



## ТЕЛМА

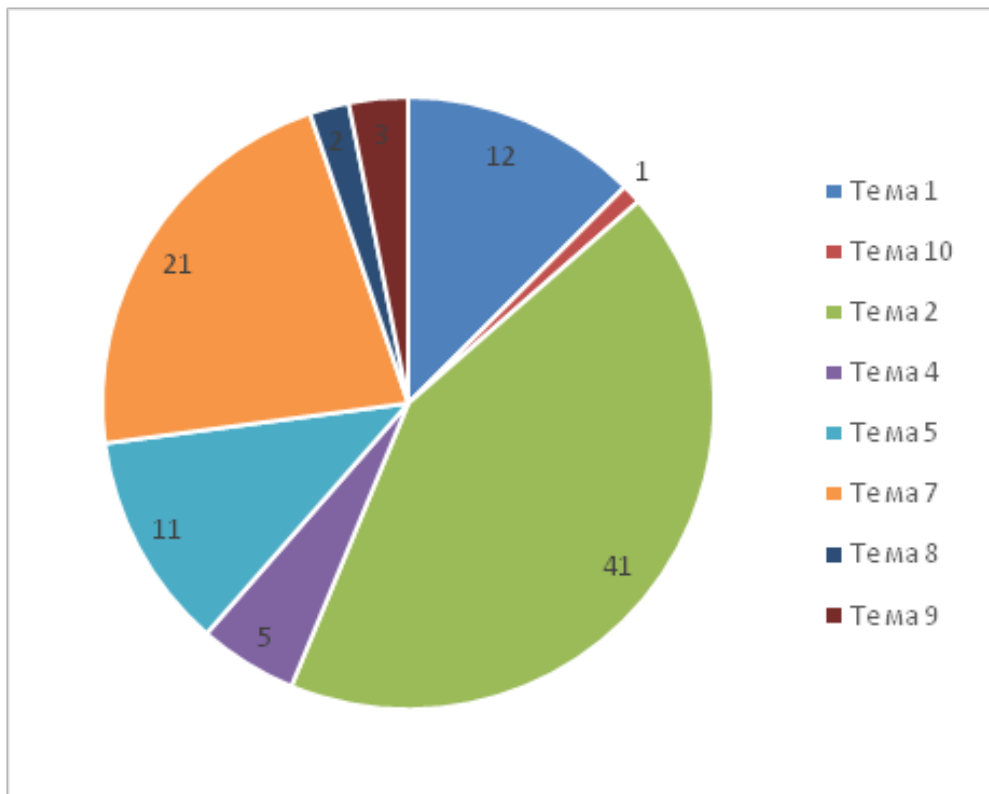
### ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА ТЕЛМА

- Телма објави 96 прилози на сите актуелни теми и случувања поврзани со политичките субјекти кои учествуваат во изборната трка во земјата. Најмногу од нив (41) се за прилози кои се однесуваат на предизборните активности во потесна смисла на зборот, во 21 се известува за редовната работа на институциите, во 12 за подготовката на изборите, во 11 работата на СЈО, во 4 тоа се активностите на функционерите, додека за анкетите што го мереа јавното мислење објави 3 прилози и два (2) за темите поврзани со двојазичноста или федерализацијата.
- Телевизијата во централниот дневник известуваше избалансирано и во однос на бројот на прилозите и во однос на аргументираниот критички однос кон политичките субјекти во сите актуелни настани. Прилозите во најголем број случаи беа без воочлив новинарски став, а во мал број прилози (вкупно 8) тие неутрално критички ја опсервираа активноста на политичките субјекти и институциите.
- Може да се заклучи дека постои избалансираност и кога Телма известуваше за кампањата на политичките партии во потесна смисла - владејачката ВМРО ДПМНЕ, коалицијата што таа ја преводи и функционерите се појавуваат во речиси ист број прилози како и СДСМ. Сепак ВМРО-ДПМНЕ беше во 6 прилози опсервирана со аргументирана критика.

# 1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Фокусот на известувањето на Телма во анализираниот период е на предизборните активности на партиите. Телевизијата продолжи и со информирање заредовната работа на институциите преку известување за проблемите во судството и локалната са-

моуправа, преку теми кои се однесуваат на јавниот интерес. Актуелна беше и работата на СЈО преку судското рочште поврзано со предметот Тврдина, а телевизијата спроведе и анкета за рејтингот на партиите во предизборието (26.11)



Број на прилози на Сител според теми (21 – 29 ноември)

