

MLADI U KAMPAJJI 2022.

Monitoring
Izveštaj



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE



Akademie



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

**MLADI U KAMPANJI 2022.
MONITORING IZVEŠTAJ**

Izdavač:
Krovna organizacija mladih Srbije

Za izdavača:
Miljana Pejić

Urednik/glavni istraživač:
Boban Stojanović, MA

Saradnici/e i istraživači/ce:
Andđelija Stanimirović
Boris Kaličanin
Isidora Martač
Jovana Živanović
Lazar Simić
Marija Mavrić
Milica Sekulić
Mina Trajković
Nikola Perišić
Nikola Ristić

Dizajn: Maja Aleksić

ISBN:
978-86-80578-19-4
Beograd, 2022. godina

**MLADI U KAMPANJI 2022.
MONITORING IZVEŠTAJ**

Izdavač:
Krovna organizacija mladih Srbije

Za izdavača:
Miljana Pejić

Urednik/glavni istraživač:
Boban Stojanović, MA

Saradnici/e i istraživači/ce:
Andđelija Stanimirović
Boris Kaličanin
Isidora Martač
Jovana Živanović
Lazar Simić
Marija Mavrić
Milica Sekulić
Mina Trajković
Nikola Perišić
Nikola Ristić

Dizajn: Maja Aleksić

ISBN:
978-86-80578-19-4
Beograd, 2022. godina

Ovo istraživanje izradila je Krovna organizacija mladih Srbije u saradnji sa DW Akademijom. Istraživanje je nastalo u okviru projekta DW Akademie Young Media – Media for and with young people, koji podržava Ministarstvo za ekonomski razvoj i saradnju Savezne Republike Nemačke i DW Akademie. Stavovi izraženi u ovoj publikaciji odgovornost su autora i izdavača i ne predstavljaju nužno stavove Ministarstva za ekonomski razvoj i saradnju Savezne Republike Nemačke i DW Akademie.



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE



DW Akademie



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE



Sadržaj

O Krovnoj organizaciji mladih Srbije (KOMS)	1
O Monitoringu izborne kampanje 2022.	2
Metodologija istraživanja	2
Zaključci monitoringa i sažetak kampanje izbornih listi i kandidata	3
DETALJAN PREGLED IZBORNIH LISTI I PREDSEDNIČKIH KANDIDATA	9
• 1. ALEKSANDAR VUČIĆ – Zajedno možemo sve & Kandidat za predsednika – Aleksandar Vučić	9
• 2. Ivica Dačić – Premijer Srbije	16
• 4. DR VOJISLAV ŠEŠELJ – SRPSKA RADIKALNA STRANKA	19
• 5. MARINKA TEPIĆ – Ujedinjeni za pobedu Srbije (Stranka Slobode i pravde, Narodna stranka, Demokratska stranka, DZVM-VMDK, Stranka Makedonaca Srbije, Pokret slobodonih građana, Udruženi sindikati Srbije "Sloga", Pokret za preokret, Pokret Slobodna Srbija, Vlaška stranka) & Kandidat za predsednika – Zdravko Ponoš	21
• 6. Dr Miloš Jovanović – NADA ZA SRBIJU – Srpska koalicija	
NADA – Nacionalno demokratska alternativa – Demokratska stranka Srbije (DSS) – Za Kraljevinu Srbiju (MONARHISTI) – Vojislav Mihailović & Kandidat za predsednika – Miloš Jovanović	26
• 7. MILICA ĐURĐEVIC STAMENKOVSKI – Srpska stranka Zavetnici & Kandidatkinja za predsednicu – Milica Đurđević Stamenkovski	28
• 9. MORAMO – AKCIJA – Ekološki ustanak – Ćuta – Ne davimo Beograd – Nebojša Zelenović & Kandidatkinja za predsednicu – Biljana Stojković	31
• 10. SUVERENISTI – SAŠA RADULOVIC (DJB), MILAN STAMATOVIĆ (ZS), DR JOVANA STOJKOVIC (ŽZS) & Kandidatkinja za predsednicu – Branka Stamenković	37
• 11. Boško Obradović – Srpski pokret Dveri – POKS – Miloš Parandilović – Patriotski blok za obnovu kraljevine Srbije & Kandidat za predsednika – Boško Obradović	39
• 14. Boris Tadić – Ajmo ljudi – Socijaldemokratska stranka – Nova stranka – 1 od 5 miliona – Tolerancija Srbije – "Ujedinjeni pokret zelenih Srbije" – Bošnjačka Građanska stranka – Stranka Crnogoraca	43
• Kandidat za predsednika – Miša Vacić	48
Preporuke za unapređenje političke participacije mladih	49
Monitoring izborne kampanje 2022. u brojevima	51



O KOMS-u:

Krovna organizacija mladih Srbije (KOMS) savez je udruženja mladih i za mlade, osnovan 12. marta 2011. godine. Trenutno je u njegovom članstvu 104 organizacije mladih i za mlade. KOMS predstavlja najviše nezavisno predstavničko telo mladih u Srbiji, čija je misija da razvija omladinsku politiku zastupajući interes mladih, razvijajući partnerski odnos sa institucijama, međusektorsku i međunarodnu saradnju, kao i da podstiče aktivno učešće mladih i organizacijski razvoj svojih članica.

U skladu sa članom 14 Zakona o mladima, 21. jula 2020. godine, Krovnoj organizaciji mladih Srbije priznat je status krovnog saveza, čime je ovaj savez udruženja stekao zakonski status kojim predstavlja i zastupa interese svojih članova, predlaže kandidate za Savet za mlade i učestvuje u procesu izrade i sprovodenja Strategije i drugih dokumenata iz oblasti omladinske politike.

Svoju misiju KOMS sprovodi kroz zagovaranja razvoja mehanizama za učešće mladih u procesima donošenja odluka i kreiranje predloga praktičnih politika u oblastima od značaja za mlade, ali i kroz podsticanje, podršku i promociju participacije mladih, omladinskog organizovanja i umrežavanja, kao i jačanja kapaciteta i organizacione održivosti udruženja mladih i za mlade. KOMS je punopravna članica Evropskog foruma mladih (EYF).

Uloge KOMS-a su da:

- Prepoznaje potrebe i zastupa interese mladih,
- Predstavlja platformu za dijalog i saradnju, forum za razmenu informacija, iskustava i stavova organizacija članica,
- Promoviše, podstiče i podržava omladinsko organizovanje,
- Podstiče saradnju institucija sa mladima i učestvuje u institucionalnim procesima donošenja odluka koje su od značaja za mlade, po principu komenadžmenta,
- Analizira javne politike (zakone, strategije, budžete...) i daje amandmane na njih,
- Sarađuje sa srodnim inostranim organizacijama i zastupa mlade ljudе iz Srbije na polju međunarodne saradnje,
- Bavi se javnim zagovaranjem na nacionalnom nivou,
- Doprinosi izgradnji organizacionih kapaciteta organizacija članica.

Misija Krovne organizacije mladih Srbije (KOMS):

KOMS je zagovaračka platforma koja zastupa interese mladih, osigurava aktivno učešće i razvija sistemska rešenja u cilju unapređenja položaja mladih, kroz razvijanje strateških partnerstava, međusektorsku i međunarodnu saradnju, kao i jačanje kapaciteta organizacija članica i drugih subjekata omladinske politike.

Vizija Krovne organizacije mladih Srbije (KOMS):

Podsticajno okruženje u kojem mladi zastupaju svoje interese i aktivno

učestvuju u razvoju društva. Više o KOMS-u, aktualnim projektima i aktivnostima možete čitati na zvaničnoj internet strani KOMS www.koms.rs ili na stranici koju smo pokrenuli u cilju promovisanja i uspostavljanja strukturiranog dijaloga sa mladima www.dijalog.rs.

Krovna organizacija mladih Srbije – KOMS
Kralja Milutina 15, 11 000 Beograd
office@koms.rs

0 Monitoringu izborne kampanje 2022:

Tokom izborne kampanje, više od 50 mladih ljudi aktivno je pratilo i posmatralo predizbornu kampanju. Mladi istraživači i istraživačice, posmatrači i posmatračice i kompletan KOMS tim usmerili su svoj rad na aktivnosti prikupljanja podataka o komuniciranju političkih aktera (izborne liste i predsednički kandidati) ka i o mladima. Praćena su direktna partijska obraćanja, stavovi, obećanja, poruke političara/kandidata. Evidentirano je kako su političari i izborni akteri komunicirali o mladima. Istraživanja KOMS-a pokazala su da se mladi dominantno informišu putem interneta i društvenih mreža, te je iz tog razloga postojala želja da se proveri koliko i na koji način su se politički akteri obraćali mladima, kao i kolika su procenjena utrošena sredstva na oglašavanje na društvenim mrežama i koji je procenat od njih bio usmeren na mlade, odnosno u kome su mladi bili targetirana grupa.

Prema istraživanjima KOMS-a, mladi se dominantno informišu preko interneta i društvenih mreža i iz tog razloga smo žeeli da vidimo koliko su politički akteri poruke i obraćanja ka mladima usmeravali upravo kroz najpopularnije društvene mreže kao i to koliko su sredstava (plaćena promocija) utrošili u ove svrhe. Posebno u delu koji se bavi izbornim listama predstavljamo potrošena sredstva političkih partija i političara na plaćenu promociju na društvenim mrežama.

Metodologija istraživanja:

Istraživači i istraživačice su pratili obraćanja i komuniciranje svih izbornih lista (osim izbornih lista nacionalnih manjina) i svih predsedničkih kandidata i kandidatkinja o mladima i ka mladima koji su se kandidovali na parlamentarnim i predsedničkim izborima 2022. godine.

Izvori podataka:

Tokom izborne kampanje, istraživači su prikupljali podatke o komuniciranju teme mladih iz različitih izvora:

- A) Online izdanja dnevnih novina
- B) Važnih informativnih portala
- C) Internet stranice televizija
- D) Zvanični sajtovi političkih partija i izbornih učesnika
- E) Društvenih mreža

Pratili smo direktna partijska obraćanja, stavove, obećanja, poruke

političara i političarki i kandidata i kandidatkinja. Evidentirali smo kako svi oni komuniciraju o mladima. U toku kampanje pažnju su usmerili na nekoliko dimenzija – **dimenzija okvira** ili teme o kojoj akteri govore i kroz koje okvre se tumače problemi mladih, **dimenziju problema** kao prikaz šta politički subjekti percipiraju kao probleme mladih, kako politički subjekti tumače probleme mladih i zašto to vide kao probleme, kako se o tim problemima govorи u toku kampanje, **dimenziju aktera** – ko je komunicirao ka mladima, putem kojih kanala i kojoj grupi mladih se obraćao. **Dimenzija politika** je trebalo da nam pokaže da li su politički subjekti predložili konkretnе politike i mere za mlade, da li su poruke na nivou obećanja i šta su ta obećanja za mlade. Da li su mere konkretnе, merljive i na koji način su definisane. Istraživali smo i broj mladih na listama i njihove pozicije na listama.

Krovna organizacija mladih Srbije je objavila 5 nedeljnih izveštaja o komunikaciji ka mladima i o mladima, a u poslednjoj nedelji kampanje – **presek (preliminarni) izveštaj**.

U drugoj polovini 2020. korporacija Facebook (danasa META) omogućila je transparentan uvid u oglašavanje o društvenim i političkim temama. U okviru Monitoringa izborne kampanje 2022. pregledali smo zvanične naloge političkih aktera i sadržaj koji su u ovom periodu oglašavali. Napominjemo da su u pitanju procene na osnovu dostupnih podataka koji podrazumevaju kategorije kao što su: godine/uzrast, pol i lokaciju korisnika platforme, kao i potrošene iznose u posmatranom periodu. Posmatrano je oglašavanje na društvenim mrežama Facebook i Instagram.

- izgradnju studentskih kampusa;
- uvođenje obaveznog vojnog i civilnog roka od 3 meseca;
- vraćanje školarina studentima u prethodne dve godine;
- beneficirano stanovanje i ishrana za studente.

Zaključci monitoringa i sažetak kampanje izbornih listi i kandidata:

Krovna organizacija mladih Srbije pratila je obraćanja svih izbornih aktera tokom kampanje za redovne predsedničke i vanredne parlamentarne izbore u Republici Srbiji. Mladima su se u kampanji najviše obraćali Patriotski blok i predsednički kandidat Boško Obradović (47 puta), zatim koalicija oko SNS-a i predsednički kandidat Aleksandar Vučić (37 puta) i izborna lista Marinika Tepić – Ujedinjeni za pobedu Srbije i predsednički kandidat Zdravko Ponoš (21 put). Najviše se u kampanji pričalo o obrazovanju mladih, odlasku mladih iz zemlje, političkoj participaciji mladih, stanovanju mladih, merama podrške mladima i meri od 100 evra podrške mladima.

Prema preliminarnim rezultatima izbora, u Narodnoj skupštini će biti 14 mladih narodnih poslanika i poslanica (9 sa izborne liste Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve, 2 sa izborne liste Milica Đurđević Stamenkovski – Srpska stranka Zavetnici i po 1 sa izbornih lista Ivica Dačić – premijer

Srbije, Marinika Tepić – Ujedinjeni za pobedu Srbije i Muftijin amanet – Stranka pravde i pomirenja SPP – Usame Zukorlić).

Izborna lista Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve (kao i predsednički kandidat Aleksandar Vučić) koju čine Srpska napredna stranka, Socijaldemokratska partija Srbije, Partija ujedinjenih penzionera Srbije, Pokret Socijalista, Srpska narodna partija, Pokret Snage Srbije – Bogoljub Karić, Srpski pokret obnove i Narodna seljačka stranka i koje su podržale Aleksandra Vučića za predsednika države, 37 puta se tokom kampanje obratila mladima. Najviše su komunicirali članovi Vlade Ana Brnabić, Siniša Mali, Darija Kisić Tepavčević i Vanja Udovičić, kao i kandidati/kinje za narodne poslanike Nevena Đurić, Đorđe Todorović, Miloš Terzić i Milica Nikolić. Predsednički kandidat Aleksandar Vučić komunicirao je samo jednom ka mladima kada je potvrdio da će svi mladi početkom juna dobiti 100 evra novčane pomoći (podsticaja). Na listi Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve našlo se ukupno 20 mladih kandidata i kandidatkinja za narodne poslanike, što čini 8% izborne liste. U prvoj polovini nalazilo se 9, a u drugoj polovini 11 kandidata/kinja. Prema preliminarnim rezultatima parlamentarnih izbora, u narednom skupštinskom sazivu sedeće 9 mladih narodnih poslanika/ca. Opšti utisak je da su se predstavnici/e i kandidati/kinje ove liste bavili pitanjima mladih, ali da nisu obuhvaćeni svi problemi sa kojima se mlati danas suočavaju u Srbiji. Takođe, nije predložen dugoročan plan za rešavanje određenih ekonomskih i socijalnih problema mladih. Mere koje su predložene predstavljaju kratkoročna i trenutna rešenja, bez jasne perspektive u dugoročnom periodu. Srpska napredna stranka je od 119 000 evra potrošenih na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade potrošila oko 26 235 evra, što je procentualno 22%.

Izborna lista "Ivica Dačić – Premijer Srbije" je na svojoj listi imala 27 mladih kandidata i kandidatkinja za narodne poslanike, od kojih svega 6 u prvoj polovini liste. Prema preliminarnim rezultatima izbora ova lista će imati jednu mladu narodnu poslanicu u narednom skupštinskom sazivu. Teme na kojima su se fokusirali predstavnici SPS su prevashodno bili obrazovanje i nauka, ostanak mladih u zemlji i zdravstvo. Glavnu reč u kampanji usmerenoj ka mladima je vodio ministar prosvete Branko Ružić, a njega su pratili predsednik Narodne skupštine Ivica Dačić i ministar Novica Tončev, kao i kandidati za narodne poslanike Vladimir Đukić i Dijana Radović. Predstavnici ove liste su obećali veća ulaganja u obrazovanje i nauku, kao i u zdravstveni sistem. Ova izborna lista nije videla mlade kao svoju ciljnu biračku grupu i sporadično se obraćala mladima tokom kampanje. S obzirom da je Branko Ružić jedini funkcijer SPS koji je bio na čelu jednog značajnog ministarstva, ne čudi da je glavna tema koju je ova partija komunicirala tokom kampanje bilo obrazovanje, želeći da predstavi svoj rad i uspehe tokom prethodne dve godine. SPS je od ukupno potrošenih 2450 evra na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade potrošio oko 463 evra, što je procentualno 19%.

