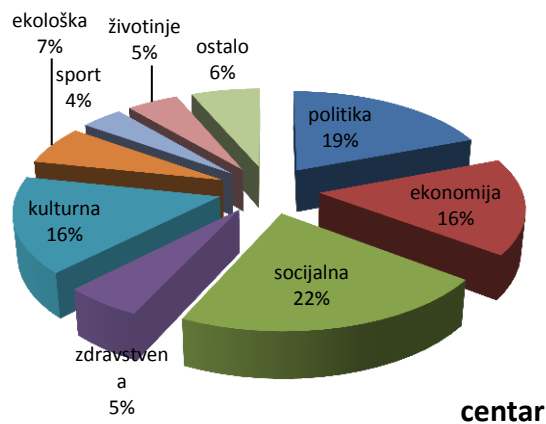
Aktivizam zabilježen u medijima a koji se odnosio na jug zemlje, bilježen je najčešće u oblasti ekologije. Naime, **od ukupnog broja objava koje su se odnosile na jug zemlje, 23% odnosilo se na ekologiju.** Ekonomija je zavrijedila 18% broja objava koje su govorile o aktivizmu ovog dijela zemlje, dok je kultura činila 16%. Socijalna pitanja predstavljala su 12% svih objava zabilježenih u vezi južne regije zemlje. Zanimljivo je da su visokih 10% činile oblasti definisane kao Ostalo, što takođe ukazuje na drugačije djelovanje ili potrebe stanovnika ovog dijela zemlje u odnosu na stanovnike sjevera i centra. Politika je zauzela 8%, životinje 6%, a sport 3% objava koje su bilježile aktivizam na jugu zemlje.



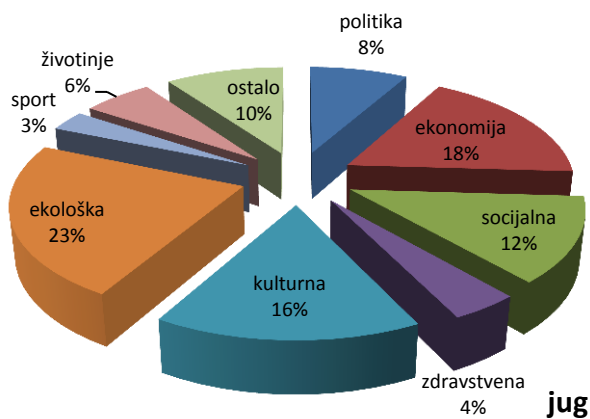
Dakle, aktivizam na sjeveru zemlje bilježen u medijima, najčešće se odnosio na socijalna i zdravstvena pitanja. Aktivizam sproveden u centralnoj regiji zemlje najčešće je govorio o socijalnim pitanjima, ali i politici. Jug zemlje je po pravilnostima utvrđenim kroz praćene medije najčešće bio aktivan u oblasti ekologije.



