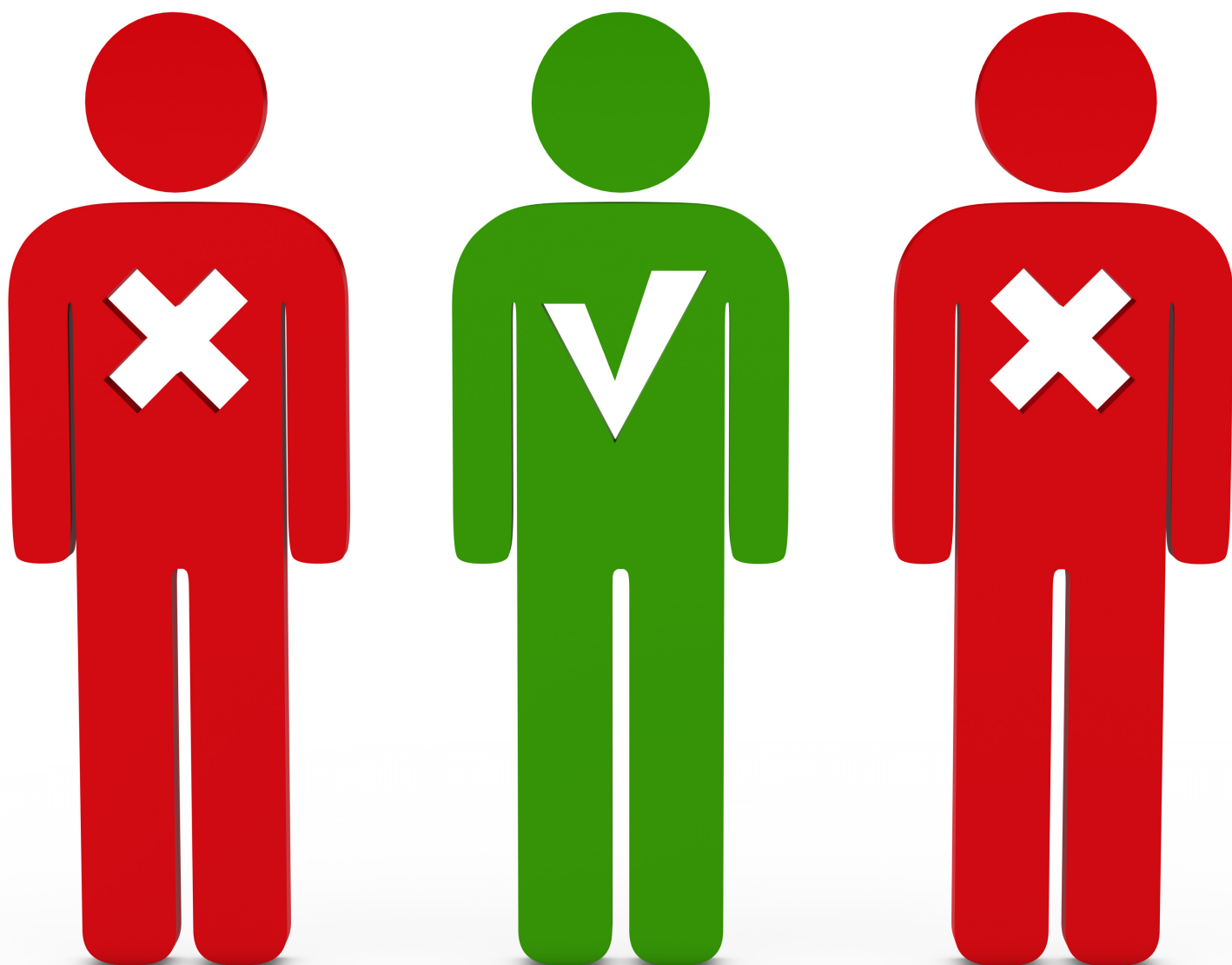


ИЗВЕШТАЈ

ОД МОНИТОРИНГОТ НА ПОКРИВАЊЕТО
НА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА ВО
ТЕЛЕВИЗИСКИТЕ ВЕСТИ
НА ИНСТИТУТОТ ЗА
КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ



ПЕРИОД 30 НОЕМВРИ – 9 ДЕКЕМВРИ 2016



ОПШТИ ЗАКЛУЧОЦИ

- Во мониторираниот период од 30 ноември до 9 декември повеќето телевизии засилено известуваа за предизборните активности на партиите: МТВ1 - 125, МТВ2- 80, Сител 75, Телма 56, ТВ 24 Вести 67, Алсат М 16 на македонски и 72 на албански јазик, ТВ 21 -91 на македонски и 85 на албански јазик, Канал 5 96, Алфа 69, ТВ Нова 61 прилог.
- Јавниот сервис на двата канали ја покриваше кампањата на најголем број субјекти. Во врска со организацијата на изборите се објавуваа информации за финансиските извештаи на партиите, пренесување на официјалните ставови од институциите и на меѓународните претставници, а поретко се анализираа можните злоупотреби. Телевизиите Си-

тел, Канал 5, Алфа и ТВ Нова продолжија со голем број прилози да ја обработуваат темата за 'двојазичноста', при што кај некои оваа тема доминираше во вестите (Сител - на 5-ти декември објави дури пет прилози на оваа тема). Сите овие телевизии темата ја врамија на сличен начин, како вовед во остварување на некакво сценарио за федерализација на земјата што го предводи опозицијата.

- Од другите теми, во овој период повеќе се известуваше за мерките и достигнувањата на Владата, особено во вестите на четирите телевизии Сител (20), Канал 5 (16), Алфа (25) и ТВ Нова (3). При тоа најчесто се фаворизираше ВМРО-ДПМНЕ и нејзиниот лидер, особено во прилозите за странските инвестиции каде како извор се користеше фејсбук-профилот на лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски.
- Кај медиумите како ТВ 24, Алсат М Телма и ТВ 21 многу повеќе се следеа теми поврзани со организацијата и подготовката на изборите: злоупотреба на службената должност и на државните ресурси, неправилностите, финансирањето на кампањата (24 Вести. Алсат М), активностите на граѓанскиот сектор, случувањата во синдикалното организирање и во судството, работата на СЈО (Телма), како и редовната работа на институциите, најмногу судовите (ТВ 21).
- И во овој дел од предизборната кампања јавниот радиодифузен сервис беше единствениот медиум што ги покриваше активностите на сите политички партии што учествуваа на изборите, исклучиво со известување за активностите и пораките на кандидатите и не се отвори ниту една тема. МТВ 2 обезбеди релативна избалансираност во претставувањето на политичките пораки на партиите и од албанскиот и од македонскиот политички блок, во власта и опозициските, со фокус на прашањата од интерес за албанската етничка заедница.
- Сител, Канал 5, Алфа и ТВ Нова обезбедија квантитативен баланс, но според природот имаа некритичко известување: позитивно за ВМРО ДПМНЕ, коалицијата и функционерите и негативен негативен однос кон СДСМ.
- Телма и ТВ 24 Вести настојуваа избалансирано да ја рефлектираат реалната политичката разноликост, што беше видливо и во квантитативниот и во квалитативниот аспект на известување-

то, преку аналитички приод. ТВ 21(на македонски и на албански јазик) и при известувањето за партиските програми, најголем простор издвои за трите партии (ВМРО- ДПМНЕ, ДУИ и СДСМ), нивните коалиции и функционери, известувајќи од митинзите, а поретко со аналитички приод. Алсат М најмалку од сите телевизии информираше за дневните активности на кандидатите (митинзи и средби со граѓани), кон крајот на вестите, а во другиот простор што го отстапи за кампањата, медиумот обработуваше специфични аспекти од неа.

- Двојазичноста и федерализацијата и во овој дел од кампањата беше најчесто користената тема за негативно врамнување на партијата СДСМ. Најмногу вакви прилози објави Сител (19) од кои голем дел уреднички коментари (секојдневно од 2 до 5 декември), потоа тврдења на експерти, граѓани и странски претставници (9 декември трикоментари) „Токму поради ваквите изјави голем број на аналитичари во изминатите денови предупредија дека на Македонија и се заканува федерализација и редефинирање на државата“. Алфа и ТВ Нова известуваа со негативна реторика кон СДСМ и нејзиниот лидер Заев (Алфа 4 декември: „Туркањето на концептот од страна на лидерот на СДСМ Заев, за двојазичност и кантонизација, може да донесе нови немири и судири во државата предупредуваат познавачите“, ТВ Нова 6 декември „Огромното мнозинство Македонци се против двојазичност“).
- Канал 5, освен во контекст на негативно врамнување на СДСМ, овој пат објави и прилози кои беа позитивни за ВМРО-ДПМНЕ, односно беа конструирани да водат до заклучок дека за да се избегне федерализацијата треба да се следи повикот на лидерот Груевски за неговата партија да добие 63 пратенички места (2 декември: „Експертите стравуваат дека најавите за можни широки коалиции по изборите ја отвораат опасноста од редефинирање на државата и промена на уставот, што може да се спречи само ако актуелната владејачка партија освои 63 пратеници“).
- ТВ 24 вести во еден прилог индиректно ја допре таа тема, но во друг контекст (6 декември: „Граѓанска Македонија пред етнички тест“). И ТВ 21 (и на македонски и на албански јазик) само во еден извештај од предизборен настап на политичка партија, но без новинарски став. Алсат М и Телма воопшто не се навротија на темата.



АНАЛИЗА НА ПОЕДИНЕЧНИ ТЕЛЕВИЗИИ



МАКЕДОНСКА ТЕЛЕВИЗИЈА ПРВ СЕРВИС

6

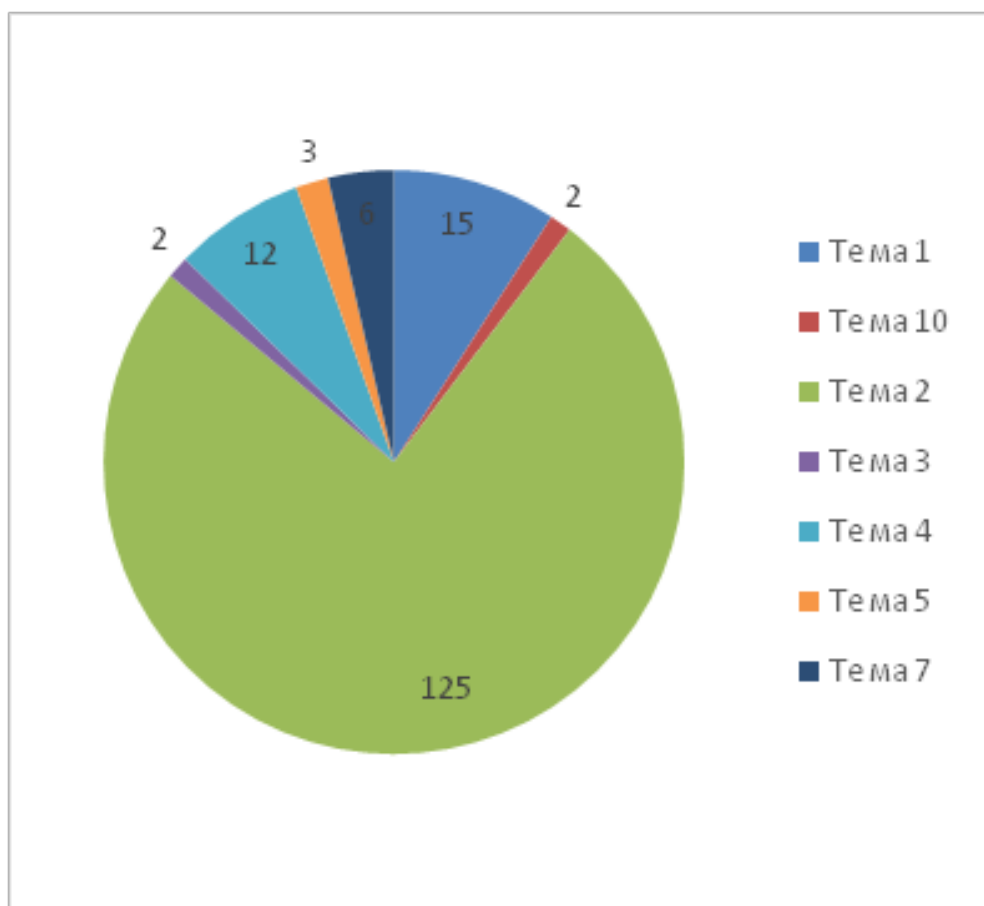
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА МАКЕДОНСКАТА ТЕЛЕВИЗИЈА (ПРВ СЕРВИС)

- Македонската телевизија на својот прв програмски сервис во мониторираниот период емитуваше 165 прилози за политичките актери, процеси и состојби во земјава. Над три четвртини од нив (125) беа посветени на покривање на предизборната кампања, а од другите теми позастапени беа организациските аспекти на изборите (15) и редовните активности на државните функционери (12).
- Вкупно во вестите најчесто беа споменувани СДСМ (57 пати) и ВМРО-ДПМНЕ (56), а најмалку Левица, Либералната партија и ПДП. Во ниту еден прилог во известувачкиот период МТВ 1 не изрази експлицитен однос (позитивен, негативен или неутрално-критички) кон некој политички субјект.
- И во овој дел од предизборната кампања јавниот радиодифузен сервис во своето централно информативно издание беше единствениот медиум што ги покриваше активностите на сите политички партии што учествуваа на изборите. Покривањето на изборната кампања се вршеше исклучиво со известување за активностите и пораките на кандидатите и не се отвори ниту една тема.

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Во вториот дел од предизборниот период известувањето за кампањата продолжи да доминира во вестите на првиот канал на националниот сервис. Без аналитички или критички пристап, вестите на МТВ1 во мониторирано период повторно служеа како платформа за претставување на учесниците на предвремените избори. Во врска со орга-

низацијата на изборите се објавуваа информации за финансиските извештаи на партиите, за активностите на Државната изборна комисија, а поретко информации поврзани со можни злоупотреби. Во известувањето за работата на државните функционери најчесто беа вестите за активностите на претседателот Ѓорге Иванов.



Број на прилози на МТВ1 според теми (30 ноември – 9 декември)

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 (прославата на Денот на албанското знаме)

2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Ако се анализира колку информации се објавени за политичките субјекти во сите прилози што се однесуваат на домашните настани, може да се оцени дека државната телевизија обезбедува најширок информативен простор за сите политички субјекти. И во втората половина на кампањата, ниту еден субјект не беше игнориран. Повторно најзастапени беа двете најголеми партии и нивните коалиции, ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ, но за помалите политички субјекти се известуваше многу повеќе во споредбасо приватните телевизии. Во темите што не се однесуваат на

кампањата се известуваше пред се за ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ и за ДУИ, или за неполитички субјекти (институции, невладини организации и други), бидејќи помалите субјекти немаат свои функционери во власта.

Во ниту еден прилог не беше забележано изразување експлицитна оценка од медиумот за некој политички субјект. Со оглед на тоа што телевизијата не навлегуваше подлабоко во ниту една тема, туку само ги пренесуваше дневните случувања, во прилозите немаше ни простор за изразување таков однос.



Број на информации за политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно вградување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Во известувањето од изборната кампања повторно се објавуваа најмногу информации за активностите на СДСМ (46) и на ВМРО-ДПМНЕ (43), но разликата меѓу нив и другите учесници на изборите беше значително помала во споредба со приватните медиуми. Трети најзастапени субјекти беа Коалицијата за промени и правда со 25 појавувања и ДПА и ДУИ со по 24. Најмалку се споменуваа Либералната партија (12) и ПДП (6).

Променливиот редослед на објавувањето на прилозите за активностите на учесниците

на изборите продолжи да биде метод со кој се постигнува балансиран пристап на јавниот радиодифузен сервис кој различните политички субјекти. Ниту една партија немаше гарантирано „прво место“ во блокот предизборни известувања, а прилозите за големите партии како ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ често беа сместени зад тие за помалите како Левица, ЛП, ПДП и други.

Известувањето беше информативно, без подлабоко навлегување во кампањата или во темите што произлегуваа од неа.



Број на информативна политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Исто како и во првата половина од кампањата, и во втората, Македонската радио телевизија не отвори ниту една карактеристична тема од кампањата или од другите случувања во мониторираниот период. Ставови-

те на политичките партии во врска со двојачноста и федерализацијата, како тема што произлезе од кампањата, ги пренесуваше во извештаите од митинзите и од средбите со граѓаните



МАКЕДОНСКА ТЕЛЕВИЗИЈА ВТОР СЕРВИС

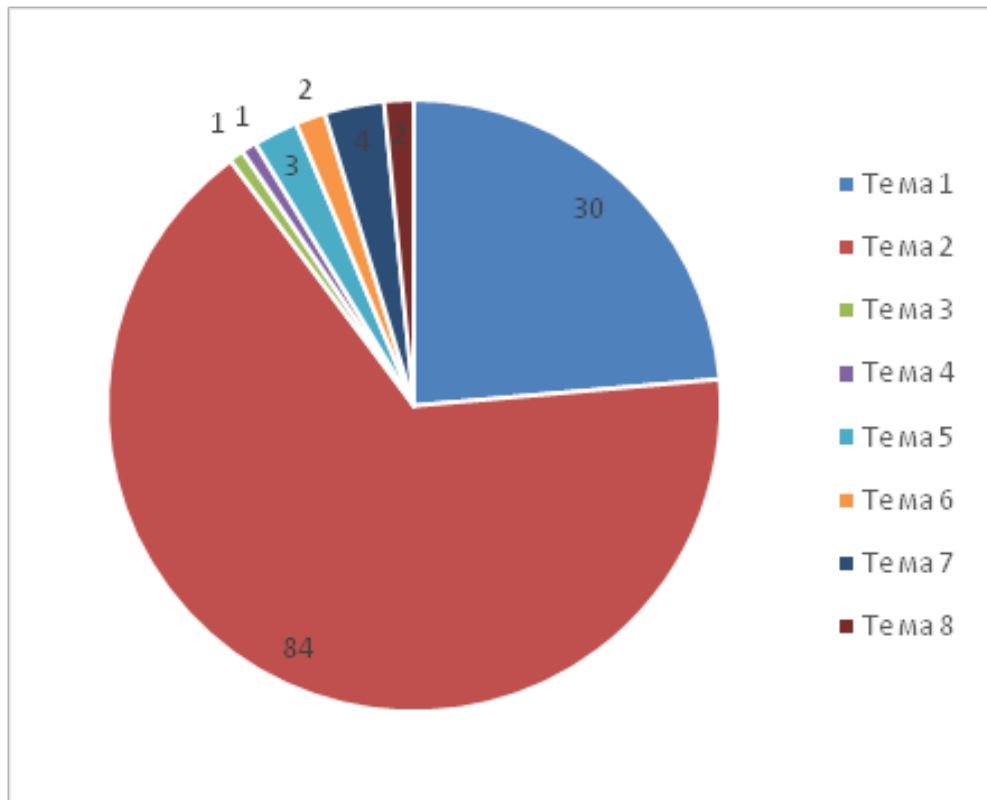
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА МТВ2

- Вториот сервис на Македонската телевизија, во вестите на албански јазик, во мониторирањето период емитуваше вкупно 127 прилози за активностите на политичките субјекти во предизборната кампања и за други политички случувања и актери. Најмногу од прилози (80) се за предизборните активности на партиите, потоа следуваат прилозите поврзани со организацијата на изборите (30), редовната работа на државните и локалните институции (4), работата на СЈО (3), работата на Ад хок телото (2) и по еден прилог за владините мерки и за редовната работа на функционерите.
- Во целината на вестите, во анализирањето период се емитувани информации за различни политички субјекти, и од позицијата и од опозицијата, со нагласок на прашањата што ја засегнуваат албанската етничка заедница.
- Во следењето на кампањата МТВ 2 во вестите на албански јазик обезбеди релативна избалансираност во претставувањето на политичките пораки на партиите и од албанскиот и од македонскиот политички блок, како за партиите во власта така и за опозициските поллитички партии. Известувањето е сведено на трансферирање на поентите од излагањата на партиските претставници, со фокус на прашањата од интерес за албанската етничка заедница

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Иако прилозите за изборната кампања беа најбројни, вториот програмски сервис во вестите на албански јазик известуваше и за други настани, кои беа помалубројни во финалот на кампањата. Известувањето за кампањата се сведува на пренесување на пораките од политичките претставници, без употреба на каква било новинаарска оценка. Прилозите за подготовка на изборите

беа посветени на пренесување на официјалните ставови од институциите (ДИК, Антикорупциска комисија), забелешките на невладини и меѓународни организации (ЦИВИЛ, ИРИ) и на меѓународните претставници (амбасади,). Од другите теми, во преостанатиот мал простор, е оценката на Ад хок телото за следење на медиумите во предизборието и работата на СЈО.