Тема 1	Организацијата на предвремените парламентарни избори (избирачки список, проблеми со број на гласачи, следење на можни неправилности итн).
Тема 2	Предизборни активности на политичките партии (сите активности што вклучуваат митинзи, најави за митинзи, средби со граѓани, ветувања, соопштенија, реакции и сл).
Тема 3	Промоција на проекти и мерки на Владата
Тема 4	Други активности на владини функционери (протоколарни средби, изјави и др. редовни активности)
Тема 5	Работата на Специјалното јавно обвинителство
Тема 6	Работата на АВМУ и Ад Хок телото
Тема 7	Редовна работа на државните институции, судовите, локалната самоуправа (прилози во кои медиумите не известуваат за политичките партии, туку за различни проблеми и прашања од јавен интерес)
Тема 8	Двојазичност и федерализација
Тема 9	Анкети на јавно мислење
Тема 10	Други теми

## 2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

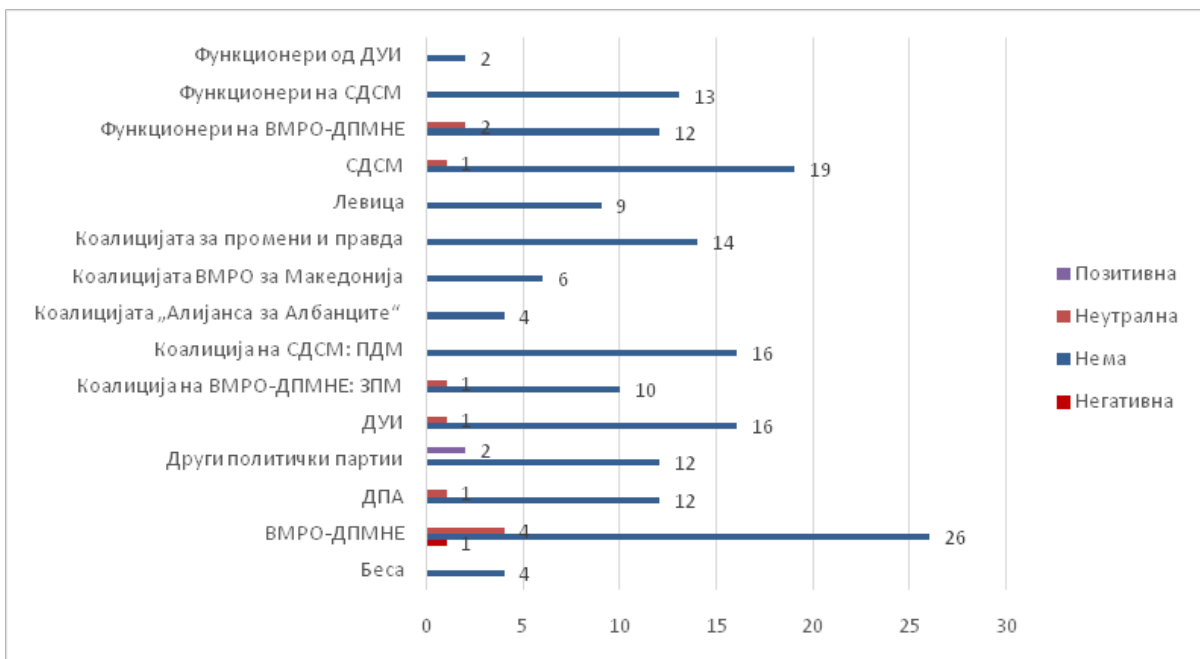
Телевизијата во централниот дневник известуваше со релативна избалансираност и во однос на бројот на прилозите и во однос на критиките кон политичките субјекти во сите актуелни настани во анализираниот период.

Во најмногу од прилозите (54) субјект е ВМРО ДПМНЕ, Коалицијата за подобра Македонија и функционерите од оваа партија, додека во 49 е СДСМ, коалицијата што таа ја предводи и функционери од опозицијата, додека владејачката ДУИ и функционерите од оваа партија- 19. ДПА се појавува во 12 прилози, додека Коалицијата за промени и правда како Трет блок е во 13 прилози. Во по 8 прилози како субјекти се појавуваат Левица, Коалицијата ВМРО за Македонија во 6, Коалицијата Алијанса за Албанците во 4, исто колку и Беса и во 14 други политички партии.

Во најголем број од прилозите немаприс-трасен новинарски став. Во 8 (4 за ВМРО ДПМНЕ и за функционери од ВМРО ДПМНЕ, и по еден за ДУИ, СДСМ и други партии) известувањето е неутрално - критичко: За речникот на политичарите во кампањата 23.11 („Остра ре-

торика водат и двете најголеми партии на Албанците во Македонија, ДУИ и ДПА. Се натпреваруваат кој ќе има повеќе скандирања за Ослободителната војска на Косово“, „Одложено судењето за уништувањето документи во УБК, случајот Тврдина на СЈО од 28.11 („Судијката Лидија Петровска, која е позната по спомнувањето на нејзиното име во опозициските бомби како избрана за судијка поради носење на сваровски накит подароци“).