Grafikon 30 oblast aktivizma/sjever zemlje



Grafikon 31 oblast aktivizma/centralna regija



Grafikon32 oblast aktivizma/centralna regija

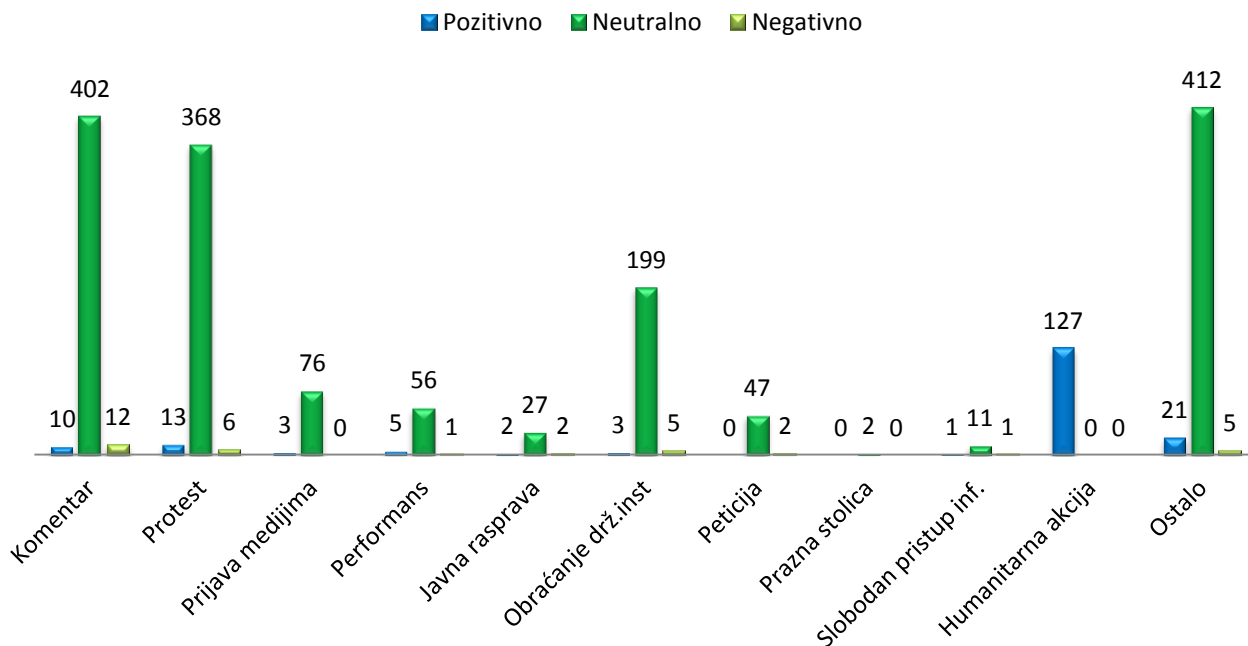


OBLIK AKTIVIZMA

Ukrštanjem podataka u vezi sa tonom objava i oblikom aktivizama još jednom će potvrditi zaključak da su najpozitivniji primjeri aktivizma u periodu januar-mart 2015.godine bile **HUMANITARNE AKCIJE**.

Naime, od ukupno 185 objava koje su afirmativno (pozitivno) govorile o aktivizmu, 127 (69%) otpada na humanitarne akcije. U svim ostalim kategorijama, čak i u onim koje bilježe oko 20 pozitivnih objava, broj pozitivnih objava se ima smatrati malim. Podsjetićemo, veliki broj neutralnih objava, pogotovo onih u kojima se aktivizam pojavljuje kao dominantna tema (u žiži) naginju ka pozitivnom. Međutim, u namjeri da tonom izdvojimo konkretne primjere aktivizma, odlučili smo se za rigorozniju selekciju.

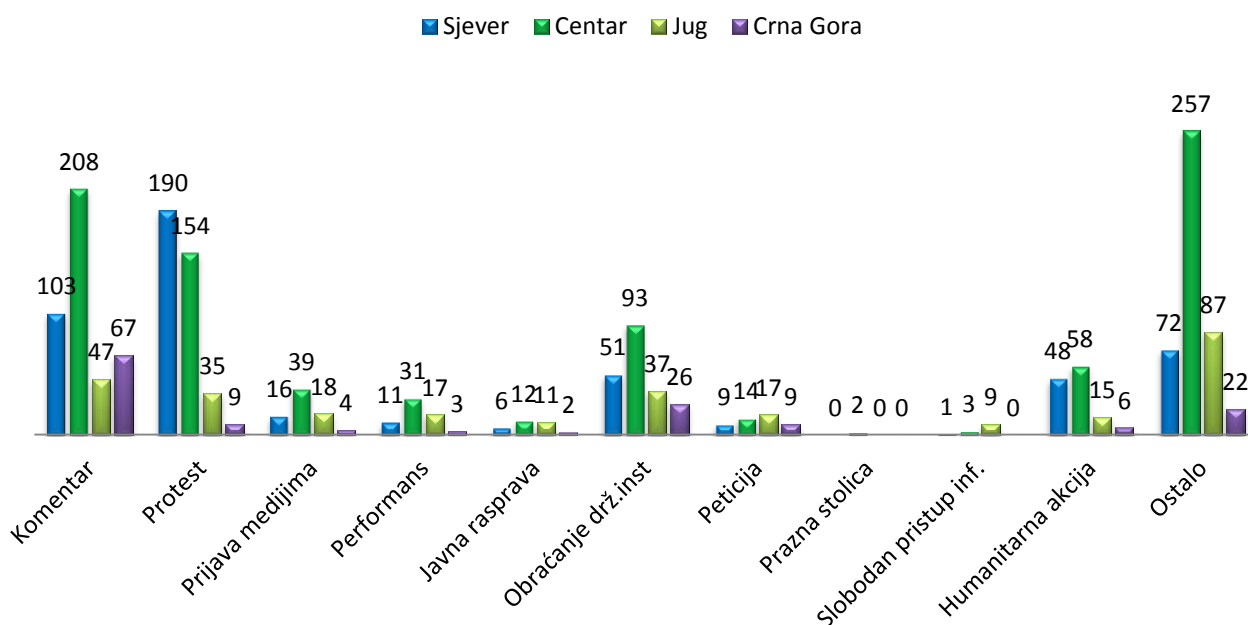
Takođe, treba naglasiti da su neutralne objave vezane za obraćanje državnim institucijama, performansi, peticije, javna rasprava, prijave medijima, pozitivnije od neutralnih objava koje su svrstane u oblike komentar, protest i ostalo. Da pojasnimo, komentari su sami po sebi često bezlični, dok protesti vrlo često gube na značaju zbog dugog vremena protestovanja konkretnih subjekata a bez značajnijeg učinka (protest bivših radnika fabrike „Radoje Dakić“). Izveštaji sa ovakvih protesta, koji su bez sumnje građanski aktivizam, mišljenja smo, ne inspirišu čitaoce da i sami budu građanski aktivni. Sa druge strane, sama činjenica da je neko posegao za institutom slobodni pristup informacijama može se smatrati pozitivnom. U tom pogledu većina objava i jeste pozitivna, ali smatramo da su njih 5 u značajnijoj mjeri ukazivale na važnost ovog instituta u odnosu na ostale objave vezane za ovaj oblik aktivizma. Slično važi i za peticije, javne rasprave, performanse.