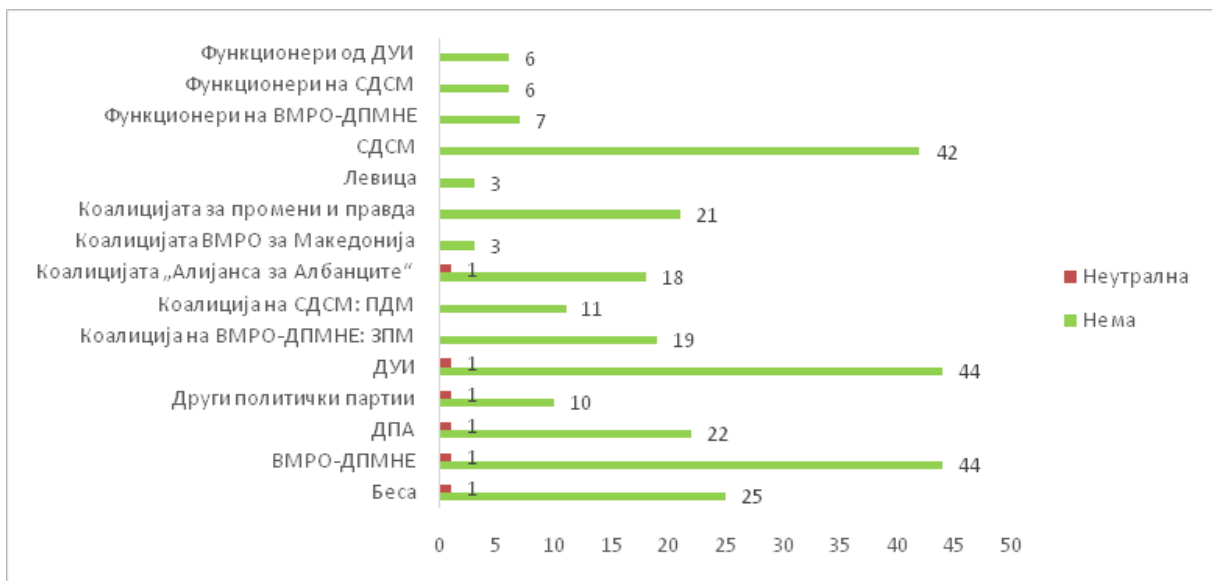
Број на прилози на MTV2 според теми (30 ноември – 9 декември)

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 (прославата на Денот на албанското знаме)

2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Во анализираните десет дена се емитувани 287 информации за различни политички субјекти, при што најбројни се информациите за двете партии на власт (заедно со нивните коалиции и функционери): ВМРО ДПМНЕ (71) и ДУИ (51), а потоа за СДСМ со коалицијата и со функционерите (59). За другите политички субјекти од албанскиот политички блок се емитувани вкупно 68 информации и тоа: за Беса (26), за ДПА (23) и за Алијанса на Албанците (19). Емитувани се информации и за помалите политички субјекти од македонскиот блок: Коалиција за промени и правда (21), за Левица и Коалицијата ВМРО за Ма-

кедонија по 3 појавувања и 11 информации за други политички партии. Од ова, сепак, може да се заклучи дека информативниот простор во вестите на албански јазик е достапен за голем број политички субјекти, при што поголем акцент се става на прашањата кои ја засегаат албанската етничка заедница. Во однос на пристапот, известувањето е стереотипно, без новинарска ангажираност (во 6 прилози има неутрален пристап: 5.12 „Договор за заштита на животната средина. Потпишува само албанската опозиција“) и без отворање на теми од граѓански (јавен) интерес.

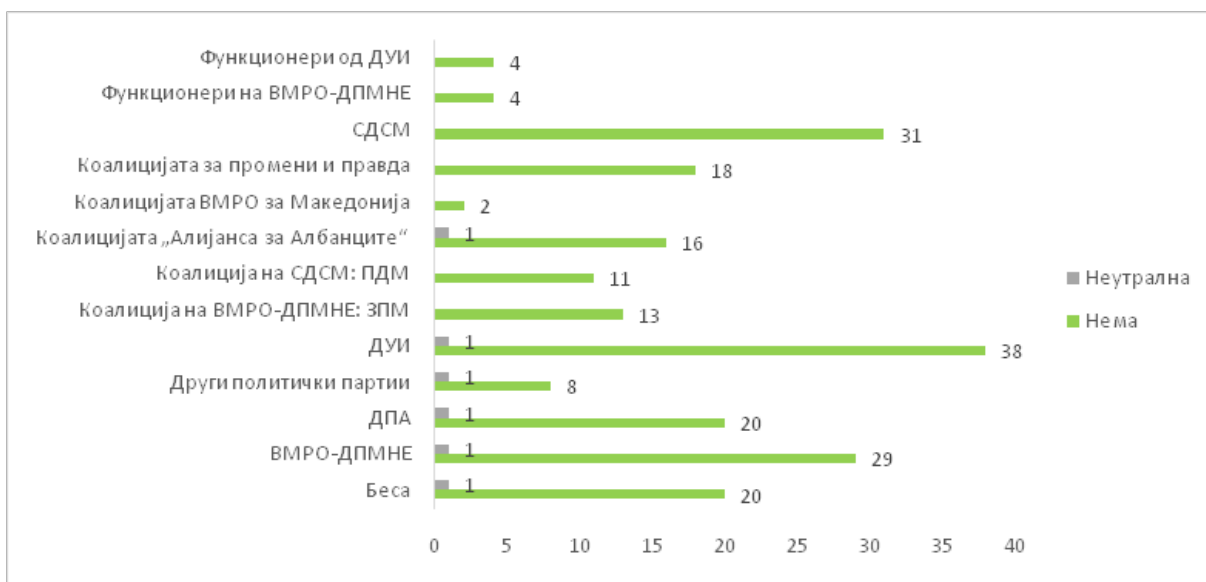


Број на информации за политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно ввраќање (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Квантитативно, јавниот сервис во вестите на албански јазик обезбедува релативна избалансираност во претставувањето на партиите и од албанскиот и од македонскиот политички блок. На пример, за кампањата на ДУИ и нејзините функционери се емитувани 41 информација, додека за кампањата на сите опозициски партии од албанскиот блок се емитувани вкупно 59 информации: Беса и ДПА по 21 појавување, а Алијанса на Албанците 17. Во македонскиот блок: за

ВМРО ДПМНЕ, коалицијата и функционерите се емитувани 47 информации, за СДСМ со коалицијата и функционерите 42, додека за другите помали опозициски партии се емитувани вкупно 29 информации: за Коалиција за промени и правда 18, за ВМРО за Македонија 2 и за други политички партии вкупно 9 појавувања. Останува карактеристиката на голо трансферирање на политичките пораки на партиите, со фокус на етничките прашања.



Број на информација за политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Вториот сервис на Македонската радио телевизација во вестите на албански јазик, не отвори длабински ниту една карактеристична тема од кампањата или од другите случувања. Она што

беше споменувано во првиот дел од кампањата, иако само како дел од извештаите од предизборните активности - двојазичноста и федерализацијата, овој пат целосно отсутваше.



СИТЕЛ

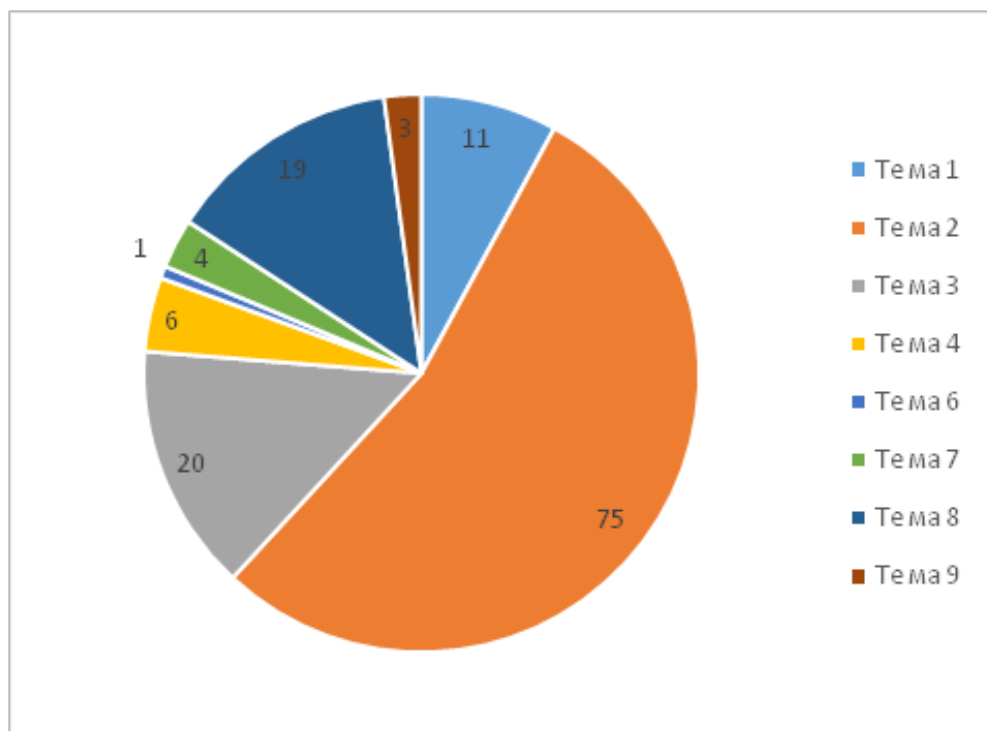
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА СИТЕЛ

- Сител во централниот Дневник во анализираниот период објави 139 прилози на теми поврзани со актуелните политички настани. Предизборната кампања со 75 прилози е тема број еден во вестите на оваа телевизија, по што следуваат промотивните прилози за владините мерки (20), потоа двојазочноста федерализацијата (19), подготовската на изборите и забелешките за неправилности во избирачкиот список (11), редовната работа на функционерите во државните и локалните институции (6), редовната работа на институциите (4), 3 прилози поврзани со мерењето на јавното мислење во предизборието и еден прилог посветен на Ад хок телото за следење на медиумите.
- Фокусот во известувањето е на двете најголеми политички партии, нивните функционери и коалициите што ги предводат, а многу малку во вестите има простор за помалите субјекти.
- Квантитативно, Сител објави малку повеќе прилози во кои субјект е владејачката ВМРО ДПМНЕ, коалицијата и нивните функционери (132), за разлика од оние за СДСМ, опозициската коалиција и функционерите (125).
- Прилозите за власта (ВМРО ДПМНЕ, функционерите и коалицијата) се фаворизирачки и навивачки, додека оние за опозицијата (СДСМ и функционерите) се демонизирачки. Негативен став телевизијата зазема и во известувањето за работата Ад хок телото за следење на изборите.
- Експлицитен став на фаворизирање за владејачката ВМРО ДПМНЕ, и офанзивен демонизирачки наратив за СДСМ и лидерот Зоран Заев има не само во прилозите за предизборните активности, туку и во коментаторските најави и уреднички коментари, преку тезата за двојазичност и федерализација што во кампањата ја наметна владејачката партија.

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Предизборната кампањата доминира како тема во вестите на Сител, а другите теми кои повремено се третираат се главно поврзани со оваа: финансиските извештаи на партиите за првиот дел од кампањата, некритичко презентирање на промотивните проекти на Владата (1.12 „На повидок е нова, досега најголема инвестиција во рударството во Македонија“), и темата за двојазичност и федерализација на земјата. Телевизијата често ја експлоатираше оваа тема, во најголем број од

уредничките коментари, а во некои денови таа доминираше во вестите (на 5-ти декември се објавени пет прилози на оваа тема). Како и во првиот дел од кампањата, така и во овој период, целосно се игнорираат теми кои критички ја анализираат работата на државните институции или се штити интересот на граѓаните, освен во ретки случаи, кога се постапува селективно и се објавуваат информации кои се повторно во правец на заштита на интересите на власта (Бедем, Македонски манифест)



Број на прилози на Сител според теми (30 ноември – 9 декември)

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 (прославата на Денот на албанското знаме)

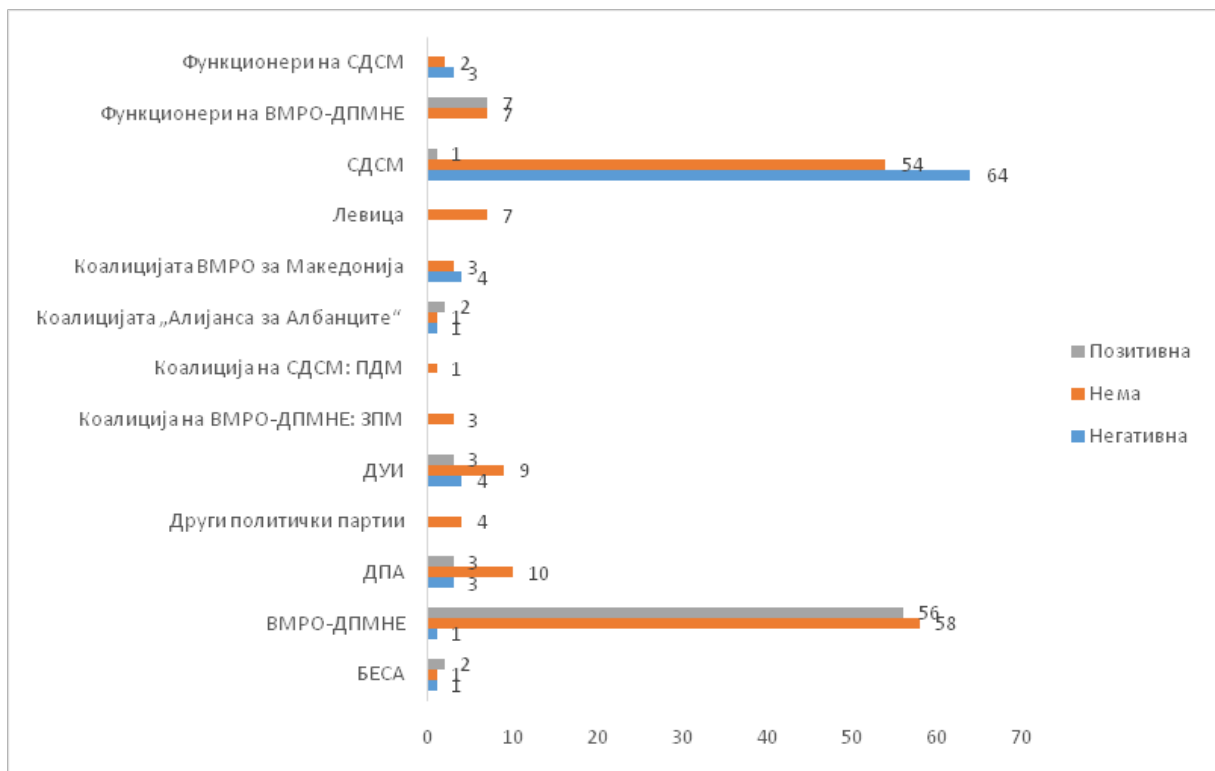
2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Информациите за двете најголеми партии од власта и од опозицијата доминираат во централниот дневник на Сител (ВМРО ДПМНЕ со 132 и СДСМ со 125 појавувања), додека за останатите политички субјекти се информира значително помалку (ДУИ и ДПА имаат по 16 појавувања, ВМРО за Македонија и Левица по 7, додека Беса, Алијанса за Албанците и други политички партии по 4 појавувања). Во 155 прилози (најави, извештаи, коментари, коментаторски анализи) има експлицитно изразен новинарски став, од кои во 74 тој е позитивен и пропагандистички. Во 66 случаи изразниот позитивен став е за владејачката партија ВМРО ДПМНЕ, коалицијата и нејзините функционери, а најмногу за лидерот Никола Груевски: (9.12 „Нови десет странски директни инвестиции најавени изминатиов период треба да обезбедат над 2900 вработувања“, 8.12 „Три нови странски инвестиции во Македонија за 500 вработувања најави лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски“, 6.12 „Последни анкети: Убедлива предност

на ВМРО-ДПМНЕ во сите шест изборни единици: ВМРО-ДПМНЕ - 28,1% , СДСМ – 15%“).

Во 81 прилог наративот е негативен, демонизирачки, а во 64 случаи субјект на напаѓачкото известување е опозицијата и нејзините функционери (8.12 „На два дена пред изборите анализата на расположението на граѓаните покажува дека СДСМ е пред нова катастрофа и дека ВМРО-ДПМНЕ ќе ја забележи петата по ред изборна победа, четврта на предвремени избори“) и посебно нејзиниот лидер, со лични дисквалификации и етикетање (8.12 „Зоран Заев добил печат дека е неспособен да служи воен рок во екот на војната во 2001 година, објавува Здружението на бранители Бедем“, 7.12 „Латас: Ако на 11 декември гласаме за Зоран Заев и неговите врски со албанското подземје ние сме готови, ние сме Косово сабајлето“).

Во нападите кон опозицијата селективно се користат и ставови на странски претставници и провадини портали (30.11 „Аксел Фишер , претседател на ЕПП во Советот на



Број на информации за политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

Европа: Се надевам ВМРО – ДПМНЕ ќе победи на изборите“ - новинарот прашува „Вашата сестринска партија, ВМРО ДПМНЕ на овие избори ќе настапи со најобемната програма досега, напишана на 500 страници. Очекувате ли да победи и каква е вашата оценка за нивната програма?“, 4.12 „КУРИР: СДСМ преку НВО предизборно поткупува Роми во Куманово со огревни дрва“).

Демонизирањето на опозицијата е особено забележливо во прилозите за двојазичноста и федерализацијата, при што таа неаргументирано се обвинува за антинационална и антидржавна политика (1.12 „Ахмети го мерка премиерското столче: Идеите за избор на Албанец премиер не се нови, но тие досега ги пласираше СДСМ преку своите поддржувачи“, 2.12 (анализа/ коментар) „ За разлика од опозицијата која и во својата предизборна програма предвидува воведување на двојазичност уште од градинка, во програмата Реално на ВМРО-ДПМНЕ на 293-та страница стои дека новата влада нема да прифа-

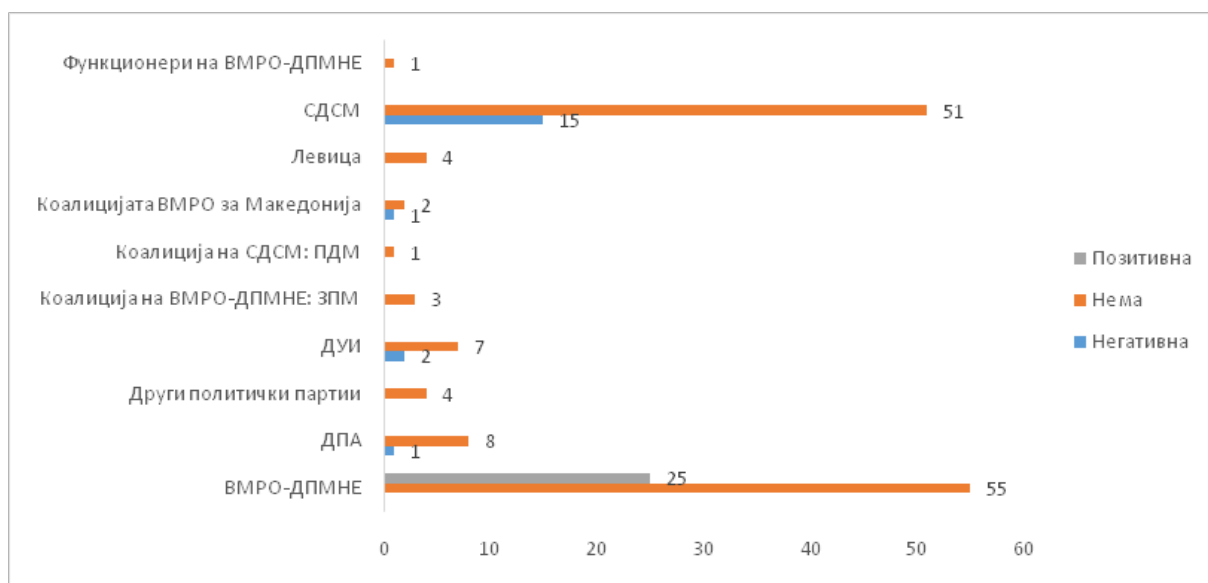
ти промена на Уставот ниту било какви идеи и предлози кои ќе го загрозат националниот идентитет“, 2.12 „Заев направи опасен преседан и отвори прашања кои до сега не биле тема на разговор, како воведување двојазичност на целата територија и проширување на Рамковниот договор. Во СДСМ не кријат дека токму тоа е нивната стратегија и отворено зборуваат за промена на името“).

И во вториот дел од кампањата продолжија нападите кон ад хок телото за следење на медиумите (9.12 „Членовите на ад хок телото кои постојано бараа казни и опомени за Сител ТВ сами признаваат дека се на платен список на СОРОС“), а овој пат и кон Советот за етика во медиумите (5.12 (анализа/ коментар) „Советот за етика во медиумите кој е под целосна контрола на соросовите структури, иако ги оценува етичките стандарди, не го верифицира членството во организацијата на над 80 медиуми и организации, пишува дневниот весник Вечер), како одговор на оценките кои овие тела ги дадоа за известувањето на телевизијата.

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

И според квантитетот на објавените информации и според приодот во известувањето, вестите на ТВ Сител не обезбедија балансираност во претставувањето на кампањата на политичките субјекти. Најчесто споменувани субјекти во прилозите за изборната кампања се владејачката ВМРО ДПМНЕ (коалицијата и функционерите) – 84 и СДСМ 67, додека останатите субјекти се присутни во многу мал број информации: ДУИ и ДПА по 9, Левица и други партии по 4 и ВМРО за Македонија 3.