Na izbornoj listi SRS-a bilo je 16 mladih ljudi u prvoj polovini liste, a među prvih 20 kandidata/kinja svega dvoje mladih. U svojoj kampanji, SRS se

kao partija svega jedanput, saopštenjem na zvaničnom sajtu stranke, obratio mladima i komunicirao o problemu mladih. Problem mladih na koji su se osvrnuli jeste problem osamostaljivanja mladih. Nisu predložili nikakve konkretnе mere, već su samo dali obećanje da će, ukoliko se vrate u Narodnu skupštinu, predložiti zakon o posebnim uslovima za izgradnju stanova za mlade. Zaključujemo da mladi SRS-u nisu bili ciljna grupa u ovoj izbornoj kampanji. Najviše su komunicirali o ratu Rusije i Ukrajine. Iako se pojedini zvaničnici stranke obraćaju putem svojih društvenih mreža, rekli bismo da dominantan način komuniciranja putem zvaničnih saopštenja na sajtu stranke nije prilagođen mladima. Kao ohrabrujući stvar vidimo to što stranku i listu predstavlja mlada osoba – Aleksandar Šešelj. Međutim, ni on se nije obraćao mladima u toku kampanje. Srpska radikalna stranka nije uspela da preskoči izborni prag i osvoji mesta u Narodnoj skupštini.

Koalicija „Marinika Tepić – Ujedinjeni za pobedu Srbije“ i predsednički kandidat Zdravko Ponoš se u posmatranom periodu ukupno u 21 navrat obratila u vezi sa mladima. Teme o kojima su govorili su aktivizam mladih, politička participacija mladih, odlazak mladih iz Srbije, zapošljivost mladih, osamostaljivanje mladih, podsticanje nataliteta, kvalitet života mladih u Srbiji. Dominantno su govorili negativno o merama i postupcima aktuelne vlasti, ističući u više navrata da mere za podsticanje nataliteta i osamostaljivanja mladih nisu adekvatne i u okviru pozitivnog dela kampanje predložili su 10 mera demografske politike kao što su: uvođenje beneficiranog penzijskog staža za majke, smanjenje oporezivanja zarada za roditelje kroz povećanje neoporezivog dela zarada i uvođenje zabrane prekovremenog i noćnog rada za majke. Tema koja se u najviše obraćanja provlačila jeste „odliv mozgova“, ali predstavnici koalicije nisu u velikoj meri nudili konkretna rešenja za taj problem. Što se tiče komuniciranja ka mladima putem društvenih mreža, sa svojim sadržajem su se posebno istakli nalozi Pokreta slobodnih građana, kao i stranice omladine Narodne stranke i Demokratske stranke. Ono što je uočeno kod praćenja ove koalicije, to je komuniciranje mladih ka mladima u većoj meri, odnosno obraćanje mladih kandidata/kinja za poslanike/ce, članova i članica političkih partija sa liste. Ka mladima je u više navrata komunicirao i predsednik Pokreta slobodnih građana Pavle Grbović, koji je jedini mladi kandidat za narodnog poslanika koji će ući u parlament ispred ove liste. Ova koalicija je od ukupno potrošenih 13 500 evra na plaćenu promociju na društvene mreže – na mlade potrošila oko 4 600 evra, što je procentualno 34%.

Na listi koju je koalicija NADA predala RIK-u bilo je 31 od 250 (12,4%) mladih na listi. Iako je ova koalicija prešla izborni prag i imaće predstavnike/ce u Narodnoj skupštini Republike Srbije, ova koalicija neće imati mlade poslanike/ce. U svojoj kampanji, NADA i predsednički kandidat Miloš Jovanović su se četiri puta obratili mladima i komunicirali o problemima mladih. Problem mladih na koji su se osvrnuli jeste problem u obrazovanju, odlazak mladih i partijsko zapošljavanje. Osim uspostavljanja visoke škole državne uprave za mlade, nije bilo konkretnih mera. Naveli su da će se baviti pitanjem zapošljavanja mladih koje ne

zavisi od partijske knjižice. Zaključujemo da mladi nisu bili ciljna grupa u ovoj izbornoj kampanji u velikoj meri. Ova koalicija je od ukupno potrošenih 16 500 evra za plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade potrošila oko 3 800 evra, što je procentualno 23%.

Od ukupno 250 kandidata na listi Srpske stranke Zavetnici, 72 je mladih kandidata/kinja. U prvoj polovini liste se nalazilo 30 mladih što je 23,2%, dok je u drugoj polovini liste 42, odnosno 33,6% mladih. Iz ove liste su govorili o migracijama mladih i odlasku iz zemlje, o natalitetu, finansijskoj

nezavisnosti i obrazovanju, kao i o političkoj participaciji. Ukaživali su na probleme mladih da se zaposle bez partijske knjižice i naveli da je to jedan od osnovnih problema zašto mladi odlaze iz Srbije i napuštaju svoju dedovinu. Ukupno su pet puta komunicirali o mladima. Najviše je o mladima komunicirala Milica Đurđević Stamenkovski, nosilac izborne liste i kandidatkinja za predsednicu. S obzirom na preliminarne rezultate izbora, Srpska stranka Zavetnici će imati dvoje mladih narodnih poslanika/ca u Narodnoj skupštini. Ova izborna lista je od ukupno potrošenih 2 800 evra na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade potrošila oko 1 100 evra.

Koalicija „Moramo“ imala je 41 mladog kandidata/kinju na listi, od ukupno 249. Od toga se 16 njih nalazi u prvoj polovini liste. Međutim, niko od mladih kandidata/kinja neće imati priliku da postane narodni poslanik/ca prema trenutnoj raspodeli mandata. „Moramo“ je 16 puta komunicirala ka mladima i o mladima. Najviše se govorilo o odlasku mladih iz zemlje usled različitih problema, političkoj participaciji mladih, ali i o brojnim drugim društvenim oblastima u kojima su ponuđena konkretna rešenja. Mladima su se najviše obraćali lideri koalicije Aleksandar Jovanović Čuta i Nebojša Zelenović, kao i dr Biljana Stojković, kandidatkinja za predsednicu. Negativno se komuniciralo o odlasku mladih i obrazovanih ljudi iz zemlje zato što ne postoje zdrava zemlja, čist vazduh i pitka voda, ali i o odlasku mladih iz manjih mesta zato što ne postoje odgovarajuće kulturne aktivnosti. Ukažali su na to da imaju plan za ekonomski razvoj koji će sprečiti odlazak mladih iz zemlje. Na kritiku je naišla i izjava „da će studenti uraditi sve za hiljadu dinara“, a Aleksandar Jovanović Čuta i Biljana Stojković su i prisustvovali studentskom protestu tim povodom. Pozitivna komunikacija uočljiva je u pozivu mladih da glasaju. U tom smeru je pažnja usmerena i na važnu ulogu mladih u političkim procesima, konkretno u kontroli izbora i naveli su da je sve manja apatičnost i apolitičnost mladih. Ukažali su i na ono što mladima ne treba, a to su, po njima, političke stranke koje prave mimove, političari na TikToku, ponavljanje rečenice „mladi su budućnost Srbije“ ukrug bez ikakvog smisla i razmišljanja i svaljivanje krivice kada mladi opravdano odu da žive van svoje zemlje zbog nedostatka uslova da normalno žive u Srbiji. Koalicija „Moramo“ ponudila je set konkrenih mera u skladu sa specifičnom perspektivom mladih u oblastima obrazovanja, rada, roditeljstva, zdravstva, participacije mladih, sportskih aktivnosti i zaštite od nasilja i seksualnog uzinemiravanja. Predložili su ukupno 28 mera. Ova izborna lista je od ukupno potrošenih 25 700 evra na plaćenu promociju

na društvenim mrežama – na mlade potrošila oko 5 900 evra, što je procentualno 23%.

Izbornu listu Suverenisti činili su stranka Dosta je bilo, Zdrava Srbija i pokret Živim za Srbiju. Koalicija Suverenisti je u toku izborne kampanje 3 puta komunicirala ka i o mladima. Teme o kojima su stranke komunicirale su vezane za migracije mladih, zasnivanje porodice, poljoprivrednu, obrazovanje i partokratiju kao problem za zapošljavanje mladih. Otvorili su pitanje subvencionisanja mladih poljoprivrednika kako bi ih zadržali u Srbiji. Ova lista nije prešla izborni prag i neće imati svoje predstavnike/ce u Narodnoj skupštini Republike Srbije. Ova koalicija je od ukupno 15 000 evra potrošenih na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade potrošila oko 3 300 evra, što je procentualno 22%.

Patriotski blok i predsednički kandidat Boško Obradović najviše puta su se obraćali mladima od svih izbornih listi i kandidata/kinja. Ipak, ispred liste nijedna mlada osoba nije ušla u parlament kao narodni poslanik/ka. Teme koje su isticali kao važne bile su različitog karaktera: obrazovni sistem (besplatne knjige i školarina), osamostaljivanje mladih i stambeno pitanje, privatno preduzetništvo, odlazak mladih iz države itd. Ton obraćanja mladima bio je neutralan; pridali su pažnju problemima mladih i predložili su konkretne mere za njihovo rešavanje, dok su negativno govorili o postojećim merama i omladinskoj politici. Predložili su mere za koje će se zalagati radi poboljšanja okruženja u kome mladi žive. Neke od često ponavljanih mera su modernizacija obrazovnog sistema, pomoć mladima u rešavanju stambenog pitanja i subvencionisanje privatnog preduzetništva. Od ukupno 25 300 evra potrošenih na plaćenu promociju na društvenim mrežama, ova koalicija je potrošila oko 5000 evra na mlade, što je procentualno 20%.

Koaliciju "Boris Tadić - Ajmo ljudi" čine Socijaldemokratska stranka, Nova stranka, Pokret "1 od 5 miliona", Ujedinjeni pokret Zelenih Srbije, Tolerancija Srbije, Bošnjačka Građanska Stranka i Stranka Crnogoraca. Broj mladih kandidata/kinja ove izborne liste je 39 mladih od 245 ljudi na izbornoj listi. Od ovih 39 mladih, 20 njih se nalazi u prvoj polovini liste. Teme o kojima su komunicirali predstavnici/e koalicije odnosile su se obrazovanje, političku participaciju i participaciju mladih u izbornom procesu, politički aktivizam, ekonomiju, sport, odlazak mladih iz Srbije, demografiju, ali u negativnom tonu komunicirali su i o merama Vlade za pomoć mladima od 100 evra kao i o targetiranju studenata u programu sa nacionalnom pokrivenošću. Kada je reč o konkretnim programima za mlade, iz koalicije "Boris Tadić - Ajmo ljudi" naveli su da je neophodno uvesti ciklus investicija koji će vratiti sport u škole, kampuse za srednje škole, a u pogledu ekonomske reforme predložili su subvencionisanje poslodavaca pri zapošljavanju novih zaposlenih i povećanje zarada. Izborna kampanja ove koalicije krenula je kasnije u odnosu na ostale izborne liste, pa se može zaključiti da su teme o kojima se komuniciralo bile veoma uopštene i bez konkretnih politika za mlade i o mladima. Ova izborna lista nije prešla izborni prag i neće imati predstavnike/ce u Narodnoj skupštini. Od ukupno 7 600 evra potrošenih na plaćenu

promociju na društvenim mrežama, ova koalicija je na mlade potrošila oko 2 100 evra, što je procentualno 28%.

Kandidat za predsednika Miša Vacić se svega jedanput obratio mladima i to u ekonomskom okviru. Obećao je mladima iznos od 250 evra ako pobedi na izborima, kritikujući meru Vlade o pomoći mladima od po 100 evra. Istakao je da usled svih okolnosti i posledica ekonomske krize, minimalan iznos za poboljšanje života mladih jeste upravo 250 evra.

Komunicirao je negativno o merama Vlade RS. Mera pomoći koje država može obezbediti novac za to jeste ukidanje finansiranja nevladinog sektora i raznih organizacija za koje smatra da „truju srpsku omladinu i rade protiv države“. Ovde uočavamo pokušaj pozitivne kampanje prema mladima, uz kritiku mera Vlade, ali uz negativan kontekst percepcije mladih kao grupe koja se „truje“. Iz ovoga se zaključuje da ovaj kandidat smatra mlade podložnim tuđem uticaju, odnosno uticaju organizacija koje pominje.

Pregled potrošnje sredstava na oglašavanje na društvenim mrežama u periodu od 28. februara do 3. aprila

Lista	Potrošeno tokom kampanje	Procenjeni procenat budžeta usmerenog na mlade	Procenjeni iznos potrošen na oglašavanje ka mladima tokom kampanje
1. ALEKSANDAR VUČIĆ - Zajedno možemo sve	119 000€	22%	26 235€
2. Ivica Dačić premijer Srbije	2450€	19%	463€
4. DR VOJISLAV ŠEŠELJ - SRPSKA RADIKALNA STRANKA	/	/	/
5. Marinika Tepić - Ujedinjeni za pobedu Srbije	13500€	34%	4600€
6. DR MILOŠ JOVANOVIĆ - NADA ZA SRBIJU	16500€	23%	3800€
7. MILICA ĐURĐEVIĆ STAMENKOVSKI - Srpska stranka Zavetnici	2800€	39%	1100€
9. MORAMO	25700€	23%	5900€
10. SUVERENISTI	15000€	22%	3300€
11. Patriotski blok	25300€	20%	5000€
14. AJMO LJUDI-Boris Tadić	7600€	28%	2100€



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Tokom monitoringa izborne kampanje, korišćen je softver za praćenje onlajn sadržaja Pikasa. Putem svoje platforme, Pikasa omogućava praćenje 2000 medija širom Srbije i hiljade kanala na društvenim mrežama. Putem svojih algoritama, Pikasa je na temu mladi zabeležila 96 članaka i tekstova, a na društvenim mrežama (Facebook, Twitter, Instagram i YouTube) je registrovano ukupno 2221 interakcija (engagements).



DETALJAN PREGLED IZBORNIH LISTI I PREDSEDNIČKIH KANDIDATA

Nikola Perišić, MA¹
Boris Kaličanin²

1. ALEKSANDAR VUČIĆ - Zajedno možemo sve & Kandidat za predsednika – Aleksandar Vučić

Uvod: Izbornu listu Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve čine Srpska napredna stranka, Socijaldemokratska partija Srbije, Partija ujedinjenih penzionera Srbije, Pokret Socijalista, Srpska narodna partija, Pokret Snage Srbije – Bogoljub Karić, Srpski pokret obnove i Narodna seljačka stranka. Koalicija je podržala Aleksandra Vučića za predsednika države. **Ova koalicija i predsednički kandidat Aleksandar Vučić ukupno su imali 37 obraćanja ka mladima.**

Mladima su se ispred ove koalicije obraćali premijerka Ana Brnabić, predsednik Republike Aleksandar Vučić, ministri/ke Vanja Udovičić, Siniša Mali, Darija Kisić Tepavčević, Milan

¹ Kontakt: nikola.perisic.fpn@gmail.com

² Kontakt: boriskalicanin@gmail.com

Krkobabić i Irena Vujović i kandidati/kinje za narodne poslanike/ce Danica Grujičić, Jelena Žarić Kovačević, Stojan Radenović, Miloš Vučević, Milica Nikolić, Krsto Janjušević, Đorđe Todorović i Miloš Terzić, kao i mlade kandidatkinje za narodne poslanice Nevena Đurić i Milica Nikolić.

Predstavnici/e ove liste su najviše komunicirali u ekonomskim, socijalnim, obrazovnim, zdravstvenim, stambenim, demografskim, vojnim okvirima kao i o participaciji mladih u politici.

Ova lista je kandidovala 20 mladih kandidata i kandidatkinja za narodne poslanike (11 mladih žena i 9 mladih muškaraca), što čini 8% izborne liste. U prvoj polovini nalazilo se 9, a u drugoj polovini 11 kandidata/kinja. Prema preliminarnim rezultatima parlamentarnih izbora, u narednom skupštinskom sazivu sedeće 9 mladih narodnih poslanika/ca: Nevena Đurić, Milica Nikolić, Ana Beloica, Andrijana Vasić, Sanja Lakić, Nikola Bokan, Jana Mateović, Lav Grigorije Pajkić i Stefan Adžić.

Problemi mladih i programi za mlade: Predstavnici/e koalicije okupljene oko Srpske napredne stranke najviše su govorili o ekonomskim i socijalnim podsticajima za mlade kao što su program „Moja prva plata“, 100 evra pomoći za sve mlade, zapošljavanje mladih lekara i najboljih studenata, odnosno generalno smanjivanja nezaposlenosti kod mladih. Takođe, bile su zastupljene teme promovisanja dobrovoljnog služenja vojnog roka i demografske politike.

Ekonomija

Ministar finansija Siniša Mali istakao je da država planira isplatu nove pomoći od 100 evra mladima početkom juna.³ „Cilj ove mere je širenje optimizma, kao i isticanje stabilnosti i jačine države“, kako je rekao ministar Mali. Predsednica Vlade Republike Srbije Ana Brnabić je, takođe komentarisala ovu odluku i ocenila da država „ne kupuje“ glasove mladih na taj način. Ovaj podsticaj za mlade najavio je i predsednički kandidat ove liste Aleksandar Vučić. U okviru ove teme ministar Mali je najavio, a zatim i objavio da je Vlada RS usvojila Uredbu po kojoj će najbolji studenti dobiti plaćenu praksu u ministerstvima, javnim službama i javnim



³ Informer, 21.02.2022.