Grafikon 33 broj objava različitog tona / OBLIK AKTIVIZMA



Iz narednog grafikona vidimo da su protesti najčešći oblik aktivizma na sjeveru Crne Gore. Od ukupnog broja objava vezanih za tu regiju 190 objava (42%) čine objave o protestima. Značajan broj ovih objava čini protest očeva beba koje su inficirane na neonatološkom odjeljenju Opšte bolnice u Bijelom Polju, a u vezi sa krivičnom odgovornošću osoblja bolnice. Pored protesta, i pod uslovom da se isključi kategorija ostalo, na sjeveru Crne Gore izdvajaju se još dva vida aktivizma. U pitanju su obraćanje državnim institucijama i humanitarne akcije. Kada su u pitanju obraćanja državnim insitucijama kao vid aktivizma, stanovnici sa sjevera Crne Gore su mu skloniji od stanovnika sa juga. U centralnoj regiji Crne Gore, što zbog velikog broja građanskih organizacija sa veoma različitim spektrom interesovanja i uopšte većim brojem stanovnika, u većoj ili manjoj mjeri evidentirani su svi oblici aktivizma koje smo postavili metodologijom. **U centralnoj regiji izdvajaju se komentari, protesti, humanitarne akcije i obraćanje državnim institucijama.** Kada je u pitanju jug zemlje primjetno je više interesantnih kretanja. Recimo, u ovoj regiji evidentiran je mali broj humanitarnih akcija, što ne znači da stanovništvo ove regije nije empatično, već je pretpostavka da je potreba za humanitarnim akcijama manja u odnosu na sjever ili centar Crne Gore. Takođe, **stanovništvo sa juga zemlje u odnosu na stanovnike iz centra i sa sjevera više je zainteresovano za učešće u javnim raspravama.** Međutim, ako pogledamo u vezi sa čim su javne rasprave raspisane/sprovedene, vidimo da veći broj čine javne rasprave u vezi sa urbanističkim planovima. Takođe, građani sa juga skloniji su pokretanju peticija u odnosu na građane iz kontinentalnih dijelova zemlje (statistički ne tako značajne razlike jer je broj objava u vezi sa peticijama relativno nizak). Kada je u pitanju slobodan pristup informacijama, to što prednjači jug ne znači da građani ovog dijela zemlje koriste taj institut. Naprotiv, vrlo često NVO iz centralne regije ovaj institut koriste kako bi ispitale neke sporne slučajeve sa juga zemlje.



