

РЕЗИМЕ

МЕРЕЊЕ  
НА

ПОЛИТИЧКИ

ШТЕТНИ

НАРАТИВИ

**ИКС** Институт за  
комуникациски  
студии



**ШТЕТ-НА**

**Наслов на публикацијата:**

Мерење на политички штетни наративи (ШТЕТ-НА)

**Издавач:**

Институт за комуникациски студии  
ул. „Јуриј Гагарин“ 17-1-1, Скопје  
[www.iks.edu.mk](http://www.iks.edu.mk)

**За издавачот:**

вонр. проф. д-р Жанета Трајкоска

**Едиција:**

ResPublica 

**Автори:**

Вонр. проф. д-р Жанета Трајкоска  
Проф. д-р Елеонора Серафимовска  
Александра Теменугова  
Проф. д-р Весна Шопар  
м-р Бојан Георгиевски  
м-р Михајло Лахтов  
м-р Мила Стаменова  
Асс. м-р Теа Конеска-Василевска  
Дарко Малиновски  
Владимир Делов

**Уредник:**

вонр. проф. д-р Жанета Трајкоска

**Јазична редакција:**

Проф. д-р Симона Груевска-Маџоска

**Графички дизајн:**

Татјана Коцева Спинова

**Техничко уредување:**

Дејан Јовески

**Место и година:**

Скопје, 2024

# Содржина

<b>Вовед</b>	<b>4</b>
<b>1. Мониторинг на комуникациските практики и наративи на политичките актери преку нивните интернет - и фејсбук-страници</b>	<b>9</b>
<b>Мониторинг на медиумското известување за политичките актери</b>	<b>11</b>
<b>2. Извештај за мониторингот на известувањето на онлајн-медиумите за политичките актери за март 2024 година</b>	<b>11</b>
<b>Извештај за мониторинг на известувањето на ТВ-станциите за март 2024 година</b>	<b>14</b>

## | Вовед

Петтиот извештај „Мерење на политички штетни наративи (ШТЕТ-НА)“ е сублимат на податоците од мониторингот на комуникациските практики на политичките актери во март 2023 во кои се идентификувани штетни наративи. Дополнително, извештајот содржи анализа како овие штетни наративи се третирани во централните информативни изданија на 9 телевизии и 11 онлајн-медиуми.

Карактеристично за мартовскиот извештај е што првпат откако почна мониторингот во септември 2023 година се презентираат податоци за временски интервал од еден месец. Главна причина за кртењето на досегашната практика на [двомесечно известување](#) за присутноста на штетните наративи во јавниот дискурс се активностите на политичките актери поврзани со предизборната кампања за претседателските избори, за кои првиот круг на гласање е закажан на 24 април 2024 година, а вториот на 8 мај, истовремено со парламентарните избори.

Институтот за комуникациски студии нагласува дека кандидатите за претседател на државата не се предмет на овој мониторинг.

**За целите на ова истражување се следат интернет- и фејсбук-страниците на десет политички партии кои се застапени со најмалку двајца пратеници во Собранието:** Алијанса на Албанците, Алтернатива, ДУИ, Демократско движење, ВМРО-ДМПНЕ, Левица, ЛДП, Нова социјалдемократска партија, СДСМ, Социјалистичка партија. На Фејсбук се мониторираат и профилите на лидерите на политичките партии, како и профилите на претседателот на преодната Влада на РСМ, замениците на премиерот и министрите во Владата.

**Примерокот на медиумите ги опфаќа следните 11 онлајн-медиуми и 9 телевизиски станици:**

**Онлајн-медиуми:** Локално; Независен; Слободен печат; А1он.мк; МКД.мк; Република; Куирин; Алмакос; Тетова сот; Нова ТВ; Вечер.мк.

**Телевизии:** МТВ 1 (јавна); МТВ 2 (јавна, на албански јазик); Алфа ТВ (приватна); Канал 5 (приватна); Сител ТВ (приватна); ТВ 24 (приватна); Телма (приватна); Алсат М (приватна, на албански јазик); ТВ 21 (приватна, на албански јазик).

Исто како и во претходните извештаи, и тука емпириски се доловени содржината и обемот на штетните наративи пропагирани од политичките актери, интензитетот, темите и субјектите кон кои се насочени негативните пораки. Притоа, во извештајот се посочени прекршувањата на [стандардите и начелата за недискриминирачка и транспарентна политичка комуникација](#) од страна на политичките претставници, како и [стандардите за професионално и етичко новинарско известување](#).

Динамиката за следење на содржините на политичките актери е секој последователен трет и четврти ден во месецот, а на медиумите е секој четврти ден во месецот. Повеќе детали за методолошката рамка, примероците и динамиката на следење, како и детали за целиот истражувачки процес се достапни на: [ШТЕТ-НА](#).

Истражувањето „Мерење на политички штетни наративи“ (ШТЕТ-НА) Институтот за комуникациски студии (ИКС) го реализира во рамките на проектот „Употреба на новинарство засновано на факти за подигање на свеста и спротивставување на дезинформациите во медиумскиот простор во Северна Македонија: Користи факти“, поддржан од Британската амбасада во Скопје. Истражувањето е лонгитудинално и во текот на 2023 и 2024 година во неколку фази го спроведува тим од ИКС во соработка со истражувачи и експерти од областа на комуникациите и на медиумите, како и со медиумски професионалци во делот на мониторингот и на контролата.

Овој документ претставува резиме на мониторингот во март 2024 година.

Целото истражување може да се прочита [ТУКА](#).

## КЛУЧНИ НАОДИ

Мониторингот на комуникацијата на политичките актери во март 2024 покажа дека штетните наративи продолжуваат да бидат нивна главна алатка за освојување на јавното мислење и дека во пресрет на претседателските и на парламентарните избори им е многу полесно да ги оцрнуваат политичките противници отколку да понудат конкретни решенија за општествените проблеми низ конструктивна јавна дебата. Тие предвреме ја започнаа кампањата за двата изборни циклуси со заострена реторика, а поголем дел зачести во употребата на популистички пораки и во вулгаризација на политичкиот речник со фокус на омаловажување на политичките противници. Од друга страна, следењето на известувањето на медиумите во март покажа дека онлајн-порталите ревносно држат чекор со политичките актери и засилено даваат поддршка во ширењето штетни наративи. За разлика од нив, позитивни трендови на намалување на бројот на прилози со штетни наративи се забележуваат кај телевизиите, кои очигледно стануваат повнимателни како што се приближуваат изборните циклуси и ја дестилираат содржината што придонесува кон исфрлување на токсичната реторика од етерот.