<https://informer.rs/vesti/politika/679059/majkama-000e-stan-budzetu-ima-novca-sve-koji-ispune-uslove>

preduzećima⁴ što ima za cilj lakše zaposlenje mladih. S druge strane, predsednica Vlade RS Ana Brnabić govorila je kako će 530 najboljih studenata Medicinskog fakulteta dobiti zaposlenje i tom prilikom obećala da će plate „samo rasti“.⁵ Predstavnici/e ove koalicije su govorili i o dostignućima programa „Moja prva plata“. O tome su govorili ministarka za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja Darija Kisić Tepavčević, ministar finansija Siniša Mali i predsednica Vlade RS Ana Brnabić.⁶ Zaključeno je da taj program pomaže mladima da steknu neophodno praktično iskustvo, a i da smanji broj nezaposlenih mladih.

Demografija

Ministar omladine i sporta Vanja Udovičić i kandidati/kinje za narodne poslanike Danica Grujičić, Nevena Đurić, Miloš Terzić, Sanja Lakić, Đorđe Todorović, Aleksandar Marković, Nemanja Joksimović istakli su koliki je značaj da mladi ostanu u Srbiji i predstavili su celokupne mere i podsticaje koje država u prethodnom periodu sprovela kako bi poboljšala perspektive mladih u Srbiji i njihov ostanak.⁷ Ministar Siniša Mali najavio je usvajanje Uredbe, koja je posle nekoliko dana usvojena na sednici Vlade RS, a koja se odnosi na materijalne podsticaje za sve parove koji u toku 2022. godine dobiju potomstvo.⁸ Sama Uredba se ne odnosi nužno na mlade, pošto nema starosnog ograničenja za prijavljivanje za državnu pomoć, ali ministar je izjavio da mladi treba da osete da se država ovom merom brine o njima i pruža im sigurnost da u Srbiji osnivaju svoje porodice. Sličnu poruku da „mladi treba svoju porodicu da zasnivaju“ imala je i članica Predsedništva Srpske napredne stranke i kandidatkinja za narodnu poslanicu, Jelena Žarić Kovačević.

Obrazovanje

O ovoj temi je najpre govorio kandidat za narodnog poslanika Stojan Radenović koji je ocenio kako ga raduje sve veći broj mladih istraživača.⁹ Takođe, kandidat za narodnog poslanika Đorđe Todorović, u emisiji „Signal“ na Radio-televiziji Vojvodini govorio je o značaju dualnog i digitalnog obrazovanja.¹⁰ Ministar odbrane Nebojša Stefanović je na svoj profilima na društvenim mrežama podelio sliku sa ministrom prosvete Brankom Ružićem uz opis da se radi na promeni Zakona o vojnom obrazovanju.¹¹ Takođe, ministar Stefanović pozivao je mlade da upišu vojne škole.¹²

Socijalne teme

Ministar finansija Siniša Mali je najavio pomoć za studente/kinje koji su socijalno ugroženi. On je istovremeno najavio i uvođenje tzv. studentskih kartica koje bi omogućile različite popuste i pogodnosti studentima.¹³ Ministar za brigu o selu Milan Krkobabić promovisao je konkurs tog ministarstva za dodelu sredstva za kupovinu kuća sa okućnicom na selu do 1. novembra 2022. godine. Maksimalni iznos bespovratnih sredstava predviđen za kupovinu seoske kuće sa okućnicom iznosi 1.2 miliona dinara. Pravo učešća na konkursu imaju supružnici ili vanbračni partneri, samohrani roditelj i mladi poljoprivrednici koji ispunjavaju propisane uslove za učešće.¹⁴

Aktivizam (participacija)

Predsednica Vlade RS Ana Brnabić održala je sastanak sa omladinom Srpske napredne stranke u Beogradu i tom prilikom im se zahvalila i istakla da je važno što se bave politikom.¹⁵ Funtioneri i ministri u Vladi RS su razgovarali sa mladima širom Srbije. Tako su ministar finansija Siniša Mali i ministarka za zaštitu životne sredine Irena Vujović razgovarali sa mladima na Voždovcu, ministar omladine i sporta Vanja Udovičić je imao prilike da razgovara

⁴ N1, 15.03.2022.

<https://rs.n1info.com/vesti/mali-za-najbolje-studente-zavrsnih-godina-od-aprila-placena-praksa/>

⁵ RTS, 12.03.2022.

<https://www.rts.rs/page/stories/sr/story/125/drustvo/4736686/zdravstvo-posao-sanitetska-vozila-ana-brnabic.html>

⁶ Emisija „Signal“ na RTV, 09.03.2022. [Сигнали – 09.03.2022. \(rtv.rs\)](#)

⁷ Zvaničan Twiter nalog ministra Vanje Udovičića 01.03.2022.

<https://mobile.twitter.com/VanjaUdovicic/status/1498682854036881416>

⁸ Tanjug, 17.02.2022. <http://www.tanjug.rs/full-view.aspx?izb=717364>

⁹ Alo, 09.03.2022.

<https://www.alo.rs/izbori-2022/vesti/605055/profesor-stojan-radenovic-intervju/vest>

¹⁰ Emisija „Signal“ na RTV, 09.03.2022. [Сигнали – 09.03.2022. \(rtv.rs\)](#)

¹¹ Zvaničan twiter nalog ministra Nebojša Stefanovića 09.03.2022.

<https://mobile.twitter.com/NesaStefanovic/status/1499342628025995269>

¹² Zvanična Fejsbuk stranica ministra Stefanovića 12.03.2022. Zvanična FB stranica Nebojše Stefanovića [Zvanična FB stranica Nebojše Stefanovića](#)

¹³ N1, 15.03.2022.

<https://rs.n1info.com/vesti/mali-za-najbolje-studente-zavrsnih-godina-od-aprila-placena-praksa/>

¹⁴ Beta, 22.02.2022.

<https://beta.rs/vesti/drustvo-vesti-srbija/159335-ministarstvo-za-brigu-o-selu-raspisalo-konkurs-za-kupovinu-seoskih-kuca-sa-okucnicom>

¹⁵ Tanjug, 28.02.2022. <http://www.tanjug.rs/full-view.aspx?izb=719484>



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE



sa mladima iz Pirot, kandidatkinja za narodnu poslanicu sa mladima iz Prokuplja, kandidatkinja za narodnu poslanicu Milica Nikolić imala je susret sa mladima u Čačku i Gornjem Milanovcu, a kandidat za narodne poslanike Krsto Janjušević i Danica Grujičić u drugim gradovima Moravičkog okruga.¹⁶ Tom prilikom su ukazali na značaj aktivizma mladih i uključenosti mladih u društveno-političke procese.

Vojска

O ovoj temi isključivo je komunicirao ministar odbrane Nebojša Stefanović. Stefanović je kroz različite objave na društvenim mrežama želeo da promoviše dobrovoljno služenje vojnog roka i zbog toga se kroz te objave obraćao mladima.¹⁷

Sport

Ministar omladine i sporta Vanja Udovičić jedini je komunicirao o ovoj temi. On je kroz nekoliko objava na svojim društvenim mrežama ukazao na položaj mladih sportista i da im je država donirala određenu opremu koja im neophodna za rad.¹⁸

Popis mera/obećanja:

- Uvođenje pomoći Vlade Republike Srbije za mlade parove koji dobiju dete u ovoj godini;
- Za kupovinu stana ili gradnju kuće u maksimalnom iznosu od 20 000 evra;
- Obećanje finansijske pomoći u iznosu od 100 evra mladima od 16 do 29 godina početkom juna;
- Uredbom Vlade uvedene plaćene prakse za najbolje studente u javnoj upravi;
- Potencijalno uvođenje novog Zakona o vojnom obrazovanju;
- Dodela sredstava za kupovinu kuće na selu za mlade poljoprivrednike;
- Zapošljavanje 530 najboljih studenata Medicinskog fakulteta.

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: Српска напредна странка, Dela govore, Александар Вучић, Aleksandar Šapić, Naprednjaci, Горан Весић, SDP Srbije.

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 119 000€

Procena udela oglašavanja ka mladima: 22%

Procena potrošnje ka mladima: 26 235€

Ukupan broj reklama: 504

Prosečna potrošnja po reklami: 236€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mlađi: 16

Stranica Александар Вучић je u prvoj nedelji marta intenzivno targetirala mlađe, sa zastupljenosti mlađih u okviru ciljnih grupa sa oko 55%, dok je ovaj intenzitet pratila stranica Dela govore, kojoj je u istom periodu glavna ciljna grupa bila sačinjena od mlađih. U drugoj nedelji, intenzitet komunikacije ka mlađima je opao, a primetno je da od ovog trenutka neke od stranica isključuju žene iz svojih ciljnih grupa i povremeno ili kontinuirano targetiraju samo muškarce. Još jedna zanimljiva pojava odnosi se na reklame koje spominju mlađe. Ovakve reklame uglavnom nisu uopšte, ili su u zanemarivoj meri, targetirale mlađe – one su korišćene za targetiranje starijih ciljnih grupa. Kada su u pitanju koji prvi put mogu da iskoriste svoje biračko pravo, stranice ove koalicije su sporadično uključivale ovu grupu mlađih u svoje ciljne grupe, ali se ne može reći da su im se intenzivno obraćali.

*Primećeno je i značajnije oglašavanje u korist Srpske napredne stranke ali ne putem zvaničnih stranica kroz stranice Pristojna Srbija i Naš Beograd.

Zaključak: Izborna lista Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve koju čine Srpska napredna stranka, Socijaldemokratska partija Srbije, Partija ujedinjenih penzionera Srbije, Pokret Socijalista, Srpska narodna partija, Pokret Snage Srbije – Bogoljub Karić, Srpski pokret obnove i Narodna seljačka stranka i koje su podržale Aleksandra Vučića za predsednika države, 37 puta se tokom kampanje obratila mlađima. Najviše su komunicirali članovi/ce Vlade: Ana Brnabić, Siniša Mali, Darija Kisić Tepavčević i Vanja Udovičić, kao i kandidati/kinje za narodne poslanike/ce Nevena Đurić, Đorđe Todorović, Miloš Terzić i Milica Nikolić. Predsednički kandidat Aleksandar Vučić komunicirao je samo jednom ka mlađima kada je potvrdio da će svi mlađi početkom juna dobiti 100 evra novčane pomoći (podsticaja). Najveći broj vesti u kojima su se spominjali mlađi pronađen je na društvenim mrežama kako političara, tako i na samim zvaničnim profilima Srpske napredne stranke. Pojedini akteri isključivo su komunicirali putem društvenih mreža kao što su ministri u Vladi Nebojša Stefanović i Irena Vujović, a ministri poput Siniše Malog i Vanje Udovičića pretežno su komunicirali putem novih medija. Moguće da je cilj bio doći do mlađih putem društvenih mreža, jer je poznato da mlađi mnogo više koriste te vrste medija od onih tradicionalnih. Na listi Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve našlo se ukupno 20 mlađih kandidata i kandidatkinja za narodne poslanike, što čini 8% izborne liste. U prvoj

¹⁶ Zvanični Instagram profil Srpske napredne stranke 01.03.2022. <https://www.instagram.com/p/CakTfBpgDaV/>

¹⁷ Zvaničan Instagram profil ministra Nebojše Stefanovića 18.03.2022. https://www.instagram.com/p/CbP6xsQsGh8/?utm_medium=copy_link

¹⁸ Zvaničan Twiter nalog ministra Vanje Udovičića 05.03.2022. <https://mobile.twitter.com/VanjaUdovicic/status/1500140251347660801>



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

polovini nalazilo se 9, a u drugoj polovini 11 kandidata. Prema preliminarnim rezultatima parlamentarnih izbora, u narednom skupštinskom sazivu biće 9 mladih narodnih poslanika/ca: Nevena Đurić, Milica Nikolić, Ana Beloica, Andrijana Vasić, Sanja Lakić, Nikola Bokan, Jana Mateović, Lav Grigorije Pajkić i Stefan Adžić. Dakle, monitoringom celokupne kampanje može se zaključiti da 6 mladih kandidata/kinja koji su prema preliminarnim rezultatima postali narodni poslanici/e nisu komunicirali o mladima i njihovim potrebama tokom kampanje. Tačnije, o mladima su komunicirali samo: Nevena Đurić, Milica Nikolić i Sanja Lakić. Dominantan ton, kada su predstavnici/e i kandidati/kinje Srpske napredne stranke i drugih koalicionih stranaka, komunicirali o mladima, bio je pozitivan. Takav tonalitet ne treba da čudi, jer su nastupali sa mesta vladajuće stranke i u svojoj kampanji su pre svega podsetili na ekonomski i socijalni podsticaje za mlade koji su kao politike Vlade RS usvajane i realizovane prethodnih godina. S tim što ovde treba napomenuti da je tokom kampanje Vlada RS donela nekoliko konkretnih mera kojima se daju različite vrste subvencije mladima, što je iskorišćeno kako bi mladi bili predstavljeni u pozitivnom kontekstu. Takođe, pozitivno su govorili i o aktivnom učeštu mladih u društveno-političkom životu. Tokom kampanje doneto je nekoliko uredbi i raspisani je konkurs koji se odnosi na mlade poljoprivrednike za koje su obezbeđene subvencije kako bi mogli da kupe kuće sa okućnicom. Takođe, doneta je Uredba kojom se parovima koji dobiju dete tokom 2022. godine pomaže da kupe stan ili kuću i Uredba kojom je od 1. aprila 2022. uvedena plaćena praksa za najbolje studente u okviru javne uprave. Obećanje koje je ostalo novoj Vladi RS jeste da početkom juna uplati svim mladima (koji se za to prijave) 100 evra podsticaja, da se zaposli oko 530 najboljih studenata Medicinskog fakulteta, kao i donošenje novog Zakona o vojnem obrazovanju koji je najavio ministar odbrane Nebojša Stefanović.

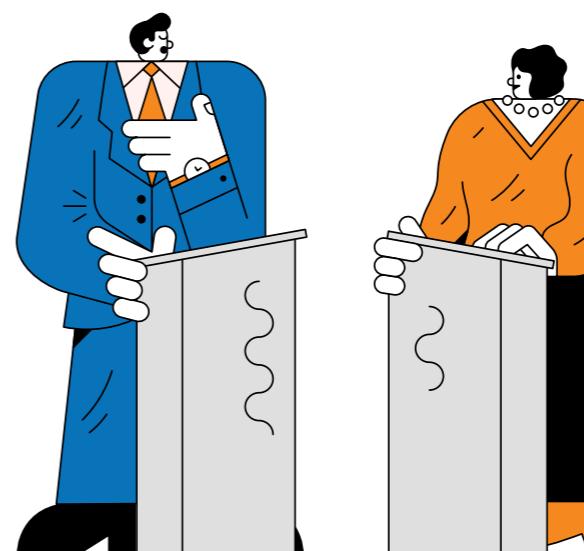
Opšti utisak je da su se predstavnici/e ove liste bavili pitanjima mladih, ali da nisu obuhvaćeni svi problemi sa kojima se mladi danas suočavaju u Srbiji. Takođe, nije predložen dugoročan plan za rešavanje određenih ekonomskih i socijalnih problema mladih. Mere koje su predložene predstavljaju kratkoročna i trenutna rešenja, bez jasne perspektive u dugoročnom periodu. Uz sve to, uprkos nedavnoj epidemiji i iako je nosilac liste bila doktorka Danica Grujičić, a visoko na listi bila je pozicionirana i doktorka Jelena Begović, tema zdravlja kod mladih nije uopšte spomenuta. Srpska napredna stranka je od 119 000 evra potrošenih na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade potrošila oko 26 235 evra.

Boris Kaličanin¹⁹
Nikola Perišić, MA²⁰

2. Ivica Dačić - Premijer Srbije

Uvod: Izbornu listu Ivica Dačić – Premijer Srbije čine Socijalistička partija Srbije, Jedinstvena Srbija i Zeleni Srbije. Ova koalicija je podržala kandidaturu Aleksandra Vučića za Predsednika Republike. **Jedino se Socijalistička partija Srbije iz ove koalicije obraćala mladima i imala je 6 obraćanja usmerena ka mladima.** Ka mladima su najviše komunicirali ministar prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Branko Ružić, predsednik Narodne skupštine Ivica Dačić, ministar za unapređenje razvoja nedovoljno razvijenih opština Novica Tončev i Dijana Radović i prof. dr Vladimir Đukić, kandidat i kandidatkinja za narodnog poslanika/cu. Ova izborna lista je najviše komunicirala o obrazovanju, nauci, zdravstvu i merama za ostanak mladih u zemlji. Na ovoj izbornoj listi se nalazi 27 mladih kandidata (15 mladih žena i 12 mladih muškaraca) od ukupnih 250, što čini 10,8%. U prvoj polovini liste se nalazi 6 mladih kandidata/kinja, od čega 1 u prvih 20. U drugoj polovini liste se nalazi 21 mlad kandidat/kinja. Na osnovu preliminarnih rezultata, ova lista će imati samo jednu mladu narodnu poslanicu.

Problemi mladih i programi za mlade: SPS je najviše komunicirao o obrazovanju i nauci, gde je istaknuto strateško opredeljenje države za ulaganje u obrazovanje i nauku. Naglašena je potreba upoznavanja mladih sa planovima i programima obrazovnih institucija. Takođe, istaknut je uspeh države u zadržavanju mladih lekara u zemlji, kao i opšti napor države da mlade zadrži kako u zemlji, tako i u nerazvijenim krajevima.



