МЕРЕЊЕ НА ПОЛИТИЧКИ ШТЕТНИ НАРАТИВИ

Институт за комуникациски студии

ШТЕТ-НА

Институт за комуникациски студии

respublica

DOI: 10.64370/XNGC7201

Наслов на публикацијата:
Мерење на политички штетни наративи (ШТЕТ-НА)

Издавач:
Институт за комуникациски студии
ул. „Јурij Гагарин“ 17-1-1, Скопје
www.iks.edu.mk

За издавачот:
вонр. проф. д-р Жанета Трајкоска

Едиција:
ResPublica 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 Спирова

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 6

1.1 Комуникациски практики на политичките партии и на нивните лидери 9

1.2 Мониторинг на официјални канали за комуникација на владини претставници 26

РЕЗИМЕ 27

2. Мониторинг на медиумското известување за политичките актери 31

2.1 Извештај за мониторинг на известувањето на онлајн медиумите за политичките актери 31

2.2 Извештај за мониторинг на известувањето на ТВ-станиците за април 2024 година 41

РЕЗИМЕ 58

Клучни карактеристики за известувањето на онлајн медиумите во април 2024 59

Клучни карактеристики за известувањето на ТВ-станиците во април 2024 60

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 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 априлскиот извештај е што мониторингот се спроведува во период 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 мониторирани 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.

Податоците содржани во овој извештај се добиени со комбинација на повеќе методи и техники: квантитативно-квалитативна анализа преку мониторинг – набљудување, следење и утврдување присуство на претходно дефинирани индикатори (вкупно 14), кои пак се поврзуваат со некои од 16-те штетни наративи; критичка дискурзивна анализа – испитување на јазикот, реториката и стратегиите за врамување што ги користат политичките актери и медиумите.

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 медиумите, како и со медиумски професионалци во делот на мониторингот и на контролата.

Карактеристично за април е што продолжи трендот на намалување на штетните наративи во вестите на **ТВ-станиците и се забележани 55 „штетни" прилози**, што е пад во однос на март (79) и најмал број досега. Од друга страна, се забележува раст на штетната содржина на интернет- и на фејсбук-страниците на п**олитичките партии и на нивните лидери (од 142 објави во март на 176 објави во април)**. Кај **онлајн медиумите** во април се евидентирани **261 објава со штетни наративи, што е рекордно зголемување** во однос на претходните месеци(февруари-211, март-224).

Три најчести штетни наративи кај политичките актери, онлајн медиумите и ТВ-станиците како и во претходните месеци се **„пристрасното селектирање", „поткопувањето на довербата во институциите" и „нападите на лична основа"**. Забележливо е дека кај онлајн медиумите во април има благ пораст на штетните наративи „екстремен патриотизам и националнизам" и „етноцентризам" во однос на претходниот месец, додека штетениот наратив **„ширење паника и страв" во истиот период бележи раст кај сите** анализирани групи.

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

Предмет на мониторинг: Интернет-страници на политички партии и фејсбук-профили на политички актери
Месец: Април 2024 година[1]

Мониторингот во април 2024 година, покажа дека комуникацијата на политичките партии и на нивните лидери е фокусирана на тековните кампањи за претседателските и за парламентарните избори кои се одвиваа истовремено, со тоа што првиот круг од гласањето за претседател на државата се одржа на 24 април. Во овој период, политичките субјекти имаа зачестена комуникација со граѓаните преку директни средби, собири и митинзи. Политичките партии беа најгласни во двете кампањи, при што реториката најчесто се фокусираше кон внатрешната политика, а главни теми за кои се зборуваше беа борбата против корупцијата и криминалот, националните интереси, одговорното работење, европските интеграции и грижата за граѓаните. Политичарите ја промовираа својата политичка понуда како подобра од таа на политичките противници, честопати користејќи популистички наративи, критика и оцрнување на опонентите, како и национализам и етноцентризам. 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. Оттука, 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.

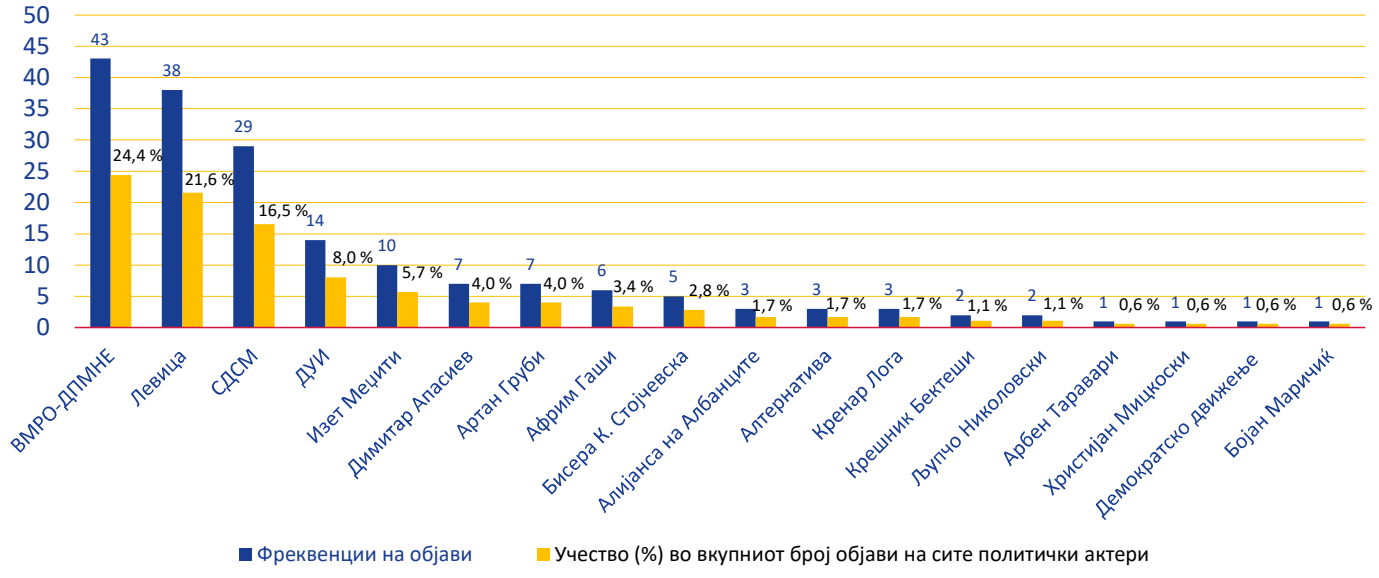
1 Динамиката за следење на содржините на политичките актери е „секој последователен трет и четврти ден во месецот".

ВМРО-ДПМНЕ, како и во сите претходни месеци е политичка партија со најмногу идентификувани штетни наративи (43 објави или 24,4 проценти од вкупниот број објави со штетни наративи на сите политички актери), што е ист број штетни објави како во март. За разлика од претходните месеци, овојпат **Левица** изби на второто место со **38 објави** со штетни наративи (21,6 проценти). СДСМ, која во изминативе месеци од мониторингот редовно беше второпласирана, во април се најде на третото место **со 29 објави** со штетни наративи или 16,5 проценти од вкупниот број штетни објави на сите политички актери. Преминот на Левица од трето на второ место генерално се должи на засилувањето на предизборната реторика со напади кон сите поголеми партии. Всушност, едно од нивните главни ветувања во кампањата беше дека „со 10 пратеници ќе бидат кочница за 'корумпираните' одлуки на останатите поголеми партии во Собранието". Од друга страна, кај СДСМ новина во април се штетните наративи кај тројца членови на партијата кои се функционери во преодната Влада.

Кај ДУИ во текот на април продолжи зголемувањето на штетните објави (14) и повторно, како и во претходниот месец, беше забележан раст на штетните наративи на фејсбук-страниците на функционери од ДУИ во преодната Влада. Кај опозициските партии на етничките Албанци во земјата, здружени во предизборната коалиција Вреди (алб. Vlen) чиј кандидат за претседател беше Арбен Таравари, 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 и на Демократско движење. 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.

