

РЕЗИМЕ

МЕРЕЊЕ

НА

ПОЛИТИЧКИ

ШТЕТНИ

НАРАТИВИ



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

Вовед	4
1. Мониторинг на комуникациските практики и наративи на политичките актери преку нивните интернет- и фејсбук-страници	9
2. Мониторинг на медиумското известување за политичките актери	12
2.1 Извештај за мониторинг на известувањето на онлајн медиумите за политичките актери	12
2.2 Извештај за мониторинг на известувањето на ТВ-станиците за април 2024 година	14

## Вовед

Шестиот извештај „Мерење на политички штетни наративи (ШТЕТ-НА)“ е сублимат на податоците од мониторингот на комуникациските практики на политичките актери во април 2024 година во кои се идентификувани штетни наративи. Дополнително, извештајот содржи анализа како овие штетни наративи се третирали во централните информативни изданија на 9 телевизии и 11 онлајн медиуми.

Карактеристично за априлскиот извештај е што мониторингот се спроведува во периодот на предизборната кампања за претседателските и за парламентарните избори. Првиот круг на гласање за претседателските избори се одржа на 24 април 2024 година, а вториот беше закажан за 8 мај, истовремено со парламентарните избори.

Институтот за комуникациски студии нагласува дека кандидатите за претседател на државата не беа 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; Курир; 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.

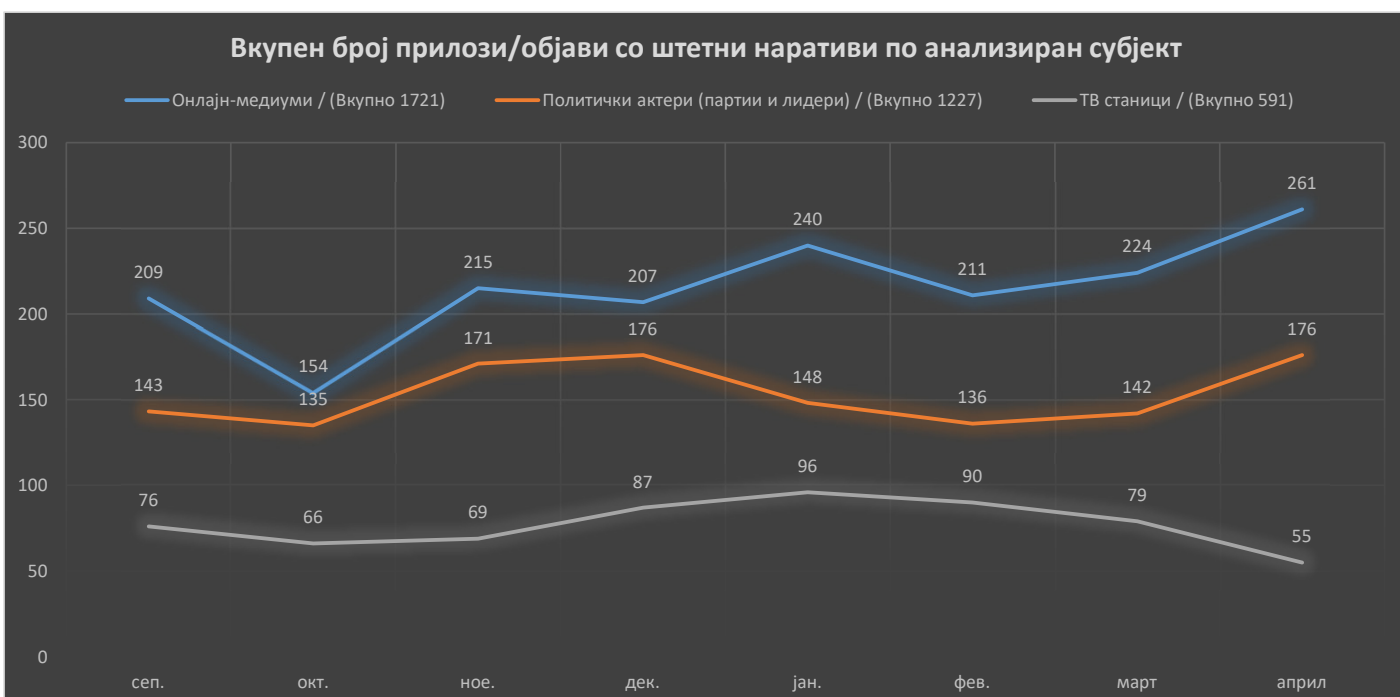
Овој документ претставува резиме на мониторингот во април 2024 година.

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

## КЛУЧНИ НАОДИ

Мониторингот на комуникацијата на политичките актери во април 2024 покажа дека тие во екот на кампањата за претседателските и за парламентарните избори ја зголемија динамиката на употреба на штетни наративи. Покрај воспоставената практика од претходниот период без докази да ги оцрнуваат и да ги етикетираат политичките противници и со селекција на информации да ја искривуваат реалноста, тие за време на кампањата зачестено посегнуваа по реторика за ширење страв, паника и несигурност и кокетираа со национализмот и етноцентризмот.

Единствена цел на ваквите штетни методи е да се освојат повеќе гласови преку вулгаризација на политичката дебата и да се придобијат граѓаните преку поигрување со нивните национални чувства наместо да се понудат конкретни и квалитетни решенија за реалните проблеми од секојдневието. Во текот на април, политичките актери имаа огромна помош во ширењето на штетните наративи од онлајн медиумите, кои уриваа рекорди во штетните објави заборавајќи на новинарските правила и стандарди за известување за време на избори. Од друга страна, кај телевизиите се забележува продолжување на позитивниот тренд на намалување на бројот на објави со штетни наративи од претходниот период, што покажува дека регулативата под која подлежат за време на изборните циклуси веројатно влијае на свеста на новинарите и уредниците кај кои проработе филтерот за чистење на штетната реторика што ја пласираа и политичките актери.