Анализиран субјект	Вкупен број прилози/објави со штетен наратив/и							вкупно
	сеп.	окт.	ное.	дек.	јан.	фев.	март	
Онлајн-медиуми	209	154	215	207	240	211	224	1.460
Политички актери (партии и лидери)	143	135	171	176	148	136	142	1.051
ТВ станици	76	66	69	87	96	90	79	563

## ДУИ зад водечкото трио

Слично како и [претходните месеци](#), најмногу штетни наративи се нотирани кај ВМРО-ДПМНЕ (43), потоа кај СДСМ (29) и Левица (27). Кај ДУИ се забележува зголемување на штетните објави во споредба со претходните месеци, а од опозициските партии на етничките Албанци во земјата, најмногу штетни наративи се забележани кај Алтернатива. Мониторингот за март, како и во претходниот период, не покажа објави со штетни наративи на интернет- и фејсбук-страниците на партиите ЛДП, Нова социјалдемократска партија и Социјалистичка партија, како и на страниците на нивните лидери.

Политичките актери најчесто развивале штетни наративи за поткопување на довербата во институциите преку непоткрепени тврдења за корумпираност и злоупотреба на службената должност (108 случаи) и пристрасно селектирале информации (100 случаи) со што може да се доведе јавноста до погрешни заклучоци, што е тренд и во претходните месеци. Дополнително, може да се забележи засилена реторика на напади на политичките противници преку етикетирање и исмевање на политичките противници и оцрнување на другите политички партии (34 случаи), потоа поттикнување општествено-политички поделби (27) и популизам (24), кои главно се однесуваат на предизборните наративи (преку промоција на сопствените идеологии и планови).

СДСМ штетните наративи ги насочува кон ВМРО-ДПМНЕ, додека главната опозициска партија најчесто ги насочува штетните наративи кон владејачките СДСМ и ДУИ. Левица ги насочува штетните наративи кон СДСМ и ДУИ како владејачки партии, како и кон ВМРО-ДПМНЕ. Европскиот сојуз за промени, сега проширени и обединети во коалицијата ВРЕДИ, како главен актер ги имаат ДУИ, кои упатуваат критики на албанската опозиција.

## Репризи кај медиумите

Во март порталот Курир се издвојува со најголем број прилози со штетни наративи (42 прилози), а го следи Независен (35 прилози) кој првпат избива на второто место. Потоа на листата се А1он (23) и Република (21), кои во претходниот период беа на прво/второ место. Станува збор за медиуми кои со мали поместувања постојано се во врвот на листата по бројот на објави со штетни наративи во изминативе месеци.

Од телевизиите, ТВ Алфа е повторно медиумот кај кој се регистрирани најголем број прилози со штетни наративи, но и кај оваа телевизија, како и кај повеќето кои се дел од анализата (со исклучок на ТВ Алсат М и ТВ Канал 5 кај кои имаме многу благ пораст), се забележува намалување. За разлика од сите останати телевизији, каде креатори на штетниот наратив најчесто биле политичките актери, а новинарите само ги пренесувале без интервенција, кај Алфа креатори на овие наративи биле или само новинарот (3 случаи) или новинарот заедно со политичкиот актер (18 случаи).

Најчести штетни наративи во објавите на медиумите се пристрасното селектирање, поткопувањето на довербата, нападите на личноста и демонизацијата, поттикнувањето поделби и креирањето дезинформации.

## Проблемите под тепих, се води политика

Во комуникацијата на политичките актери и следствено на тоа во информирањето на медиумите како тема доминира внатрешната политика, а многу помалку се застапени другите општествени теми како економијата, корупцијата, здравството, судството и други. Мониторингот покажа дека дури 100 од 142 објави или 70,4 проценти од вкупните објави на политичките актери во кои се идентификувани штетни

наративи се однесуваат на внатрешната политика, додека другите теми се застапени со два до пет проценти во вкупниот број објави. Исто така, најмногу од ТВ-прилозите со штетни наративи, како и обично, се од области поврзани со внатрешната политика (57 или 72,2 %), а многу поретко се забележуваат други теми. Слична е и состојбата кај онлајн-медиумите, каде што внатрешната политика овојпат е „измешана“ со претседателските и парламентарните избори. Внатрешната политика, повеќе или помалку, ја диктира и нарацијата во медиумскиот простор, односно со засилувањето на негативната изборна кампања се засилува и негативната реторика.

Впечаток е дека во медиумите има сеприсутност на политичките актери кои се подготвени да говорат на секоја општествена тема, обидувајќи се да ја вратат во дневно-политички контекст и да ја искористат во своите предизборни активности и не се остава простор за квалитетни експертски дебати кои всушност треба да родат квалитетни идеи што политиката би ги имплементирала.

## Најзастапени политички актери во медиумите

Кај ТВ-станиците најчесто, како и досега, главните актери се најголемите три политички партии (ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ и ДУИ), претседателите на овие партии или нивни истакнати членови. Во март, во прилозите со штетни наративи често се гледаат и претседателските кандидати, почесто Стево Пендаровски и Гордана Силјановска-Давкова, отколку останатите. Во неколку прилози се јавува и претседателскиот кандидат Стевчо Јакимовски, но причината е објавената црна листа на САД, а не неговата кандидатура.

Кај онлајн-порталите забележливо е дека иако претседателската кампања е во полн ек, најзастапен политички субјект е опозициската ВМРО-ДПМНЕ и зад неа СДСМ, а дури потоа претседателот и претседателскиот кандидат Стево Пендаровски и потоа Христијан Мицкоски, претседателот на ВМРО-ДПМНЕ. Другите претседателски кандидати многу помалку, а некои ретко и спорадично, се присутни во медиумскиот простор на интернет.

## Популизам и национализам

Во март е зголемена употребата на популизмот во комуникацијата на политичките актери. Речиси сите партии се претставуваат како спасители и бранители на народот од политичките противници кои работат на уништување на државата. СДСМ се претставуваат како единствена опција за европска иднина, а ДУИ преку користење на популистички дискурс се промовира како проевропска и дека ги застапува вистинските вредности како бранител на народот. Албанската опозиција обединета во ВРЕДИ („VLEN“) се промовира како подобра опција од ДУИ, која е на страната на Албанците. Левица се обидуваат да се позиционираат како единствената политичка опција која не е корумпирана и има намера да ги заштити националните интереси, а ВМРО-ДПМНЕ популистички ветува дека ќе ги брани националните интереси, ќе го врати националното достоинство и ќе ја врати државата назад во рацете на граѓаните.

Забележливо е дека кај албанските партии има тенденција сопствената политичка опција да се промовира како опција која е подобра за Албанците, со што се влегува во стапицата на национализмот. Популизмот како штетен наратив придонесува за замаглена слика во јавноста за тоа што всушност работат политичарите и какви ставови имаат за одредени прашања со што им се оневозможува на граѓаните да формираат вистинска слика за општествените случувања и политичката понуда, а со тоа и да направат искрен избор при практикување на своето демократско право.