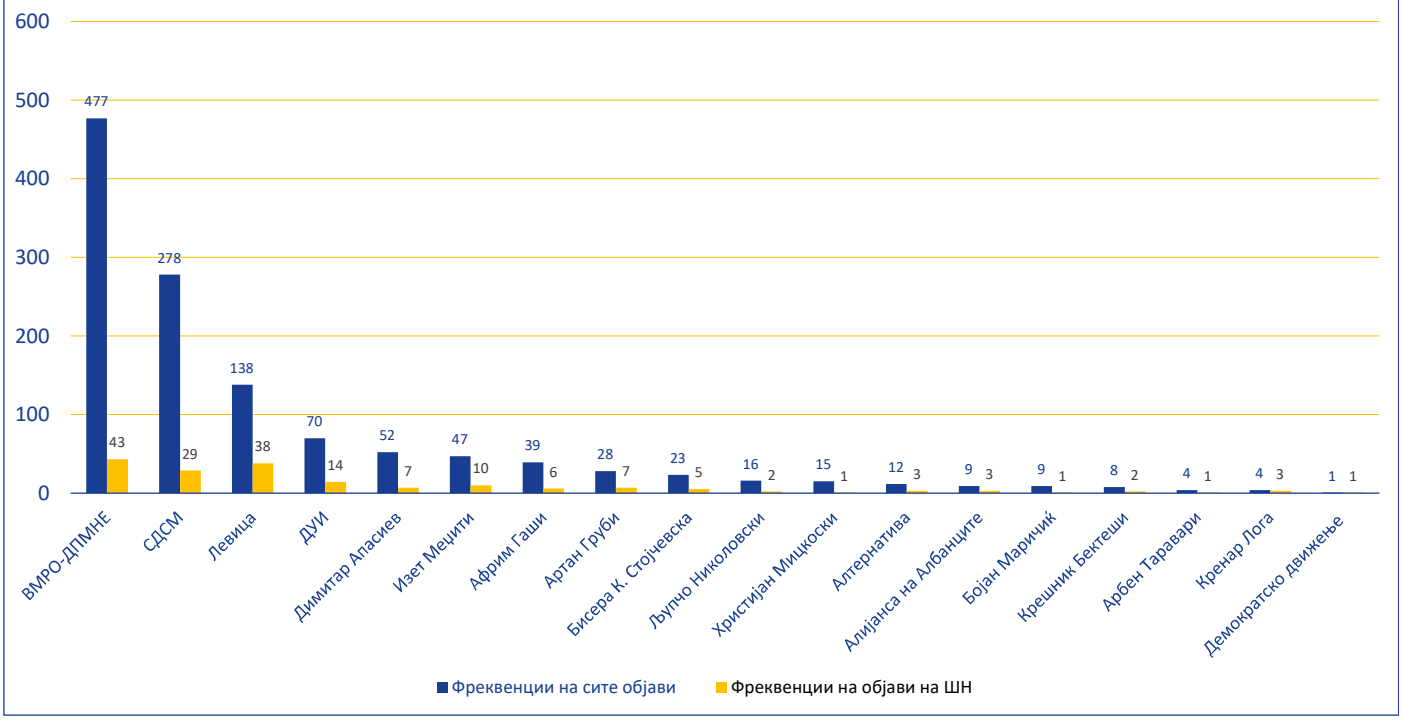
Исто така, не беа идентификувани штетни наративи кај лидерите на СДСМ Димитар Ковачевски и на ДУИ Али Ахмети, но забележана е една штетна објава кај лидерот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски. Во месец април, со десет објави меѓу партиските лидери предводи Изет Меџити, лидерот на Демократско движење и дел од Коалицијата Вреди. Веднаш после него, со седум објави со штетен наратив меѓу партиските лидери се наоѓа Димитар Апасиев од Левица, додека кај лидерот на Алтернатива, Африм Гаши, се забележани шест објави со штетен наратив.

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



Дополнително, ако се земе предвид вкупниот број објави кај политичките партии, кај ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ и ДУИ се забележува скоро ист процент на штетност, додека кај Левица се забележува зголемување на процентот на штетност. Затоа, може да се констатира дека кај Левица не само што има зголемување на квантитетот на комуникација во пресрет на изборите туку се зголемува и штетноста во нивната комуникација.

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



Деновите со најмногу идентификувани штетни наративи кај политичките партии се 7 април (апсењето на новинарот Фуркан Салиу), 8 април (кога доминирала темата здравство во пресрет на Денот на здравјето и најавениот протест на здравствените работници, како и објавите во врска со опожарениот билборд со порака од претседателскиот кандидат Таравари) и 11 април (кога е објавен извештајот на Фридом хаус за 2023, но имало и неколку меѓупартиски обвинувања на СДСМ и ВМРО-ДПМНЕ).

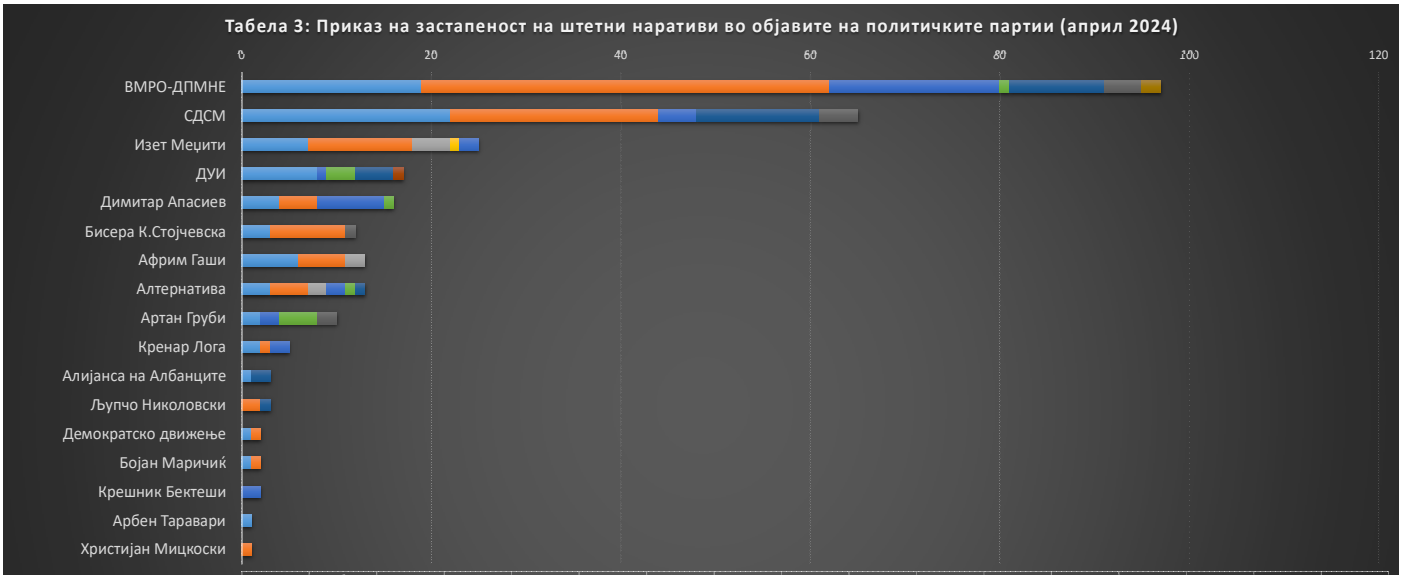
Најчестите форми на објави со штетни наративи кај политичките партии остануваат да бидат соопштенијата за јавност. Овој месец намален е бројот на прес-конференции, но значително е зголемен бројот на штетни говори, што се должи на интензивирани теренски активности, собири и митинзи, како и зголемен број на реакции како последица од зачестените напади кон политичките противници. Слично како и претходниот месец, има значителен број штетни објави кои се објавени во форма на видеоматеријали – „рилсови" како и монтирани видеоисечоци кои се наменети за критика на политичките противници.

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 здравство 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, политичките партии во април, како и претходно, најчесто пристрасно селектирале информации (со што можеле да ја доведат јавноста до погрешни заклучоци) и развивале штетни наративи за поткопување на довербата во институциите преку изнесување непоткрепени тврдења за корумпираност и злоупотреба на службената должност. Трет најчесто идентификуван штетен наратив е демонизацијата на политичките противници преку груби напади и етикетирања. Речиси еднакво често се забележани и штетни наративи за поттикнување општествено-политички поделби, но во споредба со март, може да се истакне намален број на штетни популистички наративи. Во однос на популизмот се истакнува Левица при што во реториката се забележува елемент на

меѓуетничка нетрпеливост, а во два случаи тој прераснува во говор на омраза. Овој месец има зголемен број штетни наративи со кои се шири паника, страв и несигурност, најчесто од Левица, СДСМ и ВМРО-ДПМНЕ. Со помал интензитет од претходно се забележуваат штетни наративи за негативни странски влијанија, но овојпат 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)



	Христијан Мицкоски	Арбен Таравари	Крешник Бектеши	Бојан Маричиќ	Демократско движење	Љупчо Николовски	Алијанса на Албанците	Кренар Лога	Артан Груби	Алтернатива	Африм Гаши	Бисера К.Стојчевска	Димитар Апасиев	ДУИ	Изет Меџити	СДСМ	ВМРО-ДПМНЕ
Поткопување доверба		1		1	1		1	2	2	3	6	3	4	8	7	22	19
Пристрасно селектирање	1			1	1	2		1		4	5	8	4		11	22	43
Популизам										2	2				4		
Екстремен патриотизам, и/или национализам															1		
Напади на личност, Демонизација			2					2	2	2			7	1	2	4	18
Странско влијание									4	1			1	3			1
Поттикнување поделби						1	2			1				4		13	10
Етноцентризам														1			
Ширење паника, страв и									2			1				4	4
Теории на заговор																	2
Говор на омраза																	

1.1 Комуникациски практики на политичките партии и на нивните лидери

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.