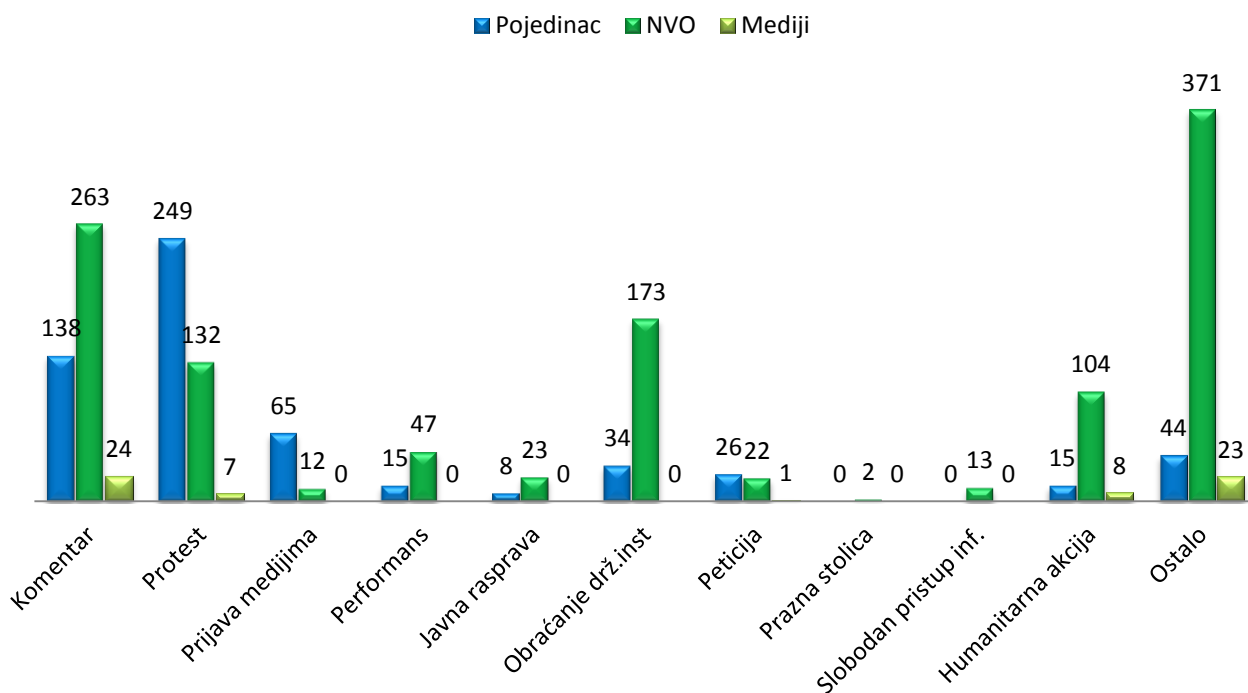
Grafikon 34 broj objava OBLIK AKTIVIZMA/REGIJA



Imajući u vidu do sada saopšteno, podaci dobijeni ukrštanjem parametara oblik aktivizma i inicijativa su više manje očekivani. Iz grafikona 35 vidimo da proteste kao oblik aktivizma najčešće iniciraju pojedinci ili neformalne grupe građana (protesti radnika, sindikata, očeva beba u BP itd.). Plasiranje problema medijima (obraćanje medijima) takođe je najsvojstvenije pojedincima i neformalnim grupama građana. Komentarima, obraćanjem državnim intitucijama i peroformansima, se u najvećoj mjeri služe nevladine organizacije. Takođe, najveći broj humanitarnih akcija pokrenuto je upravo od formalnih građanskih organizacija (NVO).

Zapravo, izuzev u slučajevima protesta, prijava medijima i peticija, NVO prednjače u korišćenju svih ostalih oblika aktivizma. Kada su u pitanju objave koje govore o aktivizmu, odnosno, sadrže informacije koje ukazuju na aktivizam a koje su inicirali mediji, prednjače komentari. Inicijativa medija zabilježena je još i kod humanitarnih akcija, protesta, kategorije Ostalo i peticija (peticija koju je pokrenuo list Dnevne novine a u vezi sa umjetničkom instalacijom „Transformersi čuvaju Podgoricu“).

Dakle, građani u bilo kom organizacionom obliku, sudeći prema medijskim objavama, jako malo koriste institut slobodne stolice, javnu raspravu i slobodan pristup informacijama. Mediji nemaju dovoljnu samoinicijativu kada je u pitanju promocija građanskog aktivizma ni u jednom njegovom obliku, dok NVO probleme najraznovrsnije prirode vrlo često adresiraju na državne institucije (obraćanje državnim institucijama).



