



# ИЗВЕШТАЈ

## ОД МОНИТОРИНГОТ НА ТЕЛЕВИЗИСКИ

## РЕЗИМЕ

- Резултатите во овој извештај се добиени од анализата на телевизиските вести<sup>1</sup> емитирани во периодот од 5 до 9 и од 11 до 16 септември 2016 година, или вкупно 10 дена. Целта на анализата беше да утврди како телевизиите на национално ниво известуваат за демократските процеси во земјата и дали ги претставуваат избалансирано различните политики гледишта. Анализирани се вестите на 12 телевизии: МТВ1, МТВ2, Сител, Телма, 24 Вести, Канал 5, Алфа, Алсат М (на македонски и на албански јазик), ТВ 21 (на македонски и на албански јазик) и ТВ Нова.
- Иако изборната кампања е далеку, дел телевизии (Сител, Канал 5, Алфа и ТВ Нова) веќе засилено известуваат за предизборните активности на политичките партии, пред се на ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ. Кај овие телевизии може да се констатира подобрување во поглед на балансираноста, но во голем број прилози се уште се фаворизира владејачката партија. Прилозите за СДСМ речиси секогаш се придружени со прилог-реакција од владејачката партија или од државна институција, како контратежа.

1. За методологијата на спроведување на мониторингот повеќе детали можат да се најдат на: <http://respublica.edu.mk/metodologija-b>

- Најизразен негативен однос беше забележан во прилозите за изјавата на Заев за употреба на албанскиот јазик на целата територија на Македонија. Напаѓачкиот однос се огледуваше пред се во едностраниот известување, бидејќи беа пренесувани само негативните реакции на овој предлог, иако тие не беа единствени. Од друга страна, ветувањата на ВМРО-ДПМНЕ, особено оние дадени во форма на најави од државата, беа проследувани со авторски анализи од новинарите, со цел да се аргументира колку успешна би била нивната реализација. Повторно е забележана и синхронизираност во уредувачката телевизија кај некои телевизии (Канал 5 и Алфа) кои во своите анализи за владините поволности во земјоделството користеа дури и исти извори.
- Во содржините што се окарактеризираат како предизборна кампања спаѓаат и оние (57 прилози) во кои министри од ВМРО-ДПМНЕ промовираат владини мерки и проекти што би се реализирале по изборите. Беа објавени и прилози (18) во кои лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски промовира владини проекти. На овој начин, медиумите на владејачката партија и дадоа дополнителна предност пред опозицијата бидејќи ВМРО-ДПМНЕ ги користи ресурсите на државните институции за да се промовира во предизборното. Ова покажува дека се уште не се прави разлика меѓу партијата и државата и дека провладините медиуми се еден од главните механизми на ВМРО-ДПМНЕ за се задржи на власт.
- Македонската радио телевизија во централниот дневник на својот прв програмски сервис целосно и навремено известуваше за актуелните случувања, информативно, без да навлегува во анализи. Тоа се однесува и на вестите на вториот програмски сервис.
- Кај неколку критички телевизии (Телма, 24 вести, Алсат М) следењето на редовната работа на државните и на јавните институции, нивните евентуални потфрлања да си ги исполнат обврските (во областите како образованието, урбанизмот, јавните финансии и други), без да им се дава партиски белег, се уште беше доминантна тема во оваа фаза од предизборниот период.
- Телма известуваше коректно за актуелните настани, со делумен аналитички пристап. ТВ 24 известуваше за активностите на политичките партии, но повеќе внимание посветуваше на институциите и нивното функционирање. Телевизијата Алсат М и во вестите на македонски и на албански јазик, најмногу се фокусираше на проблемите во функционирањето на државните институции, а многу помалку на кампањските активности на политичките партии. Каналот ТВ21, кој исто така емитува програма и на албански и на македонски, неутрално и објективно информираше за настаните, со повремен критички тон кон ДУИ и кон нејзините министри.
- Генерално, може да се заклучи дека медиумската слика за политичкиот плурализам во Македонија е подобрена во однос на периодот од пред шест месеци, што е особено видливо од „омекнувањето“ на негативните појави што претходно беа многу присутни: заземање страна, пропагандистичко известување, демонизирање политички субјекти, вметнување политички маркетинг како дел од вестите.