Социјалдемократски сојуз на Македонија – СДСМ

Во периодот на предизборието, 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. Најчесто комуницираат за теми од внатрешната политика, односно евроинтеграциите, а обвинувањата главно се насочени кон ВМРО-ДПМНЕ и наводите за лажни анкети наречани од оваа партија.

Во своите јавни настапи претседателот на СДСМ Димитар Ковачевски, како и високи функционери на партијата, комуницираат дека нивната политичка партија има понуда за граѓаните, дека имаат идеи, визија, конкретни проекти, успешни преговори со ЕУ и подобар животен стандард за граѓаните. Нивниот главен политички противник кон кој и најчесто се насочени штетните наративи остануваат да бидат ВМРО-ДПМНЕ, лидерот на партијата Христијан Мицкоски и кандидатката за претседателка Гордана Силјановска-Давкова. Други најчесто споменувани актери се СДСМ (во сите 30 објави), ВМРО-ДПМНЕ (во 26 од 30 објави), Стево Пендаровски (во 10 од 30 објави), ЕУ (во 11 од 30 објави). Од СДСМ продолжуваат партијата и лидерот да ги прикажуваат како ориентирани кон ЕУ (16 објави), бранители на народот (2 објави), отчетни (1 објава), бранители на националниот идентитет и на правдата, како и спасители на народот (по една објава). ВМРО-ДПМНЕ ги именуваат како „ДПМНЕ" (8 пати), а поретко и со пејоративниот назив „ВМРО-МВРО" (2 пати). За лидерот на ВМРО-ДПМНЕ и за нивната кандидатка за претседателка не се користат други називи за именување.

Од одредена партиска активност или тема се прават повеќе медиумски продукти со цел да се одржи актуелноста во јавноста. На пример, при одржување на митинзи на партијата или одредена друга изборна активност се објавуваат преноси во живо, соопштенија до јавноста, видеоинсерти и обраќања, фотографии, објави на вести на интернет-страницата, објави на социјални мрежи со текстови, кратки видеоисечоци (рилсови). За одредени теми кои партијата смета дека се од поголема важност се прават и различни комуникациски активности како прес-конференција на некој висок партиски функционер, изјава или дистрибуција на медиумски материјали со цел да се држи темата актуелна неколку дена.

Столбот на комуникациските пораки на СДСМ во изборниот период беше дека тие се проевропската опција за државата, а самата коалиција која ја предводеа беше „Коалиција за европска иднина", додека нивниот главен политички противник ВМРО-ДПМНЕ е против градење на добрососедски односи и продолжување на патот на Македонија кон ЕУ. Преку користење на популистички наратив, се врши обид да се подгрее емоцијата кај електоратот, со тоа што се користи метод на пристрасно селектирање, односно се избираат елементи кои се познати како лоши одлуки или скандали од минатото владеење на ВМРО-ДПМНЕ со цел да се покаже дека тоа е партија која не може да донесе стабилност и просперитет за Македонија. Често се забележува и реторика на СДСМ дека ВМРО-ДПМНЕ е опцијата која би го вратила општеството назад во начинот на владеење на ВМРО-ДПМНЕ, кој најчесто го именуваат како „режимот" или „режимското минато", алудирајќи на владеењето на ВМРО-ДПМНЕ до 2016 година. Исто така, често се споменуваше дека „ВМРО-ДПМНЕ не може да се смени", дека се работи „за истата партија/режим на Никола Груевски", кое речиси е на ниво на една од клучните пораки во кампањата.

Во комуникацијата на СДСМ во предизборниот период се забележува поретка употреба на уставното име на државата „Република Северна Македонија" или скратената верзија „Северна Македонија", додека почесто се користеше само терминот „Македонија" во јавните настапи на функционерите на партијата.

СДСМ го повикуваше електоратот да се мобилизира и да се обединат прогресивните сили, да нема враќање назад, дека СДСМ нуди проекти и добрососедска политика. Во обраќање на лидерот на СДСМ Димитар Ковачевски објавено на 28 април на интернет-страницата, се повикуваат граѓаните да не дозволуваат *сејачите на магла од Белата палата на ВМРО да манипулираат дека тие владееле подобро,* при што се наведуваат случаи кои во јавноста беа познати по скандалозното трошење во времето на ВМРО-ДПМНЕ како проектот „Скопје 2014", ограничувањето на медиумските слободи и контролата врз јавната администрација и полициските акции при протестите на студентите. Ваквиот дискурс, покрај тоа што содржи напади на политичкиот противник, може да поттикне несигурност и ширење паника кај граѓаните за иднината која доаѓа со одредена партија на власт.

Во друго обраќање на лидерот на СДСМ Ковачевски објавено на 27 април се тврди дека доколку *ВМРО-ДПМНЕ дојде на власт, ќе ги затвори нашите ЕУ-перспективи, ќе ги затвори и независните медиуми и ќе стави крај на независното судство, ќе стави крај на една демократска држава во која денес секој може слободно да го каже своето мислење...* со што се поттикнуваат поделби, но се шири и страв и несигурност кај граѓаните за нивната иднина. За политичкиот противник (ВМРО-ДПМНЕ) се вели *Размислете која партија како ја водеше државата кога имаше можност да биде власт. Потсетете се кој управуваше со државата, а кој владееше како крал и ја гледаше државата како негова лична своина. Кој носеше тешки, но позитивни и исправни одлуки за нашата иднина, а кој сè крадеше од иднината за личен интерес и еве, денеска гледаме – за ништо друго освен сопствено, лично богатење... Оганот кој деновиве гледаме дека го распалуваат ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ по стариот рецепт од 2016 година може многу лесно да ги потпали тензиите кои успешно ги надминавме и ги оставивме во минатото. Нешто што успеавме да го унапредиме во последните 7 години на многу повисоко ниво од тоа што беше претходно и тоа го гледаме на секој чекор.* Со ваквата реторика се прави обид да се поткопа довербата во политичкиот противник дека тие се кредибилна опција која може добро да управува со државата и со нејзините ресурси, а со честото потсетување на поранешното владеење на ВМРО-ДПМНЕ кое беше оценувано како негативно и од страна на меѓународните извештаи се врши обид да се мотивира гласачкото тело да не ја даде својата доверба на опозицијата.

Ваков дискурс се забележува и во изјави на висока партиска функционерка, соопштение објавено на 16 април, кога станува збор и за претседателските избори, со тоа што се наведува дека *изборот на 24 април е надеж и европска иднина со Пендаровски или безнадежност и враќање назад со Силјановска.* На тој начин се етикетира и кандидатката за претседателка која беше поддржана од ВМРО-ДПМНЕ дека *е продолжена рака на 'белата палата' и дека не ни треба враќање назад во изолација и неизвесност, туку напредок и членство во ЕУ. На граѓаните им е доста од делби и поделби. Сакаат и заслужуваат да живеат во европска Македонија, со европски животен стандард.*

На слична линија е и примерот (соопштение објавено од 19 април) дека *ништо не е променето во ДПМНЕ. На митинзите на ДПМНЕ и Силјановска е истата кореографија од времето кога се носеа Хунзи и кога им се правеше пречек на скопскиот аеродром, а граѓаните Македонци се претставуваа како нивни големи наследници. Тоа е истото време на грабежот од Скопје 2014 и историскиот инженеринг на ДПМНЕ... Со ДПМНЕ е можно само враќање назад во изолација и режим, во темното минато на недемократските процеси и далеку од ЕУ.*

Со оглед на тоа дека има мноштво изјави од овој тип кои се објавувани на интернет-страницата, како и на социјалните медиуми во различни формати, може да се забележи дека станува збор за планирана комуникациска стратегија која партијата ја пласира во изборната кампања. Целта е преку различен вид објави да се комуницира една главна стожерна порака дека СДСМ е опцијата која нуди национално единство во понудата и на претседателските и на парламентарните избори, додека нивниот политички противник е спротивно на ова. Во таа насока, се користат примери кои ја потсетуваат јавноста од минат период на владеење на ВМРО-ДПМНЕ кое важеше за неповолно, па дури и се спомнува (соопштение од 19 април) поранешниот лидер на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски како „менторот на Мицкоски".

На тој начин се поттикнува поделба на „ние - доброто" и „тие - лошото", а кај граѓаните се поттикнува страв и несигурност за потенцијално управување на ВМРО-ДПМНЕ со државата во иднина. Спротивно на ова, својата партија СДСМ ја претставува како подобра понуда за граѓаните, која нуди национално единство, европска иднина и промени на подобро во општеството.

Политичките партии кога ја даваат понудата кон граѓаните на изборите и ги повикуваат да им ја дадат довербата потребно е да ја образложат нивната понуда. Користењето на општи флоскули како „европска иднина", „подобар стандард" без разложување што всушност тие значат, во смисла на мерки, проекти, закони, односно конкретни чекори кои планира да ги преземе одредена политичка партија доколку формира влада и управува со државата, може да се третираат само како популистички наративи кои се примамливи за гласачкото уво.