Grafikon 35 broj objava OBLIK AKTIVIZMA/INICIJATIVA



ZAKLJUČCI

- U prvom kvartalu 2015. godine evidentirano je 1819 objava koje su sadržale informacije koje su ukazivale na građanski aktivizam (značajna prisutnost u medijima).
- U prosjeku, aktivizam je evidentiran u 600 objava mjesečno, odnosno, oko 20 objava dnevno. Prosječno, dnevno je jedan medij, govorio o aktivizmu u 4 objave.
- Ako uklonimo sporadična pominjanja aktivizma, u periodu januar-mart 2015. godine plasirano je 1666 „relevantnih“ objava za temu aktivizam.
- Trend broja objava nije imao konstantnu putanju već je obim publiciteta teme varirao u odnosu na konkretne događaje i to kako na nivou kvartala, tako i na dnevnoj bazi.
- Dnevni list Dan temi aktivizam u periodu januar-mart posvetio je najviše pažnje.
- Najveći broj objava o aktivizmu zabilježen je vezano za centralnu regiju zemlje - 47,9%, dok je najmanje objava o aktivizmu vezano za jug – 16,1%
- U posmatranom periodu zabilježeno je najviše objava koje govore o aktivizmu pomognutom nekom konkretnom organizovanom grupom (NVO) – 63,9%.
- Zabilježene su i 594 (32,7%) objave koje su izvještavale o aktivizmu pojedinaca. Prosječno je dnevno bilježeno po 6 objava koje govore o aktivizmu pojedinaca.
- Najveći dio objava u kojima je zabilježen aktivizam pojedinaca i neformalnih grupa građana zabilježen na sjeveru zemlje.
- Afirmativno je o aktivizmu govoreno u 10,2% objava, dok je negativna predstava o aktivizmu mogla biti stvorena čitanjem 1,9% od zabilježenih objava.
- Negativne objave, neuspjeli ili kritikovani aktivizam, bilježen je u oblastima politike, ekonomskih pitanja, socijalnih pitanja i životinja.
- Najpozitivniji primjeri aktivizma u periodu januar-mart 2015. godine bile su humanitarne akcije.
- Oblast aktivizma u vezi sa kojom je zabilježen najveći broj objava je oblast socijalnih pitanja (22,2% objava tiče se upravo aktivizma u ovoj oblasti).
- Primjer usko definisane oblasti koja čini veliki broj objava su zdravstvena pitanja. U ovoj oblasti zabilježeno je 12% ukupnog publiciteta teme aktivizam.
- Oblast politike dominantno je zanimljiva NVO institucijama. Od ukupnog broja objava zabilježenoj u ovoj oblasti, čak 80% nastalo je na inicijativu NVO, odnosno, udruženja građana.



- Oblast u kojoj je veći broj objava nastao na inicijativu pojedinaca ili neformalnih grupa građana su zdravstvena pitanja.
- Najveći broj objava u posmatranom periodu prenosio je one informacije koje su govorile o aktivizmu sprovedenom kroz komentare, a koji su najmanje efektivan oblik aktivizma. Ovaj oblik aktivizma čini 23,3% ukupnog publiciteta ove teme.
- Aktivizam na sjeveru zemlje najčešće se odnosio na socijalna i zdravstvena pitanja. Aktivizam sproveden u centralnoj regiji zemlje najčešće je govorio o socijalnim pitanjima, ali i politici. Jug zemlje najčešće je bio aktivan u oblasti ekologije.
- Građani u bilo kom organizacionom obliku, sudeći prema medijskim objavama, jako malo koriste institut slobodne stolice, javnu raspravu i slobodan pristup informacijama.
- Mediji nemaju dovoljnu samoinicijativu kada je u pitanju promocija građanskog aktivizma ni u jednom njegovom obliku.
- NVO probleme najraznovrsnije prirode često adresiraju na državne institucije (obraćanje državnim institucijama).



ARHIMED d.o.o.

Ulica Vlaha Bukovca br. 48

Stari aerodrom

81000 Podgorica, Crna Gora

Tel: +382 (20) 240 077

Mob: +382 (0)67 255 835

info@arhimed.me

www.arhimed.me