## ВМРО-ДПМНЕ повторно на пиедесталот, Левица изби на второто место

ВМРО-ДПМНЕ, како и во сите [претходни месеци](#), е политичка партија со најмногу идентификувани штетни наративи (43 објави), што е ист број како во март. Новина е што овој пат Левица изби на второто место со 38 објави со штетни наративи. СДСМ, која во изминативе месеци од мониторингот редовно беше второпласирана, во април се најде на третото место со 29 објави со штетни наративи.

Кај ДУИ во текот на април продолжи зголемувањето на штетните објави (14), а кај опозициските партии на етничките Албанци во земјата, здружени во предизборната коалиција Вреди (алб. Vlen) беа забележани повеќе објави со штетни наративи на фејсбук-страниците на лидерите на партиите во коалицијата и незначително намалување на објавите со штетни наративи на интернет-страниците на Алтернатива (3) и на Демократско движење (1). Со десет објави со штетни наративи меѓу партиските лидери предводи Изет Меџити, лидерот на Демократско движење и дел од Коалицијата Вреди. Веднаш по него, со седум објави со штетен наротив, меѓу партиските лидери се наоѓа Димитар Апасиев од Левица, додека кај лидерот на Алтернатива, Африм Гаши, се забележани шест објави со штетен наротив.

## Најчести штетни наративи

Кога станува збор за видовите штетни наративи, политичките партии во април, како и претходно, најчесто пристрасно селектирале информации со што можеле да ја доведат јавноста до погрешни заклучоци (143 примери) и развивале штетни наративи за поткопување на довербата во институциите (114) преку изнесување непоткрепени тврдења за корумпираност и злоупотреба на службената должност. Трет најчесто идентификуван штетен наротив е демонизацијата на политичките противници преку груби напади и етикетирања (51).

Речиси еднакво често се забележани и штетни наративи за поттикнување општествено-политички поделби, но, во споредба со [март](#), може да се истакне намален број штетни популистички наративи (27). Во однос на популизмот се истакнува Левица при што реториката во два случаја прераснува во говор на омраза. Овој месец има зголемен број штетни наративи со кои се шири паника, страв и несигурност (15), најчесто од Левица, СДСМ и ВМРО-ДПМНЕ.

## Себепромоција и обвинувања

Политичките партии во Македонија во предизборието без исклучок користат реторика на себепромоција во комуникацијата со јавноста. Во неа доминираат флоскули дека тие се спасители на Македонците, односно Албанците и дека се вистинските заштитници на националните интереси на едниот или на другиот народ. Следуваат препирките околу тоа кој е „доброто“, а кој „злото“, кој е за евроинтеграција, кому му се блиски странските влијанија, а шлаг на тортата е дебатата околу прашањето кој е почесен, односно кој е за вистинска борба против корупцијата.

Социјалдемократскиот сојуз на Македонија – СДСМ ја одржа во голема мера реториката дека тие се опцијата која на граѓаните им нуди просперитет, стабилност и членство во Европската Унија, а обвинувањата главно беа насочени кон ВМРО-ДПМНЕ и кандидатката за претседателка Гордана Силјановска-Давкова. ДУИ ја заснова кампањата за претседателските и за парламентарните избори на тезата „Да за Европа, не за Русија“ промовирајќи се како носител на европската идеја во Македонија. Партијата беше критички настроена кон албанската опозиција која ја напаѓаше дека недоволно се грижи за интересите на Албанците и не го претставува мнозинството Албанци во земјата, како и дека работи под руско влијание. Покрај албанската опозиција како главен политички противник на ДУИ, во изборната кампања се нотира и заострена реторика кон ВМРО-ДПМНЕ.

Слично како и во изминатите месеци, штетните наративи кај ВМРО-ДПМНЕ се главно насочени кон СДСМ и кон кандидатот за втор мандат Стево Пендаровски, но и кон ДУИ потенцирајќи ја „криминалната власт на СДС и ДУИ“, додека себеси се претставуваат како спасители и бранители на правдата и на народот. Фокусот на блокот опозициски партии на Албанците обединети во коалицијата Вреди остана да биде критиката кон ДУИ и коалицијата Европски фронт. Се забележува наратив при што ДУИ е прикажана како соработник на Србија против Косово и дополнително како партија со антиевропски ангажман. Партијата Левица и лидерот Димитар Апасиев и во април продолжија да се претставуваат како спасители и бранители на народот и на идентитетот, додека ги напаѓаат и ги критикуваат СДСМ, ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ.

## Навреди, етикетирања и вулгаризација

Политичките актери во Македонија за време на изборната кампања во текот на април продолжија да ја вулгаризираат политичката дебата и користеа навреди и етикетирања за да ги омаловажат политичките противници. СДСМ за ВМРО-ДПМНЕ го користеше пејоративниот назив „ВМРО-МВРО“, тврдеа дека станува збор „за истата партија/режим на Никола Груевски“ и поранешниот лидер на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски го споменуваа како „менторот на Мицкоски“. За ДУИ, пак, „Изет Меџити и другите деривати на Москва сакаат по секоја цена да ги претстават Албанците како криминален и корумпирани фактор“ и „корупцијата има име, Изет Меџити и Општина Чаир“. Значаен удел во изјавите со штетни наративи кои доаѓаат од високите функционери на ДУИ има Артан Груби чија комуникација често содржи политички дискурс полн со иронија, цинизам, но и исмејување на политичките противници кои се „платеници во ‘албанската’ опозиција“.