Една од темите која е обработувана низ различни објави и јавни настапи е примерот со документите кои ги објави новинарот Фуркан Салиу, а за кои се тврдеше дека се копија од оперативен план на ВМРО-ДПМНЕ за подготовка и спроведување на изборите. Во документите се наведени „обврски" за различни партиски функционери и раководители на ВМРО-ДПМНЕ за подготовка на изборите. Меѓу наведените активности во документите се „обезбедување списоци на болни и изнемоштени лица", „избирачки список", „список на вработени во јавна администрација во периодот 2006 - 2016", „креирање на 'дувла' за изработка на лажни вести", како и „спроведување анкети" од страна на еден институт во кои ќе се покаже значително поголем рејтинг на опозициската партија, а потоа да се „одржуваат дебати на јавниот сервис во кој ќе има тројца опозициски и еден провладин аналитичар" во кои ќе се промовира работата на ВМРО-ДПМНЕ.

Во објавите кои ги пласира СДСМ се забележува дека помалку простор се дава на изнесување на наводите кои се содржат во самите документи, односно наведување што точно сметаат дека е злоупотреба на државни ресурси и на изборниот процес, туку повеќе се содржи етикетирање и напади на политичкиот противник.

Во објава на вицепремиерот Бојан Маричиќ од 3 април се вели дека станува збор за *скандал од груевстички размери, дека лажните анкети се кројат во подрумите на Белата палата.* Исто така се тврди дека ВМРО-ДПМНЕ *е старо, авторитарно, манипулативно, со безобразни, криминални и диктаторски манири и обиди да воспостават контрола врз јавното мислење и врз слободата на граѓаните за самостојна определба на претстојните избори.* Исто така, покрај етикетирањето, се врши и напад на лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Мицкоски со цел да се изедначи со поранешниот лидер на ВМРО-ДПМНЕ Никола Груевски дека *пропагандата и дезинформациите, што како алатки ги користеше Никола Груевски, сега и ги прифатил и ги спроведува Христијан Мицкоски.* Додека пак партијата останува *прислужник на злоупотребите на медиумите, ширењето лажни вести и нарачаните лажни анкети и со тоа сакаат да ги надоместат сериозните недостатоци во нивната изборна програма и немањето план за европска иднина на земјата. Граѓаните ќе испорачаат казна.*

Слична реторика се забележува и во објавата на фејсбук-страницата од 3 април на министерката и висока партиска функционерка на СДСМ Бисера Костадиновска-Стојчевска која тврди дека изнесените информации во јавноста со наводи дека ВМРО-ДПМНЕ се занимава со изработка на лажни анкети и лажни вести. Таа се обраќа со негативен тон кон ВМРО-ДПМНЕ, со тоа што е објавена црно-бела слика од грбот на партијата и на која е испишано „Штаб за лажни вести и лажни анкети". Во текстот се тврди дека наводите изнесени во јавноста се потврда дека ВМРО-ДПМНЕ *има цел оперативен систем за дистрибуција и објава на лажни анкети и лажни вести со што сериозно се загрозува изборниот процес. Исто така, таа ги повикува граѓаните да не веруваат во ништо што излегува од Белата палата затоа што пропагандата на ВМРО-ДПМНЕ потсетува на мрачно минато во кое нема европска иднина и слобода за граѓаните.*

Објавата може да се категоризира како штетен наратив затоа што станува збор за наводи кои се изнесени во јавноста, а веродостојноста не е потврдена од надлежните институции. СДСМ иако ги изнесе документите јавно, немаше истрага од Јавното обвинителство по јавно допрен глас, ниту пак е познато во јавноста дека СДСМ ги поднесе како предмет до Обвинителството. Исто така, се користи наратив со кој се оцрнува одредена група и се создава поделба меѓу „ние - доброто" и „вие - лошото". Со тврдењето дека граѓаните не треба да - веруваат на „Белата палата" како и дека пропагандата на ВМРО-ДПМНЕ *потсетува на мрачно минато во кое нема европска иднина и слобода за граѓаните* е популистички наратив со кој се промовира сопствената идеологија како подобра од таа на политичкиот противник.

Употребата на ваков јавен дискурс придонесува кон засилување на поделбите во општеството и нормализирање на ниското ниво на политичка комуникација, на што посебно треба да внимаваат носителите на јавни функции и кандидатите за јавни функции. Кога се изнесуваат наводи и сомнежи за

злоупотреба на државни ресурси за партиски потреби, особено кога се изнесуваат сериозни обвинувања дека одредена политичка партија има за цел да го корумпира изборниот процес, потребно е да се наведат кои се елементите на злоупотреба, потоа да се повикаат надлежните институции да преземат мерки и да се достават документите за кои се тврди дека ја покажуваат злоупотребата до органите на прогонот, т.е. Јавното обвинителство со цел да се покаже кредибилноста на тврдењата и сериозноста случајот да се истражи и да добие правна разврска со судски процес и санкции. Во спротивно, доколку само се наведуваат општи изјави дека одреден субјект се занимава со злоупотреба, може да се третира како популистички наратив, непотврдени наводи со цел да се нападне политичкиот противник и да се добие поддршка од гласачите.

Популистички дискурс се забележува и во објавата од 7 април на министерката за култура Бисера Костадиновска-Стојчевска во осудата на апсењето на новинарот Фуркан Салиу, кој е приведен од страна на полицијата. Во својата објава покрај осудата за апсењето на новинарот како чин на ограничување на медиумските слободи, Костадиновска-Стојчевска го поврзува апсењето на новинарот поради тоа што ги објавил документите со кои се покажува дека ВМРО-ДПМНЕ планирале корумпирање на изборниот процес и дека ова е потврда дека *партијата продолжува со истите методи за апсење на новинари и линч врз медиумите.*

Со ваквиот наратив се изедначува партијата со државата, односно се етикетира Министерството за внатрешни работи каде министерот е на предлог на ВМРО-ДПМНЕ во преодната Влада, дека работи за партиски интерес, бидејќи се поврзува апсењето на новинарот со објавувањето на документите кои покажуваа план за наводна злоупотреба од страна на ВМРО-ДПМНЕ. При изнесување на информации за наводи за неправилно работење, потребно е да се изнесе и поткрепа на тие наводи. Во спротивно, јавните функционери се доведуваат во ризик да се служат со популистички наративи и користење на изјави кои само штетат на јавниот дискурс.

Етикетирањето и напаѓањето на политичкиот противник се забележува и во комуницирањето на пораки по повод годишнината од 27 април 2017 и насилниот упад во Собранието. Главната комуникациска порака која се испраќа со објавите е да се потсети на насилниот упад и да не се повтори. Забележани се објави на интернет-страницата и на социјалните медиуми на партијата, како и од високи партиски функционери. Примерите вклучуваат објави како на пример „Учесниците на 27-ми април се насилници, а не уставобранители како што велат Силјановска и Мицкоски“, „27 ми април е крвав потсетник што носи режим, да не дозволиме да се повтори“, „Маричиќ: 27 април е силна причина да се исправиме пред налетот на старо-новиот режим“, „Ковачевски: Никогаш повторно режим, не се откажавме на 27 април, нема да се откажеме ниту на 8 мај“, „Михаилоски: Не попуштивме. Застанавме цврсто против, чувајќи ја нашата демократија и нашиот мир од слепилото на омразата и сеништето на работ на граѓанска војна“, „Никогаш не смееме да заборавиме и да дозволиме да се повтори 27 ми април“, „Да не дозволиме да се соочиме со сценарија кои веќе ги имаме гледано во минатото во нашата држава“, „27 април е силна причина да се исправиме пред налетот на старо-новиот режим“.

Во објавите, покрај критичкиот дискурс со осуда на чинот на насилен упад во Собранието, се напаѓа партијата ВМРО-ДПМНЕ. Во објава на интернет-страницата на СДСМ на 27 април се вели дека *27 април е крвав потсетник на режимот на ДПМНЕ кој не смееме да дозволиме да се повтори, дека насилниците поддршка имаа и од Христијан Мицкоски, кој тој ден беше пред македонското Собрание. Наместо извинување и осуда, Мицкоски стои во одбрана на осудените насилници за крвавиот четврток.* Притоа се истакнува дека ништо не е сменето во „ДПМНЕ“ и дека тоа *е истата партија која сака одново да гази врз слободата, врз демократијата, да се пресметува со неистомисленици, да шири омраза и поделба меѓу граѓаните.* На овој начин се цели да се направи разлика и поделба меѓу „ние - доброто“ и „тие - лошото“, а притоа се поттикнува и страв, несигурност и паника кај граѓаните од враќањето на власт на лица, во чие време беше извршен насилен упад во Собранието, а владеењето беше оценето како период на висока корупција и ограничување на медиумските и на човековите слободи според релевантните меѓународни извештаи.