## Вулгаризација и навреди

Мониторингот покажа зачестена употреба на навреди и етикетирања во политичката комуникација во март, што доведува до вулгаризација на јавниот дискурс во Македонија. Така, за Артан Груби, лидерот на Беса, Билал Касами е „Бил Русот“, Изет Меџити е „Изет Африканот“, Африм Гаши е „Африм не знае и самиот од каде е бидејќи е зачуден“, а Арбен Таравари е „Арбен ТР, Арбен Туркменистан“.

Од друга страна, претседателот на државата Стево Пендаровски за опозицијата е „марионета“, Арбен Таравари од Алијанса за Албаниците „отиден со паметот“, Али Ахмети го „загубил компасот“ или е „командант полжав“. За СДСМ, ВМРО-ДПМНЕ се анти-ЕУ и назадна опција, а според ВМРО-ДПМНЕ „СДСМ е сведена на измеќар и соучесник во сите скандали“.

Левица е партија која посебно се истакнува со несоодветни етикетирања и навреди кон политичките противници. Меѓу другите, ДУИ ја нарекуваат „чудовиште“, а претседателот Стево Пендаровски го етикетираат како „слуга“, „вазал“, „марионета на бугарските политики“, „безгласна буква“, „слуга на Калето“, „мал политичар“ и „кариерист“. Во ваквата реторика не заостанува и лидерот на партијата, Димитар Апасиев за кој ВМРО-ДПМНЕ се „Вмроиди“, СДСМ се „сороспи“, претседателот Стево Пендаровски е „вошка“. Овој месец кај Апасиев се забележува и напад и негативно, недолично етикетирање на медиум, односно телевизијата Канал 5 ТВ, нарекувајќи ја „куртонска телевизија“ и „К(Анал) 5“.

## Продолжува злоупотребата на официјалните канали

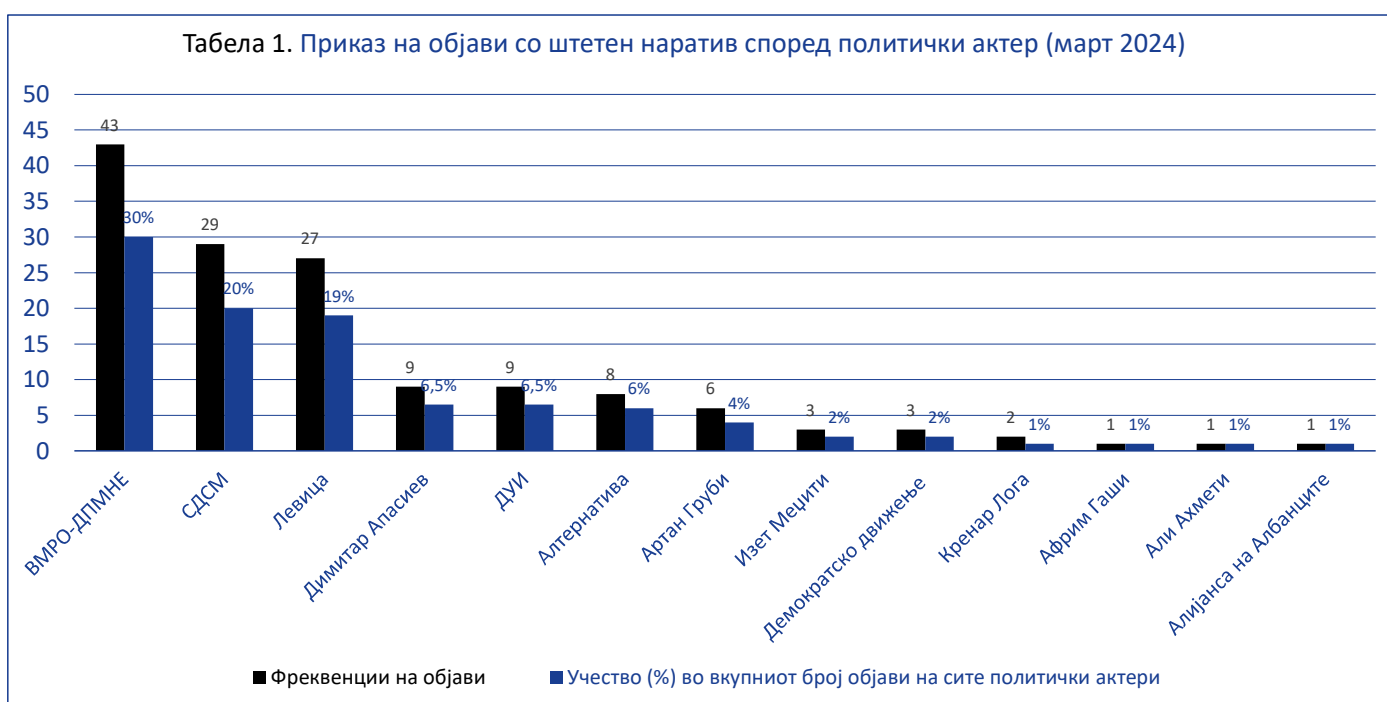
Мониторингот на официјалните канали за комуникација на владините претставници кои се истовремено и партиски функционери покажа дека тие продолжуваат со практиката да користат само еден фејсбук-профил преку кој комуницираат со јавноста за нивните активности, без разлика дали се партиски или се во својство на владини функционери. Нотирано е дека владините функционери не употребуваат штетни наративи, но забележително е присуство на објави во коишто министрите споделуваат партиски информации. Такви примери се забележани кај претседателот на преодната Влада Талат Џафери, кај Бојан Маричиќ, првиот заменик на претседателот на Владата, кај министерот за правда Кренар Лога, кај Славица Грковска, заменичката на претседателот на Владата задолжена за политики за добро владеење, кај министерката за одбрана Славјанка Петровска, кај министерот за надворешни работи Бујар Османи, кај министерот за внатрешни работи Панче Тошковски и кај министерката за животна средина и просторно планирање, Каја Шукова. Повеќе детали за спорните содржини во [целосниот извештај](#).

Трендот владините функционери да ги користат официјалните владини фејсбук-страници за партиско-политички активности се забележува постојано во периодот на мониторинг. Практикувањето на овој пристап не претставува професионален пристап во комуникацијата кон јавноста, со оглед на тоа дека од владините претставници се очекува на официјалните комуникациски канали да објавуваат содржини поврзани со работата на Владата, одлуките што ги носи, политиките кои ги креира, законите што ги предлага и како работи во полза на јавниот интерес и во полза на граѓаните. Со партиска промоција на официјалните фејсбук-профили, премиерот и министрите директно ги прекршуваат начелата на професионалност и непристрасност во комуникацијата на владините претставници, но се прекршува и владиниот Етички кодекс за јавни службеници.