ВМРО-ДПМНЕ ги нарекуваше СДСМ како „СДС“ и „измеќари на ДУИ“, Кренар Лога е „потрчкото од Алијанса“, консултантот Асаф Еисин е „мешетар“ и „креатор на фалсификати и лажни вести“, а Стево Пендаровски е „извор и поддржувач на корупцијата во Македонија и далеку од чесен човек“. Етикетирањата од страна на претставниците на Вреди беа насочени кон ДУИ за која се користат фразите „корумпираната ДУИ“, „ДУИ Лотарија“, „кланот Ахмети“ итн. Левица ги нарекуваше СДСМ „лажни социјалдемократи“, „буржујска партија“, а ВМРО-ДПМНЕ „лажна опозиција“, „буржујска партија“, „лажни патриоти“ и „милионери“. Дополнително, Левица ги нарекуваа ДУИ и СДСМ „мафијаши“, а ДУИ ги именуваа како „УЧКИ“, „необалисти“ и „сецеонисти“. За Левица, Максим Димитриевски е „новокомпиран патриот“, Сања Лукаревска од СДСМ е „безлична политичарка“, а лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Христијан Мицкоски е „најнехаризматичен лидер“. Во оваа насока се истакнува лидерот на Левица, Димитар Апасиев за кого Стево Пендаровски е „Шизо“, Димитар Ковачевски е „млитав“, Тимчо Муцунски „неспособен, форсирано дете, плитко“, Христијан Мицкоски – „Жмицко“, а СДС, ДУИ и ДПМНЕ се „узурпаторски и криминални партии“.

## Злоупотреби на официјалните владини канали

Во периодот на изборната кампања, забележливо е дека фејсбук-профилите на министрите во Владата, кои беа истовремено и кандидати во изборниот процес, активно се користеа за промоција на нивните активности во рамки на кампањата, со што се злоупотребува користењето на официјалните владини канали за комуникација за лична промоција и партиски потреби. Кај министерот за надворешни работи Бујар Османи е забележливо дека најчесто објавите се поврзани со неговата кандидатура за претседател на државата, како и објави за промоција на ДУИ и нивната кампања. На фејсбук-профилот на министерката за култура, Бисера Костадиновска-Стојчевска, се забележува исто така комуникација за потребите на изборната кампања. Во однос на штетните наративи, кај неа се забележува употребата на популизам, дискурс со кој се истакнува својата политичка опција како подобра од таа на политичкиот противник.

На фејсбук-профилот на министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство, Љупчо Николовски, има објави за успехите во земјоделството. Во објавите се користи пристрасно селектирање, намерно не се пренесува целосната слика и се користи популистички дискурс за да се промовира сопствената идеологија како подобра од таа на политичкиот противник, а притоа се користат општи изјави да се каже дека состојбите се подобри без да се дадат конкретни податоци. И министерот за правда, Кренар Лога, интензивно го користел неговиот официјален фејсбук-профил како министер за правда да комуницира изјави и ставови на Алијанса за Албанците предводена од Села, односно промовирање на својата партија. На профилот исто така може да се сретнат критики кон албанската опозиција, критики кон ВМРО-ДПМНЕ. Објавите се текстови, фотографии, видеоисечоци или линкови до негови медиумски настапи или на лидерот на Алијанса за Албанците Зијадин Села.

## **Во медиумите - црни рекорди и позитивни трендови**

Трендот на зголемено темпо на продукција на прилози со штетни наративи кај онлајн медиумите (кој од месец до месец постојано е во нагорна линија) кулминира со најмногу забележани такви прилози во април за време на предизборната кампања. Од друга страна, во април кај ТВ-станиците беа утврдени најмалку штетни прилози од почетокот на истражувањето досега. Тоа што мора да се напомене во овој контекст е дека информирањето на телевизиските станици, а особено на јавниот сервис, во време на изборните процеси, е регулирано не само од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги туку и од Изборниот законик, додека онлајн медиумите се саморегулирани што очигледно не придонесува кон посакуваната примена на основните новинарски начела и стандарди при известувањето.

Портал со најголем број прилози со штетни наративи во април е Куир (54 прилози) кој и во претходните месеци (февруари и март) е на врвот на „скалилото“, а редоследно следат А1Он (33), Вечер.мк (29), Алмакос (28), Република (27). И овој пат, како и досега, Нова ТВ има најмал број прилози со штетни наративи (4 прилози). Од друга страна, кај ТВ-станиците најмногу прилози со штетни наративи се забележани кај ТВ Алфа (14), но и кај оваа телевизија се забележува драстичен пад (40 во февруари, 35 во март), што е карактеристично за повеќето ТВ-станици во април. Кај ТВ 21 се забележани осум, кај Канал 5 регистрирани се седум, Алсат М (6), МТВ 1 и МТВ 2 (по 5), Сител (4) и кај ТВ Телма и ТВ 24 по три прилози со штетни наративи.