Слична изјава е нотирана од министерката Бисера Костадиновска-Стојчевска од 28 април во својство на кандидат за пратеник, со осуда на насилниот упад на 27 април во кој таа наведува дека *крв течеше во Собранието, а тие зборуваат за слобода и демократија.* И додава дека СДСМ е поразлична од ВМРО-ДПМНЕ затоа што не бега од соочување со проблемите и одговорноста, *во најголемата економска и енергетска криза ВМРО-ДПМНЕ го блокираше македонското Собрание, уценуваше, бараше предвремени избори, само и само за власт и лични интереси. Одиме низ државата и гледаме како оние кои гласаа за нив веќе не смеат да зборуваат со нас. Таква ли Македонија сакаме? Повторно заробена, повторно замолчена, повторно исплашена. Ова е истото старо, лошо ВМРО ДПМНЕ.*

Изјавата е уште еден пример од комуникацијата на СДСМ во која се врши етикетирање на политичкиот противник, се изнесуваат наводи за негово неодговорно работење, се тврди дека тие блокирале решенија во интерес на граѓаните, а притоа се промовира сопствената политичка опција, партија, како подобра од политичкиот противник, која подобро работи за интересите на граѓаните и се прави поделба меѓу „ние - доброто" и „тие - лошото".

Демократска унија за интеграција – ДУИ (Bashkimi Demokratik për Integrim – BDI)

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. Пред изборите ДУИ формираше коалиција со неколку помали политички партии под името „Европски фронт." Во јавните настапи на лидерот на ДУИ Али Ахмети (соопштение од 19 април), како и на други високи функционери од партијата се промовира Европскиот фронт како „сојуз на прогресивни сили" кој „гарантира одржливост, стабилност, еднаквост и интеграција".

Покрај пораката „Да за Европа, не за Русија", втората клучна комуникациска порака на ДУИ е што таа се претставува како опција која ги заштитува интересите на Албанците во Македонија. Партијата е критички настроена кон албанската опозиција која ја напаѓа дека недоволно се грижи за интересите на Албанците и не го претставува мнозинството Албанци во земјата. Притоа изнесуваат обвинувања дека албанската опозиција служи на малигно странско влијание, т.е. на руското влијание, со тоа укажувајќи дека тие не се застапници на интересите на Албанците, а меѓу нивните главни цели е Изет Меџити, кој е главниот опонент и неформален лидер на коалицијата Вреди.

Покрај албанската опозиција како главен политички противник на ДУИ, во изборната кампања се нотира и заострена реторика кон ВМРО-ДПМНЕ, поточно кон нејзиниот лидер Христијан Мицкоски, особено по неговите зачестени изјави дека ВМРО-ДПМНЕ нема да влезе во коалиција со ДУИ, дека ДУИ е корумпирана партија и дека ѝ е време да замине во опозиција.

Во едно од соопштенијата на ДУИ од 7 април се вели дека Вреди се *во служба на проруската агенда, продолжува со напорите да ги подели Албанците преку лажни вести и клевети, секогаш во служба на ВМРО и на Левица; Изет Меџити и другите деривати на Москва сакаат по секоја цена да ги претстават Албанците како криминален и корумпирачки фактор во Северна Македонија; Меџити и неколкумина албански пратеници усогласени со руската агенда не го изгласаа Законот за затворање на коцкањето.*

Во друга пак објава, соопштение од 12 април се обвинува лидерот на Вреди Изет Меџити дека *корупцијата има име, Изет Меџити и Општина Чаир.* Притоа ги информираат *Меџити и другите деривати на Москва дека ДУИ и Европскиот фронт коалицираат само со граѓаните.* Исто така се тврди дека Општина Чаир е претворена во нелегална сопственост на два-тројца кои *плашејќи се од следната загуба се кријат под антиевропски и проруски политики на ВМРО-ДПМНЕ.*

Обвинувањата дека работат за руски интереси се присутни и во изјавите на ДУИ насочени кон ВМРО-ДПМНЕ и Мицкоски. Во една од изјавите на ДУИ од 16 април се тврди дека *г. Али Ахмети нема изгубено ниту едни избори и така ќе биде додека Мицкоски не им се придружи на пензионерите и во СДСМ и во ВМРО, кои своевремено сакаа уништување на ДУИ и на лидерот на Албанците, г. Али Ахмети... граѓаните на 24 април и 8 мај ќе ја запечатат победата на ДУИ и на Европскиот фронт, покажувајќи им го местото уште еднаш на Мицкоски, ВМРО, како и на албанската опозиција веќе усогласена со центрите на Кремљ.*

Во друго соопштение на ДУИ од 19 април се вели дека *ВМРО и Мицкоски официјално прогласуваат коалиција и со партијата Левица на Апасиев и ЗНАМ на Димитриевски, две партии тесно поврзани со Москва и разни пруски кругови, а познати по своите антиалбански позиции.*

Додека пак во соопштение од 20 април насочено кон лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Христијан Мицкоски се обвинува дека *Мицкоски и ВМРО јавно бараат и Македонија без Албанци. Тој дури отворено ги повикува сите Македонци да се обединат против Али Ахмети и ДУИ. Мицкоски на митингот во Кратово побара обединување на сите Македонци за Албанците да не добијат ниту еден пратеник во третата изборна единица... Ја повикуваме албанската опозиција да се вразуми и да не стане алатка на руската агенда што ја прокламира ВМРО.*

Со тврдењето дека „Мицкоски и ВМРО-ДПМНЕ бараат Македонија без Албанци" се посегнува кон национализам, а со барањето албанската опозиција да се вразуми се прави обид за поделба меѓу „ние - доброто" и „вие - лошото", како и чувство на несигурност и страв кај граѓаните.

Значаен удел во изјавите со штетни наративи кои доаѓаат од високите функционери на ДУИ има Артан Груби, кој штетната реторика најчесто ја објавува на неговиот фејсбук-профил. Неговата комуникација често содржи политички дискурс полн со иронија, цинизам, но и исмејување на политичките противници, односно лидерите и поддржувачите на коалицијата Вреди. Јавниот дискурс на Груби не секогаш е идентичен со дискурсот кој го промовира ДУИ и Европскиот фронт, туку се работи за индивидуален пристап на Груби за тврда пропаганда на свој начин, која ја зголемува политичката поларизација кај албанската заедница. Партиската пропаганда е зацврстена со етноцентричен наратив, кој се црпи и од албанскиот етнонационален фолклор.

Во една од објавите од 20 април во која повикува на присуство на митингот на ДУИ на 21 април, се обвинува албанската опозиција дека не реагирала на изјавите на Мицкоски, ВМРО-ДПМНЕ и Левица затоа што *не се осмелуваат бидејќи им рекле: Молчи, глас да не ви слушам? Македонија само на Македонците, на ВМРО и Левица, може вреди за ВРЕДИ, но не ја преминува линијата на Фронтот, фронтот за еднаквост, фронтот за интеграција, Европскиот фронт. Излези на плоштад, земи ги со себе сите што ги знаеш, покани ги сите, нека ечи песната на Шкурте и Илир*[2] *заедно со нашите гласови од сред Скопје во ушите на оние кои не сакаат да ја слушнат заедно со нивните платеници во „албанската" опозиција. Недела, 21 април, 20:00 часот, Плоштад Македонија, Скопје.*

Ваквата реторика има за цел поттикнување силни емотивни чувства со кои се велича албанската етничка припадност, а се промовира ДУИ како бранител на интересите на Албанците, како поголем борец за правата и статусот на Албанците во Македонија, отколку албанската опозиција која ја етикетира заедно со ВМРО-ДПМНЕ. Нагласувајќи дека има потенцијал од Русија за малигно влијание во земјата, се промовира ДУИ како носител на европската идеја. Ваквиот популистички дискурс кој има за цел да ја промовира ДУИ како политичка опција, истовремено носи ризик да поттикне дополнителна етничка поделеност меѓу Македонците и Албанците, но и во самата албанска заедница преку грубо етикетирање и оцрнување на политичките противници.

2 Илир Шаќири е пеач на патриотски песни од Косово. Песната „Земав збор" е многу популарна албанска песна во Македонија, Косово, Албанија и се пее на многу прослави, државни празници и е како втора химна кај Албанците, а особено се слуша кога игра фудбал Албанија.

Во видео објавено на фејсбук-профилот на Артан Груби од 27 април се вели дека *Русија нема место во нашите домови, во нашите маала, во нашите населби, во нашата земја, но ни во нашиот регион и континент. Ни треба силен Европски фронт за да се соочиме со инсталациите на проруските политики во нашата земја за да ја обезбедиме нашата евроамериканска припадност. ГЛАСАЈ НЕ Русија, ДА Европа!* Ова е уште еден од многуте примери со кои ДУИ се промовира како европската опција за земјата, наспроти другите политички актери, кои доколку би дошле на власт, би ја свртеле земјата кон Русија, при што се поттикнува поделба и дистинкција меѓу ДУИ како добрата опција и останатите како неповолна опција за граѓаните.