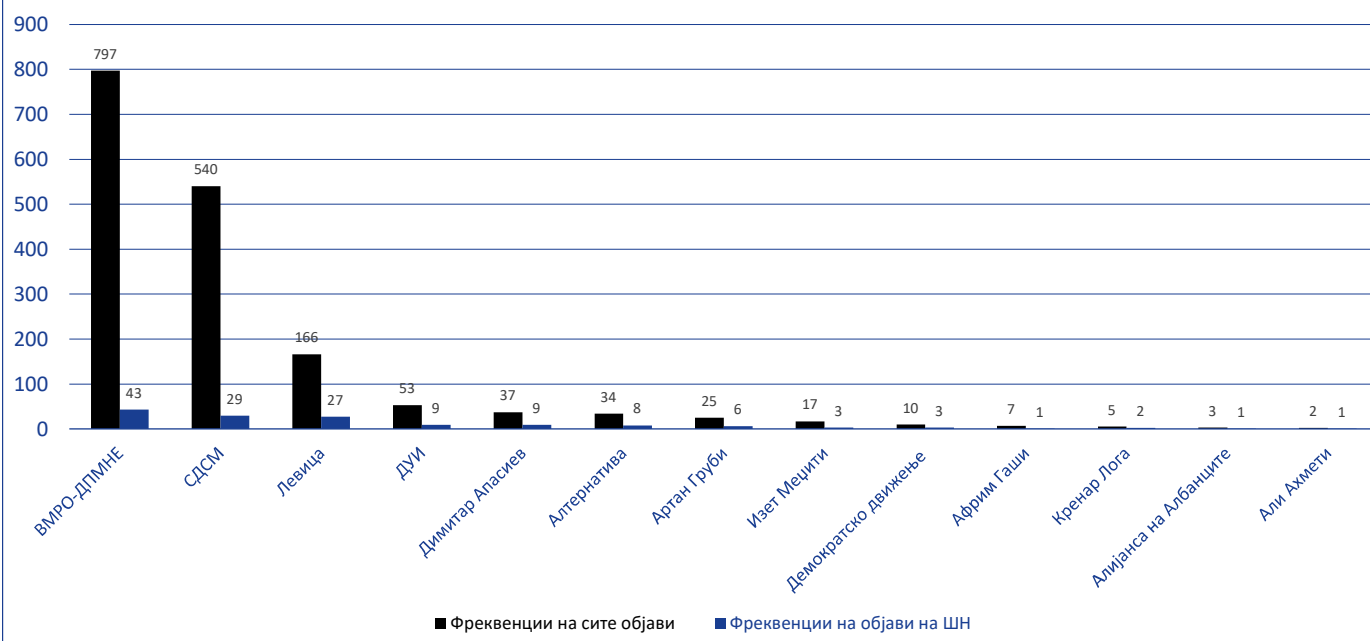
# 1. Мониторинг на комуникациските практики и наративи на политичките актери преку нивните интернет- и фејсбук-страници

Во периодот од 1 до 31 март, мониторингот на интернет- и на фејсбук-страниците на политичките партии и нивните лидери идентификува вкупно 142 објави со штетен наратив. Од нив, 60 се објавени само на Фејсбук, 36 се објавени само на интернет и 46 се објавени и на двата комуникациски канала. Со тоа се потврдува сличен тренд како и во претходните месеци дека штетната реторика е поприсутна на фејсбук-страниците во споредба со оние на интернет-страниците, како и зачестено повторување на истите објави на двата комуникациски канала.



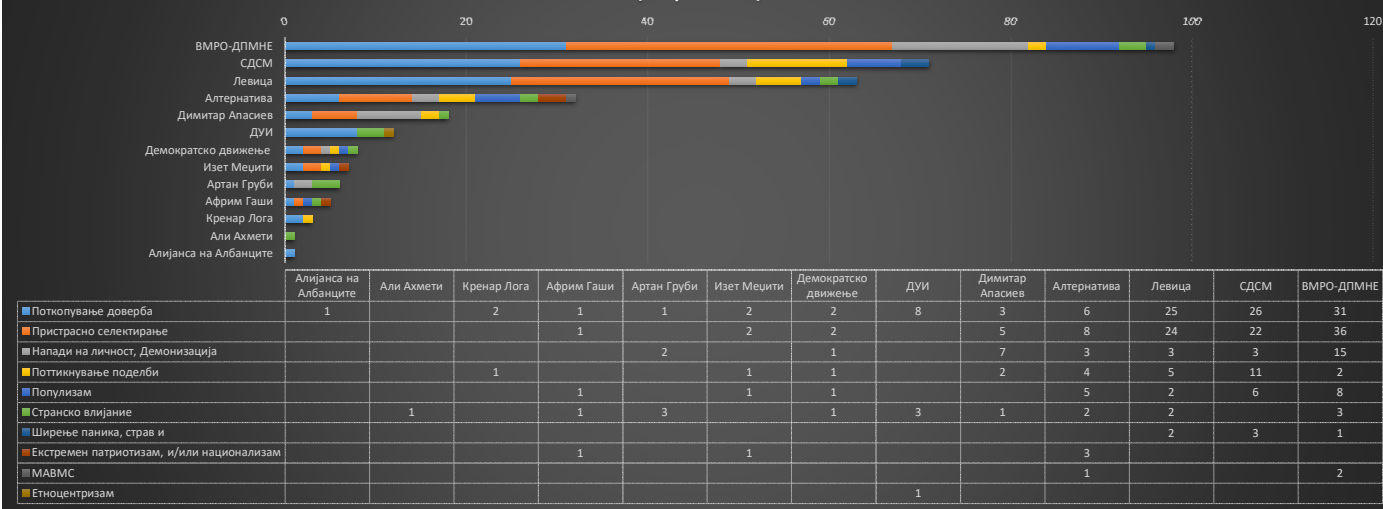
Овојпат не се идентификувани штетни наративи кај лидерите на ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ, Христијан Мицкоски и Димитар Ковачевски, но кај лидерот на Левица, Димитар Апасиев забележани се девет штетни објави, кај лидерот на Демократско движење Изет Меџити се забележани три, додека кај лидерот на ДУИ Али Ахмети и кај лидерот на Алтернатива нотирана е по една објава со штетен наратив.

Табела 2. Учество/процент на објавите на штетни наративи во вкупниот број објави на ФБ профилите на политичките субјекти (март 2024)



Дополнително, ако се земе предвид вкупниот број објави кај овие три партии, кај ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ само 5,4 % од објавите се штетни, додека кај Левица, со значително помал број објави, се забележува 16,3 % штетност.