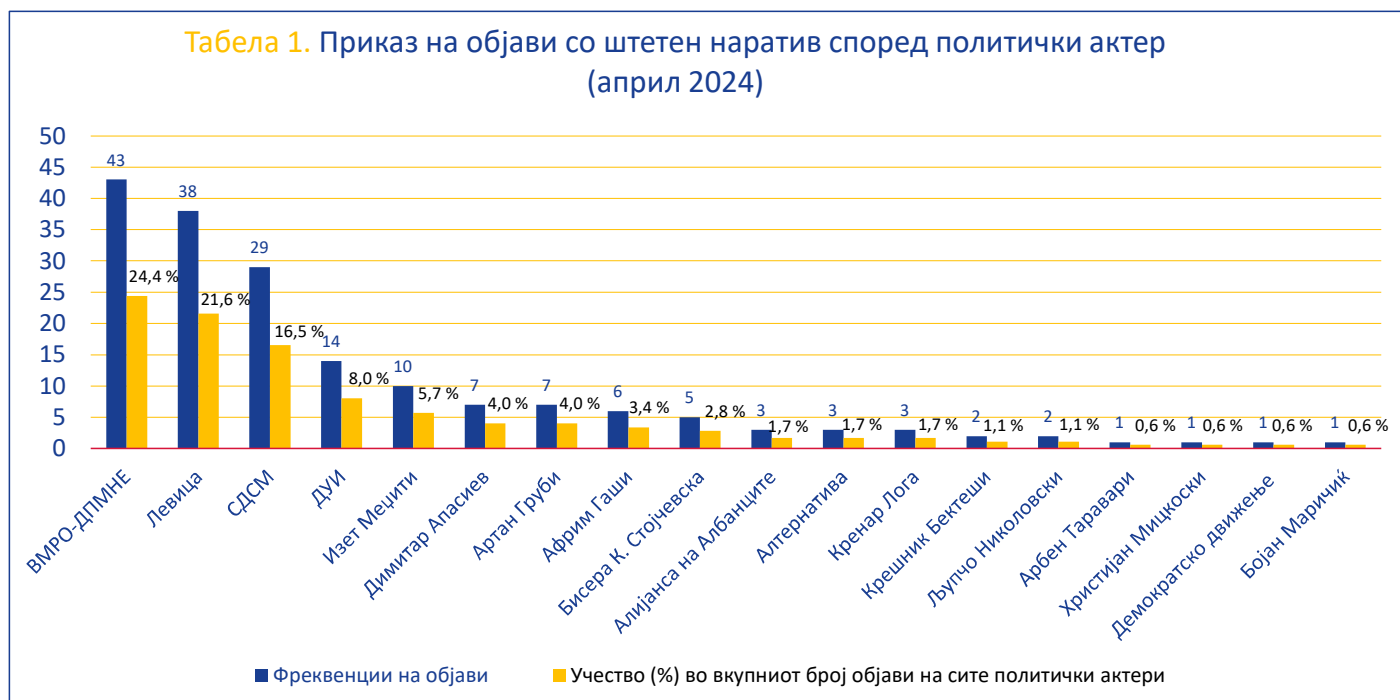
Политичките актери се јавуваат како главен извор на штетни наративи во прилозите на медиумите чија главна карактеристика продолжи да биде едностраното информирање. Оттука не е чудно што и во медиумските прилози доминираат штетни наративи со кои се поткопува довербата во институциите, пристрасно се селектира, се напаѓа и се демонизира одредена личност и се поттикнува поделба, страв и несигурност, а кои најчесто ги користеле и политичките субјекти. Карактеристично е што во изминатиов периодот кај онлајн медиумите се забележува континуиран и значителен пораст на штетниот наратив „ширење страв, паника и несигурност“ (февруари - 4, март - 11, април - 23) и има благ месечен пораст на објавите со национализам (март - 4, април - 12) и со етноцентризам (март - 4, април - 8).



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

На интернет - и на фејсбук-страниците на политичките партии и на нивните лидери во април беа забележани вкупно 176 објави со штетен наратив, односно 34 објави повеќе од претходниот месец. Од нив, најмногу или 69 беа објавени само на Фејсбук, 62 беа објавени само на интернет-страниците и 45 беа објавени на двата комуникациски канала.

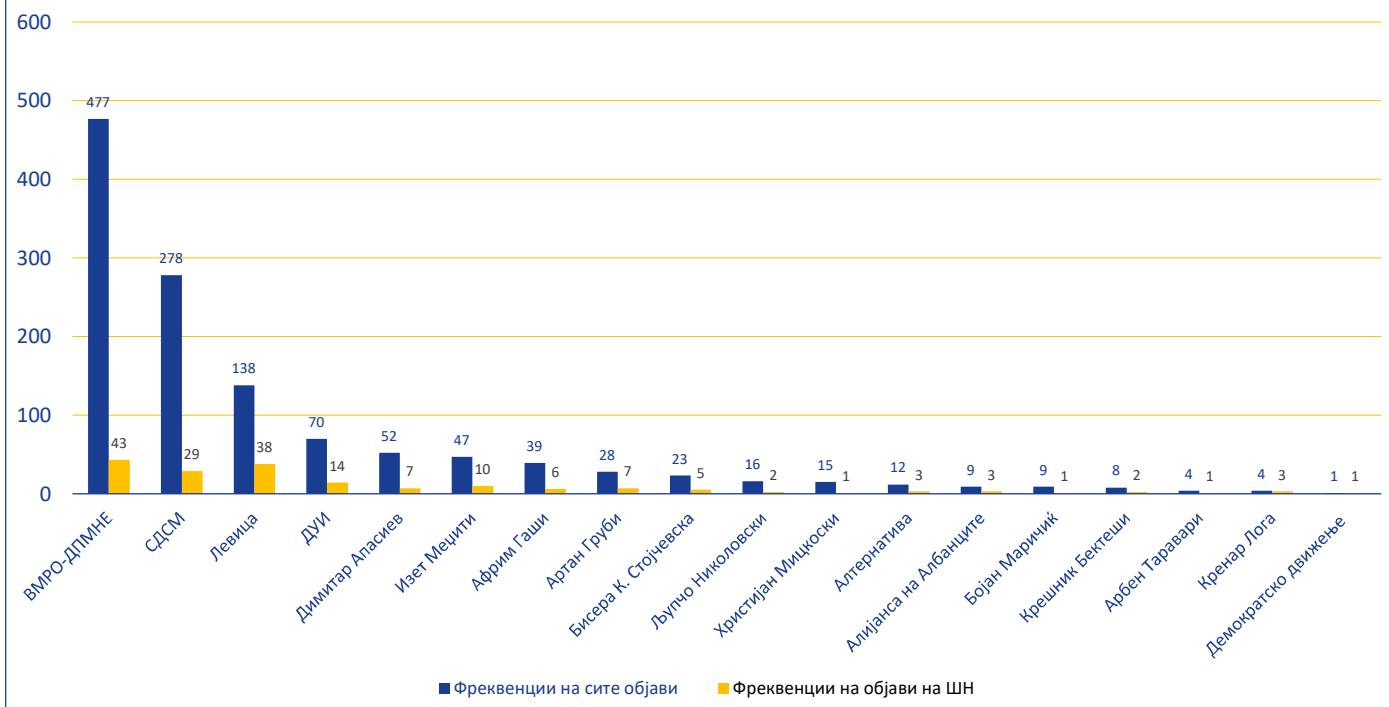
Табела 1. Приказ на објави со штетен наратив според политички актер (април 2024)