## ОПШТИ ЗАКЛУЧОЦИ

И покрај тоа што политичките партии веќе ја почнаа предизборната кампања, сепак во најголем број прилози кај дел од телевизиите главниот фокус е на работата на државните и на јавните институции, нивните пропусти или нефункционирање (197 прилози). Станува збор за прилози што се однесуваат на избор на судии и состојби во судството, проблеми во здравството и во образованието, проблеми во урбанизмот (лизгањето на земјиштето на градилиште во Скопје, за кое имаше политички реакции) и друго. Овие теми беа почесто застапени на телевизиите 24 Вести, Телма и Алсат М. Притоа, во нив телевизиите ги повикуваа на одговорност институциите не поврзувајќи ги со партиската припадност на нивниот раководен кадар, на тој начин почитувајќи ја линијата меѓу државата и партиите.

Со 154 прилози втората најзастапена тема беа предизборните активности на политичките партии. Оваа тема беше позастапена на телевизиите Канал 5, Сител, ТВ Нова и Алфа. Со оглед на тоа што опозициската партија имаше повеќе теренски активности, таа беше почесто присутна и во информативните емисии. Но, тоа беа само прилозите во кои субјектите настапуваа од името на политичката партија. Во содржините што може да се окарактеризираат како дел од предизборната кампања спаѓаат и 57 прилози за промоција на нови владини мерки и проекти, пред се за помош во земјоделството. Нив ги промовираа министри од ВМРО-ДПМНЕ, но со оглед на тоа што треба да важат по изборите, може да имаат карактер само на предизборни ветувања. Понатаму, беа објавени и 18 прилози во кои лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски ги промовира владините проекти. Гледано според бројот на прилози, двете најголеми партии се приближно еднакво застапени на сите телевизији, особено на оние што подетално ја следеа оваа фаза од предизборната кампања.

Организацијата на изборите беше исто

така често застапена тема (138 прилози), особено поради проблемот што се појави со шестата изборна единица, чиј број на запишани гласачи го надминува законскиот лимит од пет отсто над просекот и ја доведува во прашање законитоста на целиот изборен процес. Оваа тема беше особено честа на медиумите што емитуваат програма и на албански јазик (Алсат М, ТВ21, МТВ2), соодветно на етничкиот состав во таа изборна единица. Но, темата ја проследија и 24 Вести, Телма, МТВ1 и Сител, а релативно малку внимание и посветија Алфа, Канал 5 и ТВ Нова. Телевизиите упатуваа критики кон Министерството за правда, партијата ДУИ и кон сите четири големи парламентарни партии, обвинувајќи ги за недоволен ангажман за да се надмине проблемот и за загрозување на изборниот процес.

