Алфа ТВ

ИЗВЕШТАЈ ОД СЛЕДЕЊЕТО НА МЕДИУМСКИТЕ СОДРЖИНИ

23 НОЕМВРИ - 18 ДЕКЕМВРИ 2015

10. ТВ Алфа

„Вести“

Во известувачкиот периоод од 23 ноември до 18 декември 2015 г. ТВ Алфа објави вкупно 318 прилози кои се однсуваат на политичките актери. Најмногу внимание месецов телевизијата им посвети на ***(1)*** Новите проекти на Владата на РМ (37 прилози) и локални проекти на градоначалници од ВМРО-ДПМНЕ каде што често беа присутни и владини претставници (15 прилози), ***(2)*** преговорите за медиумите (17 прилози), ***(3)*** Ветото за домашното задолжување (9 прилози), ***(4)*** Аферата со лажни лични карти (7 прилози), ***(5)*** Анкетна комисија за аферата со прислушувањето (5 прилози), ***(6)*** Комплетирањето на составот на Државната изборна комисија (3 прилози), ***(7)*** Аферата за работењето на министерството за внатрешни работи (2 прилози), ***(8)*** Блокадата на Ректоратот поради сечењето на дрвјата на кампусот на УКИМ (2 прилога).

Во најголемиот дел од известувањето (54 прилози) на овие теми беше забележан фаворизирачки однос кон ВМРО-ДПМНЕ. Многу од карактеристиките на оваа информативна програма се слични како и кај ТВ Сител: од една страна експлицитни конструкти на фаворизирање направени во прилозите кои реторички ги глорификуваат политиките на владата и дистинктивно интензивен и фреквентен демонизирачкиот однос кон СДСМ (45 прилози). Во голем број прилози ги има и двата елемента. АлфаТВ според оваа анализа на врамувањата на политичките актери е медиум чија што информативна програма метастазира популистички дискурс и наликува на ПР билтен на владата.

Пропага ндистичк и однос, к оментари и оценк и во вес тите: Во текот на известувачкиот период на ТВ Алфа метастазираа извештаи кои се неаргументиран напад на опозицијата (143 прилози) или пак фаворизирање на владеачката ВМРО-ДПМНЕ (76 прилози). Повеќе од половината од објавите содржат коментари и оценки (44 прилози) за политичките субјекти направени од новинарите и од уредниците во оваа телевизија. Карактеристично е што коментаторскиот пристап често може да се сретне во најавите, но не и во прилозите што следуваат по нив. Ова е индикатор којшто може да укажува на тоа дека кај ТВ Алфа има практика во која позитивното или негативното врамување не политичките субјекти неретко е направено од уредништвото, а поретко од новинарите на терен. Телевизијата не се се разликува многу од известувачката стратегија на Сител. Сепак е воочлива, во споредба со Сител дури и поинтензивна (во реторичка смисла на зборот), стратегија на демонизација на политичката опозиција. Така, типот на прилози кои ги произведува и ги објавува Алфа ТВ од една страна наликуваат на партиски или владин билтен кој ја фаворизира владата, а од друга страна таа конструира екстензивно дискурси на демонизација на опозицијата.

Новинарските конструкти можат да се систематизираат во неколку точки:
(1) Најподатливи за анализа се прилозите кои ја демонизираат опозицијата, пред се СДСМ. Ова е воочливо во реторичките конструкции: изборот на лексика и тонот со кој презентерите ја конструираат СДСМ во структура несоодветна за Македонија, вклучуваат цел спектар на стратегии. Во дел од прилозите С*ДСМ е конструирана во предавничка и авторитарна политичка структура:* На 01.12.2015 додека во фокусот беше изјавата на Заев за про-владините медиуми – Алфа во генералната најава објави: „Скандал до скандал. Заев почна да се пресметува со медиумите“, „Во време кога се преговара за медиумска регулација и додека тој говори како се бори за независни медиуми јавно ги легитимираше како свои најголеми политички непријатели најгледаните телевизии и весникот Дневник“ (01.12.*2015),* „Благодарение на лидерот на СДСМ, Македонија

стана светски пример за удар и притисок врз медиумите. Коментарите на Заев рефлектираат темно во скорешната македонска хумористична историја смета влијателниот американски експерт по комуникации, национални и меѓународни медиуми Мајкл Михан кој објави колумна во еминентниот магазин „Д хил“ (11.12.2015).