¹⁹ Kontakt: boriskalicanin@gmail.com

²⁰ Kontakt: nikola.perisic.fpn@gmail.com

Obrazovanje i nauka

Na sajmu obrazovanja u Lazarevcu prisustvovao je ministar prosvete Branko Ružić. Tom prilikom ukazao je na važnost da se mladi upoznaju sa planovima i programima obrazovnih institucija i uslovima upisa viših nivoa školovanja. Ukazao je i na pitanje dostupnosti školovanja mladim iz svih socijalnih slojeva društva.²¹ Ministar Ružić je prisustvovao proslavi tri godine postojanja Fonda za nauku. Naglasio je značaj Fonda za nauku, koji je predstavljen kao rezultat strateškog opredeljenja države da obezbedi podršku nauci. Fond se vidi kao institucija koja podstiče razvoj talentovanih i kreativnih mladih istraživača/ica i njihovo uključivanje u različite projekte.²² Kandidatkinja za narodnu poslanicu Dijana Radović je navela da mladi vide državu kao partnera. Tvrdi da je država unapredila položaj učenika/ca i studenata/kinja kroz ulaganje u studentske domove i unapređenjem učeničkog i studentskog standarda.²³

Zdravstvo

Kandidat za narodnog poslanika, lekar Vladimir Đukić, istakao je probleme sa kojima su se suočavali mladi lekari tokom pandemije i ukazao je da je zaustavljen trend odlaska mladih lekara/ki iz Srbije. Po Đukiću, država je to uspela zahvaljujući povećanim zaradama u zdravstvenom sistemu, modernizacijom opreme i boljim mogućnostima za usavršavanje mladih lekara/ki.²⁴

Ostanak mladih

Predsednik Narodne skupštine Ivica Dačić je istakao da je glavni cilj države da mlade zadrži u zemlji. Smatra da to ne treba činiti prisilom i propagandom, već unapređenjem obrazovanja i većim mogućnostima zapošljavanja.²⁵ Ministar za unapređenje razvoja nedovoljno razvijenih opština Novica Tončev je imao sličnu poruku, s tim što je stavio naglasak na stvaranje uslova da mladi ostanu u manje razvijenim sredinama.²⁶

²¹ Sajt SPS, 15.3.2022, <https://www.sps.org.rs/2022/03/15/ruzic-otvorio-sajam-obrazovanja-u-lazarevcu-%ef%bf%bc/>

²² Sajt SPS, 14.3.2022, <https://www.sps.org.rs/2022/03/14/branko-ruzic-tri-godine-uspesnog-rada-fonda-za-nauku/>.

²³ Radio Televizija Vojvodine, 9.3.2022. https://media.rtv.rs/sr_ci/signali/72605.

²⁴ Sajt SPS, 20.3.2022, [Intervju Prof. dr Vladimir Đukić za Blic: Nastavićemo ulaganja u zdravstvo i bolje uslove za rad lekara i sestara – Socijalistička partija Srbije \(sps.org.rs\)](#).

²⁵ Sajt SPS, 23.3.2022, [Dačić: Cilj da mlade ljudi zadržimo u našoj zemlji – Socijalistička partija Srbije \(sps.org.rs\)](#).

²⁶ Sajt SPS, 18.2.2022, [Gostovanje Novice Tončeva na TV Hepi: Cilj je da mladi ostanu u Srbiji – Socijalistička partija Srbije \(sps.org.rs\)](#).

Popis mera/obećanja:

- Veća ulaganja u obrazovanje i nauku;
- Intenzivno ulaganje u zdravstvo.

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: Социјалистичка партија Србије – Socijalistička partija Srbije i Toma Fila.

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 2450€

Procena udela oglašavanja ka mladima: 19%

Procena potrošnje ka mladima: 463€

Ukupan broj reklama: 394

Prosečna potrošnja po reklami: 6€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mladi: 3

Mladi evidentno nisu bili u fokusu kampanje na društvenim mrežama, kada je u pitanju koalicija okupljena oko SPS. Ukoliko izuzmemo poslednju nedelju kampanje, kada je stranica Toma Fila bila usmerena sa oko 45% svojih sredstava na mlade, ceo prethodni period su mladi činili ispod 20% ciljne grupe. Stranica Socijalističke partije Srbije potpuno je ignorisala i prve birače, dok je stranica kandidata za gradonačelnika pokušala da se usmeri ka mladima, pa tako i prvim glasačima tokom poslednje nedelje kampanje. Posmatrane stranice, objavljivale su nesrazmerno veliku količinu oglasa u odnosu na budžet, pa je potrošnja od svega 6€ po reklami još jedan zanimljiv indikator.

Zaključak: Izborna lista "Ivica Dačić – Premijer Srbije" je na svojoj listi imala 27 mladih kandidata/kinja za narodne poslanike/ce, od kojih svega 6 u prvoj polovini liste. Prema preliminarnim rezultatima izbora ova lista će imati jednu mladu narodnu poslanicu u narednom skupštinskom sazivu. Teme na kojima su se fokusirali predstavnici/e SPS su prevashodno bili obrazovanje i nauka, ostanak mladih u zemlji i zdravstvo. Glavnu reč u kampanji usmerenoj ka mladima je vodio ministar prosvete Branko Ružić, a njega su pratili predsednik Narodne skupštine Ivica Dačić i ministar Novica Tončev, kao i kandidati za narodnog poslanika i poslanicu Vladimir Đukić i Dijana Radović. Predstavnici/e ove liste su obećali veća ulaganja u obrazovanje i nauku, kao i u zdravstveni sistem. Ova izborna lista nije videla mlade kao svoju ciljnu biračku grupu i sporadično se obraćala mladima tokom kampanje. S obzirom da je Branko Ružić jedini funkcijer SPS koji je bio na čelu jednog značajnog ministarstva, ne čudi da je glavna tema koju je ova partija komunicirala tokom kampanje bilo obrazovanje, želeći da predstavi svoj rad i uspehe tokom prethodne dve godine. SPS je od ukupno potrošenih 2450 evra na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade potrošio oko 463 evra.



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Marija Mavrić²⁷

4. DR VOJISLAV ŠEŠELJ - SRPSKA RADIKALNA STRANKA

Uvod: Izbornu listu Dr Vojislav Šešelj – Srpska radikalna stranka podnela je Srpska radikalna stranka. **U svojoj kampanji, mladima su se obratili svega jedanput i to u vidu saopštenja na zvaničnom internet sajtu partije.** Okvir u kojem su se tada obratili mladima bio je stambeni. Od ukupno 250 poslaničkih mesta na izbornoj listi, 39 mladih se našlo na njoj, što znači da su na listi procentualno bili zastupljeni sa 15,2% (18 mladih žena i 21 mladi muškarac). Na prvoj polovini liste bilo je 16 mladih kandidata/kinja, odnosno 12,8%, od toga u prvih 20 mesta ima svega 2 kandidata/kinje. S obzirom na to da ova izborna lista nije prešla cenzus, ostala je van Narodne skupštine i nema predstavnike.

Problemi mladih i programi za mlade: Problem o kome je SRS komunicirao o mladima i ka mladima jeste nerešeno stambeno pitanje mladih ljudi i nemogućnost da svoje stambeno pitanje sami reše.

Stanovanje mladih

Partija (SRS) se obraćala mladim ljudima koji nemaju uslove za samostalno rešavanje stambenog pitanja. Srpska radikalna stranka se dotakla teme o nerešenom stambenom pitanju mladih ljudi i nemogućnosti da svoje stambeno pitanje mladi sami reše. U tome im, prema njihovom mišljenju, mora pomoći država donošenjem zakona o posebnim uslovima za izgradnju stanova za mlade. Istoču da to sa sobom povlači i problem demografske prirode. Smatraju da nerešeno stambeno pitanje dovodi do napuštanja Srbije od strane mladih, ali i da se mladi koji ostaju u zemlji teže odlučuju na brak i porodicu i da će rešeno stambeno pitanje mladih dovesti i do povećanja nataliteta. Obećanje je da će poslanici/e Srpske radikalne stranke, ukoliko se vrate u Skupštinu, predložiti zakon o posebnim uslovima za izgradnju stanova za mlade. Nisu predstavili konkretnu politiku, mere ili rešenja i šta bi taj zakon sve predviđao.²⁸

Popis mera/obećanja: Nije bilo konkretnih mera, već su samo dali obećanje da će predložiti zakon o posebnim uslovima za izgradnju stanova za mlade ako uđu u Skupštinu.

Zaključak: Na izbornoj listi SRS-a bilo je 17 mladih ljudi u prvoj polovini liste, a među prvih 20 kandidata/kinja svega dvoje mladih. U svojoj kampanji, SRS se kao partija svega jedanput, saopštenjem na zvaničnom sajtu stranke, obratio mladima i komunicirao o problemu mladih ljudi. Problem mladih na koji su se osvrnuli jeste problem osamostaljivanja mladih. Nisu predložili nikakve konkretne mere, već su samo dali obećanje da će, ukoliko se vrate u Narodnu skupštinu, predložiti zakon o posebnim uslovima za izgradnju stanova za mlade. Zaključujemo da mladi SRS-u nisu bili ciljna grupa u ovoj izbornoj kampanji. Najviše su komunicirali o ratu Rusije i Ukrajine. Iako se pojedini zvaničnici/e stranke obraćaju putem svojih društvenih mreža, rekli bismo da dominantan način komuniciranja putem zvaničnih saopštenja na sajtu stranke nije prilagođen mladima. Kao ohrabrujuću stvar vidimo to što stranku i listu predstavlja mlada osoba – Aleksandar Šešelj. Međutim, ni on se nije obraćao mladima u toku kampanje. Srpska radikalna stranka nije uspela da preskoči izborni prag i osvoji mesta u Narodnoj skupštini.



²⁷ Kontakt: marija2098@gmail.com

²⁸ Sajt SRS, 8. 2. 2022,

<https://www.srpskaradikalnastranka.org.rs/lat/saopstenja/predlozicemo-zakon-o-posebnim-uslovima-za-izgradnju-stanova-za-mlade.html>

Andđelija Stanimirović²⁹

5. MARINKA TEPIĆ - Ujedinjeni za pobedu Srbije

(Stranka Slobode i pravde, Narodna stranka, Demokratska stranka, DZVM-VMDK, Stranka Makedonaca Srbije, Pokret slobodnih građana, Udrženi sindikati Srbije "Sloga", Pokret za preokret, Pokret Slobodna Srbije, Vlaška stranka)

&

Kandidat za predsednika – Zdravko Ponoš

Uvod: Koaliciju „Ujedinjeni za pobedu Srbije“ čine Stranka slobode i pravde, Narodna stranka, Demokratska stranka, DZVM – VMDK, Stranka Makedonaca Srbije, Pokret slobodnih građana, Udrženi sindikati Srbije „Sloga“, Pokret za preokret, Pokret Slobodna Srbija i Vlaška stranka. **U posmatranom periodu koalicija je 21 put komunicirala poruke ka i u vezi sa mladima.** Predstavnici/e liste koji su se u najviše slučajeva obratili mladima su: Marinika Tepić – nosilac izborne liste, Stefan Ninić – predsednik omladine Demokratske stranke i Nina Stojaković – članica Pokreta slobodnih građana. Akteri koji su se obraćali mladima su u više navrata bili upravo mladi kandidati za poslanike i članovi političkih partija i pokreta. Teme koje su bile u glavnom fokusu ove koalicije su migracije mladih i participacija mladih u izbornom procesu, ali i u svakodnevnom političkom životu. Što se tiče broja mladih kandidata za narodne poslanike na listi „Marinika Tepić – ujedinjeni za pobedu Srbije“, njih je 14, odnosno 5,6% od ukupno 250 (6 mladih žena i 8 mladih muškaraca). Među prvih 20 na listi nema mladih kandidata/kinja. Prvi mladi kandidat, Pavle Grbović, nalazi se na 23. mestu i on će, prema projekcijama broja mandata koje je osvojila lista, biti jedini mladi narodni poslanik.

Problemi mladih i programi za mlađe: Problemi koje je koalicija „Ujedinjeni za pobedu Srbije“ u najvećem broju svojih obraćanja isticala su migracije mladih i participacija mladih u izbornom procesu, ali i u svakodnevnom političkom životu.

Aktivizam mladih

Demokratska stranka se više puta oglasila u vezi sa ugrožavanjem slobode mladih aktivista i aktivistkinja Omladinske studentske asocijacije povodom dešavanja u Novom Sadu.³⁰ Predsednik Pokrajinskog odbora Demokratske stranke Nebojša Novaković i predsednik omladine Demokratske stranke ukazivali su na problem mladih aktivista/kinja i na odnos određenih medija prema njima. Ova oglašavanja su reakcije na dešavanja u Novom Sadu i Demokratska stranka je stala u odbrani mladih aktivista.

Politička participacija mladih

Generalni sekretar Narodne stranke Stefan Jovanović naveo je problem nepostojanja želje kod mladih da se uključe u politiku, ali i da bez njih nema promena.³¹ Alisa Kockar, portparolka Demokratske stranke ukazala je na nepoverenje mladih u političare/ke i političke stranke, ali i da su institucije koje bi trebalo da zastupaju stavove mladih (Kancelarije za mlađe i Saveti za mlađe) postale ispostave za regrutovanje novih članova/ica vladajuće partije.³² Omladina Narodne stranke je u više navrata pozivala mlade da se uključe u izborni proces putem svoje Instagram stranice.³³



²⁹ Kontakt: stanimirovicandjelija@gmail.com

³⁰ Sajt Demokratske stranke, 18. 2. 2022, <https://www.ds.org.rs/vest/novakovic-solidarnost-sa-aktivistima-i-aktivistkinjama-omladinske-studentske-organizacije-osa>

³¹ Nova S, 15. 2. 2022, <https://nova.rs/izbori-2022/intervju-jovanovic-posle-izbora-neki-iz-vlasti-ce-u-penziju-a-neki-u-zatvor/>

³² Sajt Demokratske stranke, 27. 2. 2022, <https://www.ds.org.rs/vest/alisa-kockar-sopstvenim-primerom-vracamo-poverenje-mladim>

³³ Instagram profil Narodna omladina, 1. 3. 2022, https://www.instagram.com/p/CaiEygMsEzt/?utm_source=ig_web_copy_link

Migracije

Koalicija u najviše obraćanja ukazivala je na problem odlaska mladih iz Srbije. Nositelj liste „Ujedinjeni za pobedu Srbije“ Marinika Tepić istakla je da je prioritet njihove koalicije zaustavljanje ekonomske migracije i odlaska mladih “trbuhom za kruhom u jednom pravcu”.³⁴ Lider Stranke slobode i pravde Dragan Đilas ukazao je na problem niskih primanja mladih u Srbiji, što rezultira odlaskom iz zemlje. Naglašava da bi država trebalo da podržava mlade da se obrazuju u boljim uslovima i sa većim stipendijama, kako bi ih uz veća primanja zadržala u Srbiji.³⁵ Zamenik predsednika Stranke slobode i pravde (SSP) Borko Stefanović izjavio je da će ova koalicija uvesti Ministarstvo za povratak građana iz inostranstva.³⁶

Porodična politika

Koalicija je u posmatranom periodu ukazivala i na problem nepostojanja odgovarajućih mera za stimulisanje mladih da ostanu u zemlji i tu zasniju svoju porodicu. Narodna stranka (NS) usvojila je program od 12 tačaka za pomoć mladim bračnim parovima i porodicama sa troje i više dece, čiji je cilj zaustavljanje „bele kuge“ i iseljavanja mladih ljudi.³⁷ Predsednik Pokreta slobodnih građana, Pavle Grbović, istakao je da je najveći problem mladih nedostatak perspektive i predvidljivosti, kao i osamostaljivanje mladih. Članica istog pokreta, Nina Stojaković, napomenula je i da mere za podsticanje mladih žena za rađanje dece nisu adekvatne



³⁴ Danas, 5. 3. 2022,
<https://www.danas.rs/vesti/politika/izbori22/tepic-nema-saradnje-sa-ljajicem-ugljaninom-i-zukoricem-vreme-je-za-promene-iz-korena/>

³⁵ Danas, 11. 3. 2022,
<https://www.danas.rs/vesti/politika/izbori22/ujedinjeni-za-pobedu-srbije-u-leskovcu-porucili-da-ce-ulagati-u-obrazovanje/>

³⁶ Danas, 27. 3. 2022,
<https://www.danas.rs/vesti/politika/izbori22/ujedinjeni-za-pobedu-srbije-najavili-formiranje-ministarstva-za-povratak-ljudi-iz-inostranstva/>

³⁷ Danas, 1. 3. 2022,
<https://www.danas.rs/vesti/politika/izbori22/narodna-stranka-mladima-drzavni-krediti-za-stan-prava-rata-za-20-godina/>

i kako je rekla, da je mnogo realnih problema kojima vlast treba da se pozabavi.³⁸ Predsednik Demokratske omladine Stefan Ninić naveo je da se mladi u dvadesetim ne odlučuju da zasniju porodicu jer nemaju uslova za to i da stvar nije samo finansijske prirode.³⁹

Popis mera/obećanja: Iz Demokratske stranke smatraju da bi se vraćanjem obrazovanih kadrova u politiku stvorili preduslovi za angažovanje nove generacije. Takođe navode i dva prioriteta kojima bi se Demokratska stranka bavila nakon smene aktuelne vlasti: zaustavljanje partijskog zapošljavanja i ustupanje mesta mladima koji su kvalifikovani, bez obzira da li su i kako stranački opredeljeni, kao i aktivno uključivanje mladih u doношење odluka od lokalnog do republičkog nivoa.