Може да се заклучи дека продолжи трендот на почеста штетна комуникација преку Фејсбук во споредба со интернет-страниците и повторување на истите објави на двата канала. Сепак, за разлика од март (36 штетни објави), во април се забележува зголемување на динамиката на штетни наративи на интернет-страниците.

Во април не беа идентификувани штетни наративи кај лидерите на СДСМ Димитар Ковачевски и на ДУИ Али Ахмети, но забележана е една штетна објава кај лидерот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски. Како и претходните месеци, мониторингот за април не покажа објави со штетни наративи на интернет- и на фејсбук-страниците на партиите ЛДП, Нова социјалдемократска партија и Социјалистичка партија, како и на страниците на нивните лидери.

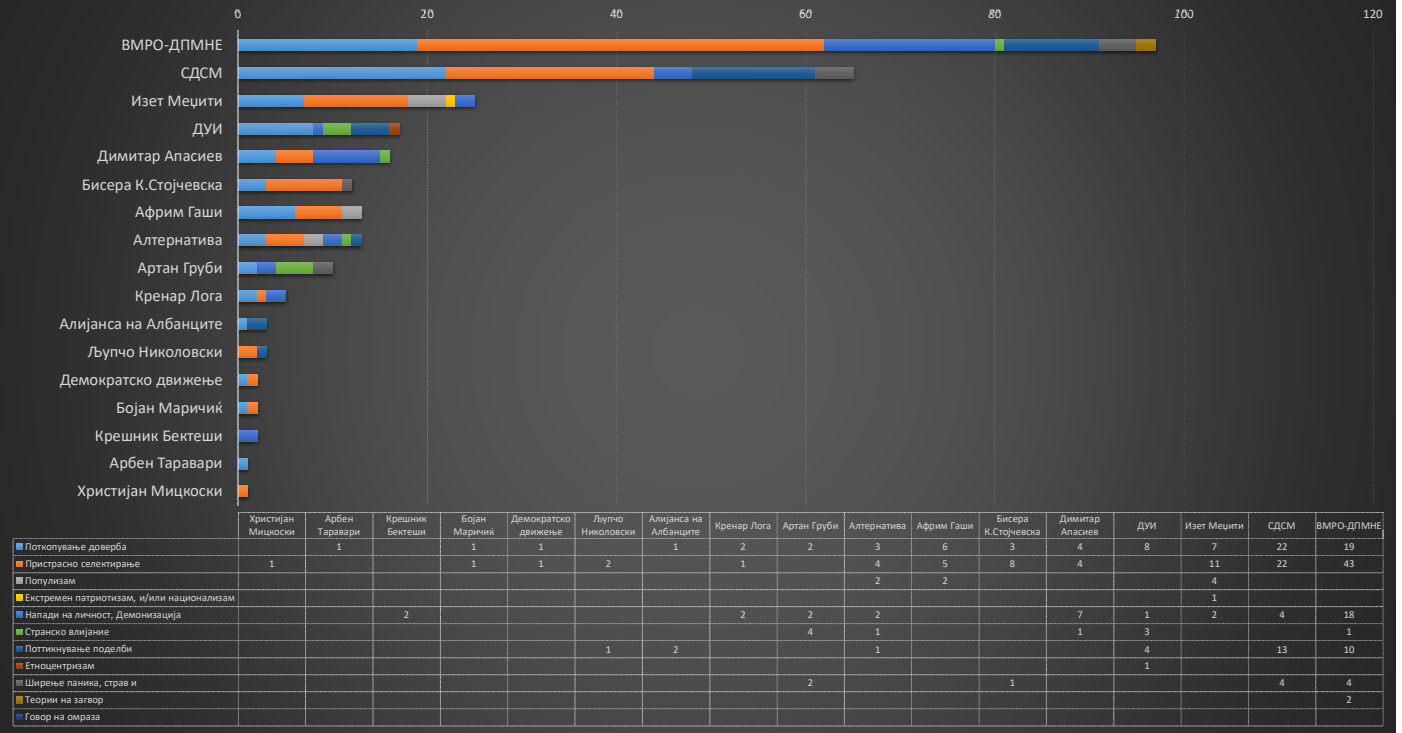
Табела 2. Учество/процент на објавите на штетни наративи во вкупниот број објави на ФБ профилите на политичките субјекти (април 2024)



Најчестата тема за која се идентификувани штетни наративи е внатрешната политика (148 од 176 објави или 84,1 проценти), додека криминалот и корупцијата се застапени со околу четири проценти, економијата и надворешната политика се застапени со околу два процента, а здравството и другите теми се со еден процент застапеност. Карактеристично е дека внатрешната политика во континуитет се јавува како главна тема при креирањето и ширењето штетни наративи за време на сите месеци од мониторингот.