Табела 3: Приказ на застапеност на штетни наративи во објавите на политичките партии (март 2024)



## Мониторинг на медиумското известување за политичките актери

### Извештај за мониторингот на известувањето на онлајн-медиумите за политичките актери

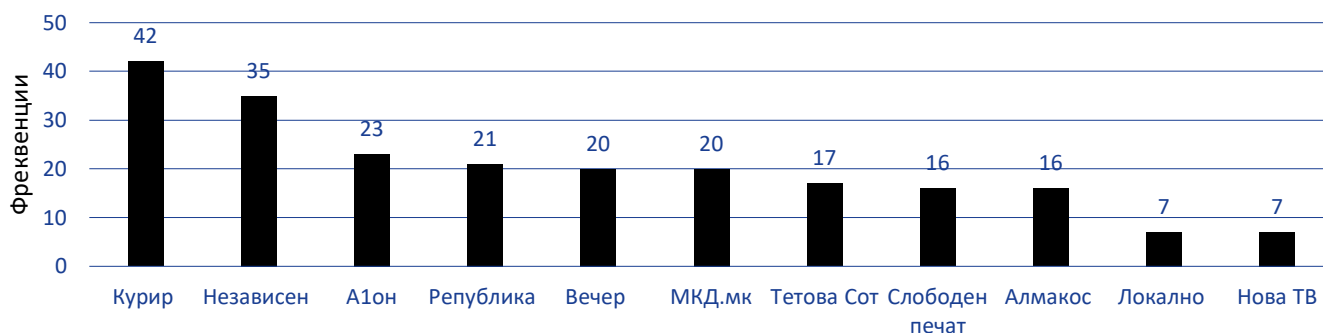
Мониторингот на интернет-медиумите во март (реализиран во осум денови од месецот) утврди **224 прилози со штетни наративи**, бројка која во континуитет, во последните четири месеци, надминува 200 такви прилози месечно.

Жанровски, најбројни се партиските соопштенија (89 прилози или 39,7 %) и говорите на политичарите (49 прилози или 21,9 %). Тие заедно со пренесените фејсбук-статуси, изјавите на политичарите на дебатни емисии или интервјуа на телевизиски станици и информативни агенции (11 прилози или 4,9 %) покриваат 2/3 од сите анализирани прилози.

### Фреквентност на штетните наративи во онлајн-медиумите

Карактеристично за март е менувањето на редоследот и на порталите со најмалку прилози со штетни наративи, односно во претходните анализирани месеци Нова ТВ константно е со најмал број прилози со штетни наративи, а ѝ се придружуваат Слободен печат или Тетова Сот, а овојпат покрај Нова ТВ тоа е и Локално.

Табела 4. Прилози со штетни наративи во март 2024



Доминантна тема во сите интернет-портали, без оглед на бројот на прилози со штетни наративи, е внатрешната политика. Тоа е најзабележително во Слободен печат (во 15 од вкупно 16 прилози) и Нова ТВ (во 6 од вкупно 7 прилози), каде внатрешната политика е речиси единствена тема, додека во Алмакос внатрешната политика доминира со 13 прилози (од вкупно 16), во Тетова Сот со 14 (од вкупно 17), а во Локално со 5 (од вкупно 7). Во Курир и Независен, портали со најголем број прилози со штетни наративи, исто така, тематски во фокусот е внатрешната политика (во Курир од 42 такви се 27 прилози, а во Независен од 35 такви се 24 прилози), но внимание е посветено и на економијата, криминалот и надворешната политика. Во останатите портали, МКД.мк, А1он, Вечер и Република, каде половината анализирани прилози информативно ја покриваат внатрешната политика, не е мал бројот и на теми од областа на економијата, криминалот и корупцијата.

Поводот за објавување на прилозите со штетни наративи најчесто се псевдо- и актуелните настани. Утврдени се 112 прилози како псевдонастани (50,0 %), односно тоа се јавните соопштенија на политичките партии, прес-конференциите, изјавите и реакциите на политичките субјекти (политичарите, портпаролите, пратениците, градоначалниците, членовите на политичките партии). Ако кон нив се додадат прилози креирани од гостувања на политичките субјекти во други медиуми (11 прилози), вкупната бројка

на псевдонастани покрива повеќе од половината на сите анализирани прилози (54,9 %). Актуелни и актуелни планирани настани се 1/3 од анализираниите прилози (73 или 32,8 %). Притоа, псевдонастаните се најбројни во порталите Курир и Република, потоа следат во Вечер и Тетова Сот, во Алмакос тоа се актуелните, додека А1он балансира меѓу актуелните и псевдонастаните. Независен, покрај големиот број актуелни настани (најголем од сите други анализирани портали), има и најголем број прилози чиј повод се општествените случувања/теми.

## Политичките актери во анализираниите прилози

Бројни се актерите застапени во прилозите со штетни наративи во интернет-медиумите. Но, доминираат оние се два (55 прилози или 24,64 %) и три актери (61 прилог или 27,2 %), а потоа прилозите со четири актери (28 прилози или 12,6 %). Во однос на застапеноста на политичките актери, најприсутни се колективните, односно политичките партии, а далеку помалку индивидуалните. Така, во порталите Курир и Независен со најголем број прилози со штетни наративи доминираат ВМРО-ДПМНЕ, а дури потоа СДСМ и власта, а од индивидуалните претседателскиот кандидат Стево Пендаровски, додека во Независен претседателот на СДСМ, Димитар Ковачевски, претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски и претседателскиот кандидат на ВМРО-ДПМНЕ, Гордана Силјановска-Давкова. Вечер ги апострофира СДСМ и ДУИ, а потоа Стево Пендаровски, додека во Република најзастапена е власта, потоа ВМРО-ДПМНЕ, а од индивидуалните Христијан Мицкоски и Стево Пендаровски. Во Локално и А1он доминираат два субјекта, ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ, во МКД.мк ВМРО-ДПМНЕ, ДУИ и СДСМ, додека во Локално единствени застапени субјекти во прилозите се ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ. Во Слободен печат предност имаат ВМРО-ДПМНЕ и Стево Пендаровски, додека во Тетова Сот тоа се ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ, а во Алмакос - ДУИ, владината коалиција и коалицијата ВРЕДИ.