Етикетирањето на ВМРО-ДПМНЕ како проруска опција во земјава е присутно и во објавата од 22 април за митингот на ДУИ во која се вели дека Европскиот фронт му задал *силен удар на Мицкоски, неговите ортаци, експонентите на руската пропаганда, на кои им е укажано дека не може да го расцепи ориентираниот народ кон хоризонтот на Европа!*

Во врска со објавата на резултати од анкети за изборите, во објава од 19 април од Артан Груби се вели *Глас да не ви чујам! Лажните анкети од вашите узурпирани канцеларии не ги убедуваат ни вашите членови, а камоли граѓаните кои се решени за Европскиот фронт! Европскиот празник во четврток, ден по изборите, ќе биде најдобрата анкета за големата победа на европските граѓани кои се спротивставуваат на слугите на проруската, антиалбанска ВМРО-Левица. ГЛАСАЈ НЕ Русија, ДА Европа!*

Објави од ваков тип се среќаваат од скоро секој настан што ДУИ го имаат во рамки на кампањата, без разлика дали станува збор за митинг, средби со граѓани, отворање изборен штаб или друг јавен настан. Во објавите на ДУИ се промовира како партијата која е проевропска опција наспроти нивните политички противници кои без основани тврдења се обвинуваат дека работат за руските интереси, како и дека се корумпирани, додека реториката на партиските функционери содржи етноцентристички и националистички елементи. Носителите на јавни функции и лицата кои претендираат да добијат функции за да ја водат државата потребно е посебно да внимаваат на дискурсот кој го користат во своето изразување кон јавноста. Потпалувачкиот говор, етноцентризмот и националистичките изјави кои може да бидат политички корисни за мобилизација на гласачкото тело, истовремено може да поттикнуваат дополнителни поделби во општеството и создавање нетрпеливост меѓу заедниците. Политичарите имаат одговорност да работат на намалување, а не на зголемување на тензиите.

Алијанса за Албанците, предводена од Зијадин Села

Со поделбите во политичката партија Алијанса за Албанците на крило предводено од Зиадин Села и крило предводено од Арбен Таравари, крилото на Села премина во коалиција со ДУИ, односно со „Европскиот фронт". Па така и нивните изјави се претежно критички насочени кон партиите на опозициискиот блок на Албанците. Нотираните објави се поврзани со партиските активности на „Европскиот фронт" а изјавите се на линија на партиските функционери на ДУИ. Во објавите по повод годишнината од 27 април 2017 година се истакнува придонесот на Зиадин Села при насилниот упад во Собранието, а објавите се придружени со фото и видео.

Еден пример е кога Алијанса за Албанците – крилото на Села ги напаѓа партиите од албанската опозиција дека *се откажале од членството во ЕУ само за да го задоволат Мицкоски кој го потврдил срамот на албанската опозиција која е подготвена да направи секаков компромис со судбината на граѓаните и се откажала и од условот за уставни измени што значи и откажување од членството на земјата во Европската Унија. Подготвени се државата да ја вратат во изолација само за да бидат слуги на ВМРО и Мицкоски и со тоа да ги потчинат Албанците, Турците, Ромите, Бошњаците.*

Кренар Лога комуницира афирмативно за својата партија и коалицијата Европски фронт, а е критичен кон коалицијата Вреди. На неговиот официјален фејсбук-профил како министер за правда, најчесто се објавени содржини поврзани со неговата партија, наместо со неговата работа како министер. Во објавите се насетува критиката која тој ја има кон албанската опозиција, а доминира евроцентричниот наратив, односно патот кон ЕУ за иднината на земјата. Користи штетни наративи кога се работи за настани, теми или прашања од предизборен карактер, односно во кои се оцрнува албанската опозиција, со тенденција да се прикажува како антиевропска и блиска со ВМРО-ДПМНЕ, а со тоа и проруска, бидејќи мониторингот покажал дека во последниот месец, освен партиите Левица, Македонски концепт и Единствена Македонија, за проруска ориентација се критикува и ВМРО ДПМНЕ.

Во објава по повод годишнината од 27 април, Кренар Лога на својот фејсбук-профил објавил текст со фотографии од партиски функционери и активисти на Алијанса за Албанците. Во објавата се истакнува клучната улога на Села по повод настаните од 27 април, кога Алијанса за Албанците беше дел од мнозинството за избор на претседател на Собранието, односно протолкувано во објавата *како претседателот на Алијансата за Албанците, Зиадин Села, ја сврте Северна Македонија кон ЕУ и НАТО.* Во текстот се вели дека толпата која го извршила насилниот упад била *со негирање на правата на Албанците... насилно протестирајќи со националистичка, албанофобна и антиевропска содржина, како и дека имале наредба да го линчуваат до смрт најхрабриот пратеник во Собранието Зиадин Села. Но, непобедливиот Зиадин Села конечно ја сврте Северна Македонија, која беше под руско влијание, кон европскиот пат.* На фотографиите се дадени лидерот на Алијанса за Албанците Зиадин Села и други партиски функционери кои носат транспаренти со пароли: „Прв претседател Албанец!“, „Прв премиер Албанец“, „Прв претседател на Собрание Албанец“, „Закон за употреба на јазиците“, „Косово во Уставот“.

Објавата содржи националистичка реторика, која се користи за промоција на сопствената партија, а се врамува во контекст кој е важен за целото општество. Насилниот чин од 27 април беше критичен за сите граѓани и институции во општеството, а не беше насочен само против албанската заедница. Случајот имаше и судска разврска, а притоа не се докажани наводите кои се содржат во објавата. Во овој случај, политичкиот актер користи настан од пошироко општествено значење да го исползува за промоција на својата политичка партија и својата идеологија, односно сопствените партиски цели. Дополнително со паролите на транспарентите се ризикува да се поттикне дополнителна поделба меѓу заедниците во Македонија, посебно меѓу македонската и албанската, особено што уставната и законската рамка не предвидуваат етничка припадност кај носителите на функции.

Во друга објава од 28 април, тој му се обраќа критички директно на Драган Ковачки, носител на кандидатската листа во изборна единица 3 од ВМРО-ДПМНЕ. Реакцијата доаѓа на изјава на Ковачки во која тој го нарекува Лога „потрчко од Алијанса“. Во објавата Лога му се обраќа на Ковачки: *Непочитуван г. Ковачки, го нарекува неспособен полковнику, како и: Го знам Вашиот интелектуален капацитет нереформиран кадар кој за среќа, во земја членка на НАТО нема перспектива и нема можност за добивање безбедносен сертификат, што за Ваша несреќа долгосонуваната позиција министер за одбрана станува неостварлива*😉. Додека пак лицата кои се на кандидатската листа на Европскиот фронт ги именува како „Сулејман Баки (горд Турчин на оваа држава), Џевдет Садику (горд Албанец од вашата Северна Македонија). Во објавата тој исто така ја промовира својата политичка опција како подобра од таа на политичкиот противник, затоа што таа, вели, нуди европска перспектива за македонското општество.

Наративи кои содржат неосновани тврдења, напади на личноста, а содржат наратив без да се образложи зошто една политичка опција е подобра од другата, не придонесуваат за квалитет во политичката комуникација и промовираат ниска култура во јавниот дискурс.

ВМРО-ДПМНЕ

Слично, како и во изминатите месеци, идентификуваните штетни 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 се претставуваат како спасители и бранители на правдата и народот. Оваа насока на комуникацијата од најголемата опозициска партија во државата продолжува и како еден од главните столбови на нивната предизборна кампања и за претседателските и за парламентарните избори, при што ги повикуваат граѓаните да гласаат за нив и со тоа да си ја вратат државата заробена од „криминалната и корумпирана власт" на „ДУИ и СДС", пресликано во слоганот на кампањата „Македонија повторно твоја".

Од вкупно 447 објави во април се идентификувани 43 објави со штетен наратив (ист број како во март) Од нив, 32 се објавени само на интернет-страницата на партијата, а 11 се објавени и на интернет- и на фејсбук-страницата. Во споредба со претходниот месец се забележува мало покачување на процентот на штетност, но сепак останува значително намален во однос на претходните месеци (процентот на штетност од вкупниот број објави во април беше 9 %, март 5,4 %, февруари 21,6 %, јануари 27,7 %). Дополнително месецов идентификуван е еден штетен наратив и на фејсбук-страницата на лидерот на партијата Христијан Мицкоски, за разлика од март кога немаше.

Во идентификуваните штетни наративи на ВМРО-ДПМНЕ најчесто споменувани со негативен тон се СДСМ нарекувани „СДС" и „измеќари на ДУИ" (22 пати) и Стево Пендаровски нарекуван „поранешен претседател" (17), а веднаш потоа често критикувани се и Владата на СДСМ и ДУИ (11), ДУИ (8), Али Ахмети (8), Димитар Ковачевски (6), Асаф Еисин, нарекуван „мешетар" и „креатор на фалсификати и лажни вести" (6), Артан Груби (5) и Фуркан Салиу (3). Во позитивен тон, партијата се споменува во сите објави, а пет пати се споменува кандидатот за претседател на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, Гордана Силјановска-Давкова и трипати се споменува Фридом хаус со неутрален тон, како извор на информации. Кога се зборува за Владата, ВМРО-ДПМНЕ најчесто ја нарекува „власт" или „власта на ДУИ и СДС".