Кога станува збор за видовите штетни наративи, кај политичките партии во април со помал интензитет од претходно се забележуваат штетни наративи за негативни странски влијанија, но овој пат се забележани и два штетни наратива за теории на заговор кај ВМРО-ДПМНЕ. Се забележува етноцентризам и национализам кај ДУИ кој е најчесто насочен кон ВМРО-ДПМНЕ и нивниот лидер Христијан Мицкоски, како и преку промовирањето на сопствената партија како единствениот застапник на Албанците во Македонија. Национализмот кај Изет Меџити, односно коалицијата Вреди е застапен преку пораките кои тие ги упатуваат кон ДУИ во кои се претставуваат како единствената опција која вистински се грижи за Албанците во Македонија, која ги промовира албанските интереси, наместо владејачката ДУИ.

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



## 2. Мониторинг на медиумското известување за политичките актери

### 2.1. Извештај за мониторинг на известувањето на онлајн медиумите за политичките актери

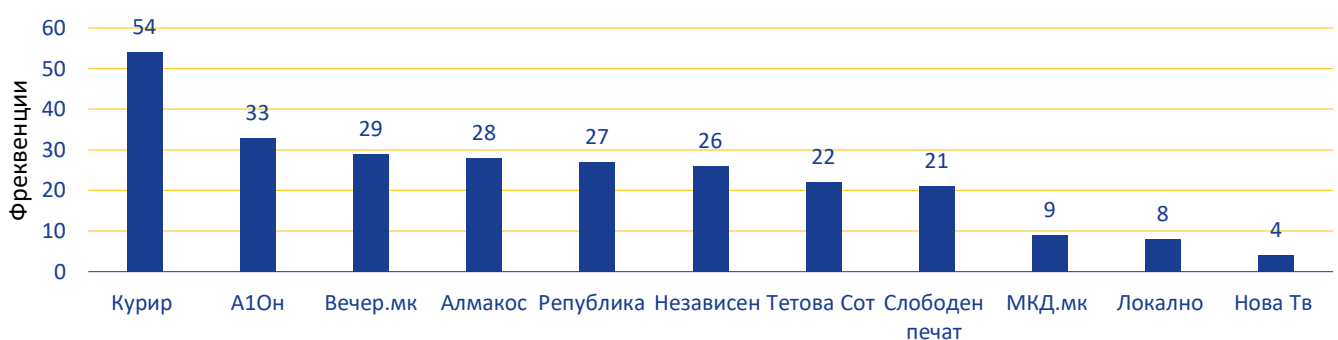
Анализата на интернет-медиумите (реализирана седум денови во месецот) утврди 261 прилог со штетни наративи, најголема бројка од почетокот на истражувањето. Најголем број прилози со штетни наративи порталите објавиле на 4 април (47) со стартот на изборната кампања, а најмалку на 24 април (17 прилози) на денот на претседателските избори.

Содржински, најголемиот број анализирани прилози со штетни наративи се хибридниот жанровски форми, пренесените говори на политичарите (111 прилози, односно 42,5 %) и пренесените соопштенија на политичките партии (62 прилога, односно 23,8 %), кои заедно со пренесените фејсбук-статуси на политичките субјекти и нивните изјави (8 прилози, односно 3,1 %) сочинуваат 2/3 (или 69,4 %) од сите анализирани прилози со штетни наративи.

### Фреквентност на штетните наративи во онлајн медиумите

Неизоставна тема во сите интернет-медиуми е внатрешната политика (во 239 прилози или 91,6 %), преточена во кампањите за претседателските и за парламентарните избори. Таа дури е единствена во некои од нив, како Независен, Локално и МКД.мк каде сите анализирани прилози со штетни наративи се поврзани токму со изборната политичка кампања. Кај сите други портали, Алмакос, Вечер мк, Република, Курир, Тетова Сот, А1он, Слободен печат, ретко и инцидентно, со два до три прилози, кон главната тема се надоврзува надворешната политика, економијата, правосудството и криминалот.

Табела 4. Прилози со штетни наративи во април 2024



Содржински доминираа наративи со кои се напаѓаат и обвинуваат политичките противници/опоненти, нивните програми, нивната личност, вредности, претходната работа без оглед дали пласираните информации се точни или не; се етикетираа и се исмеваа носителите на јавни функции, медиумските работници, граѓанските активисти; се користеа зборови, формулации со кои се оцрнуваа одредени групи луѓе и се поттикнуваа поделби на „ние, нас“ и „вие, вас“.

Карактеристично е дека наспроти досегашната доминација на „кратки“ партиски соопштенија или ставови/изјави на политичките субјекти, овој пат пренесените говори на политичарите се „побогати“ по обем/содржина и визуализација/фотографии, видеоснимки, но стандардно без автор на прилогот и

потпис под презентирани фотографии. Притоа, не е изоставена и практиката на „креирање“ повеќе прилози од еден ист настан, но овој пат наместо „цитаирање“ или прераскажување на делови од интервјуа на политичарите од телевизиски емисии се користеа делови од говорите на политичките актери на митинзите/собирите.

## Политичките актери во анализираниите прилози

Прилозите со штетни наративи изобилуваат со бројни политички актери во сите анализирани интернет-медиуми. Најбројни се оние со два (57 или 21,8 %) и три (57 или 21,8 %) актери. Овој месец доминираат индивидуалните, односно политичарите, а далеку помалку колективните, односно политичките партии. Кумулативно, на врвот е претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, а зад него претседателските кандидати Стево Пендаровски и Гордана Силјановска-Давкова, а од колективните ВМРО-ДПМНЕ, а потоа ДУИ и СДСМ.