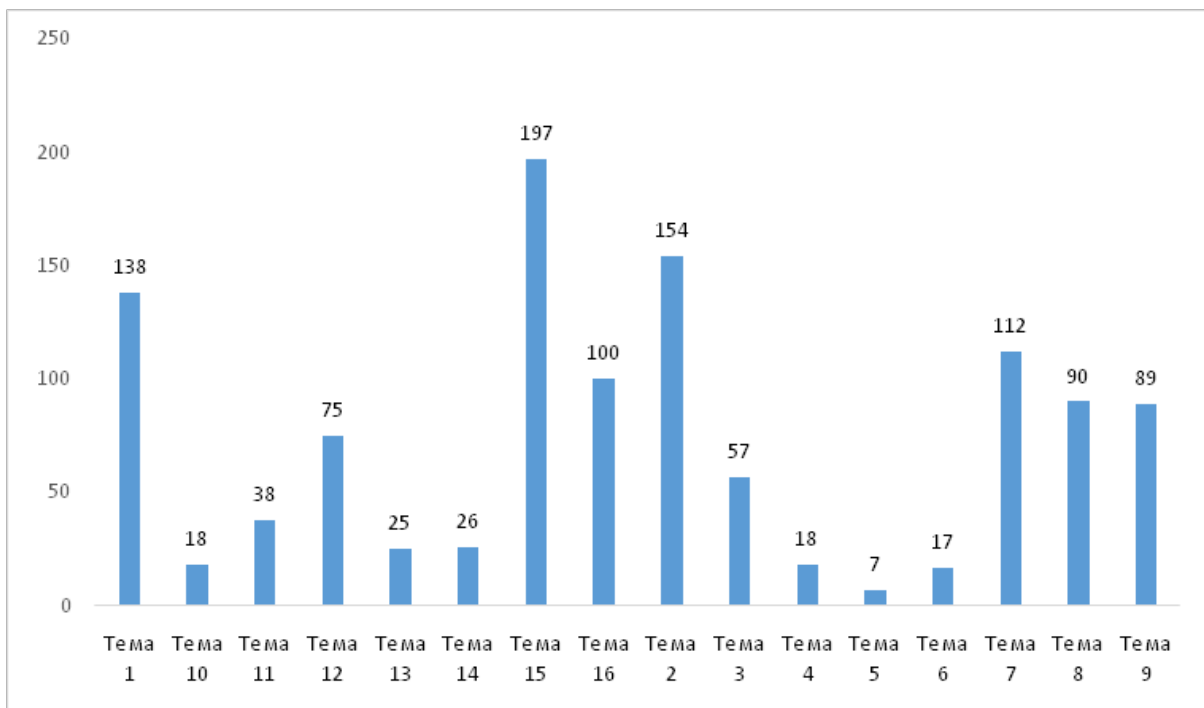
Вкупно 112 прилози се објавија за Специјалното јавно обвинителство, кое на годишнината од своето формирање ги поднесе првите обвиненија, меѓу другите и против првиот човек на владејачката партија Никола Груевски. Телевизиите 24 Вести, Телма, Алсат М и ТВ21 објавија двојно, дури и тројно повеќе прилози за СЈО во споредба со Сител, Канал 5, Алфа и ТВ Нова. Во врска со СЈО дел медиуми ја обработуваа и темата за неизјаснувањето на Уставниот суд во врска со уставноста на овој орган.

Меѓу другите покарактеристични теми беа последиците од поплавите и собраниските расправи на оваа тема (90 прилози), *25-годишнината од независноста* и анализите до каде стигнала земјата (89 прилози) и економските состојби, долговите на државата кон стопанството, можностите за инвестирање, падот на невработеноста и буџетот (75 прилози). Предлогот на лидерот на СДСМ Заев за проширена употреба на албанскиот јазик, со 38 прилози, не предизвика големо медиумско внимание, а најзастапена тема беше на Сител (8 прилози) и на Канал 5 (7 прилози).

# 1. ТЕМИ ЗА КОИ СЕ ИЗВЕСТУВАШЕ

Во десетдневниот период во медиумите што беа предмет на анализата беа објавени вкупно 1.159 прилози поврзани со политичкиот живот и со демократските реформи. Беа застапени следните теми:

Тема 1	Организацијата на предвремените парламентарни избори (подготовката на избирачкиот список, проблемот со прекумерниот број гласачи во шестата изборна единица итн).
Тема 2	Предизборни активности на политичките партии (сите активности што вклучуваа најави, ветувања и реакции на нив).
Тема 3	Промоција на проекти и мерки на Владата (мерките, најчесто во земјоделството, ги промовираа владини претставници од ВМРО-ДПМНЕ).
Тема 4	Проекти и мерки на Владата во чија промоција политичките партии и лидери
Тема 5	Предизборни ветувања на владините претставници
Тема 6	Други активности на владините претставници
Тема 7	Работата на Специјалното јавно обвинителство (вклучувајќи и други теми поврзани со СЈО, како очекувањето Уставниот суд да се изјасни за неговата уставност)
Тема 8	Справување со последиците од поплавите во август (вклучувајќи ги и собраниските седници на оваа тема)
Тема 9	Одбележување 25 години од независноста на Македонија (вклучувајќи ги и аналитичките прилози за тоа до каде стигнала државата)
Тема 10	Чествување на Мајка Тереза
Тема 11	Најавата од Зоран Заев за проширена употреба на албанскиот јазик
Тема 12	Состојбите во економијата (долгот на државата кон стопанството, статистиките за невработеноста, подготовката на буџетот)
Тема 13	Задолжувањата и јавниот долг
Тема 14	Медиумите и медиумската работа
Тема 15	Работата на институциите
Тема 16	Други теми