Во овие прилози нема неутрална и дистанцирана критика, туку некритичко презентирање на проектите на Владата, кои се претставуваат како ветувања на владејачката партија и нејзиниот лидер Груевски („За време на вчерашниот митинг во Битола, лидерот на ВМРО ДПМНЕ најави уште една инвестиција во градот“- објавени се два прилози за истото ветување и на 2 и на 6 декември) и навивачко известување за власта (9.12 „Како што може да се забележи иако до стартот на последниот митинг од кампањата на ВМРО ДПМНЕ има



Број на информации за политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно вмување (30 ноември - 9 декември)



МОНИТОРИНГ НА ДЕМОКРАТИЈАТА ВО МАКЕДОНИЈА

нешто помалку од еден час полека почнува да се полни плоштадот во Прилеп, се најавува огромен митинг како завршен“, 5.12 (генерална најава) “Економските и социјалните теми на кои Груевски доминира СДСМ и Заев свесно ги одбегнуваа во својата кампања“, 6.12 „Делчевчани велат дека во Делчево секогаш е така особено кога доаѓа лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски за кого велат дека е единствениот кој што може да ја одбрани Македонија од како што велат внатрешните но и надворешните непријатели“. Во 25 прилози новинарот изразува позитивен став при што сите се во корист на ВМРО ДПМНЕ.

Во 19 прилози известувањето е демонирачко, од кои 15 се за СДСМ и функцио-

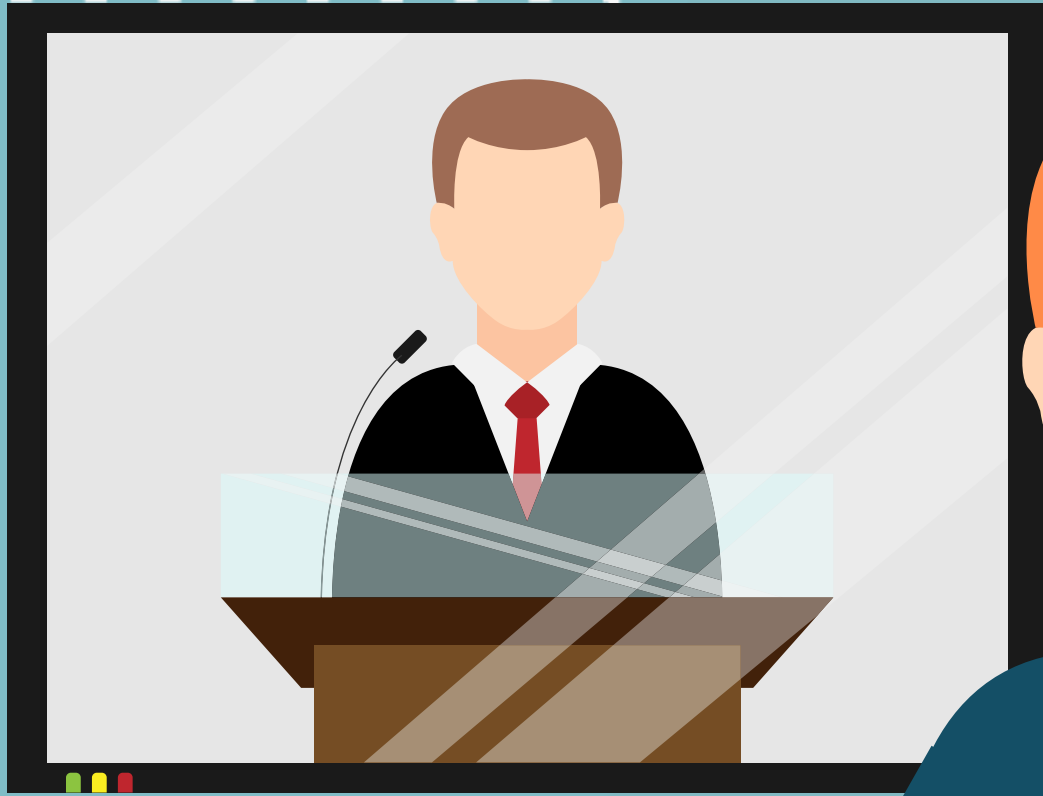
нерите. Во извештаите од митинзите и соби- рите најавите се информативни (1.12. „А во источниот дел од државата и денеска е ко- алицијата предводена од СДСМ“), додека во уредничките коментари се користи офанзив- на реторика (8.12. „Со еднојазични постери Зоран Заев ја спроведува федерализацијата на дело. Заев ги повика на митинг дебранци само на албански јазик, а кумановци прво ги покани на албански, а потоа им се обрати и на македонски“, 4.12 „Со овој план Заев и СДСМ сакаат да добијат гласови од Албанците, но многу повеќе гласови губат од Македонците и другите кои разбираат дека губат многу од своите интереси, а се задоволуваат интереси на само една партија“).

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

И во вториот дел од кампањата останува фокусот на двојазичноста и федерализација- та како тема што произлезе од предизборите- то. Телевизијата ја застапува тезата на власта и во нападите кон опозицијата објави прило- зи во кои тие напади се артикулираа преку експертски ставови (2.12 (анализа/ коментар) „Со воведувањето на двојазичност албански- от јазик ќе биде задолжителен и за војниците , лекарите, медицинските сестри, пожарника- рите како и за шалтерските работници“, 3.12 „Камиловски: Во операционата сала двоја- зичноста може да биде катастрофална“), ста- вови на функционери од владејачката пар- тија (4.12 „Коневски: Двојазичноста на Заев скапо ќе ја платат сите општини - И децата во градинките ќе треба да учат албански“), или граѓани (5.12. „Прилепчани се навредени од идејата за двојазичност“). Во некои де- нови бројот на прилозите на ова атема беа најбројни (на 5 декември 5 прилози, на 9 де- кември три: (анализа /коментар) „Токму пора- ди ваквите изјави голем број на аналитичари во изминатите денови предупредија дека на Македонија и се заканува федерализација и редефинирање на државата“, 9.12 (анализа/ коментар) „Заев си игра со оган... Ова е ставот на експертската јавност со плановите на ли- дерот на опозициската СДСМ за воведување на двојазичност и федерализација во држа- вата“, 9.12. „Заев и во денешното интервју за

Македонската радио телевизија го повтори ставот за изучување на албанскиот јазик во основните училишта“)

Телевизијата повеќепати во мониторира- ниот период објави уреднички коментари на оваа тема со напаѓачки наратив кон СДСМ. Од 2 – 5 декември секојдневно беа објавувани уреднички коменатри на оваа тема (2.12. „Уред- нички коментар : „Двојазичност е проблем кој ќе го урне македонскиот карактер на маке- донската држава, ќе воведо амбиент и прави- ла слични на Косово пред осамостојувањето што е доволна причина Македонците да се за- грижат“, 3.12 „Со двојазичноста во образова- нието работа ќе загубат над 10 000 наставни- ци или професори и околу 4000 вработени во администрацијата на образованите институ- ции“, Трет ден 4.12 „Со овој план Заев и СДСМ сакаат да добијат гласови од Албанците, но многу повеќе гласови губат од Македонците и другите кои разбираат дека губат многу од своите интереси, а се задоволуваат интереси на само една партија“, 5.12 „Дали граѓаните ќе поддржат и ќе бидат за федерализација и кантонизација на Македонија што поддржува- ат пет партии, четирите албански партии и пе- тата е СДСМ или пак се против кантонизација и федерализација а исто така против двоја- зичноста што е став само на една партија која ја брани единствена македонската политичка страна- а тоа е ВМРО-ДПМНЕ“).





ТЕЛМА

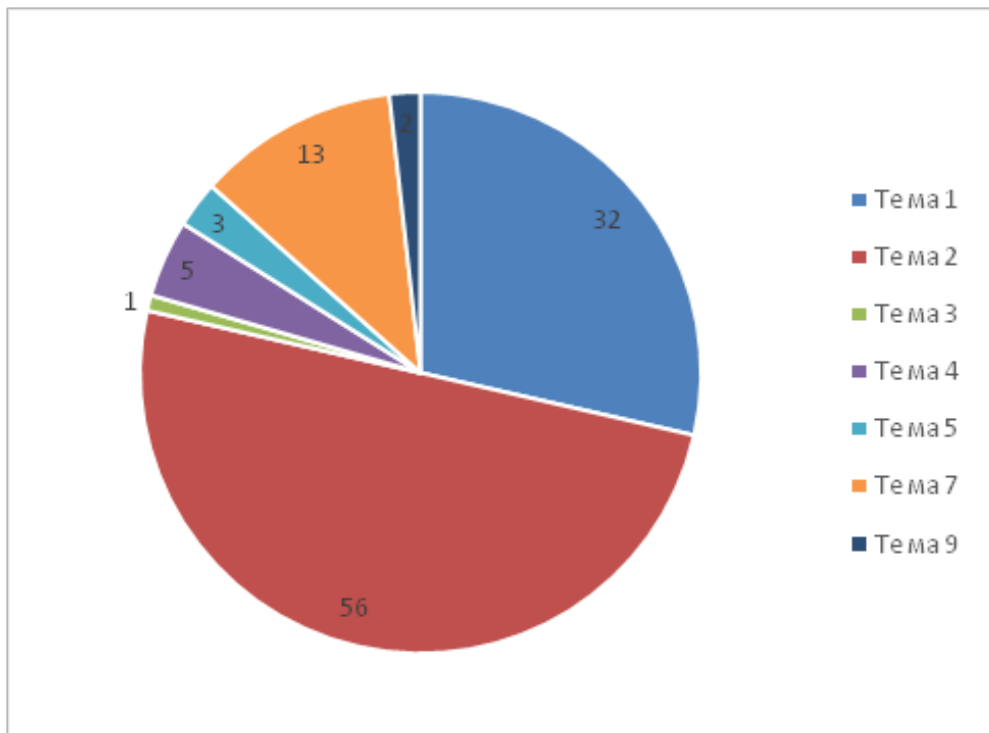
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА ТЕЛМА

- Телма објави 112 прилози на сите актуелни теми и случувања. Најмногу од нив (56) се за предизборните активности, во 32 се известува за подготовката на изборите, во 13 за редовната работа на институциите во државата, во 5 тоа се активностите на функционерите, во 3 за работата на СЈО, додека за анкетите што го мереа јавното мислење објави 2 прилози и еден неутрално-критички прилог за проект на Владата.
- Во целината на вестите, за сите теми што беа предмет на обработка, телевизијата настојуваше да известува за што поширок спектар на политички гледишта и ставови – најмногу без новинарски став, а во мал број прилози (6) со неутрално-критичка опсервација на активноста на политичките субјекти или институциите.
- Во известувањето за изборната кампања, Телма настојуваше избалансирано да ја рефлектира реалната политичката разноликост. Тоа беше видливо и во квантитативниот и во квалитативниот аспект на известувањето

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Имајќи предвид дека мониторираниот период се совпаѓа со крајот на изборната кампања, бројот на прилозите за предизборното претставување на партиите и организацијата (и проблемите во организацијата) на избори-

те зазема поголем дел од информативниот простор на телевизијата. Сепак, беа застапени и други теми: активностите на граѓанскиот сектор, случувањата во синдикалното организирање и во судството, работата на СЈО.



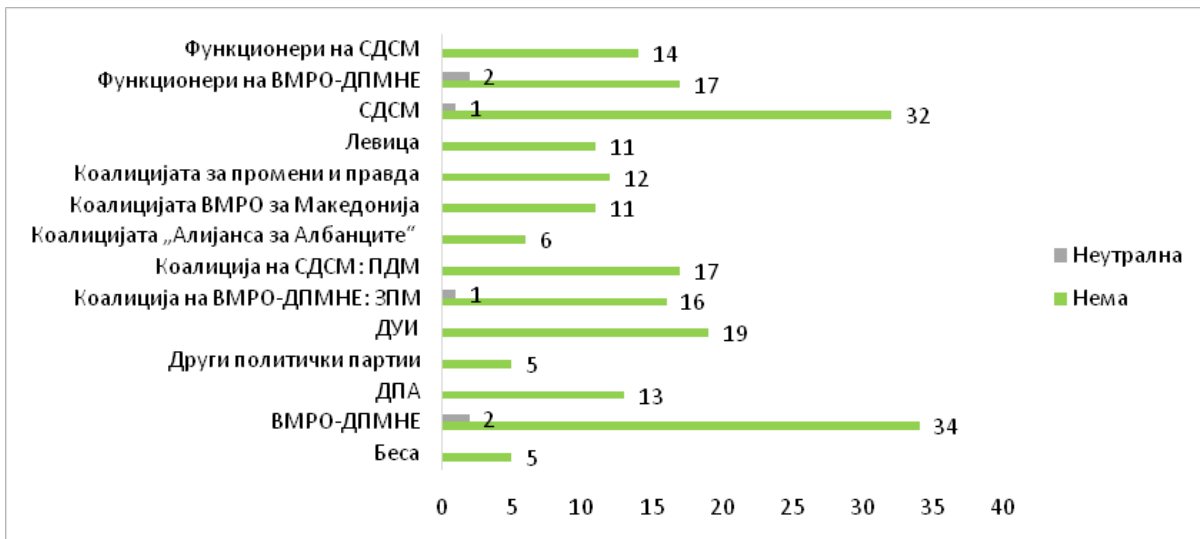
Број на прилози на Темата според теми (30 ноември – 9 декември)

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 (прославата на Денот на албанското знаме)

2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Во 218 споменувања на политичките субјекти, доминираа двете најголеми партии во македонскиот блок ВМРО ДПМНЕ, Коалицијата за Подобра Македонија и функционерите (72) и СДСМ со својата коалиција и функционерите во Владата (64). Иако останатите партии според бројот на појавувања не беа ни половина од двете претходни: ДУИ (19), ДПА (13), ВМРО за Македонија (12), Левица и Коалицијата за промени и правда и Левица (11), Алијанса за Албанците (6) и Беса (5), сепак телевизијата обезбеди простор за претставување на широк спектар партии- и помали и поголеми. Неутрално-критичкиот однос и натаму останува единствениот новинарски став изразен во дел од прилозите (6 прилози): 2.12 „Нови оп-

струкции за СЈО. Претседателот на Кривичниот суд Владимир Панчевски и судијките Илиевска и Бошковска донеле одлука да не биде прифатено барањето на СЈО за судски налог за одземање компјутери од телекомуникациски оператор“, „Се повеќе се заплеткува ситуацијата во ССМ. Секретарот на ССМ денеска ја продолжи праксата на Митревски да држи прес-конференции пред селектиран избор на медиуми и презентираше писма на синдикати кои тврдат дека не учествувале во носењето на одлука за отповикување на Митревски“. Телевизијата објави еден прилог за владина мерка, но со неутрално критички однос (5.12 „Ќе се гради олимписки базен во Шуто Оризари: Ако немаат за пиене ќе имаат вода за бањање“).

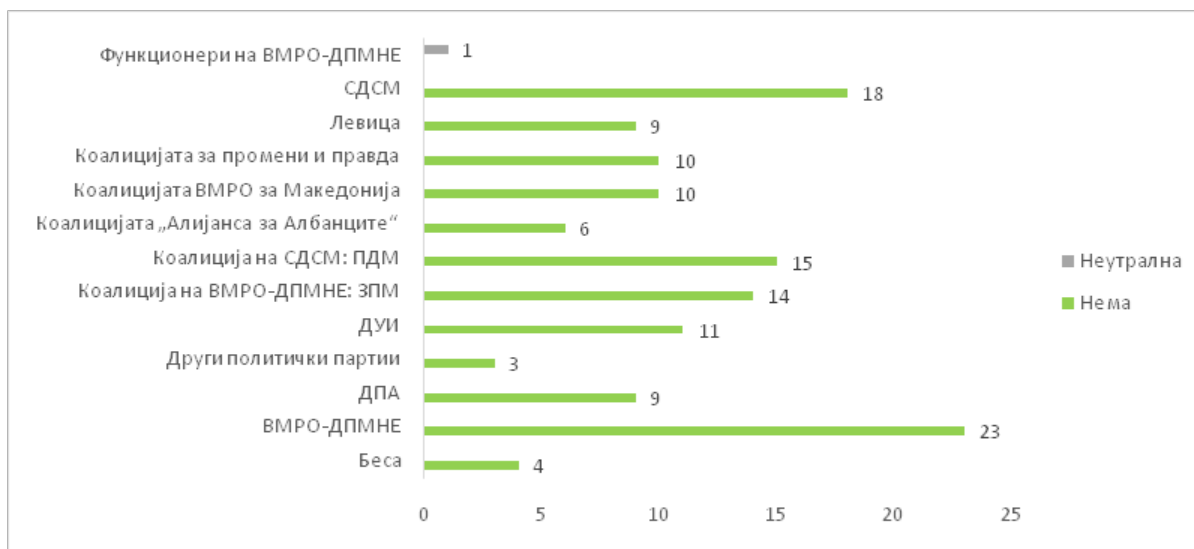


Број на информациска политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно вградување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Во објавувањето на информациите за кампањата на политичките партии, телевизијата релативно балансирано известуваше за два-та најголеми субјекти од македонскиот блок: ВМРО ДПМНЕ (38 приинформацииилози) и СДСМ (33 информации). Појавувањата на ДУИ во 11, коалициите ВМРО за Македонија и за промени и правда во по 10, ДПА во 9, Алијанса за Албанците во 6, Беса во 4 и други политички партии во 3 прилози, ја надополнува сликата за достапноста на информативниот простор на Телма и за другите партии учеснички на изборите. Во ниту еден од нив нема

фаворизиращка или демонизиращка оценка за некој политички субјект.Најавата за една од дебатните емисии на оваа телевизија Топ тема е неутрално-критичка (6.12 „Дали Тв дуелот воопшто може да биде лице на македонската политичка и демократска пролет, судејќи по тоа колку и на каков начин Груевски така жестоко и брутално ги одбегнуваше и најбизарните и покритични телевизиски интервјуа зборува дека тој очигледно нема капацитет да издржи еден сериозен вербален дуел со опозиционерите без оглед што има актуелна власт и според некои анкети и значителна предност“)



Број на информативна за политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Во ниту еден прилог во мониторираниот период не се опсервираше претходно наметнатата тема од кампањата за федерализација и двојазичност. Но, затоа темата за мерење на рејтингот на партиите, беше спомената во еден прилог со критички тон - уреднички коментар, каде се најавува судска постапка (против ТВ Нова) заради обвинувања за ан-

кетата што по нарачка на оваа телевизија е изработена од специјализирана агенција (7.12 „Телевизија која нема ништо заедничко со новинарство, и која сокрива анкета за да не наштети на својот газда ВМРО-ДПМНЕ, напаѓа телевизија која 2 часа објавуваше во целост резултати од анкета, за наводно целосно објавување на анкета“).



24 ВЕСТИ

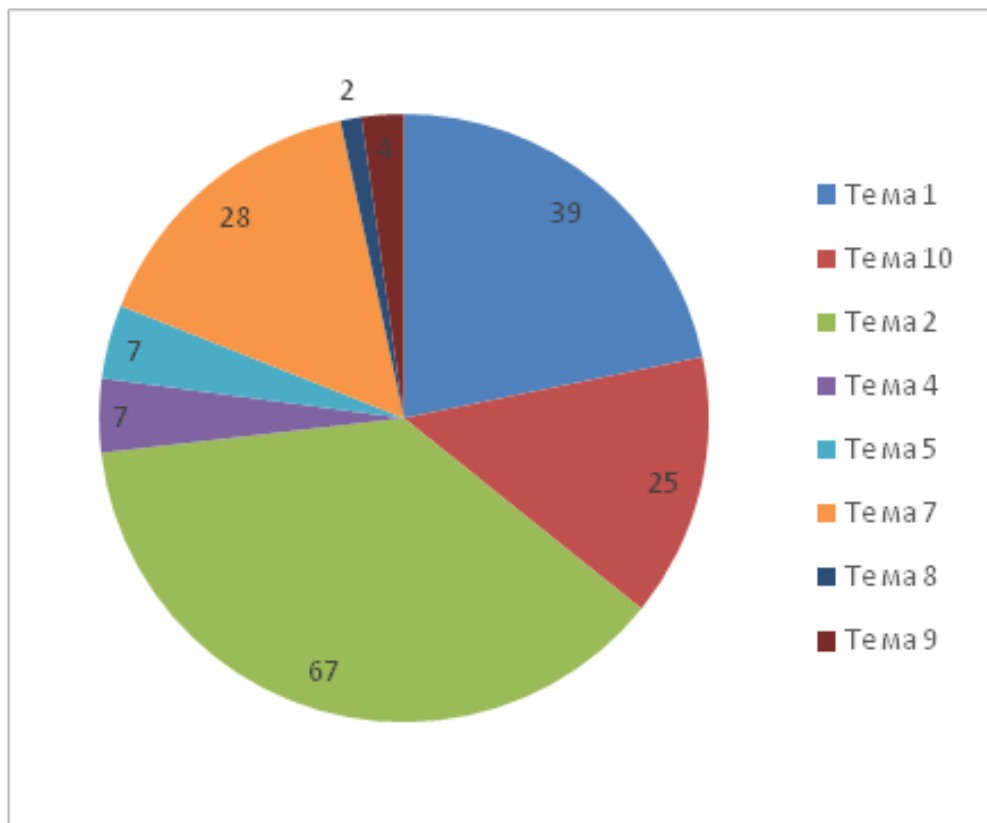
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА 24 ВЕСТИ

- Телевизијата 24 Вести во мониторира- ниот период објави вкупно 179 прилози што се однесуваат на политичките ак- тери, процеси или состојливо земјава. Околу една третина од нив (67 прилози) беа посветени на покривање на предиз- борната кампања, а од другите особено се издвојуваат подготовката и организа- цијата на изборите (39) и работата на др- жавните и јавни институции (28).
- Генерално, во сите прилози посветени на домашните настани, ТВ 24 ги рефлек- тира различните политички гледишта за актуелните настани и процеси: во 145 прилози се даваат информации за ста- вовите на ВМРО-ДПМНЕ, нивната коа- лиција и функционерите во власта, и во 97 прилози за СДСМ, нивната коалиција и функционери. Од другите партии по- застапени се ДУИ (34 прилози), а преос- танатите се споменуваат во помал број прилози. Критички однос беше изразен кон ВМРО-ДПМНЕ и кон ДУИ во 35 при- лози и кон СДСМ во четири прилози.
- И во покривањето на предизборна- та кампања најзастапени субјекти беа ВМРО-ДПМНЕ (60 споменувања) и СДСМ (42). Медиумот ја покриваше изборната кампања избалансирано, со пренесу- вање на активностите на учесниците во изборниот процес. Како тема, кампањата и партиските предизборни активности, иако беше најзастапена, не доминираше во вестите.