Медиумското претставување на политичките субјекти, без оглед дали се работи за индивидуалните или колективните, е различно од портал до портал. Сепак, најчесто актерите се цитираат и за нив се зборува во контекст на темата за која се информира, а особено во Алмакос, Република, Локално, Независен, А1он и Нова ТВ. Следат Тетова Сот, Курир, МКД.мк и Слободен печат, кои практикуваат да ги цитираат, да ги парафразираат и да зборуваат за актерите во контекст на темата. Единствено Вечер.мк, како и досега, за сите актери застапени во прилозите зборува во контекст на темата и сите се негативно оценети од некој друг актер.

## Новинарскиот (не)професионализам

Континуирано од месец во месец, интернет-медиумите еднострано информираат, а овој пат тоа е нотирани во 232 прилози од вкупно анализираниите 261 (или 89,2 %). Такви се сите анализирани прилози (со штетни наративи) во Вечер.мк, Република, А1он, додека во Курир, Алмакос и МКД.мк инцидентно се забележува по еден или два прилога со консултирани две/повеќе страни. Кај другите портали, како Тетова Сот, Независен и Слободен печат, бројката на прилози со две/повеќе страни се движи од пет до седум такви прилози.

Табела 5. Број на извори според онлајн-медиум во април 2024



Во исто време, константа во информирањето најчесто е и потпирањето на еден извор на информации, односно утврдени се 222 такви прилози (или 85,1 %). Во Вечер.мк, Република и А1он такви се сите анализирани прилози, додека во Алмакос има само еден прилог со два извора, а во Куирин два прилога со три и повеќе извори. Кај останатите портали, Тетова Сот има 9 прилози (од вкупно 22) со два/три и повеќе извори, Независен има 7 такви прилози (од вкупно 26), а Слободен печат 8 прилози (од вкупно 21) со два/три и повеќе извори.

## Доминантни штетни политички наративи

Во сериозната бројка од 261 прилог со штетни наративи (со дури 482 индикатори - реченици, формулации, пасуси), најмногу придонесува порталот Куирин (54 прилози). Потоа следат А1он, Вечер.мк, Алмакос, Република.

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



Во фокусот повторно се тврдењата за корумпираност, нетранспарентност/неотчетност, непрофесионалност, злоупотреба на службената положба без обид за поткрепа на тврдењата, како и непроверени/тешко проверливи наоди како основа за обвинување на политичките противници (162 случаи), етикетање, исмевање и грубо непочитување на други лица политичките противници, носителите на јавни функции, медиумските работници (60 случаи) перманентно присутни во целиот мониториран процес, а овој пат и употреба на зборови и формулации со кои се оцрнува одредена група луѓе со цел да се предизвика поделба и раздор помеѓу „ние и вие“, „нас и вас“ (60 случаи).

## 2.2 Извештај за мониторинг на известувањето на ТВ-станиците за април 2024 година

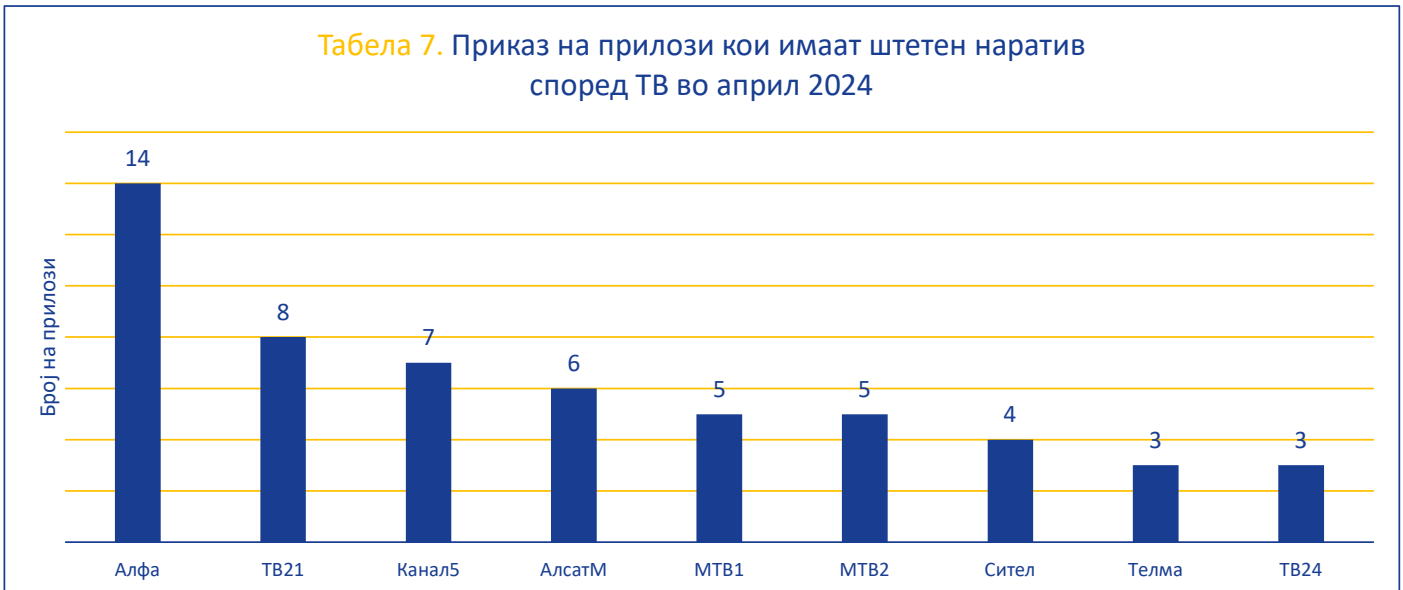
Во април 2024 година, анализирани се прилозите на централните вести на девет ТВ-станици и во седумте дена од анализата (4, 8, 12, 16, 20, 24 и 28 април) регистрирани се 55 прилози кои содржеле штетни наративи. Од почетокот на истражувањето досега, ова е најмал број регистрирани прилози, со помалку од 8 (7, 8) прилози дневно.