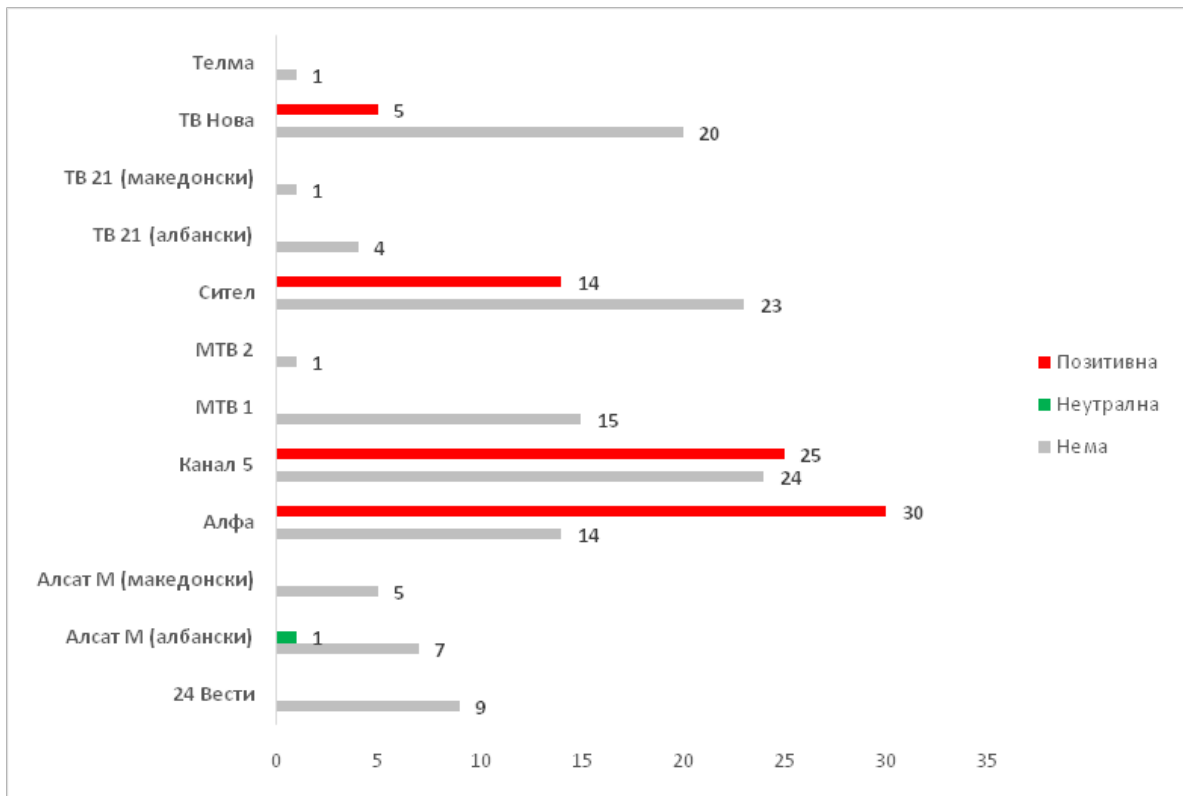
Број на прилози емитувани во ТВ вестите за различни теми (5 - 9 и 11 - 16 септември)

## 2. ПРИОД ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО

Во десетдневниот известувачки период, изнесувањето коментари и оценки со кои се фаворизира или се напаѓа одредено политичко гледиште беше поретко. Телевизиите ниту еднаш не ги цитираа интернет-порталите, кои во првите месеци на годината им беа главен извор на навредливи, напаѓачки, клеветнички и демонизирачки содржини. Сепак фаворизирањето на едни гледишта и запоставувањето, односно негирањето на другите, не изостана, иако изразувањето позитивен или негативен однос има загубено голем дел од својот интензитет и острината.