Во април, ВМРО-ДПМНЕ во нивната јавна комуникација повторно најчесто користеле неосновани тврдења за корумпираност на владејачките партии во земјата, поретко грубо исмевале и етикетирале, ги оцрнувале политичките противници со цел креирање поделби и раздори и намерно изоставале информации. Со тоа, развивале штетни наративи на пристрасна селекција на информации што може да ја доведат јавноста до погрешни заклучоци, како и за поткопување на довербата во институциите и демонизација на политичките противници, при што во фокус е Пендаровски. Поретко се користеле со навреди и озлогласување на политички противници и неосновани тврдења дека се манипулирани од заднински (тајни) моќни групи со што развивале штетни наративи за теории на заговор, наводни негативни странски влијанија во земјата и ширеле паника страв и несигурност.

Формите во кои се спакувани објавите со штетни наративи на ВМРО-ДПМНЕ се најчесто соопштенија и говори од предизборни митинзи, особено од лидерот Христијан Мицкоски, додека поретко застапените прес-конференции и изјави се обично од други претставници на партијата.

И во април, најчеста тема е повторно внатрешната политика (во 30 објави или 69,8 проценти од објавите со штетен наратив), а поретко се зборувало и за криминал, корупција, здравство и економија. Фокусот е на предизборни наративи со критики за коруптивно владеење на СДСМ и ВМРО-ДПМНЕ, напади кон Пендаровски и обвинувања за сомнително учество на Асаф Еисин во неговата кампања, инцидентот со новинарот Фуркан Салиу и извештајот на Фридом хаус.

Генерално, штетноста во предизборната реторика на ВМРО-ДПМНЕ насочена кон владејачките партии СДСМ и ДУИ, особено по првиот круг претседателски избори, може да се увиди во примерот од соопштение од 27 април на интернет-страницата на ВМРО-ДПМНЕ, од говор на Драган Ковачки, носител на изборната единица 3, од митинг во Кочани. Соопштението почнува со насловот кон *Ковачки до Ахмети: Парите со кои вршиш поткуп ќе треба да ги вратиш, во тројка луѓето се вредни, чесни, достоинствени, тотална спротивност од криминалец како тебе, на 8 мај граѓаните ќе те збришат и пратат во опозиција, а завршува со Ковачки на крај порача дека на 8 мај треба да се порази најголемото зло на Македонија, Ковачевски и СДС.*

Како и во овие ударни почетни и завршни пораки, текстот изобилува со неосновани тврдења за корупција и криминал и обиди за поткуп на гласачи со што се врши пристрасна селекција – *Да не им дозволиме нови 4 години за да крадат. Ковачевски му ја даде Македонија на Али Ахмети, само за да опстои на власт дозволи Македонија да стане држава на криминал и корупција, Македонија на сиромашни граѓани, Македонија каде економијата е на дното... Деновиве слушам дека вршат масовен поткуп, се заканувааt и уценуваат... го праќаат Кренар Лога потрчкото од Алијанса во Делчево и Берово...*, како и грубо етикетирање кое води кон демонизација на лидерот на ДУИ Али Ахмети, лидерот на СДСМ Димитар Ковачевски и претседателот и кандидат за втор мандат Стево Пендаровски - *Ковачевски е само еден обичен полтрон на Али Ахмети, а Стево Пендаровски нем набљудувач... Алиии, овде нема место за криминалци како тебе и мешетарот Груби...*

Со поттикнување на раздор и поделби, се развива и предизборниот популистички наратив на партијата според кој ВМРО-ДПМНЕ е на страната на осиромашениот и понижен народ, а СДСМ и ДУИ се елитата која работи за лични интереси – *Ние сме во сојуз со народот, со овој македонски народ кој го крена својот глас против криминалот на СДС и ДУИ. Ние сме во сојуз со земјоделците, со работниците, со здравствените работници. ВМРО-ДПМНЕ е сојузник со пензионерите, ВМРО-ДПМНЕ е сојузник со младите, со просветните работници, со културните работници... Се обезбедија и себе си и следните генерации, додека народот трпи и едвај врзува крај со крај, тие од СДС и ДУИ стануваат сопственици на трговски центри, на милионски фирми... Е ПА ДОСТА Е!!!!*

И во април продолжува негативниот наратив кон Стево Пендаровски, односно недолични напади дека е корумпиран поданик на партиите во извршната власт. Во соопштение од 12 април на интернет-страницата на ВМРО-ДПМНЕ, кое содржи фотографија и извадок од обраќање на потпретседателот на партијата Александар Николоски на средба со граѓани во Гевгелија, може да се забележи штетниот наратив на партијата кој го таргетира Пендаровски, претставувајќи го како „извор и поддржувач на корупцијата во Македонија" и како нечесен човек – ...*се работи за една исклучително дволична личност и човек којшто за себе обожава да вели дека е чесен и дека не е корумпиран, но истиот овој којшто глуми чесен и некорумпиран еве добри месец дена одбегнува да одговори на прашањата коишто му ги поставувам... На пример не сум го слушнал збор да каже за шверцот којшто се случува тука на граничниот премин во организација на највисоките структури на СДСМ и ДУИ. Каков е тој чесен човек којшто дозволува кампањата да му е финансирана од ваши, крадени народни пари? Извинете, ама тоа не е чесно. Затоа можам да кажам дека Стево Пендаровски е извор и поддржувач на корупцијата во Македонија и е далеку од чесен човек.* Покрај неоснованите тврдења за корупција, во пораката се нотира и теорија на заговор за наводен шверц на граничен премин во организација на СДСМ и ДУИ, како и финансирање на кампањата на Пендаровски со крадени народни пари.

Извештајот на Фридом хаус[3] за земјава се провлекува во штетните објави на ВМРО-ДПМНЕ во април. На пример, во објава од 11 април на интернет- и на фејсбук-страницата на партијата од прес-конференцијата на Тимчо Муцунски, се користи извештајот на Фридом хаус за да се заклучи дека моменталната власт е корумпирана и криминална и треба тоа да се промени: – *ЕУ и САД постојано вложуваат максимални напори да ни помогнат со финансирање на разни програми, пренесување на искуства и знаења, но истовремено покажуваат сериозна решителност за санкционирање, како што беше неодамнешниот случај со објавување на црната листа на САД на која се најдоа голем број политичари од власта.* Но, во изнесувањето на информациите од извештајот се врши пристрасно селектирање, односно се изостава информацијата дека на црната листа се ставени и политичари од опозицијата. Овој извештај го користи и лидерот Мицкоски во своите обраќања, како на пример во соопштение од негов говор објавен на 12 април на интернет-страницата на партијата од митинг во Тетово каде вели *На митинзите Стево Пендаровски и СДСМ нема ништо да кажат за извештајот на Фридом хаус. И додека научил една празна и често повторувана фраза дека немал ниту една црна дамка во кариерата, во извештајот на американската Фридом хаус седи дека државата каде тој е претседател е силно криминализирана, а новинарите што пишуваат за криминалот се под притисок на властите,* каде што повторно се врши пристрасна селекција на информации од извештајот за криминал кој се припишува на сметка на претседателот на државата, додека тоа не е заклучок поврзан со содржината на извештајот.

Слично, во соопштение од 3 април на интернет-страницата на партијата, пристрасно се селектираат економски индикатори, со кои се креира наратив дека економската состојба никогаш не била полоша и се развива паника, страв и несигурност, иако во извештајот на Фриом Хаус се нотираат и позитивни чекори (зголемување на платите, на пензиите, субвенционирање во одредени сектори и сл.): *Со СДС раст на БДП по глава на жител за 7 години е 20 %, додека во регионот над 50 %, покажаа дека се неспособни и не можат да ја водат државата... Поради СДС секој трет граѓанин е сиромашен... За 7 години власт со СДС состојбата на економски план во Македонија не само што не се подобрува туку и се влошува.*

Како и во претходниот месец, во април повторно се провлекува темата за наводниот скандал со консултантот на СДСМ, Асаф Еисин и овојпат се користи како одговор на објавата во јавност на копија од наводни интерни документи од ВМРО-ДПМНЕ за планирани дезинформациски кампањи во соработка со македонскиот национален сервис. Во прес-конференција на портпаролот на ВМРО-ДПМНЕ Наум Стоилковски од 4 април, објавена и на интернет- и на фејсбук-страницата на партијата, се изнесуваат неосновани тврдења за корумпираност и неотчетност со кои се развива штетен наратив на пристрасна селекција на информации за случајот *Срамниот и недостоинствен однос на СДС да се служи со фалсификувани документи за да напаѓа медиуми, агенции и секако за напад врз ВМРО-ДПМНЕ е само уште еден дел од мозаикот на скандалот за странското сомнително советување на СДС и на Стево Пендаровски од контроверзниот странски консултант Асаф Еисин.* Дополнително, се развива теорија на заговор дека Асаф Еисин е дел од израелска моќна група предводена од Тал Ханан за „пласирање лажни вести, црна кампања и за одлагање на избори или намалување на излезност, преку фалсификување документи и оценување на лица и агенции преку медиуми...“ која работи, под илегални услови, за СДСМ и кампањата на Пендаровски, па оттука и наводно излегол „фалсификуваниот“ документ за планирани дезинформациска кампања на ВМРО-ДПМНЕ.