Друга стратегија на негативно врамување и демонизација е *репродукцијата на наративот за неспособноста на опозицијата и следствено неспособност да ја води државата.* На пример, „ВМРО-ДПМНЕ со предлог за законот за медиуми, а за СДСМ бил прифатлив. Ретерира ли партијата од небулозната војна со медиумите која во свој стил ја отвори лидерот Заев?“ (03.12.2015) – во овој прилог доминантниот ефект произведен е дека СДСМ не е сигурен партнер оти „се премислува“. Потоа, „Министерот Спасовски делуваше и звучеше помалку *збунето*, најпрвин изјави дека граѓаните се безбедни, за подоцна да каже дека убиството во Грчец било удар врз стабилноста“ (03.12.2015). *СДСМ е произведен во клиентелистичка машина и се контрастира со целисходните политики за вработување на ВМРО* „Паралелно со проектот „Македонија вработува“ кој има голем удел во намалувањето на процентот на невработеноста во државата, се одвива и процесот кој на социјалните мрежи го доби името „Спасовски вработува“, техничкиот министер си вработи уште еден советник диретно од редовите на СДСМ“. (11.12 2015). *Уште една стратегија е отвореното репродуцирање на СДСМ како* манипулативна структура, на пример „Жесток прием го дочека дополнителниот заменик министер за земјоделство од земјоделците во Велес. Тие денеска гневни прашуваа зошто СДСМ не гласале за владината одлука за исплата на субвенциите и зошто се обиделе да го блокираат буџетот.“ (16.12.2015). „СДСМ наместо со програма ќе се обиде со манипулативни тактики да добие некој глас плус“ (12 декември, анализа/коментар). „А во вакви услови не се за чудење и резултатите од анкетите како последната на Брима Галуп во која мнозинството од Македонците сметаат дека опозицијата води деструктивна политика“ (15 декември, најава/коментар).

(2) Воочливи се прилозите со нерагументиран коментаторски тон кои експлицитно и навивачки, конструираат приказна во која Владата е моторот кој овозможува многу странски инвестиции и кој отвора нови работи места, но и кој се грижи за социјалната правда. На пример прилозите: „Премиерот Груевски се сретна со кинескиот премиер и му предаде шест конкретни добро разработени проекти“ (26.11.2015), во кој Груевски е конструиран во “човекот идеја“, кој на моќната Кина и дава валидни проекти за развој, или „Списокот на видливи резулатати од проектите на Владата. Отпишани се долговите на 15 илјади семејства во вредност од над 30 милиони евра. Просечната пензија е зголемена за 70%, а најниската пензија се зголеми за над 80%. Ново зголемување на пензиите од 5% предвидено и за следната година. Социјалната и постојаната парична помош во просек се зголемија за 60 %, ќе следува и ново зголемување од 5%“ (10.12.2015). Тука спаѓаат и прилози кои прават контарастен наратив за да ја нагласат моќта на ВМРО-ДПМНЕ наспроти СДСМ. „Интересно е што само за 4 месеци од последната анкета на овој Институт, позицијата на премиерот Никола Груевски е буквално забетонирана во анкетата за разлика од онаа на неговиот ривал Зоран Заев кој загубил речиси една третина од и онака нискиот процент на поддршка“ (најава на прилог, 23.11.2015).

(3) Дистинктивни се и прилозите кои се однесуваат на инвестиции во здравствениот сектор и во инфраструктурата. На пример: „Инвестициите во здравството и подобрувањето на условите за пациентите не запираат. И во наредниот период се планираат значајни активности“ *(најава на прилог, 4.12)*, „Откога се пожалија жителите на Шишево на премиерот Груевски дека патот е многу лош, општината и градоначалникот на град Скопје, веднаш најдоа решение и почна да се асфалтира“ *(најава на прилог, 1.12).*

Користење на изворите : Алфа во известувачкиот период објави 124 прилози во кои користи само еден извор. Најупотребувани извори се претставниците и функционерите на ВМРО-ДПМНЕ (147 прилози), често како единствени (79 прилози). Исклучително ретко се користат експертски извори, и тоа по еден, кој се спротивставува на ставовите на опозицијата.

Дирек тни обраќ ањ а: Кај Алфа беа регистрирани вкупно 54 директни обраќања од кои лидерот на ВМРО 43, а лидерот на СДСМ 8. Имајќи предвид дека во најголем дел од прилозите во кои има обраќања на лидерите –

тие се врамени позитивно за ВМРО а негативно за СДСМ, ова недвосмислено покажува дека постои нарушување на принципите на непристрасност.

Аудиовизуелна манипулација: Стандардната аудиовизуелна манипулација беше емитувањето промотивни содржини како редовни прилози во вести. Во Вестите на Алфа се забележани 7 прилози кои користат малициозна аудио визуелна манипулација и тоа најчесто го прават така што самиот медиум ги става во одреден контекст изјавите на членови на опозицијата, со цел да го засили напаѓачкиот однос кон неа. Најексплицитен пример беа два прилога на иста тема (17.12.2015 и 18.12.2015), во кој се споредуваат изјави на Петре Шилегов (за пратеничката Владанка Авировиќ во анкетната комисија за прислушувањето) и на Бранко Црвенковски од пред четири години, со кои се обвинува СДСМ дека има генерален понижувачки однос кон жените (телопот на 17.12.2015 е „По Црвенковски и Шилегов: се третираат ли навредите на жените како доблест во СДСМ?“).

Емисии

На телевизија Алфа во известувачкиот период не се анализирани политички емисии.