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Во покривањето на втората половина од предизборната кампања, се известуваше главно за активностите на политичките партии, бидејќи во првиот нејзин дел телевизијата ги покри аналитичките теми како партиски програми, економските ветувања и друго. Во овој период многу повеќе се следеше организацијата

и подготовката на изборите, со нагласок на информациите за злоупотреба на службената должност и на државните ресурси, на информациите за неправилности, на финансирањето на кампањата и на други теми од јавен интерес. Од темите поврзани со работата на институциите најзастапени беа тие за судството.



Број на прилози на 24 Вести според теми (30 ноември – 9 декември)

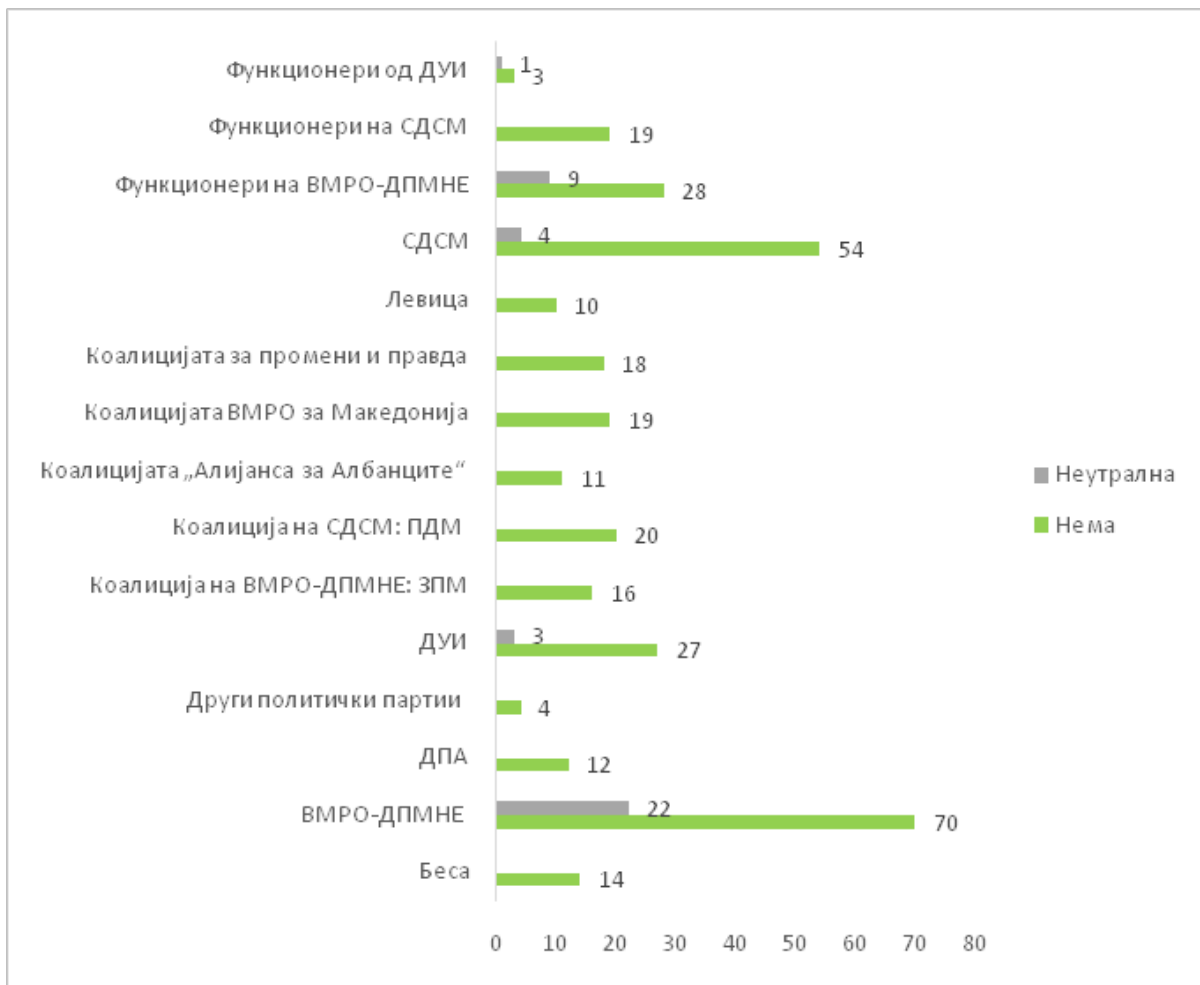
Тема 1	Организацијата на предвремените парламентарни избори (избирачки список, проблеми со број на гласачи, следење на можни неправилности итн).
Тема 2	Предизборни активности на политичките партии (сите активности што вклучуваат митинзи, најави за митинзи, средби со граѓани, ветувања, соопштенија, реакции 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 (прославата на Денот на албанското знаме)

2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Ако се анализира колку информации се објавени за политичките субјекти во сите прилози што се однесуваат на домашните настани, може да се оцени дека телевизијата во вестите ги отсликува балансирано политичките ставови и гледишта на двата најголеми политички субјекти во земјава. Во 145 прилози за домашни настани се информира за ВМРО-ДПМНЕ, нивната коалиција или функционерите во власта, а во 97 такви прилози за СДСМ, нивната коалиција и функционери.

Во најголем број случаи, телевизијата само ги пренесува пораките на политичките субјекти, без никаква новинарска оценка. Неутрално-критички однос беше изразен во вкупно 22 случаи, кон партијата ВМРО-ДПМ-

НЕ (1 декември: „ЗНМ, СЕ и МИМ оценуваат дека преку високите суми за финансирање на ППП, власта ги претвори медиумите во алатка за спинување“; 6 декември: „Раскош во седиштето на ВМРО-ДПМНЕ?“), во 9 случаи кон функционерите на партијата (30 ноември: „Скопскиот градоначалник Коце Трајановски не знае колку пари се трошат за садниците од градскиот буџет“), во 4 случаи кон ДУИ (1 декември: „МВР нема ниту докази, ниту сознанија дека на кризата во Македонија и кумувале евроазиски тајни служби, како што тврдат од партијата на Али Ахмети“), и во 4 кон СДСМ (5 декември: „Кај СДСМ отсутвуваат наводите за трошоците за транспортни услуги и престој на лицата и симпатизерите кои одат на митинзи“)



Број на информатиза политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Во квантитативна смисла, ТВ 24 балансирано ја покриваше кампањата и на двете најголеми политички партии (60 прилози во кои е присутна ВМРО-ДПМНЕ и 46 за СДСМ). ДУИ и коалицијата ВМРО за Македонија се појавија во 18 прилози, Коалицијата за промени и правда во 17, ДПА, Беса и Алијансата за Албанците во по десетина, а за другите субјекти не се известуваше. Повеќето прилози се однесуваа на класично известување од кампањата, со пренесување на клучните пораки што ги испраќаа кандидатите и тоа во единствени блокови во кои се опфаќаа повеќе партии (5 декември: „Последна недела од изборната кампања“), а во некои случаи и во посебни прилози (9 декември: „Груевски: По 11 декември ќе заврши кризата; Заев: Граѓаните да гласаат за подобар живот; Ангелов: Македонија ќе се врати на вистинскиот пат“).

Телевизијата заведе остар критички став кон дел постапки на ВМРО-ДПМНЕ во кампањата, како на пример кон изјавата на лидерот Никола Груевски дека да бил Гоце Делчев жив би му го пратил Косето на Заев, (7 декември: „Гоце Делчев се превртува во гроб кога ја гледа сегашна поделена Македонија. Повикот за ликвидација на Заев не е наивна изборна реторика“), а на последниот ден имаше критички осврт кон целата кампања, на сите партии (9 декември: „Националистички и веќе видени пораки. Здодедни и нереални ветувања. Но, креативни реклами“)



Број на информативна политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно враќање (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

За време на вториот дел од кампањата, телевизијата не објави ниту еден прилог во врска со темата за двојазичноста и федерализацијата, која беше една од главните што се наметнаа од политичките субјекти. Имаше само еден прилог што индиректно се поврзуваше со таа тема, а стануваше збор за привлекувањето гласачи од различни етнички заедници (6 декември: „Граѓанска Македонија пред етнички тест“).

Темата што доминираше, покрај известувањето за кампањата, во десетдневниот мониториран период, беше подготовката и организацијата на изборите. Се известуваше и за протоколарните случувања, но особено за проблемите што се појавуваа, како информациите

за притисоци (9 декември: „ЦИВИЛ: Повеќе од 170 случаи на закани и притисоци“), проверката во избирачкиот список (5 декември: „Дали ве има во избирачкиот список или имате некакви проблеми со избирачкото право?“), злоупотреби на институциите (8 декември: „На здрави луѓе им се давале одобрености дека се болни и немоќни, односно тие влегувале во категоријата на лица што ќе гласаат од дома“), неправилности во финансиските извештаи (5 декември: „Ја пуштиле ногата подолго од чергата. Финансискиот извештај на ВМРО-ДПМНЕ покажал шестпати поголеми расходи од приходите“), злоупотреба на јавниот простор (8 декември: „Лисиче осамна преплавано со партиски знамиња на ВМРО ДПМНЕ“) и други случаи.



КАНАЛ 5

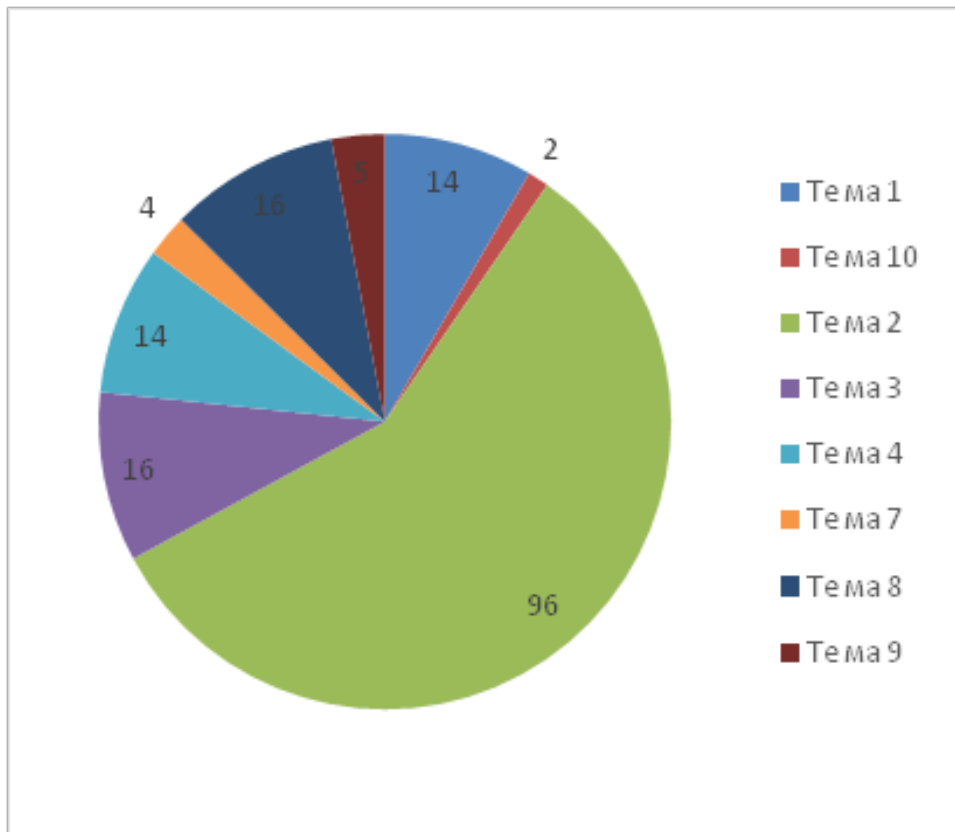
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА КАНАЛ 5

- Телевизијата Канал 5 во мониторираниот период објави вкупно 167 прилози што се однесуваат на политичките актери, процеси или состојбиво земјава. Повеќе од половина д нив (96) беа посветени на покривање на предизборната кампања, а од другите се издвојуваат единствено прилозите што исто така се поврзуваа со кампањата, односно мерките и достигнувањата на Владата (16), најмногу во привлекувањето странски инвестиции, и двојазичноста и федерализацијата (16).
- Квантитативно, во сите прилози посветени на домашните настани, Канал 5 ги рефлектира различните политички гледишта за актуелните настани и процеси: во 173 прилози се информира за ВМРО-ДПМНЕ, нивната коалиција и функционерите во власта, и во 150 прилози за СДСМ, нивната коалиција и функционери. За другите политички партии се информираше значително поретко. Но квалитативно, кон опозицијата беше изразен негативен однос во 32 прилози, а кон владејачката партија позитивен однос во 37 прилози.
- Во прилозите за изборната кампања имаше квантитативен баланс, но во дел од нив се изразуваше позитивен однос кон ВМРО-ДПМНЕ. Уште посилено беше изразуван тој однос во темата за мерките и постигнувањата на Владата, пред се во привлекувањето странски инвестиции. Двојазичноста беше најчестата тема во која беше покажан негативен однос кон СДСМ.

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Вестите на телевизијата Канал 5 во мониториралиот период беа во најголем дел посветени на покривање на предизборната кампања, и тоа најчесто се правеше со едноставно пренесување на изјавите, пораките и ветувањата од митинзите и од средбите со граѓани на двата најголеми политички субјекти, ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ. Другите учесници во изборите беа многу поретко застапени. Темата за двојазичноста беше посебно издвоена, како произле-

жена од предизборната кампања, со нагласок дека таа е вовед во федерализација. За разлика од првиот дел од кампањата, овојпат со поголем интензитет се известуваше за мерки и достигнувања на Владата. Дел од овие прлози, посебно тие што се однесуваат на привлекувањето странски инвестиции, се вкрстуваа со изборната кампања, на тој начин бришејќи ја границата меѓу државата и партијата. За другите теми се известуваше поретко.



Број на прилози на Канал 5 според теми (30 ноември – 9 декември)

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 поитичките 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

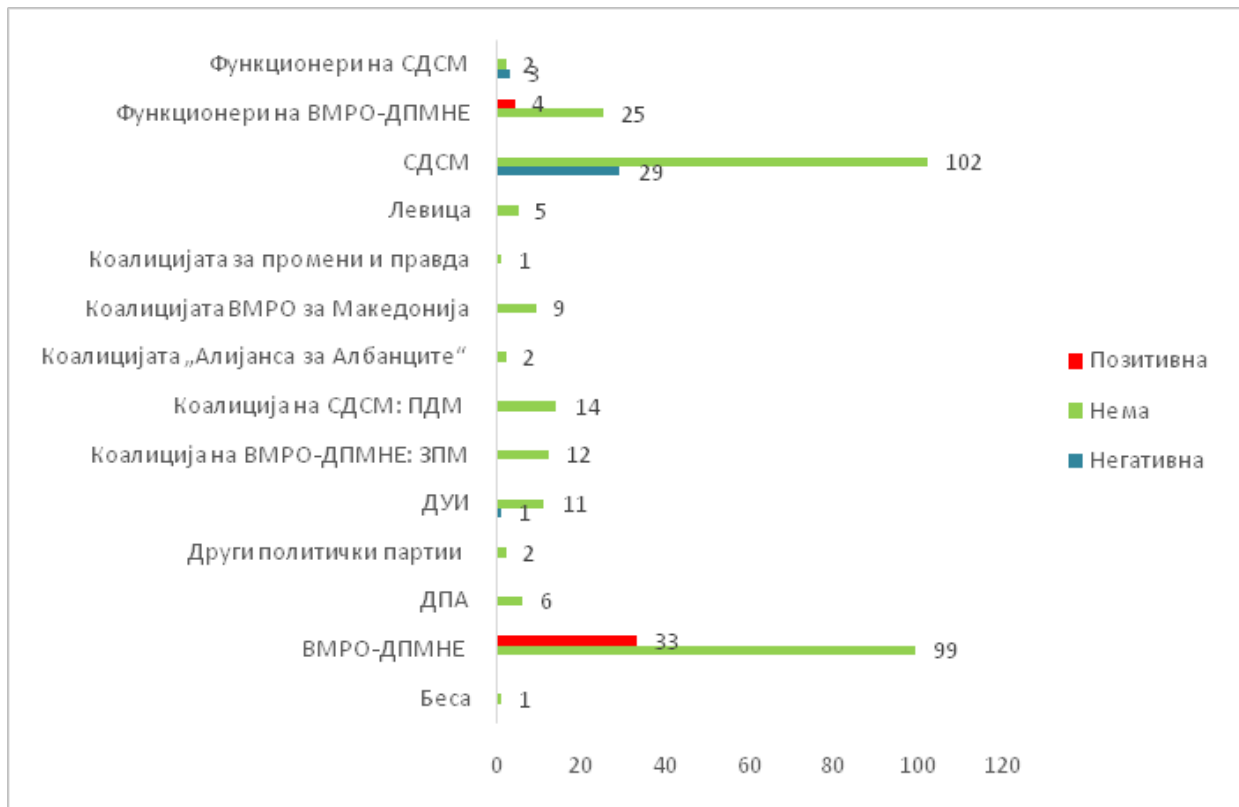
2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Ако се анализира колку информации се објавени за политичките субјекти во сите прилози што се однесуваат на домашните настани, може да се оцени дека телевизијата во вестите не ги отсликува балансирано политичките ставови и гледишта на двата најголеми политички субјекти во земјава. Мала е разликата во споменувањата на власта и на опозицијата, заедно со нивните коалиции и функционерите (во 173 прилози е спомената ВМРО-ДПМНЕ и 150 е присутна СДСМ). Од одржувањето елементарна коректност беше отстапено во 19 случаи во кои СДСМ беа прикажани во негативен контекст, и во исто толку случаи каде што кон ВМРО-ДПМНЕ беше изразен позитивен однос.

Позитивното претставување на ВМРО-ДПМНЕ главно беше поврано со нивните активности во предизборната кампања, меѓу другото со репортажни прилози за неговите теренски активности, какви што не се објавуваа за другите

политички прилози (30 ноември: „Груевски промовираше прокти за земјоделците во Бански и Куклиш“). Ваков однос се забележуваше и кон локалните функционери на партијата (30 ноември: „Нови фасади, улици, луна парк... Буџетот на град Скопје поголем за 10 милиони евра од минатогодишниот“).

Најголемиот дел од прилозите во кои беше забележан негативен однос кон СДСМ се однесуваа на двојазичноста (2 декември: „Ги подготвува ли СДСМ општините за федерализација на Македонија?“), како и на прилозите поврзани со наводниот плагијат на нивната кампања (1 декември: „СДСМ врши политичка измама со нашата кампања, изјавиле од српската партија Двери за Република“). Еднострано, без дополнителни проверки, се пренесуваа и напади и обвинувања кон опозицијата (8 декември: „Според здружението на бранители Бедем, Зоран Заев со лажно уверение избегнал да застане во одбрана на татковината“).



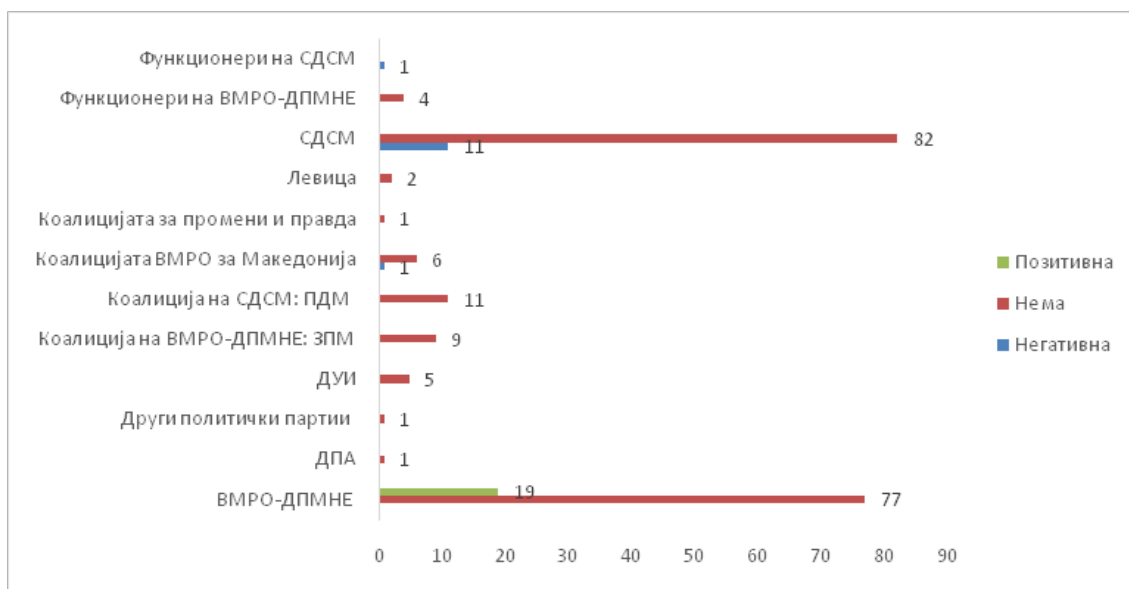
Број на информативиза политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Телевизијата постигна значителен квантитативен баланс во известувањето за изборната кампања меѓу двата најголеми политички субјекти, објавувајќи 109 информации за ВМРО-ДПМНЕ и 105 за СДСМ. Од друга страна, објавени се само 17 информации за сите други учесници во изборите заедно. И во вториот дел од кампањата останала редовната пракса прво да се емитува блок за митинзите и за средствите со граѓани на кандидатите на ВМРО-ДПМНЕ, а потоа блок за СДСМ, во некои денови дури на самиот крај од вестите. Позитивниот однос кон ВМРО-ДПМНЕ во кампањата најчесто беше изразуван со различниот продукциски квалитет во известувањето за лидерите Никола Груевски и Зоран Заев. За активностите на Груевски се емитуваа репортажни прилози од неговите средби со граѓани (1 декември: „Претходно претседателот на ВМРО-ДПМНЕ се сретна

со тутунарите во Прилеп. Тие се задоволни од цената од 200 денари и од субвенциите“; 7 декември: „Груевски меѓу жителите на Струмичко Добрејци и Муртино“), а од лидерот на СДСМ беа емитувани само изјави пред камера (9 декември: „Заев ја престапи програмата пред струмичани“).