Два од прилозите содржат благо пофален тон (26.11 „Во рамки на конференцијата Озеленување на балканските економии беше промовирана и изборната програма на ДОМ. Дополнета дооформена и по неколкумесечни консултации со граѓаните на Македонија“) и во еден, врамување кое може да биде толкувано каконегативно кон лидерот на ВМРО ДПМНЕ и екс шефот на УБК Сашо Мијалков во форшпан во средина на вестите од 29.11 („Она што сакам е дека таа сума мора да ја платат Груевски и Мијалков од нивните џебови, не од државните пари иако знам дека на крај тие сепак се дел од украдените државни пари“).

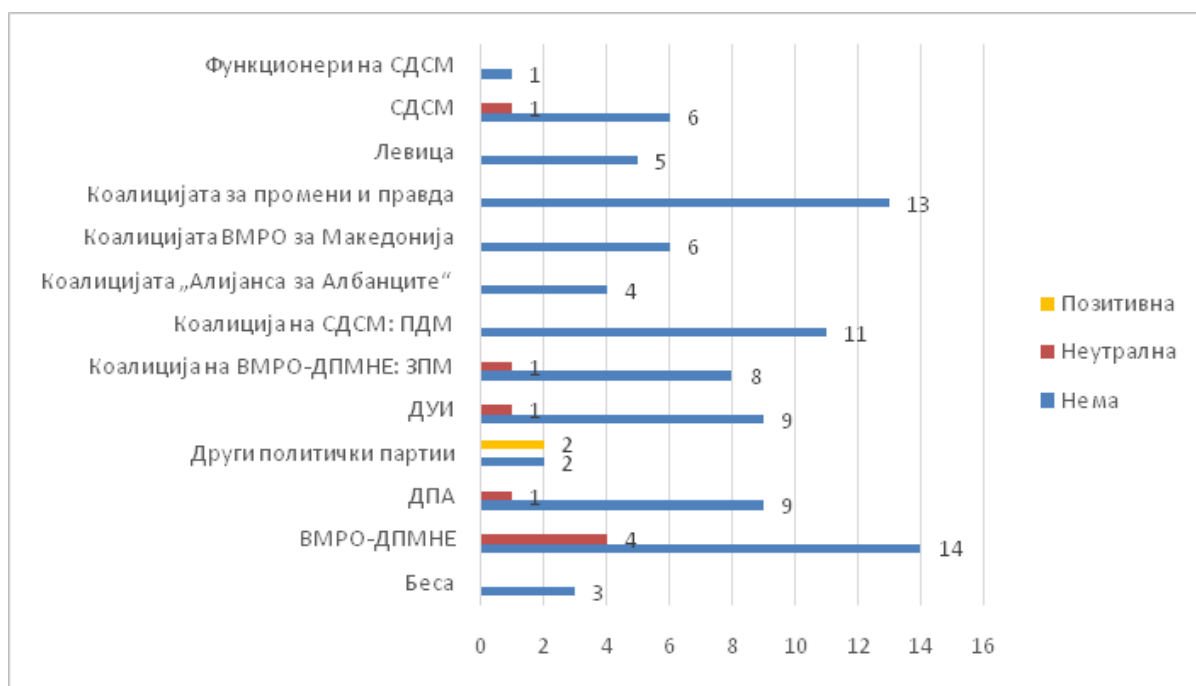


Број на информации за политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно врамување (21-29 ноември)

### 3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Во прилозите за предизборните активности во кампањата, телевизијата им дава простор не само на поголемите политилки партии туку и на новите коалиции и на помалите субјекти. Како субјект и во нив најчесто се појавува ВМРО ДПМНЕ, коалицијата и функционерите (27), потоа СДСМ, опозициската коалиција што ја предводи и функционерите (19), за Коалицијата за промени и правда 13, додека за ДУИ и ДПА по 10. Левица е застапена во 8, Коалицијата ВМРО за Македонија (6), Коалиција Алијанса за Албанците и други партии (4).

И тука најголем број од прилозите се без позитивен или негативен приод од страна на новинарот известувач или медиумот. Во 6 има аргументирана неутрална критика (од митингот на Коалицијата за подобра Македонија и ВМРО-ДПМНЕ во Скопје на 27.11 „Андријана Јаневска се разбира веќе традиционално го почна својот настап со песната „Бог да ги убие шпионите“, интервјуто на Никола Попоски од ВМРО ДПМНЕ од 27.11 „ Како да очекуваме дека некој што е осомничен за криминал ќе се бори против криминалот?“) и во два позитивна за програмата на ДОМ од 26.11.



Број на информации за политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно врамување (21-29 ноември)

### 4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Освен со пренесување на изјавите на политичарите, Телма не известуваше детално за карактеристичните теми што се наметнаа во

овој период. Една од нив беше анкетата што ја спроведе оваа телевизија во соработка со специјализирана агенција, објавена на 26. 11.