Iz Narodne stranke navode da je potrebno širom zemlje graditi stanove solidarnosti za mlade bračne parove koji bi bili dostupni za dugoročni zakup ili kupovinu kroz beskamatne stambene kredite koje bi odobravala država. Dodatno, napominje se da je za porodice sa troje i više dece potrebno sprovesti 10 prioritetnih mera porodične politike, a neke od njih su:

- uvođenje beneficiranog penzijskog staža za majke;
- smanjenje oporezivanja zarada za roditelje kroz povećanje neoporezivog dela zarade;
- mogućnost skraćenog radnog vremena za majke od 36 časova nedeljno, pri čemu bi država plaćala naknadu zarade za časove skraćenog radnog vremena (dva radna dana mesečno) u visini prosečne zarade u Srbiji;
- uvesti zabranu prekovremenog i noćnog rada za majke, kao i predvideti obavezno uvećanje trajanja godišnjeg odmora za treće dete i svako naredno.
- dodatno ulaganje u obrazovanje (stipendije).

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: Narodna stranka, Stranka slobode i pravde, Vuk Jeremić, Pokret slobodnih građana, Narodna stranka Niš, Zdravko Ponoš.

³⁸ Nova S, 15. 3. 2022,
<https://nova.rs/vesti/politika/pavle-i-nina-sigurno-nas-nece-pamtiti-kao-miru-i-slobu-ili-vuka-i-danu-video/>

³⁹ Instagram Demokratske omladine, 19. 3. 2022,
https://www.instagram.com/reel/CbQESM4jMoP/?utm_source=ig_web_copy_link



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 13 500€

Procena udela oglašavanja ka mladima: 34%

Procena potrošnje ka mladima: 4 600€

Ukupan broj reklama: 130

Prosečna potrošnja po reklami: 104€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mlađi: 0

Ova koalicija je bila dosta pasivna do 15 dana pre izbora, od tog trenutka sav fokus je na stranici Zdravko Ponoš, koja je u poslednje dve nedelje kampanje potrošila oko 10 500€ (blizu 80% ukupnog budžeta koalicije u posmatranom periodu). Kako je oglašavanje pre ovog momenta bilo pasivno, ni obraćanje ka mlađima nije bilo intenzivno. Ipak, u poslednje dve nedelje mlađi su stranici predsedničkog kandidata činili oko 40% ciljne grupe u proseku, a u okviru nje bili su zastupljeni i prvi glasači. Sa druge strane, ova koalicija iako je bila usmerena ka mlađima svojim oglasima, nije oglašavala sadržaje u kojima se pominju mlađi.

Zaključak: Koalicija „Marinika Tepić – Ujedinjeni za pobedu Srbije“ se u posmatranom periodu ukupno u 21 navrat obratila u vezi sa mlađima. Teme o kojima su govorili su aktivizam mlađih, politička participacija mlađih, odlazak mlađih iz Srbije, zaposlenje mlađih, osamostaljivanje mlađih, podsticanje nataliteta, kvalitet života mlađih u Srbiji. Dominantno su govorili negativno o merama i postupcima aktuelne vlasti, ističući u više navrata da mere za podsticanje nataliteta i osamostaljivanja mlađih nisu adekvatne i u okviru pozitivnog dela kampanje predložili 10 mera porodične politike kao što su: uvođenje beneficiranog penzijskog staža za majke, smanjenje oporezivanja zarada za roditelje kroz povećanje neoporezivog dela zarada i uvođenje zabrane prekovremenog i noćnog rada za majke. Tema koja se u najviše obraćanja provlačila jeste „odliv mozgova“, ali predstavnici koalicije nisu u velikoj meri ponudili konkretna rešenja za taj problem. Što se tiče komuniciranja ka mlađima putem društvenih mreža, sa svojim sadržajem su se posebno istakli nalozi Pokreta slobodnih građana, kao i stranice omladine Narodne i Demokratske stranke. Ono što je uočeno kod praćenja ove koalicije, to je komuniciranje mlađih ka mlađima u većoj meri, odnosno obraćanje mlađih kandidata/kinja i članova/ica političkih partija sa liste. Ka mlađima je u više navrata komunicirao i predsednik Pokreta slobodnih građana Pavle Grbović, koji je jedini mlađi kandidat za narodnog poslanika koji će ući u parlament ispred ove liste. Ova koalicija je od ukupno potrošenih 13 500 evra na plaćenu promociju na društvene mreže – na mlađe potrošila oko 4 600 evra.

Isidora Martač⁴⁰

6. Dr Miloš Jovanović - NADA ZA SRBIJU

– Srpska koalicija NADA – Nacionalno demokratska alternativa – Demokratska stranka Srbije (DSS) – Za Kraljevinu Srbiju (MONARHISTI) – Vojislav Mihailović.

&

Kandidat za predsednika – Miloš Jovanović

Uvod: Srpska koalicija NADA je koalicija koju čine DSS, frakcija POKS-a i 25 udruženja građana uz predizborni slogan „Da živimo normalno“. U toku izborne kampanje najviše se obraćao mlađima kandidat za predsednika dr Miloš Jovanović, a jednom prilikom imali smo obraćanje Vojislava Mihailovića. **Mlađima su se obratili četiri puta u toku izborne kampanje.** Ova koalicija se najviše bavila demografskim okvirima i partokratijom, ali imamo i pominjanje medija, vrednosti, osrvanje na tradiciju, obrazovanje i način zapošljavanja u Srbiji. Broj mlađih na listi je 31 od 250 što čini 12,4% (22 mlađe žene i 9 mlađih muškaraca). Ova koalicija na osnovu preliminarnih rezultata izbora neće imati mlađog predstavnika/cu u Narodnoj skupštini.

Problemi mlađih i programi za mlađe: Koalicija NADA je najviše govorila o partijskom zapošljavanju mlađih i obrazovanju.

Obrazovanje mlađih

Koalicija NADA je kroz svoju kampanju i planove dolaska na vlast navela da želi raditi na obrazovanju mlađih jer trenutno ne postoje kvalitetne visoke škole za državnu upravu. Partija se mlađima obraća tako što ukazuje na mogućnost stvaranja škola iz kojih će izuzetno obrazovani i nadareni ljudi.⁴¹ Dodatno su pominjali problem potpadanja mlađih pod uticaj rijaliti programa.



⁴⁰ Kontakt: martac.isidora2@gmail.com

⁴¹ Danas, 13. 3. 2022,

<https://www.danas.rs/vesti/politika/izbori22/milos-jovanovic-pravicemo-nase-elite-napracicemo-visoku-skolu-drzavne-uprave/>

⁴² Danas, 18. 3. 2022, Mihailović (NADA): Televizije koje emituju rijaliti programa posebno oporezovati – IZBORI 22 – Dnevni list Danas



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Zapošljavanje

Kroz ukazivanje na partokratsku državu, naveli su da žele da se u Srbiji živi normalno kroz prizmu zaposlenja koje ne zavisi od partijske knjižice⁴³, da je takva država moguća i da u takve države sada odlaze mladi iz Srbije jer žele da žive normalno.⁴⁴

Popis mera/obećanja:

- Uspostavljanje visoke škole državne uprave za mlade.
- Nije bilo drugih konkretnih mera, samo su naveli da će se baviti pitanjem zapošljavanja mladih koje ne zavisi od partijske knjižice.

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: ДСС Петровград /DSS Zrenjanin/, Милош Јовановић, Покрет обнове Краљевине Србије Бачеј – РОКС ВЕЧЕЈ, Национално Демократска Алтернатива – НАДА, НАДА за Београд

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 16 500€

Procena udela oglašavanja ka mladima: 23%

Procena potrošnje ka mladima: 3 800€

Ukupan broj reklama: 75

Prosečna potrošnja po reklami: 220€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mladi: 0

Ova koalicija je kontinuirano sadržala mlade u svojoj ciljnoj grupi, pa tako i prve glasače, s tim da je budžet ove koalicije značajno uvećan u poslednje dve nedelje kampanje, sa 70% potrošnje ukupnog budžeta u poslednjoj nedelji kampanje. Uočljiva je i pojava kod stranice РОКС ВЕЧЕЈ koja je povremeno targetirala i mlađe od 18 godina. Lako je obraćanje ka mladima bilo kontinuirano, nije bilo pominjanja mladih niti tema za mlade u oglasima.

Zaključak: Na listi koalicija NADA bilo je 31 od 250 (12,4%) mladih na listi. Lako su preskočili izborni prag i imajuće predstavnike/ce u Narodnoj skupštini Republike Srbije, ova koalicija neće imati mlade poslanike/ce. U svojoj kampanji, NADA i predsednički kandidat Miloš Jovanović su se četiri puta obratili mladima i komunicirali o problemima vezanim za mlade. Problem mladih na koji su se osvrnuli jeste problem u obrazovanju, odlazak mladih i partijsko zapošljavanje. Osim uspostavljanja visoke škole državne uprave za mlade, nije bilo konkretnih mera, osim obećanja da će se baviti pitanjem zapošljavanja mladih koje ne zavisi od partijske knjižice. Zaključujemo da mladi nisu bili ciljna grupa u ovoj izbornoj kampanji u velikoj meri. Ova koalicija je od ukupno potrošenih 16 500 evra za plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade je potrošila oko 3 800 evra.

⁴³ FoNET, 21. 3. 2022, <https://fonet.rs/izbori2022/36115370/borba-protiv-partokratije.html>

⁴⁴ Sajt Nada, 22. 2. 2022, <https://nadazarbiju.rs/da-zivimo-normalno-slogan-koalicije-nada/>

Milica Sekulić⁴⁵

7. MILICA ĐURĐEVIĆ STAMENKOVSKI - Srpska stranka Zavetnici

&
Kandidatkinja za predsednicu – Milica Đurđević Stamenkovski

Uvod: Srpska stranka Zavetnici je samostalno nastupila na izborima, a u toku izborne kampanje je 5 puta komunicirala ka i o mladima. Glavni akter obraćanja ka mladima u toku izborne kampanje je bila predsednička kandidatkinja Milica Đurđević Stamenkovski, zatim Goran Igić i Aleksandar Milić (predsednik užičkog odbora Srpske stranke Zavetnici).

Predsednička kandidatkinja se najviše osvrnula na problem zaposlenja, nataliteta i odlaska mladih iz zemlje, a pored toga navodi finansijsku (ne)zavisnost i političku participaciju kao ključne okvire koji se tiču mladih. Od ukupno 250 kandidata na listi Srpske stranke Zavetnici, 72 je mladih kandidata/kinja što čini 28,40% (30 mladih žena i 42 mladih muškaraca). U prvoj polovini liste se nalazi 30 mladih što je 23,2%, dok je u drugoj polovini 42, odnosno 33,6% mladih. Prema preliminarnim rezultatima izbora, Srpska stranka Zavetnici će imati dvoje mladih narodnih poslanika/ca u Narodnoj skupštini.

Problemi mladih i programi za mlade: Srpska stranka Zavetnici je najviše ukazivala na odlazak mladih iz Srbije.



⁴⁵ Kontakt: m.sekulic12@yahoo.com

Migracije

Kandidatkinja za predsednicu Milica Đurđević Stamenkovski je ukazivala na odlazak mladih i obrazovanih kadrova usled nemogućnosti zaposlenja bez partijske knjižice.⁴⁶

Politička participacija

Goran Igić je istakao da su mladi nezainteresovani za politiku, ali da su željni promena koje bi usledile promenom trenutne vlasti.⁴⁷

Natalitet

Iz ove partije su ukazali u Sevojnu da je to jedna od opština u Srbiji iz kojih je otišlo najviše mladih i da je važno podržati mlađe iz manjih mesta kako bi tu zasnivali porodice i svoju budućnost planirali upravo tamo gde su se rodili i školovali.⁴⁸

Finansijska nezavisnost i obrazovanje

Milica Đurđević Stamenkovski je ukazala na problem osamostaljivanja mladih, kao i nedostatak adekvatnih poslova i plata, tvrdeći da je to jedan od razloga odlaska mladih iz zemlje. Ona je ukazala da su mladi sa završenim fakultetima bez posla i na birou, "da kupuju vreme misleći da će nešto da se desi, a da onda kupuju karte za odlazak iz Srbije, iz svoje dedovine, ostavljajući napuštena imanja i roditelje koji su ih školovali, a kojih ih sada uglavnom gledaju preko Skajpa i Vibera".⁴⁹

Popis mera/obećanja: /

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: Српска странка Заветници Лазаревац и Српска странка Заветници.

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 2 800€

Procena udela oglašavanja ka mladima: 39%

Procena potrošnje ka mladima: 1 100€

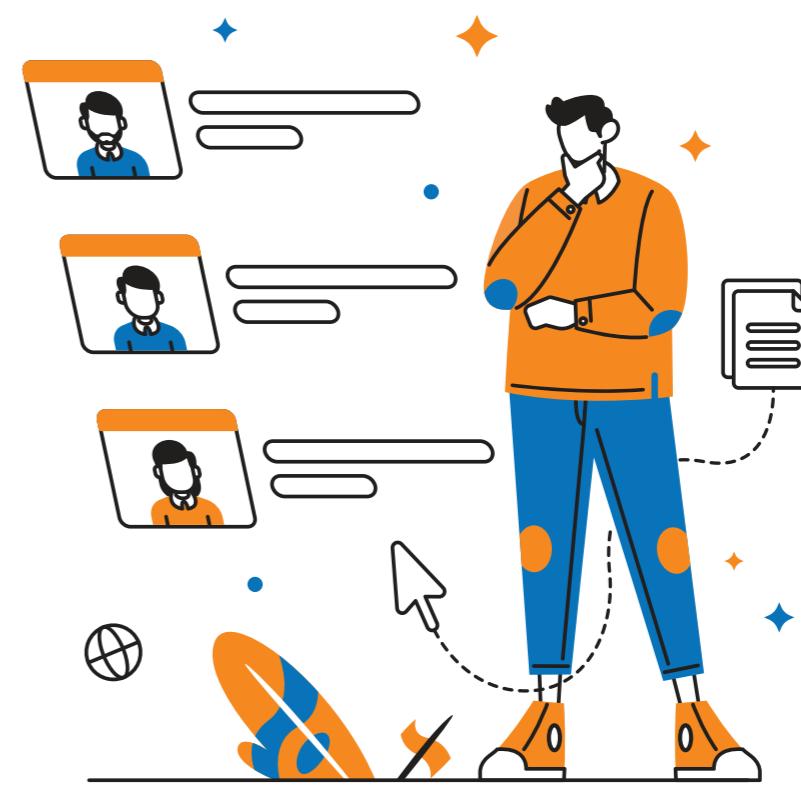
Ukupan broj reklama: 12

Prosečna potrošnja po reklami: 233€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mlađi: 0

Zavetnići su započeli oglašavanje tek dve nedelje pred izbore. U ovom periodu, obraćali su se primarno mladima, ali i kod njih je primetno da nema poruka za mlađe i pominjanja mladih u oglasima. Sa druge strane, izuzetno visoka prisutnost mladih u ciljnoj grupi od čak 39%, donela je i obraćanje prvim glasačima.

Zaključak: Od ukupno 250 kandidata na listi Srpske stranke Zavetnići, 72 je mladih kandidata/kinja. U prvoj polovini liste se nalazilo 30 mladih što je 23,2%, dok je u drugoj polovini 42, odnosno 33,6% mladih. Iz ove liste su govorili o migracijama mladih i odlasku iz zemlje, o natalitetu, finansijskoj nezavisnosti i obrazovanju, kao i o političkoj participaciji. Ukazivali su na probleme mladih u vezi zaposlenja bez partijske knjižice i naveli su da je to jedan od osnovnih problema zašto mladi odlaze iz Srbije i napuštaju svoju dedovinu. Ukupno su pet puta komunicirali o mladima. Najviše je o mladima komunicirala nosilac izborne liste i kandidatkinja za predsednicu – Milica Đurđević Stamenkovski. S obzirom na preliminarne rezultate izbora, Srpska stranka Zavetnići će imati dvoje mladih narodnih poslanika/ca u Narodnoj skupštini. Ova izborna lista je od ukupno potrošenih 2 800 evra na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlađe je potrošila oko 1100 evra.