Главните теми низ кои можеше да се види различниот однос на медиумите кон едни и кон други субјекти беа предизборните активности на партиите, на претставниците на Владата, како и вклученоста на државните институции во овие активности. Ова беше видливо пред се кај телевизиите што најмногу известуваа за овие теми, како Сител, Канал 5, ТВ Нова и Алфа. И покрај релативната избалансираност во бројот на прилозите, сепак во начинот

на обработката на имаше суштински разлики. Ветувањата и активностите на СДСМ се проследуваа во оригинална форма, како што ги изнесуваа претставниците на партијата, без никаков осврт на медиумот. Речиси секогаш се придружени со последователен прилог-реакција од владејачката партија или од државна институција, како контратежа. Ветувањата на ВМРО-ДПМНЕ, особено оние дадени во форма на најави од државата, беа проследувани со авторски анализи од новинарите, чија цел беше да се аргументира колку успешна би била нивната реализација. Интересно е што некои телевизии (Канал 5 и Алфа) во своите анализи за владините поволности во земјоделството користеа исти извори (истиот сточар од селото Мралино, истиот стопанственик, сопственикот на компанијата „Везе Шари“, за системите „капка по капка“). Активностите на Груевски во кои тој зборува во името на државата за туристичките викенди на пензионерите и за други мерки, беа пренесувани без никаква ограда поради неговата сегашна позиција.



Приод во известувањето за предизборните активности на ВМРО-ДПМНЕ, Коалиција на ВМРО-ДПМНЕ, министри на ВМРО-ДПМНЕ и Никола Груевски (5 - 9 и 11 - 16 септември)

Во врска со овие теми, телевизијата 24 Вести повеќе ги покриваше активностите на помалите политички субјекти отколку на поголемите блокови, и помалку се занимаваше со ветувањата и со кампањата, а повеќе со подготовките на партиите, можното формирање коалиции, составување кандидатски листи и слични активности. Телма пренесе само мал дел од изјавите на СДСМ и реакциите на ВМРО-ДПМНЕ (во врска со трошоците за студирање, 16 септември), а кај Алсат М и кај ТВ21 оваа тема беше речиси целосно отсутна. Сите овие телевизиски канали се држеа настрана од раната кампања.