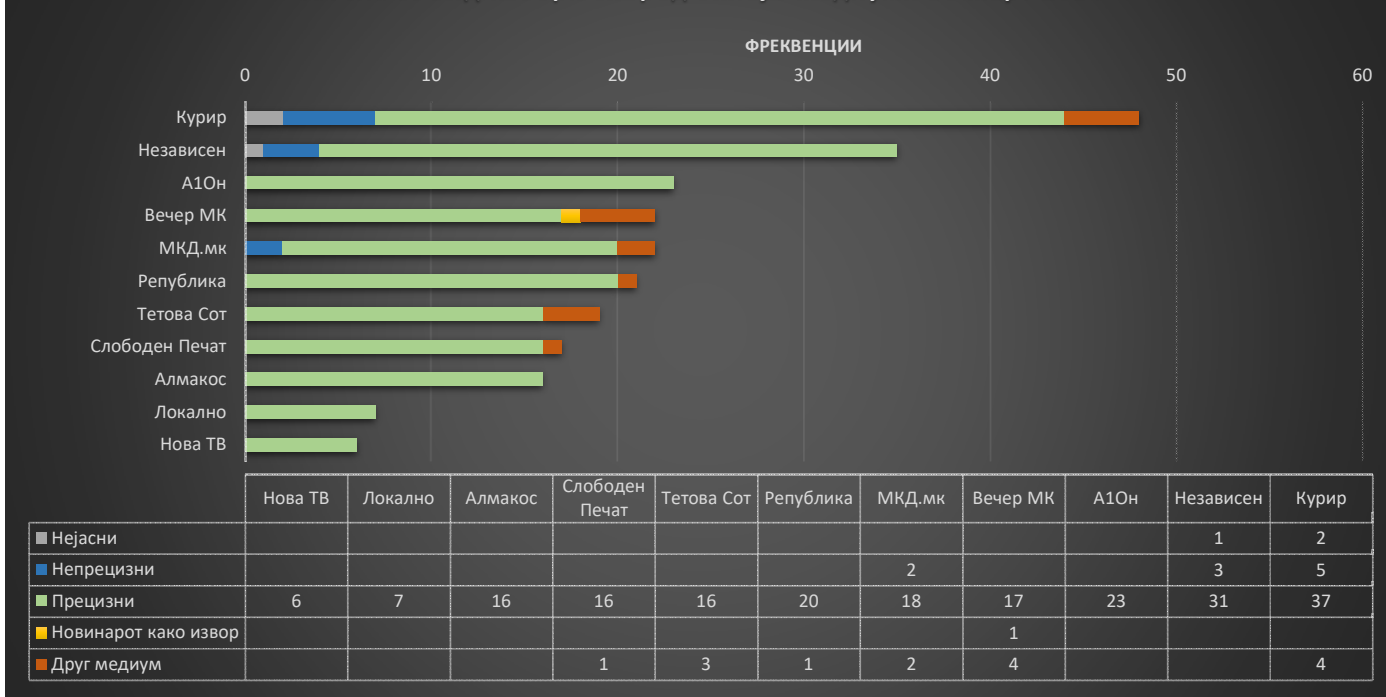
Во целина, како и во досегашните анализи, најзастапен политички субјект во интернет-медиумите со прилози со штетни наративи е опозициската ВМРО-ДПМНЕ, а зад неа СДСМ, а од политичарите претседателот и претседателски кандидат Стево Пендаровски, а дури потоа Христијан Мицкоски, претседателот на ВМРО-ДПМНЕ.

## Новинарскиот (не)професионализам

Едностраното информирање е константа во интернет-медиумите. И овој месец мониторингот утврди дека речиси нема портал во кој освен **една страна (а такви се 191 прилог или 88,8 %)** да се консултираат две или повеќе страни. Во Вечер, Курир, Република, Нова ТВ, Локално, А1он и МКД.мк сите прилози, освен еден (каде се консултирани две страни), имаат еден извор. Се издвојуваат Тетова Сот и Алмакос со по неколку прилози со консултирани две страни, а Слободен печат и Независен и со две и со повеќе страни.

Иста е сликата и кога се работи за изворот на информации, односно порталите најчесто се потпираат на **еден извор (179 прилози), кој најчесто е прецизен (207 прилози)**, а ретки се нејасните или непрецизните извори, што пак е во директна корелација со доминацијата на прилози од преземените партиски соопштенија и говорите на политичарите. Во Тетова Сот, Нова ТВ, Локално и А1он еден и единствен извор е главниот актер што се јавува во прилогот. По некој нејасен или непрецизен извор се среќава кај Курир, Независен, додека Вечер, Курир, Тетова Сот, МКД.мк имаат и извори (иако малку) и од други медиуми, најчесто од телевизиски станици, но и весници и информативни агенции.

Табела 5. Вид извори според онлајн-медиуми во март 2024

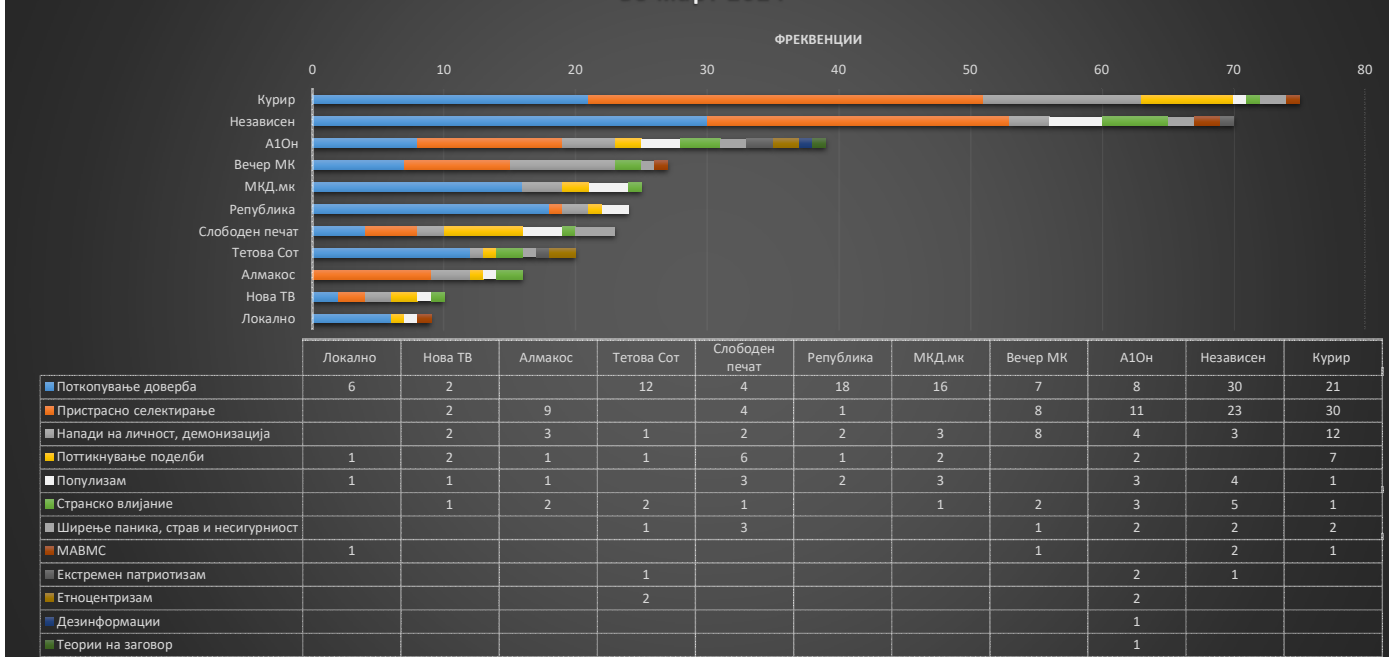


Што се однесува до **визуелизацијата**, нема портал без фотографии, било актуелна било архивска, не-ретко и повеќе, но вообичаено тие се необележани, со исклучок на Слободен печат каде е даден опис на фотографијата и изворот, а повремено и во Независен со името на фоторепортерот. Курир се издвојува со најголем број архивски и актуелни фотографии, како и видеоизјави.