⁴⁶ TV PRVA, 21.2.2022., <https://www.youtube.com/watch?v=rApQ2tdOnls>

⁴⁷ RTV, 9.3.2022., https://media.rtv.rs/sr_ci/signali/72605

⁴⁸ Danas, 28.2.2022., <https://www.danas.rs/vesti/politika/izbori22/sevojno-napustaju-mladi/>

⁴⁹ Danas, 20.3.2022., <https://www.danas.rs/vesti/politika/izbori22/stamenkovski-mladi-odlaze-zbog-partijskog-zaposljavanja/>



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Lazar Simić⁵⁰

9. MORAMO - AKCIJA

– Ekološki ustanak – Ćuta –

Ne davimo Beograd – Nebojša Zelenović

&

Kandidatkinja za predsednicu – Biljana Stojković

Uvod: Koaliciju „Moramo“ čine više političkih partija i pokreta među kojima su najvažniji: Ekološki ustanak, Akcija – otvorena građanska platforma, Zajedno za Srbiju i Ne davimo Beograd. **U toku izborne kampanje koalicija je 16 puta komunicirala poruke ka i u vezi sa mladima.** Predstavnici liste koji su se u najviše slučajeva obratili mladima su Aleksandar Jovanović Ćuta, nosilac parlamentarne liste i Nebojša Zelenović, predsednik Zajedno za Srbiju. Mladima su se obratili i Stefan Tasić, mladi kandidat za narodnog poslanika i dr Biljana Stojković, kandidatkinja za predsednicu koalicije „Moramo“. Koalicija je obratila posebnu pažnju na teme koje se tiču odlaska mladih usled raznih problema (ekoloških ili nedostatka kulture u manjim mestima), potom učešća mladih u izbornom procesu sa posebnim akcentom na glasanje i kontrolu izbora. Ekonomija i društvene teme poput obrazovanja, aktivizma i vrednosti studenata, takođe su bile zastupljene. Važno je pomenuti da je broj mladih kandidata za narodne poslanike/ce na listi „Moramo“ 41 od 249, odnosno 16,5% (22 mlade žene i 19 mladih muškaraca). Među prvih 20 nalazi se jedna mlada kandidatkinja, a u prvoj polovini liste ukupno je 16 mladih. Prema preliminarnim rezultatima izbora i proceni broja mandata, lista „Moramo“ neće u Narodnoj skupštini imati mlade poslanike/ce.

Problemi mladih i programi za mlade: Problemi koje je koalicija „Moramo“ u najvećoj meri isticala su odlazak mladih i participacija mladih u izbornom procesu sa posebnim akcentom na glasanje, ali i širok spektar drugih tema: ekonomija, obrazovanje, aktivizam, sve do zaštite od nasilja i seksualnog uzinemiravanja i vrednosti studenata.

Odlazak mladih

Koalicija je u više navrata govorila o problemu odlaska mladih iz zemlje. Aleksandar Jovanović Ćuta, nosilac parlamentarne liste, istakao je da mladi odlaze jer nemaju osnovne uslove za život poput zdrave zemlje, čistog vazduha i pitke vode.⁵¹ Sa druge strane, Nebojša Zelenović, predsednik Zajedno za Srbiju, smatra da mladi „svoj glas daju nogama“ time što odlaze iz zemlje, ali govor i o „velikom dogovoru sa Zapadom“ koji bi omogućio ekonomski razvoj i priliku za dostojanstven život koji će zadržati mlađe u zemlji.⁵² Koalicija „Moramo“ ponovo je ukazala na problem o kojem je ranije govorila platforma Solidarnost, koja je deo koalicije, a to je odlazak mladih iz manjih sredina „u nedostatku adekvatnih kulturnih aktivnosti.“⁵³



⁵⁰ Kontakt: lazarsimicmedia@gmail.com

⁵¹ Instagram profil koalicije „Moramo“, 26. 02. 2022.
<https://www.instagram.com/p/CaaWOXDMvB7/>

⁵² N1, 08. 03. 2022.
<https://rs.n1info.com/izbori-2022/parlamentarni-izbori/zelenovic-mladi-ljudi-svoj-glas-na-izbori-ma-daju-nogama-odlaze-iz-zemlje/>

⁵³ Sajt Solidarnost, 02. 02. 2022.
<https://www.moramo.rs/vratimo-otete-institucije-i-pravo-na-kulturno-obrazovne-i-umetnickie-aktivnosti/>

Politička participacija mladih

Stefan Tasić, jedan od mladih kandidata na parlamentarnoj izbornoj listi, ukazao je na važnost učešća mladih u političkim procesima i tom prilikom govorio je o sve manjoj apatičnosti i apolitičnosti mladih čemu ide u prilog „solidan trend rasta“ prijava mladih za kontrolore.⁵⁴ Pokret Ne davimo Beograd objasnio je proceduru za glasanje van mesta prebivališta.⁵⁵ Dr Biljana Stojković, kandidatkinja za predsednicu koalicije „Moramo“, naglasila je da dijalog između mladih ljudi treba stimulisati i pojačavati, kao jednu od važnih tačaka za „istorijsko pomirenje“ Srba i Albanaca.⁵⁶

Studenti i hiljadu dinara

Aleksandar Jovanović Ćuta odgovorio je da studenti nisu na prodaju na izjavu voditeljke emisije na televiziji sa nacionalnom pokrivenošću „da će studenti uraditi sve za hiljadu dinara“, odnoseći se na brojnost mladih na ekološkim protestima i blokadama. Dr Biljana Stojković, kandidatkinja za predsednicu koalicije „Moramo“, osudila je vređanje studenata, te smatra da ukoliko bi dotična izjava bila tačna, to može jedino da znači da studenti, odnosno njihovi roditelji, „žive toliko loše – da bi svoj obraz prodali za hiljadu dinara“.⁵⁷ Dr Đorđe Pavićević, kandidat za narodnog poslanika, takođe je stao u zaštitu studenata osudivši „karakterizaciju studenata kao potkupljivih od strane režimskih medija“.⁵⁸

Društvene oblasti

Koalicija „Moramo“ ponudila je niz konkretnih mera u svim važnim oblastima društva, čime želi da utiče na poboljšanje položaja mladih. Politike za mlade nadovezuju se na osnovna načela izbornih programa za Grad Beograd i Republiku Srbiju u oblasti obrazovanja, stanovanja, rada, zapošljavanja i zdravstvene i socijalne zaštite.⁵⁹

⁵⁴ Talas, 03. 03. 2022.

https://talas.rs/2022/03/03/superheroji-demokratije-vaznost-kontrolora-i-aktivizam-mladih/?fbclid=IwAROSJT5lo3Jllm6korUlzBl_xzooWHdw6-rUGrOJWs8Bx6HnbksruKsdEOs

⁵⁵ Instagram profil pokreta „Ne davimo Beograd“, 10. 02. 2022.

https://www.instagram.com/p/Ca5B_lxsIGs/

⁵⁶ Beta, 31. 03. 2022.

<https://beta.rs/izbori2020/izbori2020/161527-stojkovic-suocavanje-sa-devedesetim-je-vazan-de-o-drustvene-katarze>

⁵⁷ Sajt Moramo, 30. 03. 2022. <https://www.moramo.rs/stojkovic-studenti-zar-za-hiljadu-dinara/>

⁵⁸ Instagram profil pokreta Ne davimo Beograd, 21. 03. 2022.

https://www.instagram.com/p/Cbvnil_u2En/

⁵⁹ Sajt Ne davimo Beograd, 26. 03. 2022.

<https://nedavimobeograd.rs/sta-ce-moramo-uraditi-da-podrzi-mlade/>

Popis mera/obećanja:

Obrazovanje

- kvalitetne stručne škole koje pružaju savremena znanja i veštine praktično povezane sa zanimanjima;
- savremene gimnazijske programe koji aktivno uključuju mlade u proces učenja;
- visoko obrazovanje sa fleksibilnim programima koji omogućavaju kombinovanja rada i/ili porodičnog života i studiranja;
- uključivanje učenika/ca i studenata/kinja u osmišljavanje i sprovođenje kurikuluma na svim nivoima obrazovanja;
- razvijen sistem stipendiranja na nivou opština, gradova i republike, koji bi kvalitetno obrazovanje učinio dostupnim svima bez obzira na materijalni status roditelja;
- razvoj programa obrazovanja za demokratsko društvo u saradnji države i civilnog sektora;

Rad

- adekvatno regulisanje svih oblika rada u kojima su angažovani mladi, kao što su radne prakse, rad preko omladinskih i studentskih zadruga, volontiranje i stažiranje;
- pristojan posao za mlade što podrazumeva: ukidanje ugovora o privremenim i povremenim poslovima, dostojanstvenu zaradu dovoljnju za kvalitetan život i garantovana sva prava iz radnog odnosa;
- razvijanje regulisanih fleksibilnih oblika rada, kao što su npr. „studentski ugovori“ (npr. u Sloveniji);
- aktivniju ulogu države i ciljane programe koji će olakšati zapošljavanje različitih kategorija mladih;
- unapređenje rada centara za profesionalni razvoj i karijeru pri različitim institucijama (fakulteti, kancelarije za mlade, lokalne samouprave i sl.) sa ciljem pomoći u zapošljavanju mladih;
- programe podsticanja samozapošljavanja i radnog udruživanja (zadruga) mladih;

Stanovanje

- socijalno stanovanje za sve mlade sa zaštićenim zakupima i kasnijim pravom otkupa pod povoljnim uslovima;
- subvencionisane stambene kredite i oslobođanje od PDV za prvi stan za sve mlade;
- regulisanje tržišta iznajmljivanja i zakupa stambenog prostora;

Roditeljstvo

- ostvarivanje svih prava iz radnog odnosa ravnopravno za majke i očeve;
- pomoć i podršku u usklađivanju rada i roditeljstva – dostupne ustanove dečije zaštite, zdravstvene ustanove, psihološka i razvojna savetovališta;



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Zdravstvo

- dostupnu i kvalitetnu zdravstvenu zaštitu za mlade bez obzira na njihovo mesto stanovanja i društveni status;
- psihosocijalnu podršku i pomoć kroz savetovališta, stručnu pomoć i radionice u zdravstvenim, obrazovnim i drugim institucijama;

Participacija mladih

- direktno učestvovanje mladih u odlučivanju u lokalnim zajednicama, mesnim zajednicama, naseljima, opštinama i gradovima;
- ustanavljanje i oživljavanje rada omladinskih centara i kancelarija za mlade po opštinama, mesnim zajednicama i naseljima;
- uključivanje mladih u osmišljavanje i sprovođenje kulturnih, edukativnih i umetničkih programa za mlade kroz kancelarije za mlade i centre (domovi omladine, omladinski i studentski centri, domovi kulture); u Beogradu to su npr. Dom omladine, Studentski kulturni centar, Dom kulture Studentski grad itd;
- revitalizaciju javnih objekata i prostora koji se ne koriste i uključivanje mladih u njihov rad, posebno u prigradskim i seoskim naseljima;

Sportske aktivnosti

- revitalizaciju otvorenih i zatvorenih javnih prostora za nekomercijalno korišćenje;
- jačanje lokalnih sportskih klubova i njihovo povezivanje sa školama i fakultetima;
- podršku amaterskom omladinskom sportu;

Zaštita od nasilja i seksualnog uznevredjivanja

- uvođenje protokola – propisa i mehanizama sprovođenja zaštite u svim institucijama (obrazovnim, zdravstvenim, socijalne zaštite) i organizacijama i udruženjima (državnim i privatnim) koji rade sa mladima;
- informisanje i obrazovanje o toleranciji, nenasilju i rodnoj ravnopravnosti kroz različite državne i programe civilnog sektora na svim uzrastima.

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: Ne davimo Beograd, Dobrica Veselinović, Politička platforma – Solidarnost, MORAMO.

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 25 700€

Procena udela oglašavanja ka mladima: 23%

Procena potrošnje ka mladima: 5 900€

Ukupan broj reklama: 630

Prosečna potrošnja po reklami: 40€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mladi: 8

Kao i neke druge izborne liste i u koaliciji MORAMO su iskoristili poslednju nedelju da dodatno pojačaju oglašavanje na društvenim mrežama, pa su tako 3/5 svog budžeta potrošili upravo u poslednjih 7 dana kampanje. Početkom marta, ova koalicija je kroz svoje stranice targetirala mlade u proseku sa 10% svojih sredstava, da bi do kraja kampanje zastupljenost mladih porasla na više od 25%. Posmatrane stranice, objavljivale su nesrazmerno veliku količinu oglasa u odnosu na druge opcije i budžet, pa samim tim svega 8 reklama u kojima se pominju mladi od ukupno 630 objavljenih, deluju kao zanemariva količina (1,25%).

Zaključak: Koalicija „Moramo“ imala je 41 mladog kandidata/kinju na listi od ukupno 249. Od toga se 16 njih nalazi u prvoj polovini liste. Međutim, niko od mladih kandidata/kinja neće imati priliku da postane narodni poslanik prema trenutnoj raspodeli mandata. „Moramo“ je 16 puta komunicirala ka mladima i o mladima. Najviše se govorilo o odlasku mladih iz zemlje usled različitih problema, političkoj participaciji mladih, ali i o brojnim drugim društvenim oblastima u kojima su ponuđena konkretna rešenja. Mladima su se najviše obraćali Aleksandar Jovanović Ćuta i Nebojša Zelenović, nosioci parlamentarne izborne liste i dr Biljana Stojković, kandidatkinja za predsednicu. Negativno se komuniciralo o odlasku mladih i obrazovanih ljudi iz zemlje zato što ne postoje zdrava zemlja, čist vazduh i pitka voda, ali i o odlasku iz manjih mesta zato što ne postoje odgovarajuće kulturne aktivnosti. Ukažali su na to da imaju plan za ekonomski razvoj koji će sprečiti odlazak mladih iz zemlje. Na kritiku je naišla i izjava „da će studenti uraditi sve za hiljadu dinara“, a Aleksandar Jovanović Ćuta i Biljana Stojković su i prisustvovali studentskom protestu tim povodom. Pozitivna komunikacija uočljiva je u pozivu mladih da glasaju. U tom smeru je usmerena pažnja i na važnu ulogu mladih u političkim procesima, konkretno u kontroli izbora i naveli su da je sve manja apatičnost i apolitičnost mladih. Ukažali su da mladima nisu potrebne političke stranke koje prave mimove, političari na Tiktoku, ponavljanje rečenice „mladi su budućnost Srbije“ ukrug bez ikakvog razmišljanja i svaljivanje krivice kada mladi opravdano odu da žive van svoje zemlje zbog nedostatka uslova da normalno žive u Srbiji. Koalicija „Moramo“ ponudila je set konkretnih mera u skladu sa specifičnom perspektivom mladih u oblastima obrazovanja, rada, roditeljstva, zdravstva, participacije mladih, sportskih aktivnosti i zaštite od nasilja i seksualnog uznevredjivanja. Predložili su ukupno 28 mera. Neke od njih su: razvijen sistem stipendiranja na nivou opština, gradova i republike, koji bi kvalitetno obrazovanje učinio dostupnim svima bez obzira na materijalni status roditelja; adekvatno regulisanje svih oblika rada u kojima su angažovani mladi, kao što su radne prakse, rad preko omladinskih i studentskih zadruga, volontiranje i stažiranje; ukidanje ugovora o privremenim i povremenim poslovima, dostojanstvenu zaradu dovoljnju za kvalitetan život i garantovana sva prava iz radnog odnosa; socijalno stanovanje za sve mlade sa zaštićenim zakupima i kasnijim pravom otkupa pod povoljnim uslovima; dostupnu i kvalitetnu zdravstvenu zaštitu

za mlade bez obzira na njihovo mesto stanovanja i društveni status; direktno učestvovanje mladih u odlučivanju u lokalnim zajednicama, mesnim zajednicama, naseljima, opštinama i gradovima; uvođenje protokola – propisa i mehanizama sprovođenja zaštite u svim institucijama (obrazovnim, zdravstvenim, socijalne zaštite) i organizacijama i udruženjima (državnim i privatnim) koji rade sa mladima. Ova izborna lista je od ukupno potrošenih 25 700 evra na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade je potrošila oko 5 900 evra.

Milica Sekulić⁶⁰

10. SUVERENISTI - SAŠA RADULoviĆ (DJB), MILAN STAMAToviĆ (ZS), DR JOVANA STOJKoviĆ (ŽZS)

&
Kandidatkinja za predsednicu – Branka Stamenković

Uvod: Koaliciju Suverenisti činili su stranka Dosta je bilo (predsednik i nosilac liste Suverenista je Saša Radulović), zatim Zdrava Srbija (predsednik Milan Stamatović koji je i predsednik opštine Čajetina) i pokret Živim za Srbiju (predsednica je dr Jovana Stojković). **Koalicija Suverenisti je u toku izborne kampanje 3 puta komunicirala ka i o mladima.**

Ukazivali su na nemogućnost zaposlenja mladih bez partijske knjižice, na njihov odlazak iz Srbije i na potrebu za subvencionisanjem mladih poljoprivrednika. Glavni akteri koji su se obraćali mladima u toku kampanje bili su nosilac liste Saša Radulović, potpredsednica stranke Dosta je bilo Hana Adrović i Milan Stamatović, predsednik Zdrave Srbije. Od ukupno 120 kandidata na listi Suverenista, 11 je mladih kandidata/kinja, što iznosi 8,33% (7 mladih žena i 4 mlada muškarca). U prvoj polovini liste se ne nalaze mladi kandidati, dok ih je u drugoj polovini 11, što je 18,33% od ukupnog broja kandidata/kinja na listi.