Но телевизијата објави и повеќе прилози за влез на нови странски инвестиции, кои, иако станува збор за државни политики, беа вметнати во известувањето за кампањата. Како извор на информации за овие инвестиции, наместо надлежните државни органи, беше посочуван фејсбук-профилот на претседателот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски (2 декември: „Две нови странски инвестиции во Битола, најави претседателот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски“; 8 декември: „Три нови странски инвестиции во Крушево, Неготино и Скопје, и нови 500 работни места, најави Груевски“).



Број на информација за политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно вградување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Во вкупно 16 прилози што беа посебно посветени на двојазичноста и федерализацијата како тема што произлезе од изборната кампања, Канал 5 изрази негативен однос кон СДСМ 14 пати, со што оваа тема еше главна врз која се градеше демонизирачки однос кон опозицијата (30 ноември: „СДСМ во својата програма План за живот предвидува децентрализација на Македонија и префрлање на дел од надлежностите од централната на локалната власт“; 1 декември: „Зголемените апетити на албанските партии се резултат на најавите на СДСМ за двојазичност на цела држава“; 4 декември: „Опасна е играта за заговарање федерализација по швајцарски модел. Каков е планот за разнебитување на Македонија?“). Но за разлика од првиот дел од кампањата, овојпат во седум случаи беше изразен позитивен однос кон ВМРО-

ДПМНЕ, односно прилозите беа конструирани да водат до заклучок дека за да се избегне федерализацијата треба да се следи повикот на лидерот Груевски за неговата партија да добие 63 пратенички места (2 декември: „Експертите стравуваат дека најавите за можни широки коалиции по изборите ја отвораат опасноста од редефинирање на државата и промена на уставот, што може да се спречи само ако актуелната владејачка партија освои 63 пратеници“; 3 декември: „Владејачката ВМРО-ДПМНЕ постојано бара 63 пратеници, за да не биде уценувана, стои во колумната на Горѓевски“; 5 декември: „Лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски ја бара поддршката од граѓаните за 63 пратеници. Според него, неопходно е апсолутно мнозинство за да се запрат плановите за двојазичност и федерализација на Македонија“).



МОНИТОРИНГ НА ДЕМОКРАТИЈАТА ВО МАКЕДОНИЈА



АЛФА

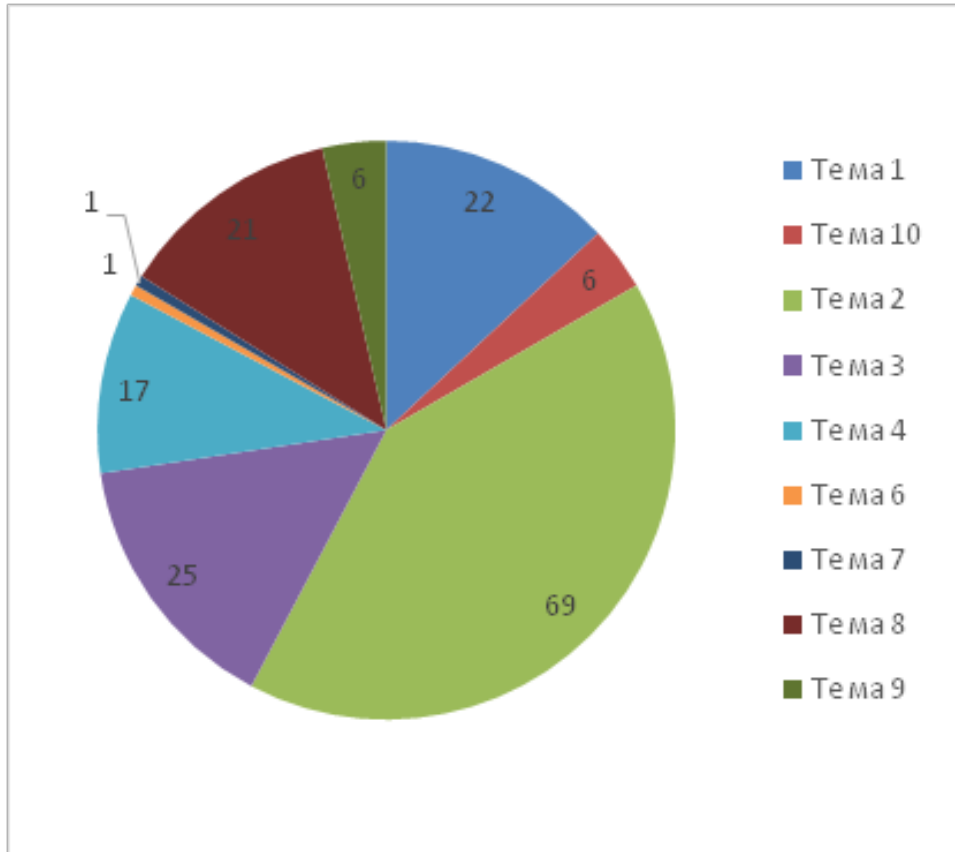
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА АЛФА

- Телевизијата Алфа во мониторирааниот период објави вкупно 168 прилози што се однесуваат на политичките актери, процеси или состојбиво земјава. Над една третина од нив (69) беа посветени на покривање на предизборната кампања, а од другите се издвојуваат прилозите за мерки и достигнувања на Владата (25), подготовката и организацијата на изборите (22), двојазичноста и федерализацијата (21) и други теми.
- Квантитативно, во сите прилози посветени на домашните настани, Алфа ги рефлектира различните политички гледишта за актуелните настани и процеси: во 133 прилози се информира за ВМРО-ДПМНЕ, нивната коалиција и функционерите во власта, и во 130 прилози за СДСМ, нивната коалиција и функционери. За другите политички партии се информираше значително поретко. Но без оглед на тоа што опозицијата се споменува во поголем број прилози, кон неа беше изразен негативен однос во над 50 прилози, а кон владејачката партија позитивен однос во шеесетина прилози.
- И во покривањето на изборната кампања медиумот изразуваше позитивен однос кон ВМРО-ДПМНЕ, а во поретки случаи негативен кон СДСМ, иако имаше квантитативна избалансираност. Негативниот однос кон СДСМ повторно се изразуваше главно преку темата за федерализацијата

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Кампањата се следеше претежно со едноставно пренесување на изјавите, пораките и ветувањата од митинзите и од средбите со граѓани на двата најголеми политички субјекти, ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ, со мал број прилози за другите учесници во изборите. Но телевизијата ја поврзуваше оваа тема со темата за мерки и достигнувања на Владата, особено на полето на странските инвестиции, а во некои случаи како извор на информациите за нив, наместо државен орган, се користеше

фејсбук-профилот на лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски. Се задржа и се засили фокусот на темата за двојазичноста, повторно со тезата дека таа е вовед во федерализација. Беа објавени поголем број информации во врска со организацијата на изборите, но главно протоколарни, а за наодите за нередовности се информираше еднострано (2 декември: „Во тек на работно време администрацијата во општина Струмица беше ангажирана да смирти партиски спот за кампањата на СДСМ“).



Број на прилози на Алфа според теми (30 ноември – 9 декември)

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

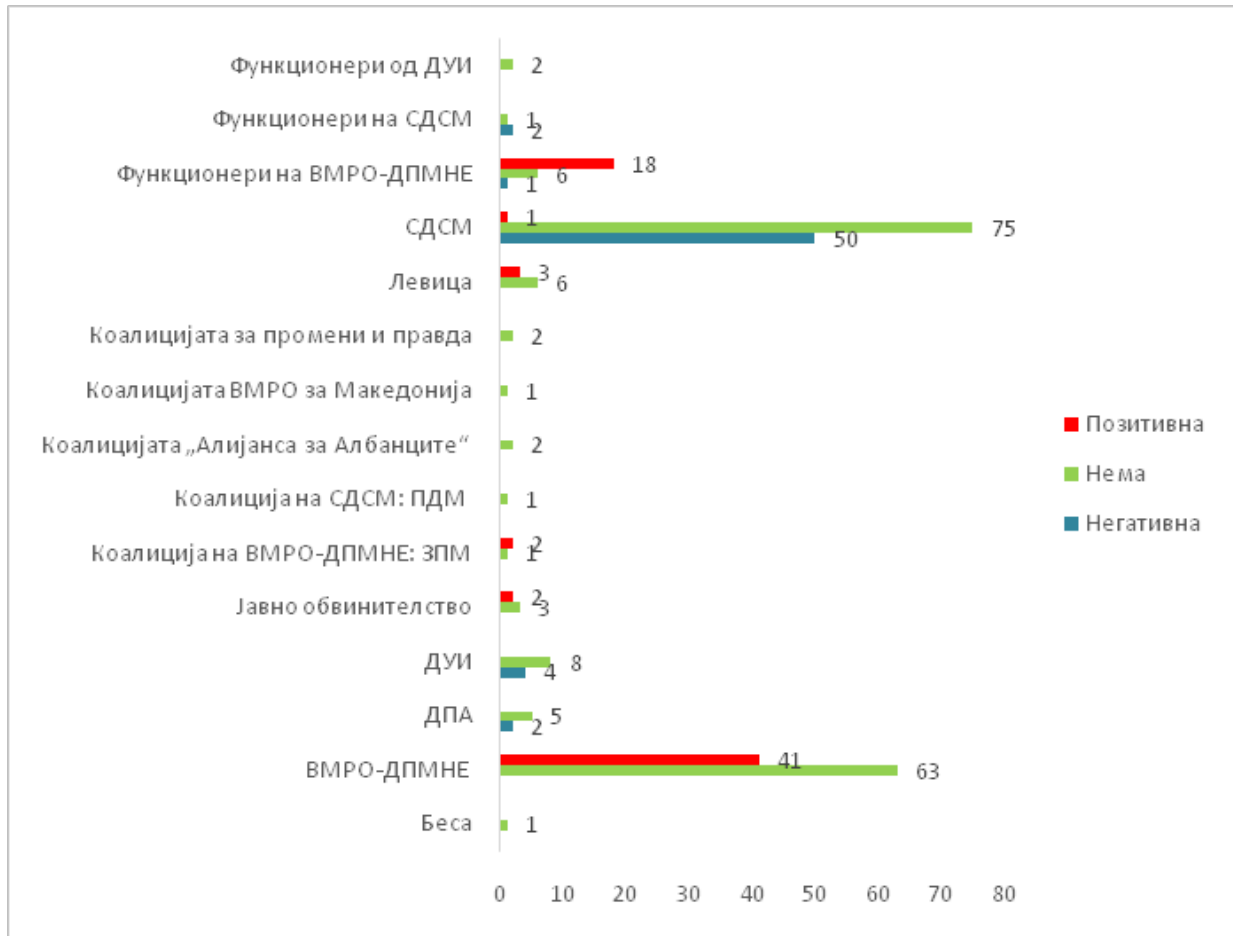
2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Ако се анализира колку информации се објавени за политичките субјекти во сите прилози што се однесуваат на домашните настани, може да се оцени дека телевизијата во вестите не ги отсликува балансирано политичките ставови и гледишта на двата најголеми политички субјекти во земјава. И покрај тоа што во речиси ист број случаи се споменати владејачката партија опозицијата, нивните коалиции и функционери, (133 и 130 прилози) односот кон нив е целосно спротивен (52 пати СДСМ е ставена во негативен контекст, а 61 пат ВМРО-ДПМНЕ во позитивен).

Позитивното претставување на ВМРО-ДПМНЕ главно беше поврано со мерките и проектите на Владата (30 ноември: „Според градоначалникот на Скопје, Коце Трајановски со користење на овие автобуси во голема мера ќе се намали и загадувањето во градот.

ЈСП денеска објави покана за изразување интерес за учество во меѓународен повик за доделување договор за нивната набавка“). Во повеќе случаи фаворизирањето на ВМРО-ДПМНЕ се вршеше преку некритичко мешање на партијата со државата, особено во врска со странските инвестиции (2 декември: „Инвестицијата што ја најави Груевски од Битола почна да се реализира“). Негативното известување за СДСМ, освен во темите за двојазичноста, беше присутно и во други прилози (2 декември: „Откако ДИК дефинитивно дефинитивно утврди дека фантомите на СДСМ беа обичен башка лош изговор за бегство од изборите во април а подоцна и јуни, и граѓаните во анкета потврдуваат дека се свесни за лагата и најавуваат казна“).

За другите политички субјекти се известуваше ретко.



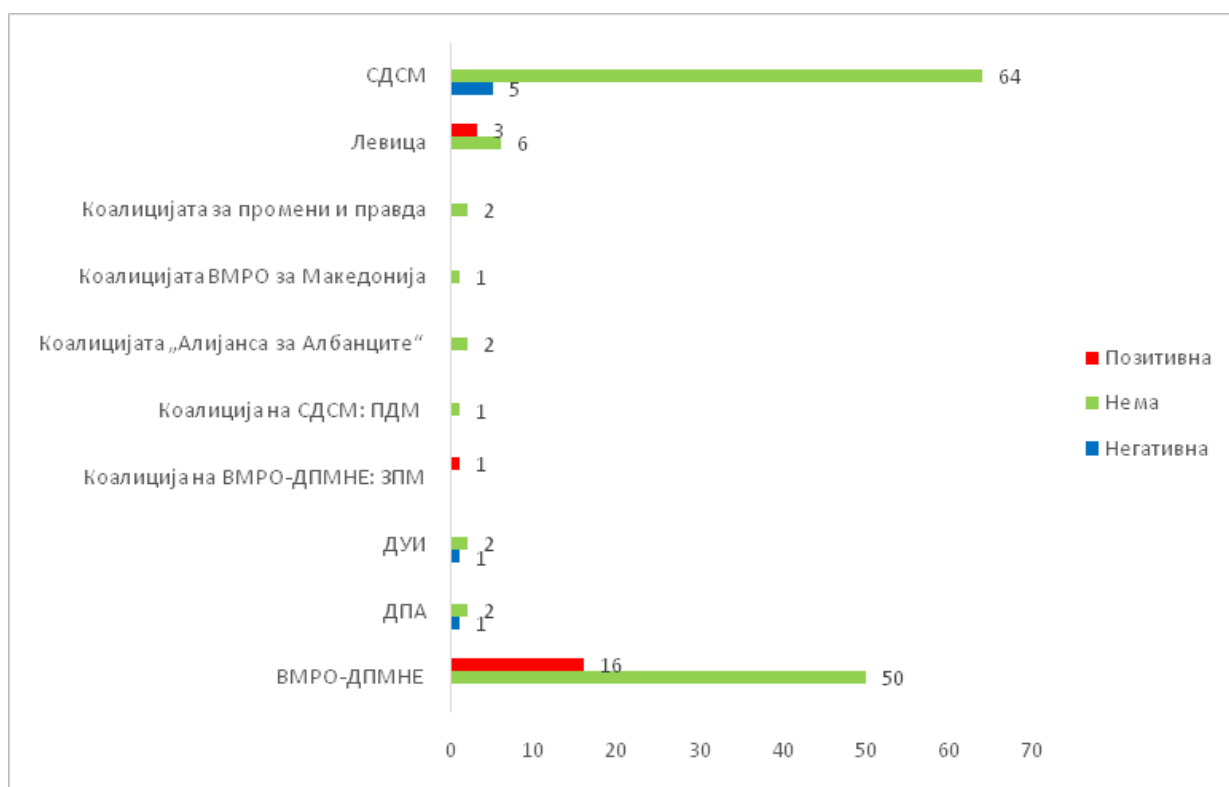
Број на информативна политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Во квантитативна смисла, телевизијата Алфа балансирано ја покриваше кампањата и на двете најголеми политички партии. Објави 67 известувања за ВМРО-ДПМНЕ и нивната коалиција и 70 за СДСМ и коалицијата. Наспроти тоа, само во 20 случаи беше известно за другите учесници на изборите, од кои во 9 случаи за Левица како најзастапен трет субјект.

Повеќето прилози се однесуваа на класично известување од кампањата, со пренесување на клучните пораки што ги испраќаа кандидатите, во посебни прилози. Редовна пракса во текот на вестите беше прво да се извести за активностите на ВМРО-ДПМНЕ, а потоа на СДСМ. Во повеќе случаи имаше и подиректно изразување позитивен однос кон ВМРО-ДПМНЕ. Забележителна беше разликата во најавите на обраќањата на владејачката (6 декември: „И носителите од коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ беа меѓу народот. Порачаа дека има огромна разлика меѓу програмите од нивната и на опозициската партија“) и на опозициската партија (6 декември: „И носителите на листи ги продолжуваат теренските активности. СДСМветува гарантиран месечен надоместок од 12.000 денари за екстремно сиромашно четиричлено семејство“). Изразувањето различен однос

преку најавите на прилозите беше карактеристично и за обраќањата на партиските лидери (9 декември: „Во недела ВМРО ДПМНЕ ќе слави за 10тата по ред победа на овие избори, а една од главните задачи ќе биде отворањето на нови работни места порача лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски при денешната средба со граѓаните во Неготинско“; Лидерот на СДСМ Зоран Заев денеска од Струмица ги повика граѓаните да излезат на гласање во недела и да одберат За живот во Македонија“). Повторно во дел прилози се напаѓаше опозицијата за плагијат (2 декември: „Република: Српската партија Двери ја потврди кражбата - СДСМ врши политичка измама со нашата кампања“). Партијата Левица, пак, не само што беше трет најзастапен субјект во прилозите на телевизијата што се однесуваа на изборната кампања, туку и кон неа беше изразен позитивен однос (5 декември: „Без партиски лидер, ниту финансиер. Со 1700 евра пари од донации Левица во трка со останатите политички партии. Под мотото Искра во Мракот изразито левичарската Левица се залага за социјална правда, намалување на јазот меѓу богатите и сиромашните а една од главните мерки која е предлагаат е укинување на извршителите. На прво место е грижата за работникот и неговите права“).



Број на информативна политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно вразување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Телевизијата Алфа во вториот дел од предизборната кампања го засили известувањето на темата за двојазичност и нејзиното толкување како вовед во федерализација на земјата. Повторно оваа тема беше најчесто користена за демонизирање на партијата СДСМ, со изразен негативен однос во вкупно 28 случаи (30 ноември: „Федерализацијата и заложбите за кантонизација можен безбедносен ризик!“; 1 декември: „Фрчковски се отвори во Љубљана, Заев ме изненади со храброста. Вели: Можеби не е страшно Македонските ученици од прво одделение да учат албански“; 4 декември: „Туркањето на концептот од страна на лидерот на СДСМ Заев, за двојазичност и кантонизација, може да донесе нови немири и судири во државата предупредуваат познавачите“; 6 декември: „Табли, соопштенија, состаноци. СДСМ станува двојазична партија. Дали праксата би ја пресликале и на ниво на државата.“). Притоа постојано во прилозите се реемитуваа снимки од јавни настапи и од интервјуа на лидерот на опозицијата, кои беа толкувани како аргументи за намерата за федерализација на државата.

Новина во покривањето на оваа тема беше почестото изразување позитивен однос (7 случаи) кон ВМРО-ДПМНЕ (1 декември: „Но на овие математики им пркоси ВМРО-ДПМНЕ. Груевски вели нема да има никаква широка коалиција, СДСМ ги лаже своите членови и не се свесни дека ќе изгубат со огромна разлика“). Дел прилози беа конструирани на начин што води до заклучок дека мора да се гласа за владејачката партија (2 декември: „Ако коалицијата За подобра Македонија предводена од ВМРО ДПМНЕ не обезбеди 63 пратеници, можни се преговори и пазарење со националните интереси“).

Во помал број случаи (3) во врска со оваа тема беше изразен негативен став и кон ДУИ (1 декември: „А апетитите на ДУИ нагло пораснаа, буквално до таван како што милува да каже народот. По отварањето на Пандорината кутија со најавите за двојазичност, федерализација и можноста за менување на уставот, Али Ахмети сега типува на премиерската функција, велат извори од редовите на интегративците за Дневник“).