## Доминантни штетни политички наративи

Овој месец се утврдени 224 прилози со штетни наративи и со 338 објави (зборови, реченици, формулации, пасуси, наслови на прилози). Тоа е најзабележително во порталите Курир, А1он и Независен.

Табела 6. Застапеност на штетни наративи во прилозите на онлајн-медиумите во март 2024



Фокусот доминантно е на тврдења за корумпираност, непристрасност/неотчетност, непрофесионалност, злоупотреба на службената должност без обид за поткрепа на тврдењата, како и на непроверени/тешко проверливи наоди како основа за обвинување на политичките противници (149 случаи), како и на употреба на негативни зборови, етикетирање, исмевање и грубо непочитување на други лица (40 случаи). Тоа се прилози во кои се поткопува довербата во институциите, пристрасно се селектира и се напаѓа, демонизира одредена личност, перманентно присутно и во целиот мониториран процес во интернет-медиумите.

## Извештај за мониторинг на известувањето на ТВ-станиците за март 2024 година

Во март 2024 година, анализирани се прилозите во централните вести на девет ТВ-станции во вкупно осум денови (3, 7, 11, 15, 19, 23, 27 и 31 март). При анализата се регистрирани 79 прилози кои содржеле штетни наративи или речиси 10 прилози по ден.

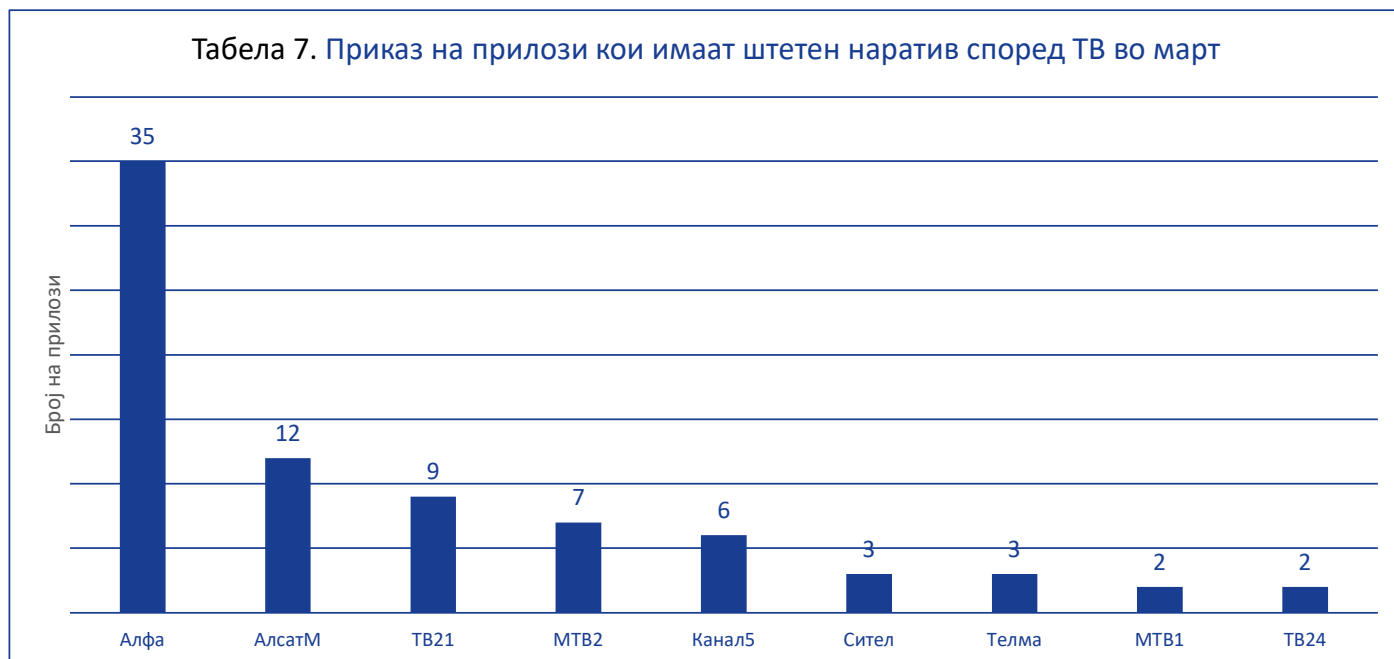
Најчести штетни наративи, како и досега, биле пристрасно селектирање (53) и поткопување на довербата (47). ТВ Алфа повторно е телевизијата кај која се забележани најмногу прилози со штетни наративи.

### Фреквентност на штетните наративи кај ТВ-станиците

За разлика од претходните месеци, кога постојано бележевме раст на прилозите со штетни наративи, во март можеме да констатираме дека има намален број на ваквите прилози (79). Во споредба со декември (регистрали вкупно 87 прилози со штетни наративи во мониторираните 8 денови или 10,9 прилози дневно), јануари (96 прилози или 12 прилози дневно) и февруари (регистрали 90 прилози во мониторираните 7 денови или 12,9 прилози дневно), бројката од 79 прилози со штетни наративи или нешто помалку од 10 прилози дневно (9,87) претставува забележителен пад.

Во период кога предизборните кампањи стануваат сè поинтензивни и поагресивни, намалениот број прилози кои содржат штетни наративи може да значи дека телевизиите во своите централни информативни емисии стануваат поплетпазливи за начинот на кој известуваат, а штетните наративи се многу позабележливи во онлајн-просторот.

Табела 7. Приказ на прилози кои имаат штетен наратив според ТВ во март



**ТВ Алфа повторно е телевизијата кај која се регистрирани најголем број прилози со штетни наративи (35 или 44,3 %),** но и кај оваа телевизија, како и кај повеќето кои се дел од анализата (со исклучок на ТВ Алсат М и ТВ Канал 5 кај кои имаме многу благ пораст), **се забележува намалување.** По ТВ Алфа следат ТВ Алсат М (12 прилози или 15,2 %), ТВ 21 (9 прилози или 11,4 %), МТВ 2 (7 прилози или 8,9 %), ТВ Канал 5 (6 прилози или 7,6 %), ТВ Сител и ТВ Телма (по 3 прилози или по 3,8 %) и МТВ 1 и ТВ 24 (по 2 прилози или 2,5 %).