Problemi mladih i programi za mlade: Ova koalicija je tokom izborne kampanje komunicirala o migracijama mladih, zasnivanju porodice, poljoprivredi, obrazovanju i partokratiji kao problemu za zapošljavanje mladih.

⁶⁰ Kontakt: m.sekulic12@yahoo.com

Migracije/zasnivanje porodica

Hana Adrović, potpredsednica stranke Dosta je bilo, govorila je o tome da mladi sve više osnivaju svoje porodice u zemljama EU, jer im se u Srbiji ne pruža ta mogućnost.⁶¹

Poljoprivreda

Predsednik Zdrave Srbije, Milan Stamatović, govorio je o potrebi uvođenja subvencija za mlade poljoprivredne proizvođače kako bi ostali u svojim mestima.⁶²

Obrazovanje/partokratija

Lider Koalicije Suverenisti, Saša Radulović ukazao je na probleme zapošljavanja mladih i istakao da mladi, perspektivni i obrazovani ljudi ne mogu da dođu do radnog mesta ukoliko nisu deo političke stranke.⁶³

Popis mera/obećanja: Subvencije za mlade poljoprivrednike.

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: DJB Suverenisti – Zrenjanin, Branka Stamenković, Здрава Србија, Saša Radulović, ДЈБ – Суверенисти.

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 15 000€

Procena udela oglašavanja ka mladima: 22%

Procena potrošnje ka mladima: 3300€

Ukupan broj reklama: 230

Prosečna potrošnja po reklami: 65€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mladi: 2

Suverenisti su u prvom delu kampanje najviše sredstava usmerili na prikupljanje potpisa podrške za svoje kandidature na različitim nivoima, gde se zastupljenost mladih u ciljnoj grupi uglavnom kretala oko 15%. Zastupljenost mladih je iz nedelje u nedelju lagano rasla, pa je tako u poslednjoj nedelji kampanje u zavisnosti od stranice, zastupljenost mladih bila između 22 i 25%. Iako su mladi bili prisutni u ciljnoj grupi, pa tako i prvi glasači, samo 2 reklame u kojima se eksplicitno pominju mladi deluju zanemarivo u odnosu na ukupan broj reklama – 230 (0,86%).



⁶¹ YouTube nalog DJB – Suverenisti, 18.3.2022., <https://www.youtube.com/watch?v=4YewUOE7nE>

⁶² Izvor vesti u formatu: Tanjug 19.3.2022., <http://www.tanjug.rs/full-view.aspx?izb=723324>

⁶³ YT nalog DJB – Suverenisti, 14.3.2022., <https://www.youtube.com/watch?v=PeQ4-CmkgpA>

Zaključak: Koaliciju Suverenisti činili su stranka Dosta je bilo, Zdrava Srbija i pokret Živim za Srbiju. Koalicija Suverenisti je u toku izborne kampanje 3 puta komunicirala ka i o mladima. Ova koalicija je tokom izborne kampanje komunicirala o migracijama mladih, zasnivanju porodice, poljoprivredi, obrazovanju i partokratiji kao problemu za zapošljavanje mladih. Otvorili su pitanje subvencionisanja mladih poljoprivrednika kako bi ih zadržali u Srbiji. Ova koalicija nije preskočila izborni prag i neće imati svoje predstavnike/ce u Narodnoj skupštini Republike Srbije. Ova koalicija je od ukupno 15 000 evra potrošenih na plaćenu promociju na društvenim mrežama – na mlade je potrošila oko 3 300 evra.

Mina Trajković⁶⁴

11. Boško Obradović - Srpski pokret Dveri

- POKS - Miloš Parandilović - Patriotski blok za obnovu kraljevine Srbije
&
Kandidat za predsednika – Boško Obradović

Uvod: Patriotski blok predstavlja koaliciju Srpskog pokreta Dveri, Pokret obnove Kraljevine Srbije i još nekoliko organizacija.. **Komunicirali su o i ka mladima u 47 navrata što je ubedljivo najviše od svih izbornih aktera.** Boško Obradović, predsednik Srpskog pokreta Dveri i predsednički kandidat koalicije, obraćao se najviše mladima, u 45 navrata. Radmila Vasić, predsednik GrO Dveri Beograd, i Milovan Jakovljević, potpredsednik Dveri, obratili su se po jednom. Okviri su dominantno bili ekonomski, stambeni i obrazovni. Na izbornoj listi za narodne poslanike/ce, mladih je u prvoj polovini bilo 9, od toga jedan u prvih dvadeset mesta.

Ukupno je bilo 25 mladih kandidata/kinja što predstavlja 10% (15 mladih žena i 10 mladih muškaraca). Patriotski blok je na parlamentarnim izborima prema preliminarnim rezultatima osvojio 10 mandata, međutim među njima neće biti mladih narodnih poslanika/ca.

Problemi mladih i programi za mlade: Patriotski blok je isticao probleme sa kojima se mladi suočavaju na sledeći način:

⁶⁴ Kontakt: minatrajkovic73@gmail.com

Obrazovni sistem

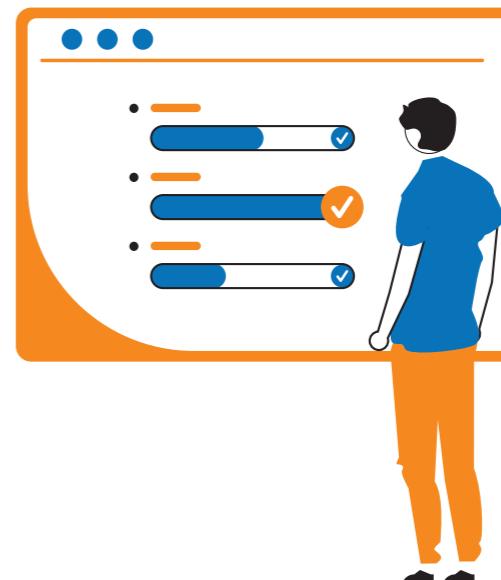
Boško Obradović je isticao da mlade muči obrazovni sistem.⁶⁵ Ukazao je da će Dveri reformisati i modernizovati obrazovni sistem, a da će školovanje biti besplatno, podrazumevajući pod tim i besplatne udžbenike. Zato je neophodno da se studentima vrate školarine koje su plaćali prethodne 2 godine i da se u potpunosti reformiše obrazovni sistem kako do toga ne bi ponovo došlo i kako bi mladi mogli da grade svoju i našu budućnost.⁶⁶ Istakao je i probleme osoba sa hendikepom u obrazovnom sistemu, obećavajući unapređenje socijalnog programa.⁶⁷

Odlazak mladih iz zemlje

Boško Obradović je isticao da polovina mladih želi da ode iz države.⁶⁸ Porodični problemi, ubuduće, rešavaće se u Skupštini grada, ističe Radmila Vasić i dodaje da će Beograd biti grad mladih ljudi koji neće imati razloga za odlazak iz zemlje.⁶⁹

Privatno preduzetništvo

Boško Obradović je nekoliko puta govorio o podsticanju i subvencionisanju privatnog preduzetništva kod mladih. On je navodio da će "naopaka" politika subvencionisanja biti odmah ukinuta, a sva sredstva usmerena na domaću privrednu, posebno za mlade ljude.⁷⁰



⁶⁵ Sajt Dveri, 14. 2. 2022, <https://dveri.rs/saopstenja/obradovic-svim-srcem-za-mlade>

⁶⁶ Facebook Dveri, 13. 2. 2022, https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=541778867352229&id=100045603613118&sfnsn=mo

⁶⁷ Sajt Dveri, 18. 2. 2022, <https://dveri.rs/saopstenja/obradovic-pravda-i-jedna-kost-za-osobe-sa-hendikepom>

⁶⁸ Sajt Dveri, 14.2. 2022, <https://dveri.rs/saopstenja/obradovic-svim-srcem-za-mlade>

⁶⁹ Sajt Dveri, 15. 3. 2022, <https://dveri.rs/saopstenja/radmila-vasic-za-beograd-kao-miran-bezbedan-i-stabilan-grad-za-porodicu>

⁷⁰ Sajt Dveri, 14.2. 2022, <https://dveri.rs/saopstenja/obradovic-svim-srcem-za-mlade>

Zapošljavanje

Boško Obradović je isticao da drugo pitanje mladih ljudi u Srbiji koje treba rešiti jeste zaposlenje, ali zaposlenje, kako tvrdi Obradović "bez ucene, zaposlenje bez obzira na partijsku knjižicu, zaposlenje na konkursima, gde će se takmičiti oni koji imaju najbolje ocene na fakultetima, oni koji imaju prave diplome i prave doktorate".⁷¹

Osamostaljivanje mladih

Osamostaljivanje mladih i rešavanje stambenog pitanja

Boško Obradović je isticao da će pružiti pomoć mladima pri zapošljavanju i osamostaljivanju.⁷² Takođe, obećao je da će pružiti pomoć mladima da reše stambeno pitanje.⁷³ Uzao je da želi da pruži pomoć mladima pri dobijanju prve nekretnine, tj. prvog stana.⁷⁴ Govoreći o studentskom smeštaju, istakao je da država mora studentima/kinjama obezbediti povlašćen smeštaj i ishranu tokom studija. Istakao je da će Dveri izgraditi nove studentske kampuse i smanjiti troškove studentskog života.⁷⁵ On je rekao da će se zalagati i za stvaranje nove forme međugeneracijske solidarnosti između najstarijih i mladih, gde bi mlađi mogli da dobiju stanove za iznajmljivanje po povoljnijim cenama ukoliko bi se uključili u jednu vrstu socijalne brige za najstarije građane.⁷⁶

Vojni rok

Govoreći o vojnom roku, Boško Obradović smatra da mlađi treba da prođu vojnu obuku, kao i obuku za odbranu i civilnu zaštitu, koja ne bi bila klasičan vojni rok, već obuka od 3 meseca.

Napominje da je to važno zbog obrazovanja, vaspitanja i odrastanja mladih ljudi. Smatra da ovaj koncept podržavaju mnogi, ali da mlađi u Srbiji žele da služe vojni rok 3 meseca.⁷⁷

Podsticaj mlađim bračnim parovima

Milovan Jakovljević istakao je da umesto subvencija stranim investitorima, potrebno je subvencionisati mlađe bračne parove koji ostaju ili se vraćaju da žive na selu sa najmanje 10 hiljada evra po supružniku i sa još toliko za svako novorođeno dete.⁷⁸

Popis mera/obećanja: Dveri su ponudili obiman spisak manje ili više konkretnih

- modernizacija i reforma obrazovnog sistema (potpuno besplatno školovanje i besplatni udžbenici)
- subvencije za mlađe privrednike
- subvencije za rešavanje stambenog pitanja
- pomoć mlađima u zapošljavanju
- pravednu stambenu politiku
- subvencije za mlađe bračne parove
- subvencije za zasnivanje porodice
- paket pronatalitetnih mera
- smanjenje poreza za svako dete
- koncept modernog sela za rešavanje stambenog pitanja
- program za ostanak mlađih u zemlji
- izgradnju studentskih kampusa
- uvođenje obaveznog vojnog i civilnog roka od 3 meseca
- vraćanje školarina studentima u prethodne dve godine
- beneficirano stanovanje i ishrana za studente

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: Двери Чачак_Dveri Čačak, Двери – Dveri, ДВЕРИ Београд, Двери Нови Сад, Нова снага Србије.

⁷¹ Facebook Dveri, 16. 2. 2022,
https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=543592527170863&id=100045603613118&m_ents=tream_source=timeline

⁷² Sajt Dveri, 22.2. 2022,
<https://dveri.rs/saopstenja/bosko-obradovic-patriotski-blok-za-buducnost-srbije>

⁷³ Kurir, 23. 2. 2022,
<https://www.kurir.rs/vesti/politika/3878691/bosko-obradovic-isprobivao-seselja-i-vuka-draskovic-a-u-emisiji-uzivo-sansa-treba-da-se-da-novim-ljudima-hajmo-da-promenimo>

⁷⁴ Twitter: Boško Obradović 23.2. 2022,
https://twitter.com/BoskoObradovic/status/1496466603973750784?t=jzSOqdallKu_8C3PNxmyw&s=19

⁷⁵ Sajt Dveri, 27. 2. 2022,
https://dveri.rs/saopstenja/obradovic-mladima-skolovanje-zaposlenje-i-osamostaljenje?fbclid=IwAR3c0dhFDXTlbW9vzjC-nWe5PT3re8elrmOB2zgognhZKmxAWozL8o5_hlk

⁷⁶ N1, 19. 3. 2022,
<https://rs.n1info.com/izbori-2022/obradovic-dveri-skandal-na-rts-u-koji-je-poremetio-tok-izbora-nog-procesa/>

⁷⁷ Prva, 4.3. 2022,
<https://www.prva.rs/web-tv/info/prva tema/prva tema-kakav-je-predsednik-potreban-srbiji-2116411>

⁷⁸ Sajt Dveri, 11. 3. 2022,
<https://dveri.rs/saopstenja/obradovic-bez-jakog-sela-nema-ni-jake-drzave>



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 25 300€

Procena udela oglašavanja ka mladima: 20%

Procena potrošnje ka mladima: 5 000€

Ukupan broj reklama: 85

Prosečna potrošnja po reklami: 298€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mlađi: 8

U prve dve nedelje marta, ova koalicija je bila pasivnija, pa se tako nije preterano obraćala ni mlađima. Ipak, od treće nedelje povećali su svoj budžet značajno i od tog momenta intenzivno targetirali mlađe dok nisu postigli prosečak od 20% udela mlađih u ciljnoj grupi. Blizu 10% sadržaja koje je ova koalicija sponzorisala odnosili su se na mlađe, odnosno pominjali su mlađe direktno (8 od 85). Prvi glasači bili su deo ciljne grupe sve vreme, ali je u poslednjoj nedelji primetan pad, kao i u obraćanju muškarcima i mlađima generalno, ali to nije značajnije uticalo na krajnje vrednosti.

Zaključak: Patriotski blok se najviše puta obraćao mlađima od svih izbornih lista. Ipak, ispred liste ni jedna mlađa osoba nije ušla u parlament kao narodni poslanik/ca. Teme koje su isticali kao važne bile su različitog karaktera: obrazovni sistem (besplatne knjige i školarina), osamostaljivanje mlađih i stambeno pitanje, privatno preduzetništvo, odlazak mlađih iz države itd. Ton njihovog obraćanja mlađima bio je neutralan; pridali su pažnju rešavanju problema i predložili određene konkretnе mere za rešavanje istih, dok su negativno govorili o postojećim merama i omladinskoj politici. Predložili su mere za koje će se zalagati radi poboljšanja okruženja u kome mlađi žive. Neke od često ponavljanih mera su modernizacija obrazovnog sistema, pomoći mlađima u rešavanju stambenog pitanja i subvenconisanje privatnog preduzetništva. Od ukupno 25 300 evra potrošenih na plaćenu promociju na društvenim mrežama, ova koalicija je potrošila oko 5 000 evra na mlađe.

Jovana Živanović⁷⁹

14. Boris Tadić - Ajmo ljudi

– Socijaldemokratska stranka – Nova stranka – 1 od 5 miliona –
Tolerancija Srbije – “Ujedinjeni pokret zelenih Srbije” – Bošnjačka
Građanska stranka – Stranka Crnogoraca

Uvod: Koaliciju “Boris Tadić – Ajmo ljudi” čine Socijaldemokratska stranka, Nova stranka, pokret “1 od 5 miliona”, Ujedinjeni pokret Zelenih Srbije, Tolerancija Srbije, Bošnjačka Građanska Stranka i Stranka Crnogoraca. Ova koalicija je svoju kampanju krenula kasnije u odnosu na ostale izborne liste, pa u prvoj nedelji kampanje nije bilo nikakvih obraćanja od strane koalicije. **U okviru monitoringa, koalicija “Boris Tadić – Ajmo ljudi” komunicirala je u 10 navrata ka i o mlađima.** Najviše se obraćao mlađi kandidat za narodnog poslanika, Stefan Novaković iz pokreta “1 od 5 miliona” i nosilac liste Goran Radosavljević. Pored ovih kandidata, obraćali

su se i lider Socijaldemokratske stranke Boris Tadić, nosilac beogradske liste Duško Vujošević i kandidat za poslanika iz Nove stranke, Luka Đolić. Teme o kojima se najviše komuniciralo tiču se političkog aktivizma i participacije mlađih, participacije mlađih u izbornom procesu, sporta, ekonomskih tema, odlaska mlađih iz Srbije, aktivizmu mlađih, pomoći mlađima od 100 evra i obrazovanja. Koalicija “Boris Tadić – Ajmo ljudi” imala je 39 mlađih kandidata/kinja na izbornoj listi od ukupno 245 kandidata što predstavlja 15,9% (20 mlađih žena i 19 mlađih muškaraca). Od toga, u prvoj polovini liste 25 kandidata, od toga u prvih 20 na listi je dvoje kandidata, dok je u drugoj polovini liste bilo 14 kandidata. Ova koalicija nije prešla izborni prag i neće imati predstavnike/ce u Narodnoj skupštini Republike Srbije.