АЛСАТ М МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК

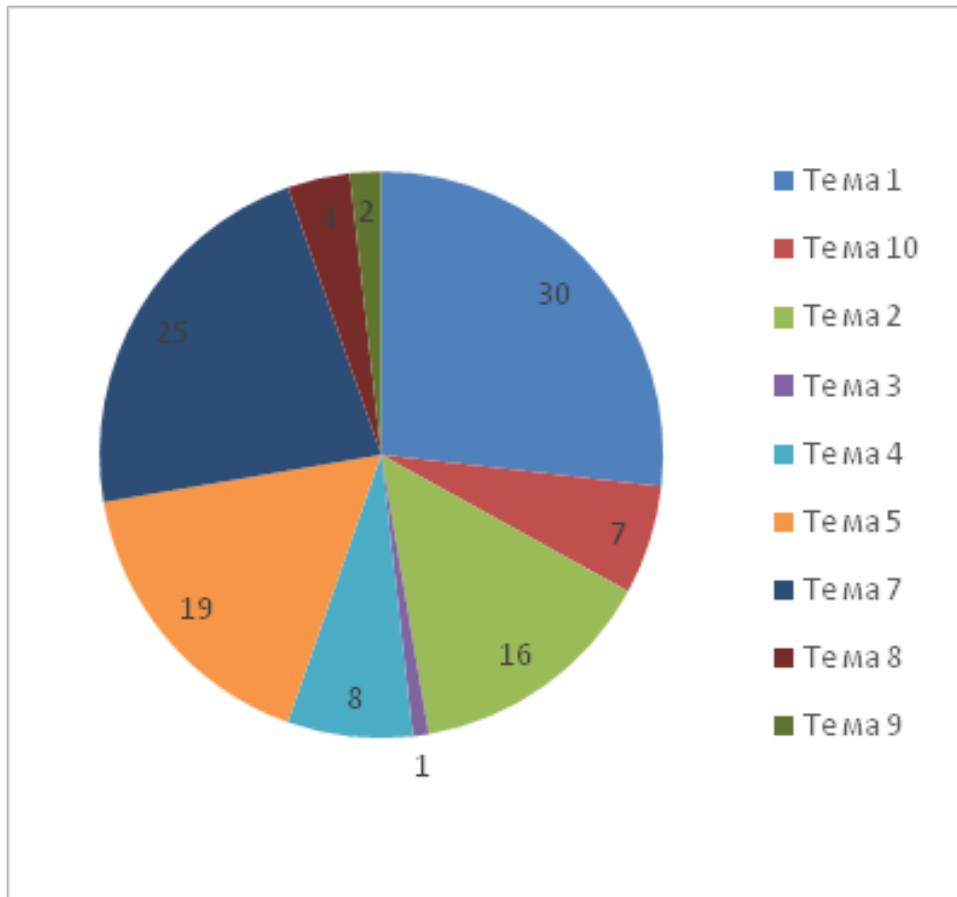
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА АЛСАТ М (АЛБАНСКИ ЈАЗИК)

- Телевизијата Алсат М во вестите на македонски јазик во мониторирааниот период објави вкупно 112 прилози што се однесуваат на политичките актери, процеси или состојбиво земјава. Најзастапени теми беа подготовката и организацијата на изборите (30 прилози), работата на државните институции (25), работата на Специјалното јавно обвинителство (19), а дури на четвртото место беше изборната кампања (16 прилози).
- Најспоменувани политички субјекти во вестите на Алсат М на македонски во овој период беа ВМРО-ДПМНЕ (51 случај), СДСМ (37), ДУИ (30) и ДПА (11). Кон повеќето од најистакнатите политички субјекти повремено беше изразуван критички однос, а не беше забележано експлицитно фаворизирање или демонизирање.
- Во вестите на македонски јазик телевизијата не информираше за секојдневните активности на политичките партии во изборната кампања, туку за специфични аспекти од неа (заканите на Груевски кон Заев и друго).

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Најзастапена тема беше подготовката и организацијата на изборите, со посебен нагласок на финансиските извештаи на партиите, наодите за неправилности, случаите што Антикорупциската комисија ги отвори во врска со изборни нерегуларности од СДСМ и

друго. Од работата на институциите најчесто се следеа случувањата во судовите, а во врска со Специјалното јавно обвинителство се следеше развојот на настаните поврзани со случаите „Сопот“ (кој СЈО се обидува да го преземе) и „Тврдина“ (кој е веќе отворен)



Број на прилози на Алсат М (македонски јазик според теми (30 ноември – 9 декември))

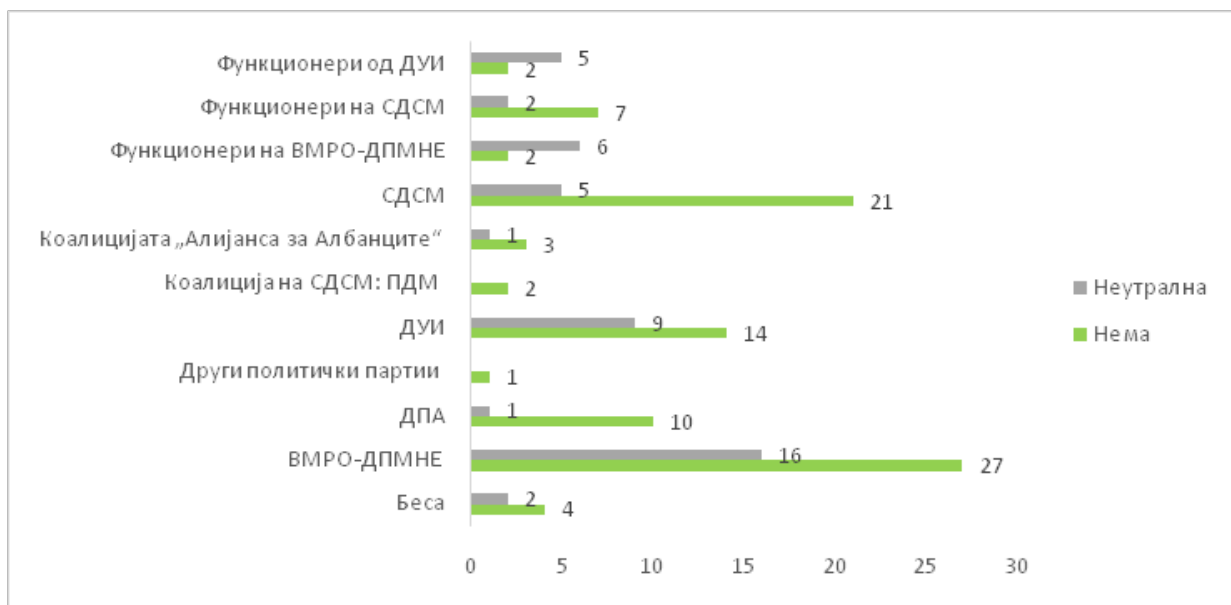
Тема 1	Организацијата на предвремените парламентарни избори (избирачки список, проблеми со број на гласачи, следење на можни неправилности итн).
Тема 2	Предизборни активности на политичките партии (сите активности што вклучуваат митинзи, најави за митинзи, средби со граѓани, ветувања, соопштенија, реакции 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

Ако се анализира колку информации се објавени за политичките субјекти во сите прилози што се однесуваат на домашните настани, може да се оцени дека телевизијата во вестите на македонски јазик се фокусира повеќе на случувањата поврзани со ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ и ДУИ, а помалку на тие поврзани со ДПА и со други партии.

Во информативното издание на македонски јазик телевизијата изразуваше критички однос кон повеќето политички субјекти, како и кон институциите и органите на државата. Најчесто тој однос беше изразуван кон ВМРО-ДПМНЕ, во 22 случаја (1 декември: „Откако ВМРО-ДПМНЕ поднесе претставки против СДСМ за прекршување на изборниот законик,

антикорупционерите седнаа на итна седница, што е реткост“; 4 декември: „Груевски ја продолжува битката против СЈО. Аналитичари предупредуваат: сака да го сокрие криминалод од минатата деценија“) и кон ДУИ во 9 случаја (30 ноември: „ДУИ и покрај неколкуте неуспеси ветува влез во НАТО и решавање на прашањето за името“), а повремено и кон СДСМ во 7 случаја, меѓу другите и за информациите за малтретирање на т.н. кумановска група, на која и се суди за минатогодишниот тежок вооружен инцидент во Куманово (1 декември: „Министерот за внатрешни работи Оливер Спасовски за овој случај вели дека внатрешната контрола на МВР оценила дека врз обвинетите не било вршено насилство“).

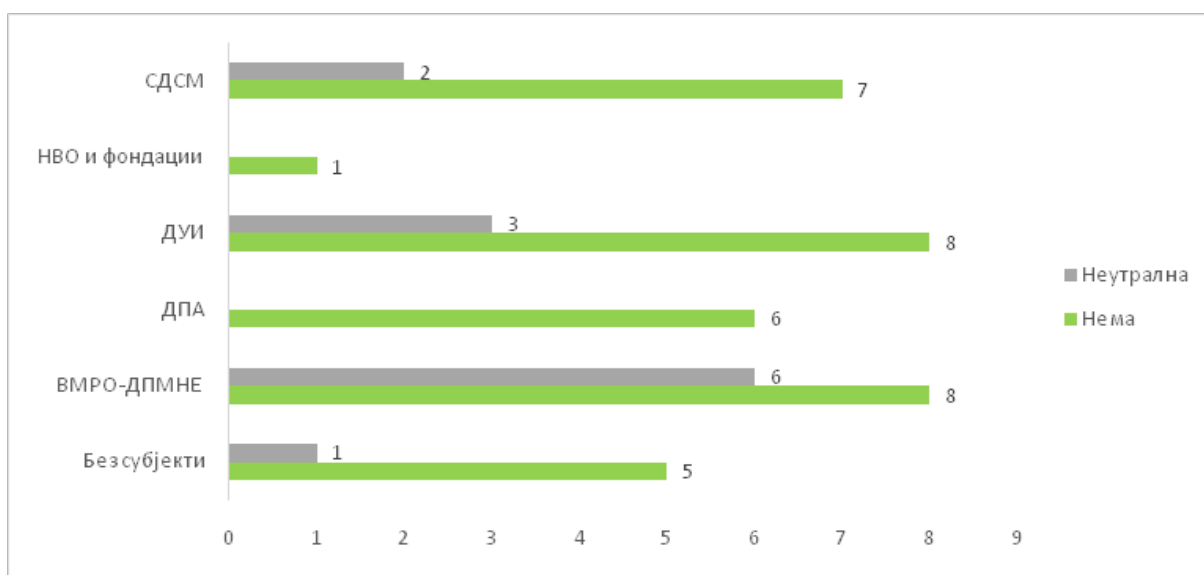


Број на информациска политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно вграмување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Во вестите на македонски јазик телевизијата не известуваше за партиските активности во предизборната кампања. Имаше денови во кои во ова информативно издание на Алсат М воопшто не беше емитуван ниту еден прилог поврзан со кампањата. Кога се емитуваа тие содржини, пак, најчесто стануваше збор за аналитичко-критички прилози во врска со нереални ветувања на партиите (4 декември: „Општа борба меѓу партиите кој ќе понуди поголема минимална плата. ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ ветуваат слични износи на гласачите. Економистите велат дека постои реална проценка колку може да биде минималната плата и тоа е под ветувањата на партиите“), за штетните последици што тие ветувања можат да ги

нанесат (2 декември: „ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ, во битката за освојување гласачи, лицитираат со суми за зголемување на пензиите, но ниту една не нуди решение за одржливоста на фондот“) и за други теми во кои еднакво се критикуваа различните политички субјекти. Особено остар критички став телевизијата заведе во врска со изјавата на лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски која се толкуваше како закана за физичка ликвидација на опозицискиот лидер Зоран Заев (7 декември: „Груевски се закани со физичка ликвидација на Зоран Заев. Од Делчево му порача дека првиот човек на македонската револуционерна борба, доколку бил жив, ќе го прател егзекуторот Андон Лазов Ќосето да се реши од таквите како него“).



Број на информативизација политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно враќање (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Во втората половина од предизборната кампања телевизијата Алсат М не се наврати на темата за двојазичноста и федерализацијата, но во мал број прилози (вкупно 4) обработуваше теми што се индиректно поврзани со неа. Во овие прилози по еднаш беше изразен критички однос кон ДУИ (3 ноември:

„Зошто ДУИ го заборава ветувањето за преземање на една од трите клучни функции“) и кон ВМРО-ДПМНЕ (4 ноември: „Познавачите на политичките случувања ги критикуваат партиите дека во недостиг на идеи, гласовите на граѓаните се обидуваат да ги добијат со поттикнување на националистички чувства“).



АЛСАТ М АЛБАНСКИ ЈАЗИК

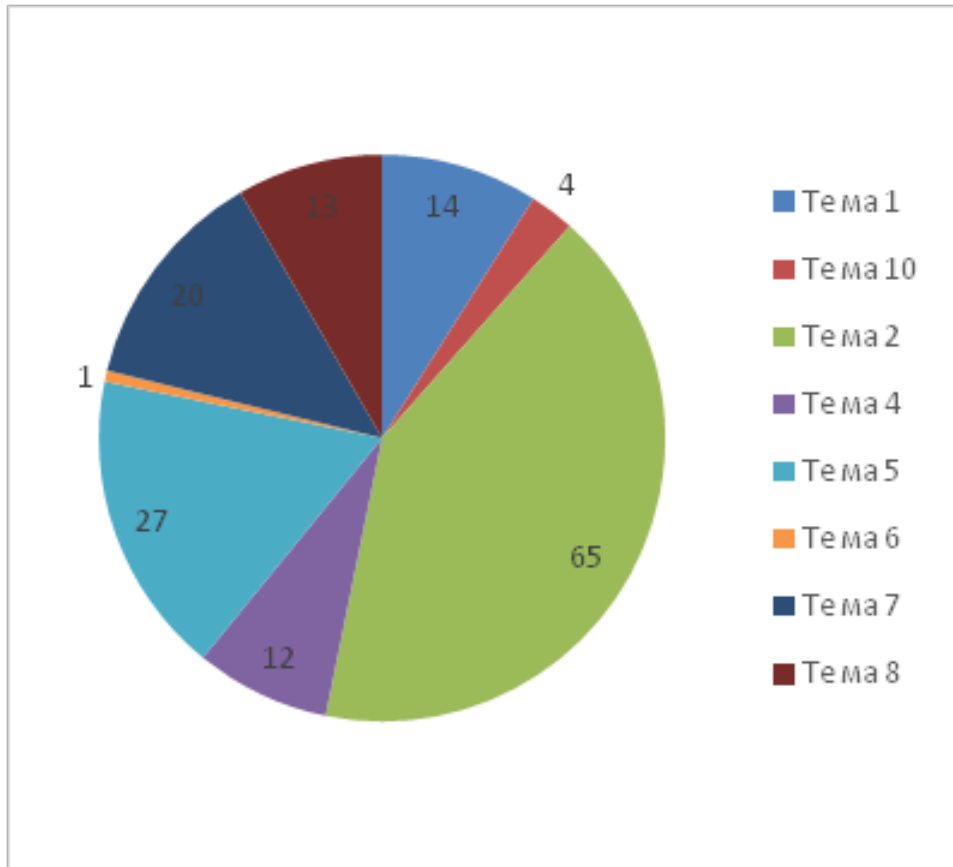
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА АЛСАТ М (МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК)

- И во втората половина од изборната кампања, естите на телевизијата Алсат М на албански и на македонски јазик во мониторирањето период беа идентични во поголемиот дел, освен во покривањето на секојдневните партиски активности, каде што на албански јазик беа објавувани повеќе извештаи од нив. Во информативната емисија на албански медиумот објави вкупно 170 прилози што се однесуваат на политичките актери, процеси или состојби во земјата. Од нив, 72 се однесуваат на предизборната кампања, по 30 на работата на државните институции и на подготовката и организацијата на изборите, 20 на работата на Специјалното јавно обвинителство итн.
- Најспоменувани политички субјекти во вестите на Алсат М на албански во овој период беа ВМРО-ДПМНЕ со коалицијата и функционерите (89), потоа СДСМ со својата коалиција и функционери (72) и ДУИ со своите функционери (62), а ДПА беше присутна во 39 прилози. Кон ДУИ и кон ВМРО-ДПМНЕ како долгогодишни креатори на јавните политики најчесто беше изразуван критички однос.
- Изборната кампања повторно не доминираше во вестите на овој медиум за разлика од другите, иако беше застапена во голем број прилози. Дневните активности на кандидатите (митинзи и средби со граѓани) беа емитувани кон крајот на вестите, а во другиот простор што го отстапи за кампањата, медиумот обработуваше специфични аспекти од неа.

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Телевизијата се здржа на релативно мал број теми и тоа предизборната кампања, работата на СЈО, работата на институциите, организацијата на изборите и на редовните активности на државните функционери. За двојазичноста не се известуваше како во првиот дел од кампањата. Во сите прилози

имаше аналитички пристап со аргументирана критика. Посебно внимание се обрна на организациските аспекти на изборите и тоа на финансиските извештаи на партиите, наодите за неправилности, случаите што Антикорупциската комисија ги отвори во врска со изборни нерегуларности од СДСМ и друго.



Број на прилози на Алсат М (албански јазик) според теми (30 ноември – 9 декември)

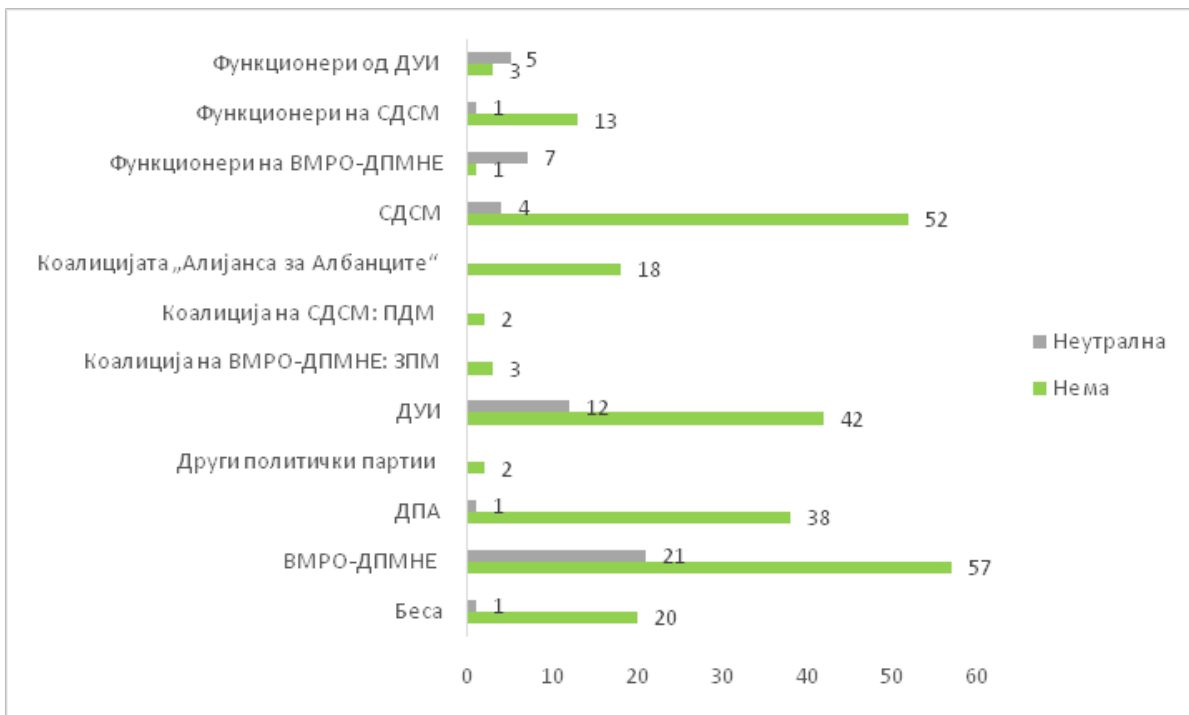
Тема 1	Организацијата на предвремените парламентарни избори (избирачки список, проблеми со број на гласачи, следење на можни неправилности итн).
Тема 2	Предизборни активности на политичките партии (сите активности што вклучуваат митинзи, најави за митинзи, средби со граѓани, ветувања, соопштенија, реакции 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

Ако се анализира колку информации се објавени за политичките субјекти во сите прилози што се однесуваат на домашните настани, може да се оцени дека телевизијата во вестите на албански јазик постигнува делумен баланс меѓу информациите поврзани со ВМРО-ДПМНЕ со коалицијата и функционерите (89) и со СДСМ со својата коалиција и функционери (72), ДУИ (62) и ДПА (39). За другите политички субјекти се известува помалку.

Но ако се анализира пристапот кон овие политички субјекти, во вестите на албански јазик на Алсат М беше изразен критички однос во 21 случај кон ВМРО-ДПМНЕ (1 декември: „Откако ВМРО-ДПМНЕ поднесе претставки

против СДСМ за прекршување на изборниот законик, антикорупционерите седнаа на итна седница, што е реткост“; 8 декември: „Странските компании ќе банкротираа без Владата“), во 12 случаи кон ДУИ (30 ноември: „И покрај досегашната реторика која не даде резултат, лидерот на ДУИ повторно ветува решавање на прашањето за името и деблокирање на процесот“), како и во пет случаи кон СДСМ, но пред се во прилози во кои се критикувале и други партии (5 декември: „ВМРО-ДПМНЕ и Беса потрошиле повеќе отколку што собрале, а СДСМ сомнително исто“). Кон другите политички субјекти речиси не се изразува новинарски однос.