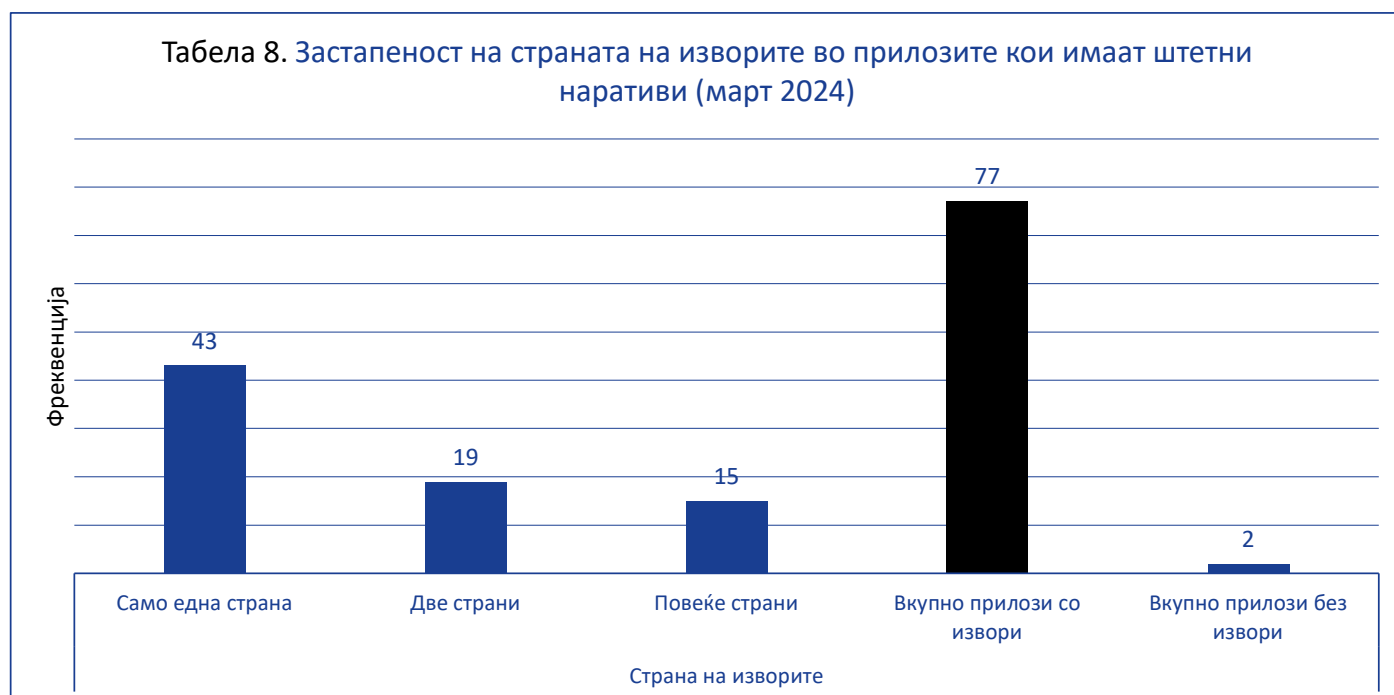
Најмногу од прилозите, како и обично, се од области поврзани со внатрешната политика (57 или 72,2 %). Многу поретко се забележуваат други теми, како економијата (6 или 7,6 %), правосудството (5 или 6,3 %), корупцијата (3 прилози или 3,8 %) итн.

Парламентарните и претседателските избори (35 прилози) се најбројни теми во прилозите со штетни наративи. Освен оваа доминантна тема, во март неколку прилози се поврзани и со објавувањето на новите лица на црната листа која ја објави САД, потоа изборот на кандидати во Академијата за судии и обвинители, техничкиот проблем во РЕК Битола, финансирањето проекти од културата итн.

Најчесто, како и досега, главните актери се најголемите три политички партии (ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ и ДУИ), претседателите на овие партии или нивни истакнати членови. Во март, во прилозите со штетни наративи често се гледаат и претседателските кандидати, почесто Стево Пендаровски и Гордана Силјановска-Давкова отколку останатите. Во неколку прилози се јавува и претседателскиот кандидат Стевчо Јакимовски, но причината е објавената црна листа на САД, а не неговата кандидатура.

Прилозите со штетни наративи, како и обично, се еднострани (43 или 54,4 % имале само една страна), а многу поретко нудат две страни (19 или 24,1 %) или три или повеќе страни (15 или 19 %). Најмногу прилози во кои се претставува само едната страна забележуваме кај ТВ Алфа (26 или 78,8 % од прилозите), но и кај Алсат М (7 или 58,3 %)<sup>1</sup>.

**Табела 8. Застапеност на страната на изворите во прилозите кои имаат штетни наративи (март 2024)**



<sup>1</sup> Кај МТВ 1 и ТВ 24 се среќаваат 50 % еднострани прилози, но имајќи предвид дека кај овие ТВ-станции се регистрирани само 2 прилога со штетни наративи, не може да се изведе заклучок поткрепен на доволно податоци.

## Најчести штетни наративи

Во март, при мониторингот на централните информативни емисии на 9 ТВ-станции беа регистрирани вкупно 79 прилози кои содржеле вкупно 139 штетни наративи.

Политичките актери и партии, а поретко и новинарите, ги креирале овие штетни наративи најчесто преку тврдења за корумпираност, нетранспарентност, неотчетност, непрофесионалност, злоупотреба на службената должност, но без поткрепа на тие тврдења (60 вакви случаи или 61,9 %), но и преку употреба на зборови и формулации со коишто се оцрнува одредена група луѓе со цел да се предизвикаат поделби и раздори (13), преку навреди, исмевање и етикетирање (12) и намерно непренесување на целосната слика и изоставање на информации (4).

Ваквите прилози креирале вкупно 139 штетни наративи, од кои најчести се пристрасното селектирање (53), поткопувањето на довербата (47), нападите на личноста и демонизацијата (14), поттикнувањето поделби (13) и креирањето дезинформации (5).

Табела 9. Фреквенција на штетни наративи во март 2024



Во овој период се забележуваат голем број обвинувања за криминал, несовесно и неотчетно работење, но наместо со сериозни докази, политичките актери најчесто ги користат техниките „тој рече/таа рече“ и веќе следниот ден едната тема ја заменуваат со друга.





British Embassy  
Skopje



Ова истражување е спроведено во рамки на проектот „Употреба на новинарство засновано на факти за подигање на свеста и спротивставување на дезинформациите во медиумскиот простор во Северна Македонија“ финансиран од Владата на Обединето Кралство, со поддршка на Британската амбасада Скопје. Мислењата и ставовите наведени во оваа содржина не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на Британската Влада.

Месечен извештај  
(март 2024)

**ИС** Институт за  
комуникациски  
студии



**ШТЕТ-НА**