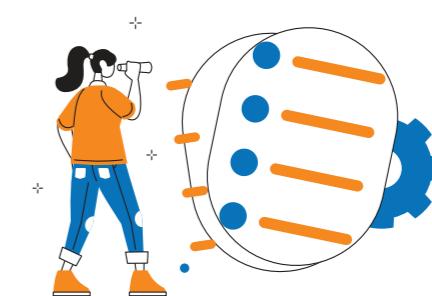
Problemi mlađih i programi za mlađe: Koalicija “Boris Tadić – Ajmo ljudi” u svojoj izbornoj kampanji najviše je komunicirala o problemima koji se tiču političke participacije mlađih, participacije u izbornom procesu, aktivizma (uključujući i politički aktivizam), ali nisu izostali ni problemi poput 100 evra za mlađe, ekonomskih problema, obrazovanja, sporta i odlaska mlađih iz Srbije. Koalicija je u negativnom tonu komentarisala pomoći Vlade Republike Srbije za mlađe u iznosu od 100 evra, kao i uvrede na račun studenata/kinja od strane voditeljke televizije sa nacionalnom pokrivenošću u programu uživo. Konkretni programi za mlađe ove koalicije odnosili su se na cikluse investicija koje će vratiti sport u škole, kampuse za srednje škole i stimulacije poslodavcima pri zapošljavanju novih zaposlenih uz povećanje zarada.

Participacija mlađih u izbornom procesu

Kandidat za narodnog poslanika – Duško Vujošević je u svom obraćanju podsticao mlađe da izađu na izbole i glasaju bez straha za one u koje veruju⁸⁰ dok je mlađi kandidat za narodnog poslanika Stefan Novaković istakao u Kragujevcu da su mlađi u ovom mestu totalno skrajnuti od strane vlasti i pozvao ih da izađu na glasanje 3. aprila.⁸¹

Politička participacija mlađih

Kao ključni problem društva, mlađi kandidat za narodnog poslanika iz pokreta “1 od 5 miliona” Stefan Novaković navodi neučestvovanje mlađih u donošenju odluka kao i mali broj mlađih



⁷⁹ Kontakt: jokaz97@gmail.com

⁸⁰ Fejsbuk stranica Socijaldemokratske stranke, 26.02.2022., <https://www.facebook.com/SocijaldemokratskastrankaSDS/videos/1031867361041896/>

⁸¹ Blic, 20.02.2022. <https://www.blic.rs/izbori-2022/parlamentarni-izbori/tadic-ucinicemo-sve-da-kragujevac-bude-opet-grad-razvoja/bmlpgd2>

koji se nalaze na izbornim listama. U svom obraćanju istakao je da mladi moraju preuzeti stvari u svoje ruke.⁸²

Podrška Vlade mladima od 100 evra

Stefan Novaković iz pokreta "1 od 5 miliona" ukazao je da je ponižavajuće da neko ceni mlađe sa 100 evra pomoći i da mlađa osoba sa tim ne može da investira u sebe. Takođe, ukazao je da obećanje nove pomoći mlađima od 100 evra posle izbora predstavlja mit i korupciju.⁸³

Odlazak mlađih iz Srbije

Stefan Novaković ukazao je na odlazak mlađih ljudi iz Srbije. Smatra da je u proteklih 10 godina migriralo 500.000 ljudi različitih profesija i zanata, a da su najveći deo tih ljudi upravo mlađi.⁸⁴

Obrazovanje

U okviru teme obrazovanja, mlađi kandidat za poslanika Stefan Novaković smatra da svi ljudi treba da imaju jednake prilike i početne pozicije što bi značilo da prijemni ispiti, upis na fakultet i prva godina fakulteta budu besplatni za sve.⁸⁵ Takođe, u okviru ove teme, ka mlađima je komunicirao i nosilac liste Goran Radosavljević, koji je u više navrata istakao politiku obaveznog srednjoškolskog obrazovanja, kao i vraćanja sporta u škole. U kontekstu obrazovanja, iz koalicije su ponudili i konkretne programe koji se odnose na cikluse investicija koje će vratiti sport u škole kao i kampuse za srednje škole.⁸⁶



⁸² Fejsbuk stranica Socijaldemokratske stranke, 26.02.2022., <https://www.facebook.com/watch/?v=264895302488260>

⁸³ Liga TV, 06.03.2022., https://www.youtube.com/watch?v=_MSg5EBEppl&ab_channel=TVLiga

⁸⁴ Radio Televizija Vojvodine, 12.03.2022.

[https://www.rtv.rs/sr_lat/izbori-2022/parlamentarni-izbori/novakovic-\(ajmo-ljudi\)-ljudi-da-budu-jednaki-i-solidarni_1322452.html](https://www.rtv.rs/sr_lat/izbori-2022/parlamentarni-izbori/novakovic-(ajmo-ljudi)-ljudi-da-budu-jednaki-i-solidarni_1322452.html)

⁸⁵ Radio Televizija Vojvodine, 12.03.2022.

[https://www.rtv.rs/sr_lat/izbori-2022/parlamentarni-izbori/novakovic-\(ajmo-ljudi\)-ljudi-da-budu-jednaki-i-solidarni_1322452.html](https://www.rtv.rs/sr_lat/izbori-2022/parlamentarni-izbori/novakovic-(ajmo-ljudi)-ljudi-da-budu-jednaki-i-solidarni_1322452.html)

⁸⁶ Južne vesti, 14.02.2022.

<https://www.juznevesti.com/Politika/Radosavljevic-Reforma-zdravstva-obrazovanja-i-privreda-osnov-programa-liste-Ajmo-ljudi.sr.html>

Sport

Iz ove koalicije ukazali su na problem nedostatka sporta u obrazovnom sistemu što nepovoljno utiče na zdravlje mlađih i ukazao na činjenicu potpunog zaboravljanja teme sporta među mlađima.⁸⁷

Ekonomija

Nosilac liste Goran Radosavljević, u okviru ekonomske reforme, ukazao je na činjenicu da je potrebno razviti preduzetnički duh kod mlađih, ali i reformisati oporezivanje dohotka, stimulisati poslodavce da više ljudi zapošljavaju i povećavaju zarade.⁸⁸

Demografija

Mlađi kandidat za narodnog poslanika Luka Đolić istakao je da je neophodno poboljšanje privrede jer se samo tako može omogućiti mlađima da žive u Srbiji i da pronađu svoju budućnost. U istom obraćanju ističu da će im se tako pomoći da pronađu i kulturu i sve ostalo kako bi se osećali prihvaćeno u Zrenjaninu.⁸⁹

Politički aktivizam

Nosilac koalicione liste Boris Tadić ukazao je na problem targetiranja studenata da su "spremni da za 1000 dinara izdaju na proteste i urade šta god se od njih traži".⁹⁰

Popis mera/obećanja:

- Ciklus investicija koje će vratiti sport u škole;
- Kampusi za srednje škole;
- Stimulacija poslodavaca pri zapošljavanju novih zaposlenih i povećanje zarada.

Plaćene promocije na društvenim mrežama:

Posmatrane stranice: 1od5miliona – zvanična stranica, Socijaldemokratska stranka, Dule Vujošević – Ajmo ljudi.

Potrošeno u periodu 28. februar – 3. april 2022: 7 600€

Procena udela oglašavanja ka mlađima: 28%

Procena potrošnje ka mlađima: 2 100€

Ukupan broj reklama: 130

Prosečna potrošnja po reklami: 58€

Ukupan broj reklama u kojima se spominju mlađi: 7

⁸⁷ Južne vesti, 14.02.2022.

<https://www.juznevesti.com/Politika/Radosavljevic-Reforma-zdravstva-obrazovanja-i-privreda-osnov-programa-liste-Ajmo-ljudi.sr.html>

⁸⁸ Tanjug, 20.03.2022., <http://www.tanjug.rs/full-view.aspx?izb=723495>

⁸⁹ FB stranica pokreta "1 od 5 miliona", 25.02.2022.

<https://www.facebook.com/watch/?v=1329676707532785>

⁹⁰ Danas, 30.03.2022.

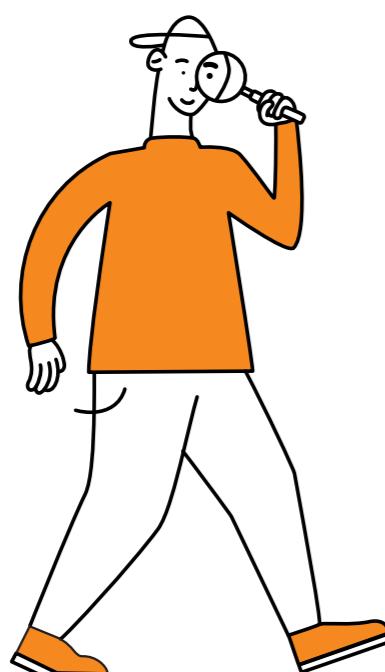
https://www.danas.rs/vesti/politika/tadic-naterao-marica-i-brsic-na-izvinjenje-studentima-koje-su-uvredili/?fbclid=IwAR1YEk1XTLXC9bjApFcze_WAscqbFil-HkQyNYQ4YMONOLThZMMxbZ9m8



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Iz koalicije Ajmo ljudi su početkom marta meseca najviše sredstava usmerili na prikupljanje potpisa podrške za svoje kandidature, gde se zastupljenost mladih u ciljnoj grupi uglavnom kretao oko 30%. Mladi su kontinuirano bili prisutni u ciljnoj grupi ove koalicije, a primetne su promene u usmerenosti reklama prema polu, pa su tako u četvrtoj nedelji marta target bili samo muškarci. Prvi glasači su takođe bili deo ciljne grupe ove koalicije, a najprisutniji sredinom i krajem marta.

Zaključak: Koaliciju "Boris Tadić – Ajmo ljudi" čine Socijaldemokratska stranka, Nova stranka, pokret "1 od 5 miliona", Ujednjenjeni pokret Zelenih Srbije, Tolerancija Srbije, Bošnjačka Građanska Stranka i Stranka Crnogoraca. Broj mladih kandidata/kinja ove izborne liste je 39 mladih od 245 ljudi na izbornoj listi. Od ovih 39 mladih, čak 20 mladih nalazi se na prvoj polovini liste. Teme o kojima su komunicirali predstavnice koalicije odnosile su se obrazovanje, političku participaciju i participaciju mladih u izbornom procesu, politički aktivizam, ekonomiju, sport, odlazak mladih iz Srbije, demografiju, ali u negativnom tonu komunicirali su i o merama Vlade za pomoć mladima od 100 evra kao i o targetiranju studenata u programu sa nacionalnom pokrivenošću. Kada je reč o konkretnim programima za mlade, iz koalicije "Boris Tadić – Ajmo ljudi" naveli su da je neophodno uvesti ciklus investicija koje će vratiti sport u škole, kampuse za srednje škole, a u pogledu ekonomske reforme stimulaciju poslodavaca pri zapošljavanju novih zaposlenih i povećanje zarada. Izborna kampanja ove koalicije krenula je kasnije u odnosu na ostale izborne liste, pa se može zaključiti da su teme o kojima se komuniciralo bile veoma uopštene i bez konkretnih politika za mlade i o mladima. Ova izborna lista nije preskočila izborni prag i neće imati predstavnike/ce u Narodnoj skupštini. Od ukupno 7 600 evra potrošenih na plaćenu promociju na društvenim mrežama, ova koalicija je na mlađe potrošila oko 2 100 evra.



Marija Mavrić⁹¹

Kandidat za predsednika – Miša Vacić

Uvod: Kandidat za predsednika Miša Vacić se jedanput obratio mladima. Okvir u kojem je to obraćanje bilo je ekonomski.

Problemi mladih i programi za mlade: Komunicirao je o ekonomskim uslovima za bolji život mladih u Republici Srbiji. Istiće da je minimalni iznos koji mladima može značiti za bolje uslove života 250 evra, umesto obećanih 100 evra.

Ekonomija

Predsednički kandidat Miša Vacić obraćao se mladima od 18 do 30 godina u Republici Srbiji. Smatra da je usled svih poskupljenja prouzrokovanih ekonomskom krizom, 100 obećanih evra mladima malo, te da je minimalan iznos koji može dati doprinos u poboljšanju života mladih 250 evra. Dao je obećanje da će, ukoliko pobedi na izborima i postane predsednik Republike Srbije, tražiti da država umesto 100 evra, svim mladima od 18 do 29 godina uplati 250 evra. Način na koji bi obezbedio deo sredstava za ovu meru je ukidanje finansiranja nevladinog sektora i drugih organizacija, koji po njemu, "truju srpsku omladinu i radi protiv države".⁹²

Popis mera/obećanja:

Obećao je da će tražiti uvećanje novčane pomoći svim mladima od 18 do 29 godina na 250 evra.

Zaključak: Kandidat za predsednika Miša Vacić se svega jedanput obratio mladima i to u ekonomskom okviru. Obećao je da će mladima dati po 250 evra ako pobedi na izborima, kritikujući meru Vlade o pomoći mladima od po 100 evra. Istakao je da usled svih okolnosti i posledica ekonomske krize, minimalan iznos za poboljšanje života mladih jeste upravo 250 evra. Komunicirao je negativno o merama Vlade RS. Mera pomoći koje država može obezrediti novac za to jeste ukidanje finansiranja nevladinog sektora i raznih organizacija za koje smatra da „truju srpsku omladinu i rade protiv države“. Ovde uočavamo pokušaj pozitivne kampanje prema mladima, uz kritiku mera Vlade, ali se mladi percipiraju u negativnom kontekstu kao neko ko se „truje“. Iz ovoga se zaključuje da ovaj kandidat smatra mlađe podložnim tuđem uticaju, odnosno uticaju organizacija koje pominje.

⁹¹ Kontakt: marija2098@gmail.com

⁹² Danas, 22. 3. 2022,

<https://www.danas.rs/vesti/politika/izbori22/misa-vacic-ako-pobedim-mladi-ce-dobiti-250-evra-pomoci/>



KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Preporuke za unapređenje političke participacije mladih

1. Politički programi i partije

Političke partije bi trebalo da se obraćaju mladima, da kreiraju političke programe za njih, da se usmere na probleme mladih i da im posvete pažnju u kampanjama. (Akteri: političke partije; omladinske organizacije u političkim partijama; KOMS).

2. Šta posle izbora?

Oformiti Odbor za mlađe u okviru Narodne skupštine koji bi razmatrao sve zakone koji se direktno ili indirektno odnose na mlađe i koji bi se u svom radu na redovnoj bazi konsultovao sa nacionalnim Savetom za mlađe, kao i svim drugim akterima omladinske politike (Akteri: Narodna skupština Republike Srbije; parlamentarne političke partije; KOMS).

Oformiti Omladinski kokus u Narodnoj skupštini, kao neformalno telo, čiji bi zadatak bio da okuplja mlađe poslanike, ali i druge narodne poslanike zainteresovane za rešavanje problema mladih, kao i predstavnike podmladaka političkih stranaka, ali i predstavnike organizacije civilnog društva. Rad kokusa bio bi usmeren ka tome da se potrebe i interesi mlađih stave na istaknutije mesto u radu skupštine (Akteri: Narodna skupština Republike Srbije; političke partije; KOMS).

3. Mlađi u kampanji

Političke partije moraju omogućiti mlađima unutar partija veći prostor za učešće u kreiranju i usmeravanju poruka ka mlađima, više pozicioniranje mlađih na izbornim listama kako bi imali veću šansu da budu deo Narodne skupštine Republike Srbije i učestvuju u donošenju odluka.

Omogućiti veći uticaj mlađih na donošenje odluka, podsticati i razvijati demokratsku/participativnu političku kulturu kod mlađih (Akteri: Vlada RS; Narodna skupština; ministarstva; jedinice lokalne samouprave; političke partije; KOMS; udruženja građana; udruženja mlađih i za mlađe).





KROVNA
ORGANIZACIJA
MLADIH SRBIJE

Monitoring izborne kampanje 2022.

8

Predsedničkih
kandidata/kinja

141

Obraćanja aktera

10

Lista i
kandidata/kinja
koje smo posmatrali.
(i sve političke
partije, pokrete i
platforme unutar
izbornih lista)

50

Mladih uključeno u proces monitoringa

317

Mladih kandidata/kinja na listama

14

Mladih
poslanika/ca
prema
preliminarnim
rezultatima

45

Dana
kampanje

52.498

Procenjeni iznos potrošen na oglašavanje
ka mladima tokom kampanje (**u evrima**)

60

Obećanja
i konkretnih
politika

Ovo istraživanje izradila je Krovna organizacija mladih Srbije u saradnji sa DW Akademijom. Istraživanje je nastalo u okviru projekta DW Akademie Young Media – Media for and with young people, koji podržava Ministarstvo za ekonomski razvoj i saradnju Savezne Republike Nemačke i DW Akademie. Stavovi izraženi u ovoj publikaciji odgovornost su autora i izdavača i ne predstavljaju nužno stavove Ministarstva za ekonomski razvoj i saradnju Savezne Republike Nemačke i DW Akademie.