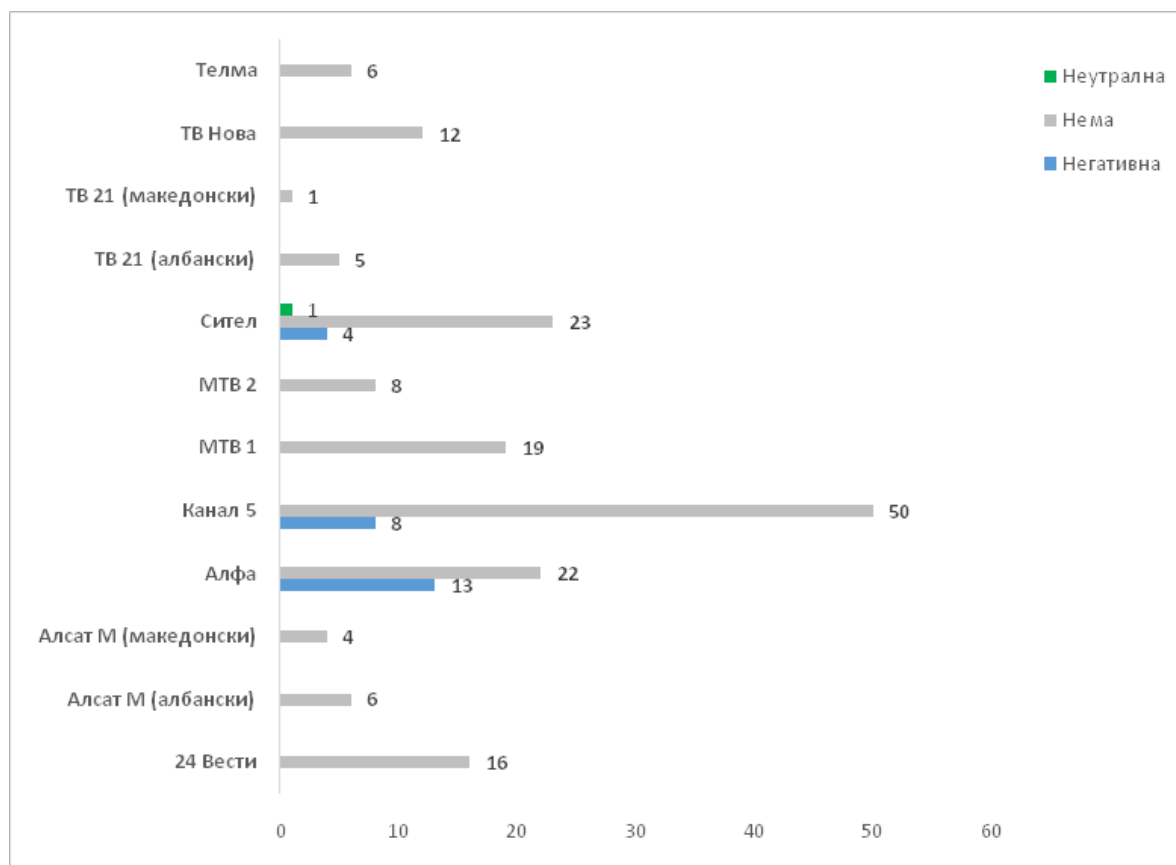
Македонската телевизија на првиот програмски сервис извести за дел од активностите на опозицијата и за реакциите кон нив (укинувањето на радиодифузната такса, реакцијата за неисклучените канали итн.), како и за сличните активности на помали политички субјекти (Демократски сојуз за заштита од природни несреќи) и во помал број прилози за ВМРО-ДПМНЕ (економски проекти).

Друга тема каде што беа забележани значајни „блоковски“ разлики во известувањето беше работата на Специјалното јавно обвинителство. Прилозите во врска оваа институција се однесува на повеќе подтеми: ретроспектива по повод годишнината од формирањето на СЈО, можноста Уставниот суд да го укине обвинителството, и првите поднесени обвиненија за случаите во негова надлежност. Еден од начините на кој што се

изразувааше различен однос беше пласманот на вестите. На повеќето телевизии, вклучително и на МТВ, темата дека е поднесено обвинение против лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски беше ударна и со неа се отворија вестите, што е согласно јавниот интерес, особено што станува збор за личност што девет години ја имаше де факто најмоќната политичка функција во земјата. За разлика од тоа, на Сител, Алфа и на Канал 5, тоа беше седми или осми прилог во вестите, по известувањето за украинско-македонскиот бизнис форум, посетата на српскиот претседател Томислав Николиќ, присуството на претседателот Ѓорге Иванов на првиот час на Воената академија, статистичкиот извештај за зголемен промет во индустријата, и други теми.

Другиот начин беше преку изборот на теми што се обработуваа во врска со СЈО. Додека ТВ Нова преку изјави на аналитичари го обвинуваше СЈО за хајки, а Алфа известуваше дека околу него има „многу помпа, а малку резултати“, другите телевизии укажуваа на проблемите на кои се пожали ова обвинителство, на недостиг на соработка со институциите, а предупредуваа и на можноста од неговото укинување од Уставниот суд, критикувајќи го судот дека тактизира со изјаснувањето по ова прашање (24 Вести).