Најчести се штетните наративи пристрасно селектирање (28) и поткопување на довербата во институциите (24). ТВ Алфа повторно предводи со штетни наративи меѓу телевизиите.

## Фреквентност на штетните наративи кај ТВ-станиците

Трендот на намалување на штетните наративи во вестите на ТВ-станиците кој беше забележан во март (79), продолжи и во април, со најмалиот број регистрирани прилози досега (55). Ваквата ниска бројка кај ТВ-станиците се должи на законските обврски кои тие ги имаат според Изборниот законик и Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и мониторингот кој се спроведува од страна на ААВМУ, но и различни меѓународни и домашни организации. Евидентно е дека новинарите во овие медиуми почнале да развиваат сè поголема свесност за штетните наративи во политичкиот дискурс и не им нудат простор во централните вести, како што беше случај во претходните месеци.

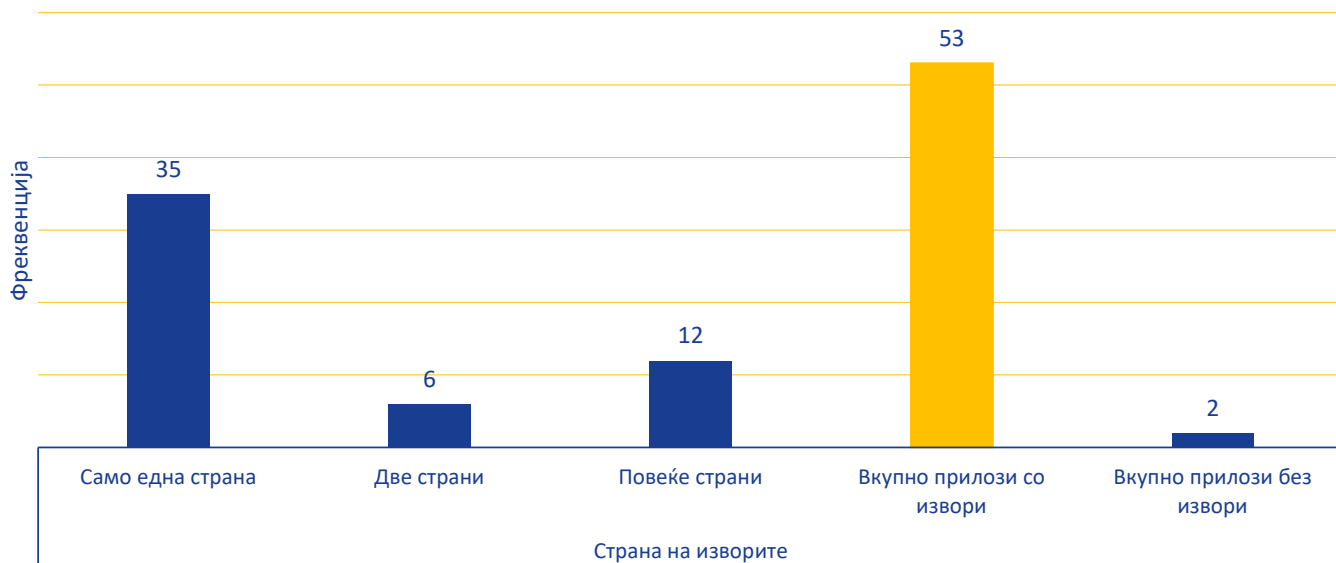
Табела 7. Приказ на прилози кои имаат штетен наратив според ТВ во април 2024



Ден со најголем број регистрирани вакви прилози е 20 април (15 прилози или 27,3 %), а ден со најмалку е 24 април (2 прилога или 3,6 %), што е резултат на изборниот молк. Не е изненадување дека најголемиот број прилози 48 (или 87,3 %) биле поврзани со теми од внатрешната политика, а многу мал број имале тема од некоја друга област, надворешна политика и криминал (по 2 прилога или 3,6 %) и по 1 прилог поврзан за здравство, правосудство и економија.

Прилозите со штетни наративи и повеќе од досега се еднострани, односно претставиле само една страна (35 прилози или 63,6 %). Само 6 прилози (10,9 %) имале и втора страна, додека 12 прилози (21,8 %) повеќе страни. Два прилога воопшто немале извори.

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



Најмногу прилози во кои е претставена само едната страна во април забележуваме кај двата канала на јавниот сервис МТВ 1 (5 или 100 %) и МТВ 2 (5 или 100 %), потоа кај ТВ Алфа (10 или 83,3 %), ТВ Сител (3 или 75 %) итн.

## Најчести штетни наративи

Во април беа регистрирани вкупно 55 прилози кои содржеле вкупно 91 штетен наратив. Најчести биле пристрасното селектирање (28) и поткопувањето на довербата (24), што е карактеристика и на сите претходни месеци на истражувањето. Потоа следат прилозите во кои се појавува напад на личноста или демонизација (10), поттикнување поделби (8), како и ширење страв и паника (7).

**Табела 9.** Фреквенција на штетни наративи во април 2024





Овие штетни наративи се најчесто резултат на тврдења за корумпираност, нетранспарентност, неотчетност, непрофесионалност, злоупотреба на службената должност, без поткрепа на тие тврдења (30 вакви случаи или 45,5 %), но и навреди, исмевање и етикетирање (10 или 15,15 %), употреба на зборови и формулации со коишто се оцрнува одредена група луѓе со цел да се предизвикаат поделби и раздори (9 или 13,64 %), обвинување на странски ентитет за мешање во внатрешните работи (4 или 6,06 %) и намерно непренесување на целата слика и изоставање информации (4 или 6,06 %).



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  
(април 2024)

**ИС** Институт за  
комуникациски  
студии



**ШТЕТ-НА**