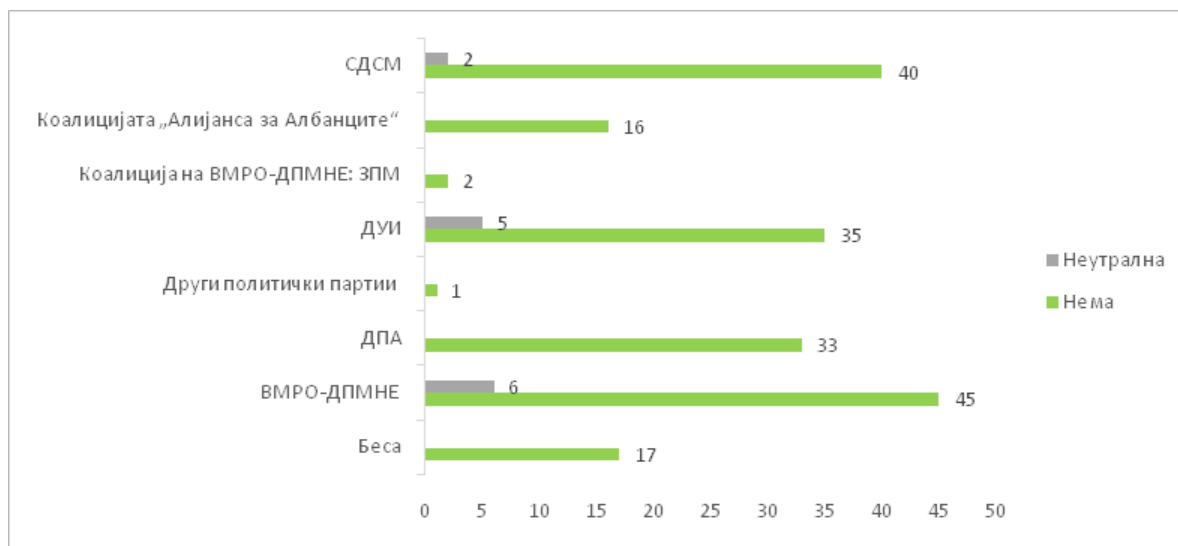
Број на информативиза политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Покривањето на изборната кампања беше тема за која се објавија најголем број прилози и во овој мониториран период. Сепак, известувањето за активностите на политичките партии, митинзите, средбите со граѓани и друго, не заземаа доминантно место во информативното издание на албански јазик на Алсат М. По неколку кратки извештаи со клучните пораки од последните обраќања на партиските лидери беа емитувани на самиот крај на вестите, по сите други прилози. Во овие блокови најчесто се известуваше за ДУИ, ДПА, Беса, Коалицијата Алијанса за Албанците, Беса, ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ.

Вкупно во прилозите што се однесуваат на кампањата најзастапен политички субјект беше ВМРО-ДПМНЕ (53 информации), а потоа сле-

дуваа СДСМ (42), ДУИ (40) и ДПА (33), помалку за Беса (18) и за Алијансата за Албанците (17), а за другите учесници во изборите не се известуваше. Но овие прилози не се однесуваа само на тековните активности во кампањата, туку и на специфични аспекти од неа. Во нив најчесто беше изразуван критички однос кон ВМРО-ДПМНЕ (4 декември: „Националистичка реторика преовладува во кампањата“; 7 декември „Груевски го заострува јазикот, се закани на Заев“), кон СДСМ во прилози во кои имаше заедничка критика кон субјектит (4 декември: „И ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ во политичките програми најавуваат повисока минимална плата“) и кон ДУИ (4 декември: „Ни од ДУИ не дадоа објаснување зошто побарале нивниот лидер да биде обезбедуван од толку многу полицајци“).



Број на информативна политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно вградување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Телевизијата не се наврати на темата за двојазичноста, која се наметна како една од главните во кампањата. Се објавија само мал број прилози (4) што беа индиректно поврзани со неа (3 декември: „ДУИ заборави на ветувањата за една од трите клучни функции“; 4 декември: „Националистичката реторика зема замав во кампањата“).

Темата на која и се обрна особено големо внимание (30 прилози) беа организациските аспекти и регуларноста на предизборниот процес, на финансиските извештаи на пар-

тиите, наодите за неправилности итн. Со особено внимание и со критички однос беа следени информациите за различни видови нерегуларности поврзани со изборите (2 декември: „Обвинителство, 42 истраги за изборни нерегуларности“; 3 декември: „Правни експерти се сомневаат дека ЈО на Марко Зврлевски работи на изборни нерегуларности“, 6 декември: „Илјадници апликанти запишале иста електронска адреса во дијаспората“; 9 декември: „Цивил пријави многу прекршоци во ДИК“).



ТВ 21

МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК

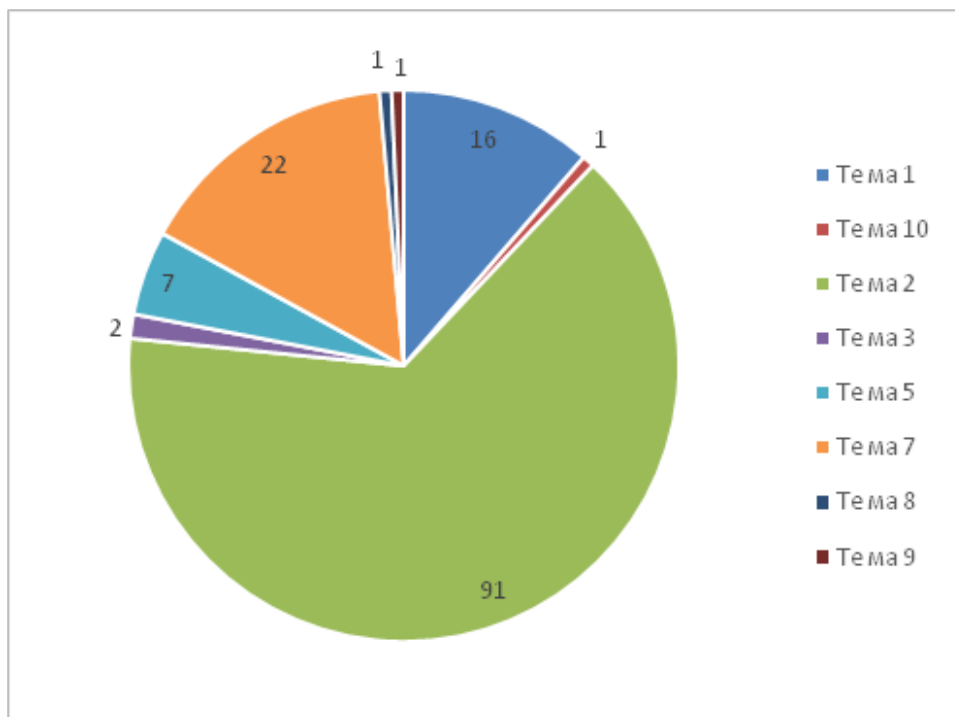
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА ТВ 21 НА МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК

- ТВ21 во вестите на македонски јазик објави 141 прилог за актуелни политички настани. Повеќе од половина (91) се за предизборните активности на партиите, потоа за редовната работа на државните и локалните институции (22), за активностите за подготовка на изборите (16), за работата на СЈО (7), за промоција на владини мерки и инвестиции (2), и по еден прилог за двојазичноста и федерализацијата и за мерење на рејтингот на партиите во предизборието.
- Се забележува дека телевизијата, во целината на вестите, настојува да даде простор на што повеќе политички гледишта, иако поголемите политички субјекти и нивните функционери во власта се најприсутни по обем.
- Оваа телевизија настојуваше да известува избалансирано за изборните активности на политичките партии кои учествуваа на изборите, давајќи им голем простор и на позициските и на опозициските партии. Во ниту еден од прилозите нема фаворизирачки или демонизирачки став

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Многу малку од темите за кои оваа телевизија известуваше во мониторираниот период не беа поврзани со изборите. Забележливо е што телевизијата, во рамки на изборните теми, покренуваше прашања од значење за одделни групи граѓани, како на пример правата на ЛГБТ заедницата (5.12 „ЛГБТ заедницата-невидлива, само една партија има ЛГБТ кандидат за пратеник“), или за слепите лица (5.12 „Гласачки ливчиња со брајова азбука, може ли да се злоупотреби гласот на слепите лица?“). Подготовката на изборите по истиот терк се анализира проблемски за тоа „Дали има простор за недоверба во изборните резу-

лати“ (9.12.), „Од избирачкиот список “исчезнаа“ 104 лица, Цивил: фантомите мигрираа од една на друга адреса (9.12), „Гласачи не можаат да се пронајдат на избирачкиот список“(6.12.), како и за тоа дали се реални трошоците во финансиските извештаи на партиите и друго. Работата на СЈО се следеше преку прилози во достапноста на серверите на операторите во случајот „Тврдина“, за ситуацијата во судовите, за загадувањето на воздухот како покренувањето на јавната свет за лошите услови во заводот за рехабилитација на деца и младинци (3.12) по повод Денот на лицата попреченост



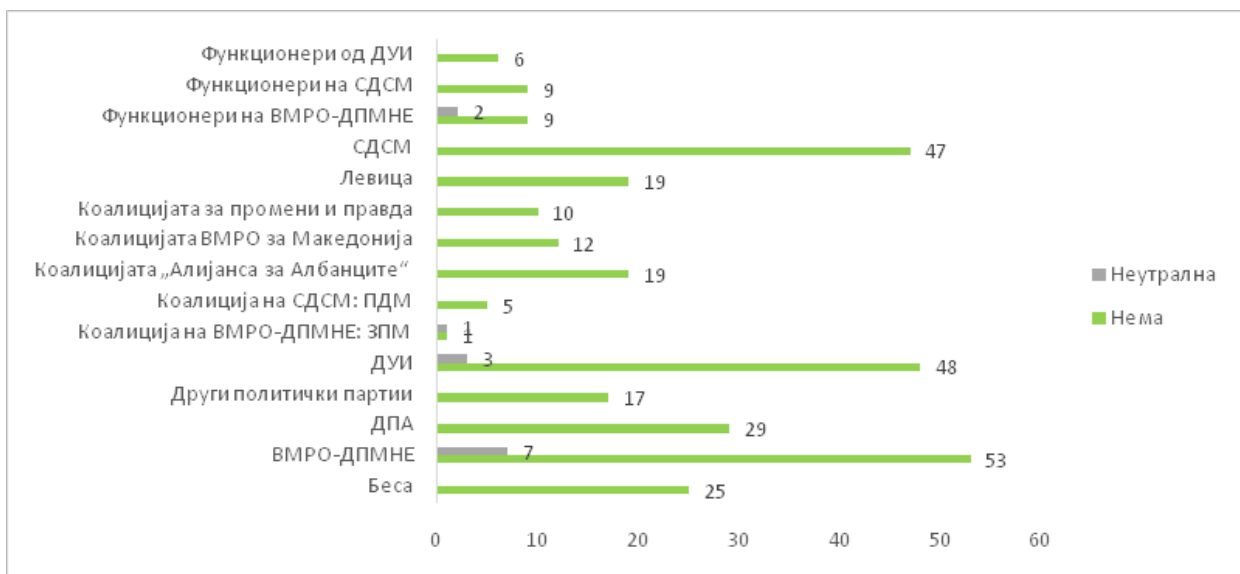
Број на прилози на ТВ 21 (македонски) според теми (30 ноември – 9 декември)

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 (прославата на Денот на албанското знаме)

2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Во известувањето за домашните теми, најмногу простор во вестите на македонски јазик на оваа телевизија е отстапен на двете најголеми партии и нивните коалиции и најголемата партија во албанскиот блок ДУИ и функционерите: ВМРО ДПМНЕ со Коалицијата за подобра Македонија и функционерите (73), СДСМ, коалицијата и функционерите (61) и ДУИ (57). Со двојно и повеќе од двојно помалку појавувања се известува за ставовите на ДПА (29) и Беса (25), Алијанса на Албанците (19) исто колку и Левица,

други политички партии (17), Коалицијата ВМРО за Македонија со 12, Промени и правда 10. Во 13 прилози новинарскиот приод е критичко-неутрален (во 7 за ВМРО ДПМНЕ, 3 за ДУИ, 1 за ВМРО за Македонија и 2 за СДСМ): 1.12 „Помалку пари за борба со ХИВ, 37 ново заразни ова година-само 3 се жени“, 3.12. „Пензионерите предвреме се опарија, добија повисоки ноемврски пензии за пет проценти“, 2.12 „Сомнителни уплати кон партиите, пејачи, бизнисмени и фирми се главни донатори“).

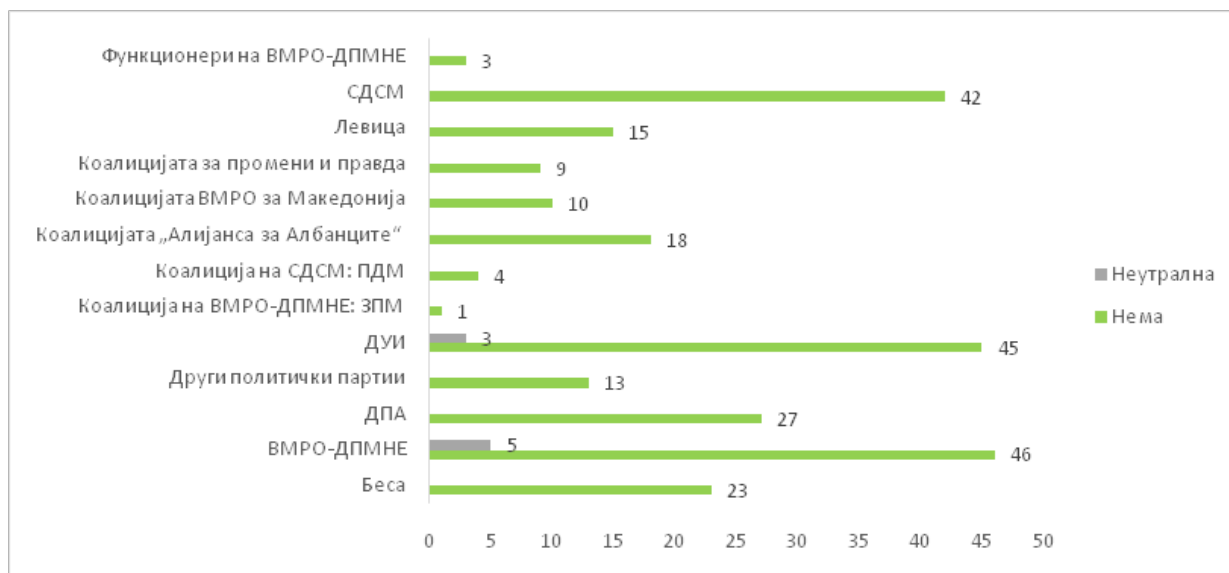


Број на информативиза политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно вградување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Оваа телевизија во вестите на македонски јазик настојува да задржи баланс во информирањето за пораките и активностите на сите политички субјекти, како оние кои се на власт, така и опозициските: за ВМРО ДПМНЕ (55) и ДУИ (48) има вкупно 103 информации во прилозите, за СДСМ (46), по што следуваат ДПА (27), Беса (23), Алијанса за Албанците (18), Левица (15), Коалиција ВМРО за Македонија (10), Коа-

лиција за промени и правда (9) и другите политички партии (13 појавувања). Најмногубројни се прилозите кои се известувачки, додека во 8 има аргументиран критички и неутрален став (5 за ВМРО ДПМНЕ и 3 за ДУИ): 5.12 „Договор меѓу Еко Гуерила и политичките партии, Цафери: ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ го бојкотираат договорот“, 7.12 „Изборна реторика: Груевски: Гоце Делчев на Заев ќе му го пратеше Косето“.



Број на информирања на политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Во вториот дел од кампањата, темата за двојазичност и федерализација се појавува во само еден прилог кој е извештај од пре-

дизбрен настап на политичка партија и каде нема новинарски став.



ТВ 21

АЛБАНСКИ ЈАЗИК

ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА ТВ 21 НА АЛБАНСКИ ЈАЗИК

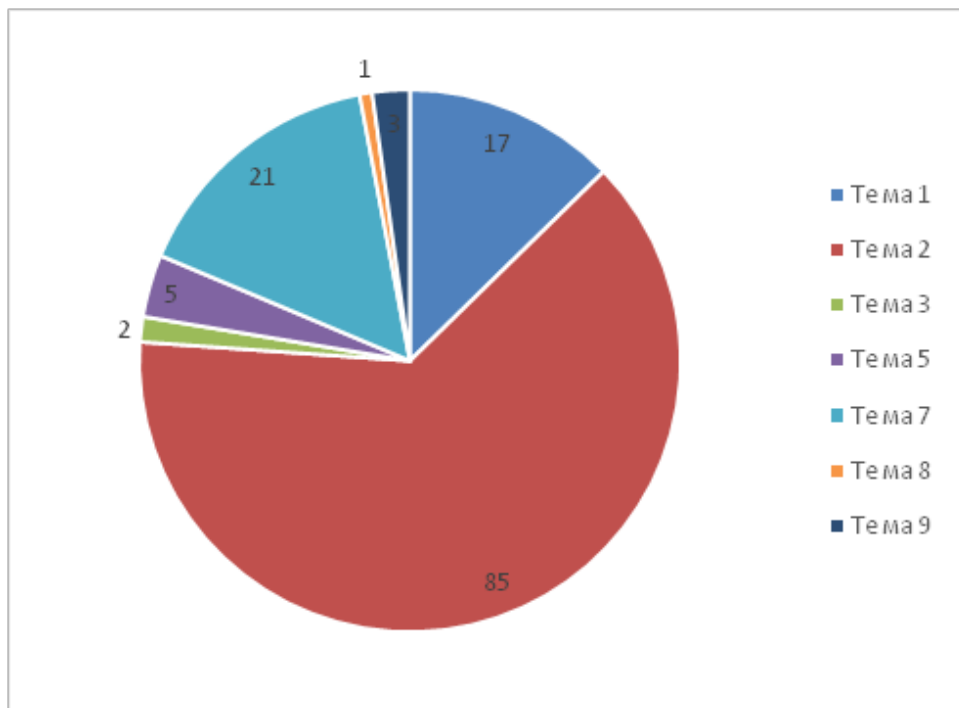
50

- ТВ21 во вестите на македонски јазик објави 134 прилози за актуелни политички настани. Повеќе од половина (85) се за предизборните активности на партиите, потоа за редовната работа на државните и локалните институции (21), за активностите за подготовка на изборите (17), за СЈО (5), за мерење на рејтингот на партиите 3, за промотивните владини мерки 2 и еден за двојазичноста и федерализацијата.
- Како и во вестите на македонски јазик, во целината на вестите, телевизијата настојува да претстави што повеќе политички гледишта, иако поголемите политички субјекти и нивните функционери во власта се нешто поприсутни по бројот на појавувања.
- Во известувањето за предизборните активности на политичките партии има тенденција за избалансираност, и од квантитативен и од квалитативен аспект. Бројот на информациите за субјектите од позицијата (ВМРО ДПМНЕ, 50 и ДУИ, 49), е приближно ист со оној за субјектите од опозицијата (СДСМ - 42, ДПА - 29, Алијанса за Албанците - 19, Левица - 9 и други партии - 10), со тоа што телевизијата за сите известува без новинарски став

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

И по бројот на прилозите и по темите кои ги обработуваа, вестите на албански и на македонски јазик на ТВ 21 речиси се поклопуваат. Предизборните претставувања покриваат најголем дел од просторот во вестите, при што се дава простор и на поголемите партии, но и на помалите и новите партии и коалиции. Подготовката на изборите се следеше преку покренување прашања за пропуститево избирачкиот список поттикнати од тврдења на невладини организа-

ција и за финансиските извештаи на партиите за првиот дел од кампањата. Но, телевизијата продолжи да ја следи и редовната работа на институциите, најмногу судовите, СЈО (Тврдина и фотографијата од рочиште во врска со овој случај), за просечните плати во индустриските зони (8.12), за квалитетот на македонското образование (Тестот Писа од 7.12.), истражувања на јавното мислење закономското незадоволство (7.12.), загадувањето на воздухот.