Ретроспективните анализи по повод одбележувањето 25 години од прогласувањето на независноста беа особено интересна тема

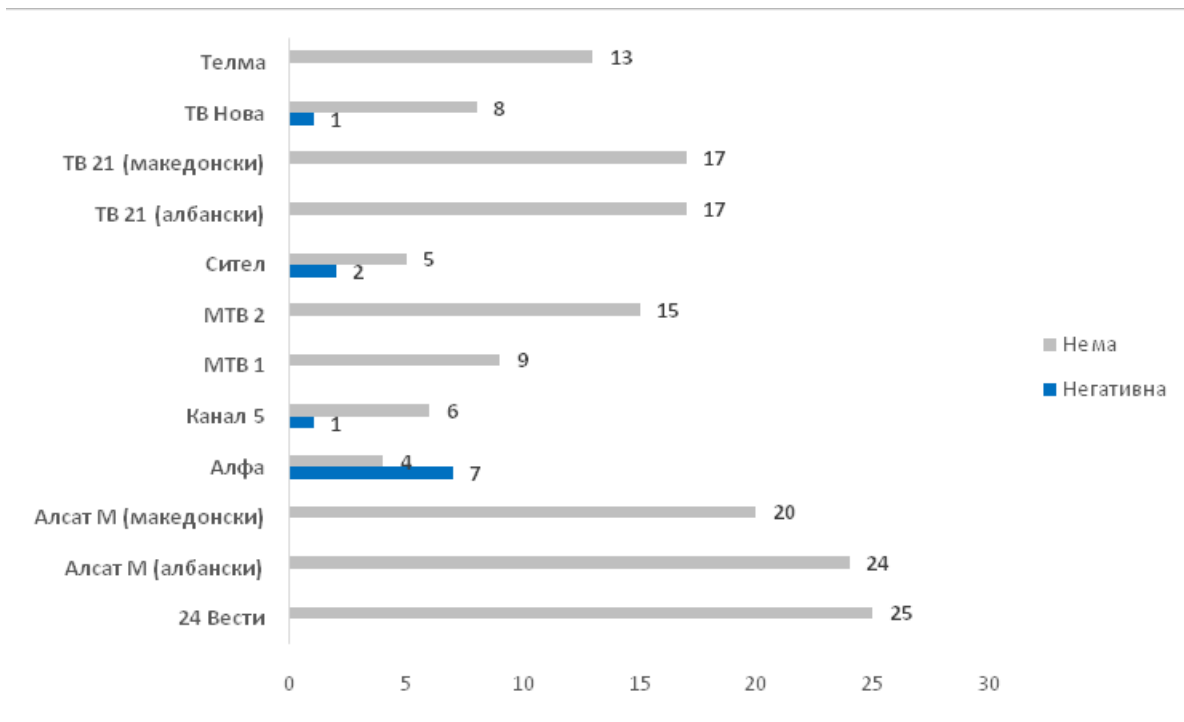


Приод во известувањето за предизборните активности на СДСМ, Коалиција на СДСМ министри од СДСМ во Владата (5 - 9 и 11 - 16 септември)

преку која можеше да се согледа фаворизирачкиот и напаѓачкиот однос на телевизиите кон различните политички субјекти. Тоа беше особено видливо кај Сител, Алфа и Канал 5, кои во своите прилози нагласуваа дека земјата поминала низ транзиција и ембарга, но сега станала реформирана и привлечна за странски инвестиции (Сител дури директно посочи дека сето тоа се случило во последните 10 години, откако дошла на власт сегашната влада). На МТВ по овој повод балансирано се истакнуваа и подемите и падовите на земјата, а другите телевизии имаа многу покритички пристап, истакнувајќи дека според тоа каде

се наоѓа државата денес, биле изневерени очекувањата од 1991 година (24 Вести).

Најизразен негативен однос е забележан во прилозите на Сител, ТВ Нова, Алфа и Канал 5 во врска со изјавата на лидерот на СДСМ Зоран Заев за употреба на албанскиот јазик на целата територија на Македонија. Напаѓачкиот однос се огледуваше пред се во едностраното известување, бидејќи ги пренесуваа негативните реакции на овој предлог, иако тие не беа единствени. Алсат М, од друга страна, извести дека Рафиз Алити од ДУИ го поздравил предлогот, а Илија Димовски од ВМРО-ДПМНЕ го критикувал.



Приод во известувањето за активностите на СЈО (5 - 9 и 11 - 16 септември)