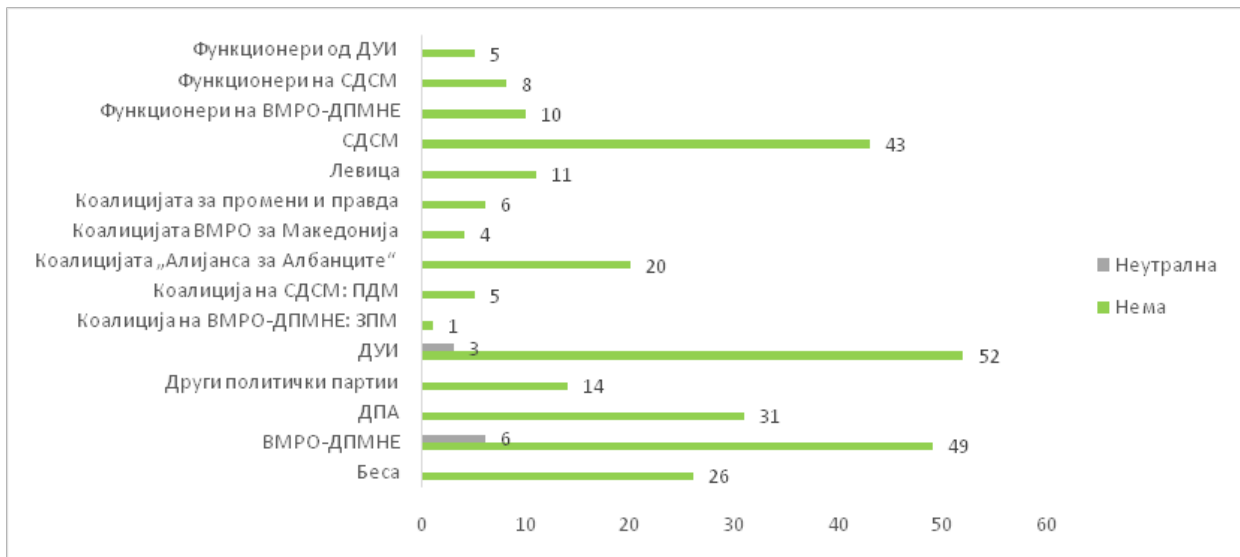
Број на прилози на ТВ 21(албански) според теми (30 ноември – 9 декември)

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 (прославата на Денот на албанското знаме)

2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Ако се погледне бројот на партиите за чии гледишта се известува во вестите на албански јазикна оваа телевизија, можеда се заклучи дека таа се обезбеди пристап за повеќе политички субјекти на домашната сцена. Најчесто се презентираа ставовите на „тројката“ поголеми партии: ВМРО ДПМНЕ (коалицијата и функционерите) со 66, ДУИ (и функционерите) со 60 и СДСМ (коалицијата и опозициските функционери) со 56 појавувања. Помалку, но сепак се следат и активностите и гледишта-

та на ДПА (31), Беса (26), Алијансата на Албанците (20), Коалицијата за промени и правда и други помали партии (14). Останува неутрално информирање, со повремени критички став (9 прилози од кои 6 за ВМРО ДПМНЕ и функционерите и 3 за функционери и претставници на ДУИ (2.12. „Колку пари трошеле партиите за 10 дена кампања? ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ платиле поскапо“ 5.12. „Договор против загадувањето на воздух, ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ не беа за потпишување“)

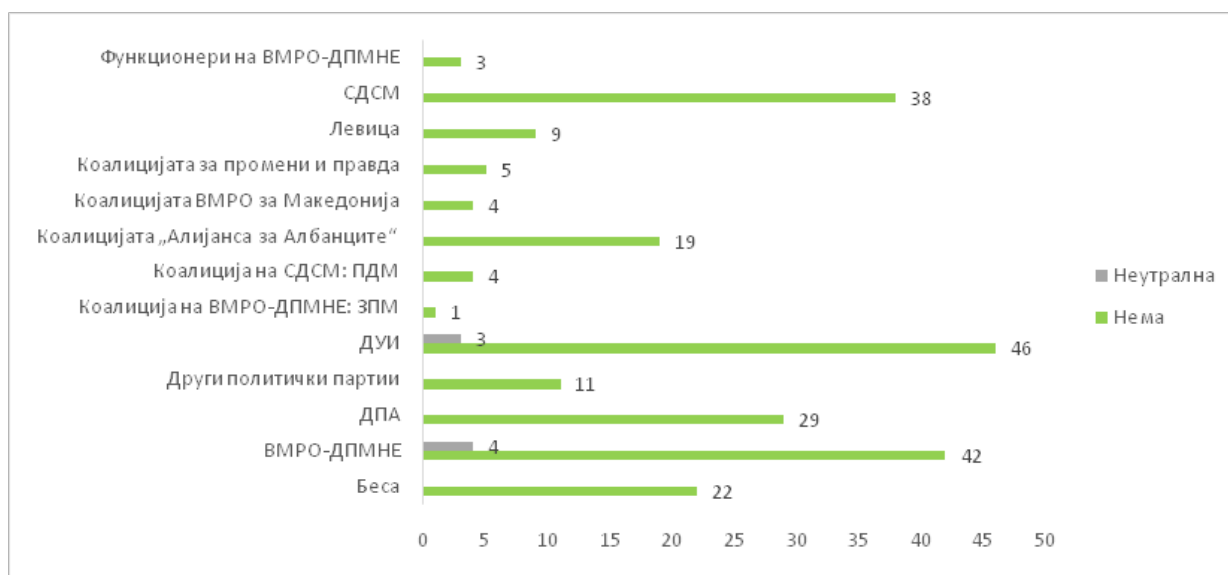


Број на информативна политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно вградување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

И во вестите на англбански јазик, телевизијата настојува избалансирано да ги претстави пораките и активностите на различните политички субјекти, и оние кои се на власт и оние од опозицијата: ВМРО ДПМНЕ (50) и ДУИ (49) имаат заедно околу стотина појавувања и нешто малку повеќе се информациите за СДСМ (42), ДПА (29), Алијанса за Албанците (19), Левица (9), и коалициите за промени и правда и ВМРО за Македонија со по 5 појавувања. Најчесто и

овие прилози се сведуваат на извештаи за пораките од митинзите или собирите и средбите, без покренување теми. Во 7 (4 за ВМРО ДПМНЕ и 3 за ДУИ) од нив, новинарот критички ги опсервира пораките (7.12. „Изборна реторика: Груевски: Гоце Делчев на Заев ќе му го пратеше Ќосето“, 8.12. „Лидерот на ДУИ, Али Ахмети не им е лут на коалициските партнери зашто го прислушувале, дури тој тврди дека истото му го правеле и кога СДСМ биле на власт“).



Број на информатиза политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

Освен во еден прилог, телевизијата не се навраќа на темата со двојазичност и федерализација која беше повеќе застапена во првиот дел од изборната кампања, како тема која произлезе од обвинувањата на релација

Груевски- Заев. Во овој единствен прилог на оваа тема, ова прашање се споменува како дел од програмата на политичка партија, а не во офанзивна реторика.



ТВ НОВА

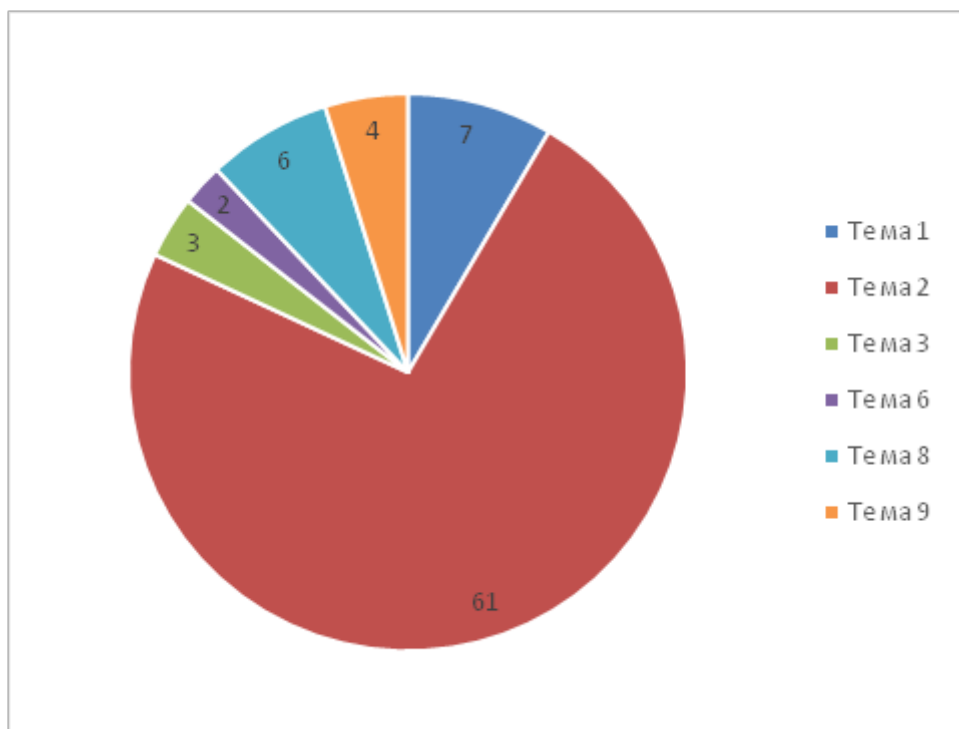
ОПШТ ЗАКЛУЧОК ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕТО НА ТВ НОВА

- ТВ НОВА во анализираниот период објави 83 прилози за актуелни политички настани и случувања. Најмногу од прилозите (61) се за предизборните активности на партиите, потоа за подготовката на изборите (7), за двојазичноста и федерализацијата што произлезе од предизборните обвинувања на релација власт-опозиција (6), за анкетите за рејтингот на партиите пред изборите (4), три (3) прилози за промотивни владини мерки и два прилози за Ад хок телото.
- Најмногу информации се објавени за двете најголеми партии: СДСМ (со коалицијата и функционерите)- 83 прилози и ВМРО-ДПМНЕ, коалицијата „За подобра Македонија и функционерите (80). Малиот број на прилози во кои се застапени останатите политички субјекти во однос на актуелните теми укажува на селективноста со која овој медиум пристапува во известувањето и занемарувањето на разноликоста на реалната политичка сцена.
- Телевизијата не обезбеди балансираност во известувањето за кампањата за двата најголеми субјекти, пред се поради квалитативниот аспект на известувањето. Најмногу од прилозите со демонизирачки тон кон СДСМ, а се однесуваа на двојазичноста и федерализацијата, при што опозицијата се обвинува за продажба на националните интереси. Телевизијата ваквите напади врз опозицијата ги пласираше и преку објавување ТВ прилози за демонизирачки текстови објавени во провладини портали и весници

1. ТЕМИ ЗА КОИ ИЗВЕСТУВАШЕ

Убедливо најзастапена тема за која известуваше оваа телевизија во вестите во вториот дел од кампањата се митинзите и собирите, делумно за организацијата на изборите, и теми кои во текот на кампањата се појавија како карактеристични теми- двојазичноста и федерализацијата и анкетите за мерење на партиските рејтинзи. Иако во мал број (телевизијата објавуваше и промотивни прилози за владини мерки, но како ветувања на лидерот на владејач-

ката ВМРО ДПМНЕ, Никола Груевски, објавени на неговиот фејсбук профил (3.12 „Економија: Рудникот Тораница го рестартира производството. Рестартирањето на рудникот Тораница на својот профил го поздрави и лидерот на ВМРО-ДПМНЕ, Никола Груевски“) или на митинзите (30.11 „Продолжува инвестицискиот бум во земјава. Ке се градни новата фабрика на Амфенол“, 8.12 „Груевски: Три нови инвестиции за 500 нови работни места“).



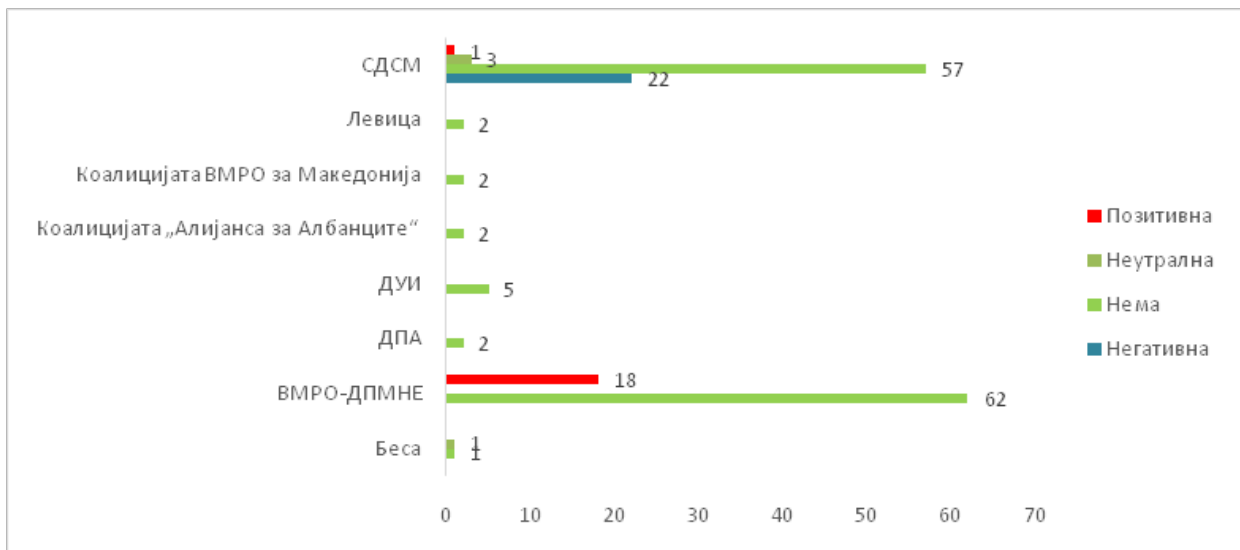
Број на прилози на ТВ Нова според теми (30 ноември – 9 декември)

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 (прославата на Денот на албанското знаме)

2. ПОЛИТИЧКИОТ ПЛУРАЛИЗАМ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА СИТЕ ДОМАШНИ НАСТАНИ

Во периодот 30 ноември – 9 декември, во вестите на оваа телевизија најмногу простор добија двете најголеми партии: СДСМ (со коалицијата и функционерите)- 83 прилози и ВМРО-ДПМНЕ, коалицијата „За подобра Македонија и функционерите (80). Бројот на прилози во кои се застапени останатите политички субјекти во однос на актуелните теми укажува на селективноста со која овој медиум пристапува во известувањето- ДУИ 5, Беса, ДПА, Алијанса за Албанците, Коалиција ВМРО за Македонија и Левица по 2 прилози. Во 19 прилози каде новинарот експлицитно фали некој потег или активност на политичкиот субјект, 18 се за ВМРО ДПМНЕ (коалицијата и нејзините функционери)- 30.11 „Доколку граѓаните решат да ја

дадат довербата на ВМРО-ДПМНЕ и на коалицијата, повторно ќе има инфраструктурни проекти, ќе се градат автопати, ќе се градат локални, регионални експресни патишта, ќе бидат рестартирани старите фабрики кои пропаднаа во времето на транзицијата, ќе има градење на индустриски зони во руралните предели, ќе има странски инвестиции, ќе растат платите, пензиите“, додека во 22 прилози каде се информира со негативен тон, сите се за СДСМ (и опозициските функционери) – 4.12. „Поткуп на гласачи во Куманово со делење на дрва“, 5.12. „Анализа: Стабилна влада за крај на сценаријата за дезинтеграција“.Ретки примери (4 прилози) на неутрални најави или известување има за СДСМ (3) и Беса (1)



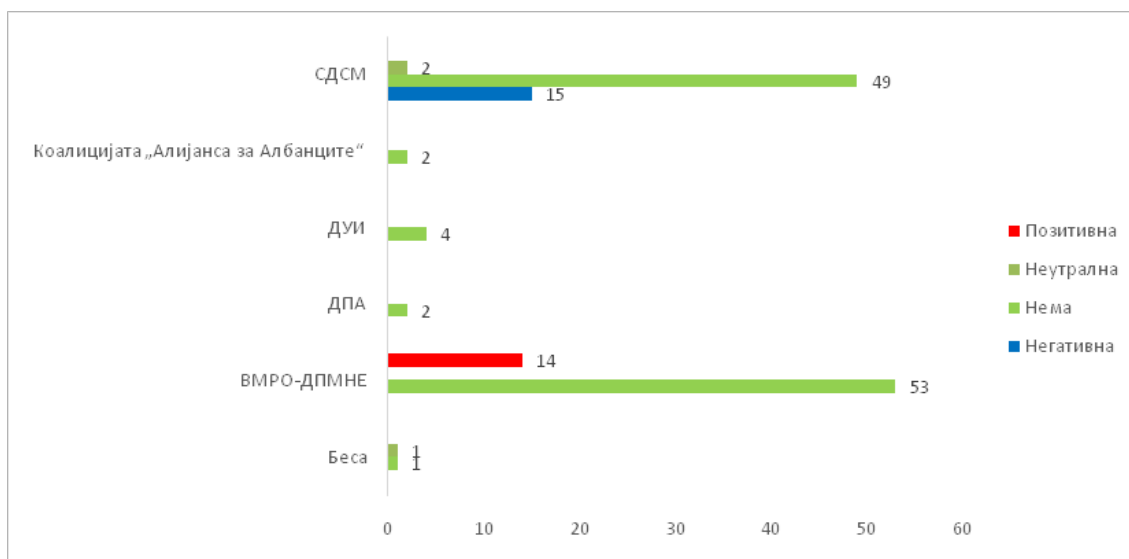
Број на информативна политичките субјекти (емитувани во вкупниот број прилози) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

3. БАЛАНСИРАНОСТ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Истата слика на селективност во известувањето има и во прилозите кои се однесуваат на кампањата, при што диминираат оние за митинзите на двете најголеми партии од власта и опозицијата, каде тие се квантитивно подеднакво застапени: ВМРО ДПМНЕ со 67, додека СДСМ со 66 прилози. Останатите партии се со минимална застапеност иако тие на терен неизостануваат во предизборните активности: ДУИ 4, ДПА, Беса и Алијанса на Албанците со по 2 прилози. Во 14 од нив новинарот со позитивен, пропагандистички тон известува за предизборните активности, и притоа сите прилози се од митинзите на владејачката ВМРО ДПМНЕ, додека негативниот тон е карактеристичен за прилозите (15) во кои субјект е опозицијата (СДСМ). Ваквиот пристап се забележува и во еден ист прилог, каде во коментаторска анализа, се фали власта а се демонизира опозицијата (30.11 „Едно село-кантон и тоа си одлучува самото за себе- ова е кантонизацијата според визијата на опозицискиот лидер Зоран Заев и негови зборови пред албанската дијаспора во Швајцарија“, „Денес политичките партии имаа активности на терен, средби со граѓаните, проекти со кои се обезбедува субвенционирање на граѓаните во земјоделството и сточарството, поддршка на развојот на руралните средини содржани се во програмата Реално“). Најмногу од прилозите со демонизирачки тон кон СДСМ се однесуваа на двојазичноста и федерализацијата, при што се обвинува за продажба на националните интереси (2.12 „Широка коалиција за промена на уставното име на Република Македонија? Лидерот на опозицијата Зоран Заев пред албанската дијаспо-

ра во Швајцарија веќе ја прогласи за виновна Македонија за споровите со соседите, а во минатото најавуваше виткање на кичма за наметнатиот спор со Грција за името“, 3.12. „По двојазичните табли, опозициската СДСМ отиде и чекор понатаму во битката да се додвори на албанските гласачи. На штабот на СДСМ во Чаир сега се вее и албанското знаме“). Телевизијата ваквите напади врз опозицијата ги пласираше и преку демонизирачки текстови објавени во провладини портали и весници (1.12 „А српската партија Двери ја потврди кражбата на нивната изборна кампања, знак, рекламни материјали и пораки, кои, како што велат, сами ги изработиле. Од Двери обвинуваат - СДСМ врши политичка измама со нашата кампања“- Република).

Телевизијата последователно три дена (4, 5 и 6 декември) објави уреднички коментари до демонизирачки говор кон СДСМ, обвинувајќи нејзини членови и симпатизери за напад врз репортерската екипа на еден од митинзите на опозицијата (4.12 „Редарите на митингот, кога видоа дека екипата на ТВ Нова се вклучува во живо, се обидоа со пиротехнички средства да го попречат нашето јавување“, 5.12 „Уште еднаш апелираме до СДСМ, кога веќе нема храброст да дојде на интервјуа и дебати во ТВ НОВА да се однесува достоинствено и да им овозможи непречена работа на нашите екипи“, 6.12. „Вечерва ете се соочивме со такви опструкции и проблеми...се надеваме дека ќе бидеме оставени да продолжиме професионално да си ја извршуваме својата работа во текот на вечерта и нема да има понатамошни опструкции“, 6.12 „Како да бидеме избалансирани во известувањето ако ни се случуваат вакви работи на митинзите?“).



Број на информативна политичките субјекти (емитувани во прилозите за предизборната кампања) и начин на нивно врамување (30 ноември - 9 декември)

4. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КАРАКТЕРИСТИЧНИ ТЕМИ

И во известувањето за вториот дел од изборната кампања оваа телевизија шпродолжи да објавува прилози за темите кои произлегоа од кампањата и стана предмет на обвинувања меѓу власта и опозицијата. Преку експлицитно изразување на новинарски став, телевизијата застана зад позицијата на владејачката партија (4.12 „Не стигнуваат реакциите по најавите за двојазичност и федерализација“, 5.12. „Анализа: Стабилна влада за крај на сценаријата за дезинтеграција“ 6.12 (анализа/коментар) „Огромното мнозинство Македонци се против двојазичност“). Беа

објавени и прилози за јавноито мислење при што се посочуваа анкетите што ги спроведуваат институции кои се блиски до власта и чии резултати одат во прилог на владејачката ВМРО ДПМНЕ и нејзиниот лидер Никола Груевски (5.12. „Анкета Павел Шатов: Граѓаните ја поддржуваат ВМРО ДПМНЕ, а Никола Груевски го сакаат за премиер“). Во таквата „одбрана“ на ставовите на власта телевизијата објави и пролог во кој обвини друга телевизија дека скрила податоци од анкета што сама ја наратала (6.12 „Скандал: ТВ Телма не ја објавила целата анкета?“).



**ПРОЕКТОТ Е ПОДДРЖАН ОД БРИТАНСКАТА АМБАСАДА И ОД
АМБАСАДАТА НА КРАЛСТВОТО ХОЛАНДИЈА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**



**British Embassy
Skopje**

Подготовката на оваа публикација беше овозможена со поддршка од Британска амбасада Скопје, во рамките на проектот Изразување на јавниот интерес: Зголемување на моќта на граѓанските организации во Македонија. Мислењата и ставовите наведени во оваа публикација не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на Британската амбасада.



Kingdom of the Netherlands