Во идентификуваната објава од 20 април на фејсбук-страницата на лидерот Мицкоски, со фотографии и текст од митинг во Делчево, нотиран е штетен наратив, каде повикувајќи на единство, Мицкоски преку генерализација и недоволно аргументи обвинува за корумпираност кога вели – *Нека си тера Ковачевски со неговото тендерско единство во ДУИ, јас ќе продолжам да повикувам на единство затоа што предолго Македонија е разединета на сто страни.*

---

3 Фридом хаус е непрофитна организација со седиште во Вашингтон. Најпозната е по политичкото застапување околу прашањата за демократијата, политичката слобода и човековите права. Од 1973 година, Фридом хаус ја проценува состојбата на политичките права и граѓанските слободи ширум светот.

Со сите непоткрепени тврдења за наводна корупција на СДСМ и Пендаровски во владеењето со државата и другите објави, најголемата опозициска партија шири штетни наративи на пристрасна селекција на информации и демонизација на политичките противници, со што се поткопува довербата во институциите и во изборниот процес. Дополнително, со интензивирање на реториката на оцрнување на политичките противници и поделби и раздор меѓу лошата, неспособна и криминална власт, наспроти добрата опозиција која ќе ја врати државата на граѓаните, се развиваат штетни популистички наративи кои предизвикуваат општествени поделби и ширење паника и несигурност.

Коалиција Вреди (Vlen)

Во изборниот период Демократското движење предводено од Изет Меџити, движењето Беса водено од Биљал Касами, Алтернатива на Африм Гаши и Алијанса за Албанците – крилото предводено од Арбен Таравари имаа заеднички настап во коалицијата Вреди.

Фокусот на блокот опозициски партии на Албанците 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. Етикетирањата продолжуваат и овој месец, на пример: „корумпираната власт на ДУИ", „корумпираната ДУИ", „ДУИ Лотарија", „кланот Ахмети" итн., а во овој месец најмногу објави со штетен наратив се нотирани кај политичкиот актер Изет Меџити - 10 објави, што е значителен пораст од минатиот месец кога се нотирани три штетни објави. Обвинувањата и етикетирањето претежно се без да дадат прецизни, веродостојни извори односно како единствен извор главно се јавува самиот политички актер.

Во објавата по повод излегувањето на извештајот на „Фридом хаус" во која Македонија е категоризирана како „хибриден режим", Алтернатива во име на коалицијата Вреди коментира во соопштение од 11 април дека лошите резултати се доказ дека „корумпираната власт на ДУИ ја води државата во бездна", нотирајќи дека корупцијата е присутна кај функционерите на ДУИ почнувајќи од лидерот Ахмети со семејството. ДУИ како политички противник се оцрнува, се прикажува дека не работи за доброто на граѓаните, додека сопствената идеологија и коалиција ги прикажува како бранители на народните интереси, ориентирани кон ЕУ. Исто така, изјавуваат дека *оваа серија на ДУИ ќе заврши на 8 мај. Албанците одлучија дека на земјата - требаат промени. Тие знаат дека промените и напредокот доаѓаат со победата на коалицијата ВЛЕН.* Со ваквиот тип изјави се изнесуваат непотврдени наводи кон политичкиот противник, затоа што падот во демократските состојби кои се оценети во извештајот на Фридом хаус не се однесуваат само на политичката партија ДУИ. Тие се оцена за состојбите во државата кои зависат од комплексната слика на владеењето на правото, одговорното управување со јавните ресурси, медиумските слободи и други фактори.

Бујар Османи, кандидатот на ДУИ за претседател на државата е таргетиран во една од критичките објави. Алтернатива во соопштение од 15 април во име на коалицијата Вреди вели дека тој е *супермајстор на корупцијата во оваа држава и дека нему и на неговата партија им останале уште неколку дена до исклучување од сцената, за да - го отвори патот на проевропската и некоруптивната опција и дека глуми дека се бори против Русија и ја штити Европа, а единственото нешто со кое треба да се гордее е корупцијата.* Притоа, својата партија ја претставува како бранител на интересите на народот, а дека ДУИ преку Бујар Османи *се крие под европското знаме и дека нему и на неговата партија им останале уште неколку дена до исклучување од сцената, за да - го отвори патот на проевропската и некоруптивната опција.*

Преку овие наративи се прави обид за разобличување на ДУИ, која се промовира како европска опција за граѓаните, а не работи за интересите на Албанците, туку за сопствените коруптивни интереси. Во таа насока и се напаѓа и кандидатот на ДУИ, Османи како „супермајстор" на корупцијата, а дека со заминувањето на ДУИ од власт ќе се тргне и корупцијата, а ќе се отвори пат за одговорни политичари. Притоа во наративот освен непоткрепени тврдења, обвинувања за неодговорно работење и напад на политичкиот противник, не се нудат факти и аргументи во поддршка на тезата што ја нуди Вреди, а притоа се поттикнува поделба на „ние - доброто" и „тие - лошото".

Изет Меџити во објава од 12 април ги напаѓа ДУИ дека *машинеријата за пропаганда на ДУИ-то на Гебелс се огласи!... И повторно со Чаир и чаиричани, бидејќи, како што велат, кај боли забот - оди јазикот! Не ме чудат клеветничките конструкции на пријателите на Груевски и тимот на Мендух Тачи, бидејќи тие се резултат на паниката од поразот што ќе ги декласифицира од политиката на 24 април и 8 мај. Но, за вас драги жители на мојот Чаир, за вас граѓани на општината која Гебелси намерно и стратешки ја изолира од каква било владина инвестиција, имам обврска да кажам неколку зборови: Мегафоните на Гебелс од ДУИ зборуваат за мене и за Чаир затоа што тие многу добро знаат дека токму тука, во нивното некогашно упориште, ќе се случи нивното конечно политичко разбивање и детронизација. Затоа Чаир им стана трн во очите и цел во секој напад што го преземаат!*

Пораката Меџити ја завршува со повик до жителите на Чаир дека се наближува денот на изборите, а Чаир *отсекогаш знаел дека е на вистинската страна на политичките случувања на Албанците од Северна Македонија. Оваа политичка зрелост, преку гласањето, на денот на изборите ќе ја добие како порака Гебелси од ДУИ заедно со неговите мегафони и пиони. Дотогаш смирете се и бидете трпеливи - ВРЕДИ. Ваш, Изет.*

Во оваа објава во која дури четирипати е споменат Гебелс, за политичкиот противник се гради проекција дека е склон на нацистички пропагандни техники. Политичкиот противник се напаѓа дека е слаб и дека во неможност да победи, па се служи со ниски удари. На тој начин се врши омаловажување и оцрнување на владејачката партија, а притоа со развивање популистички дискурс се поттикнува поделба дека политичката опција Вреди е подобра од противничката.

Исто како и претходните месеци, така и во најинтензивниот предизборен месец, кај албанските политички актери не изостанаа обвинувањата за (не)соработка со Србија и Косово, интерпретирани во контекст на интересите на Албанците. Во објава од 7 април во која се коментира планот на ОБСЕ за северот во Косово, Африм Гаши коментира дека министерот Бујар Османи не работи за интересот на Албанците, туку за интересите на Србија. Во објавата во која го споделува портпаролот на косовскиот премиер Албин Курти, Гаши вели дека *планот на Бујар за северот на Косово било Албанците да излезат и Србите да влезат. Неговото име е албанско, но неговите постапки се српски. Не му верувајте на портпаролот на Али Ахмети, туку читајте го портпаролот на Албин Курти.*

Африм Гаши исто така споделува изјава од 8 април на Билал Касами во која се критикува ДУИ дека тие и нивниот Европски фронт ја поддржале Србија против Косово. Објавата се користи да се истакне дека албанската опозиција е бранител на интересите на Албанците, додека ДУИ лажно се претставува дека работи за нив. Се повикуваат Албанците да гласаат за нив затоа што гласајќи за Вреди тие гласаат и за *Северна Македонија во ЕУ, Албанија во ЕУ, Косово во НАТО и во ЕУ; за Албанците да бидат обединети во Европа; со гласањето за Вреди се гласа против ДУИ, против Србија и против Русија!*

Примерите со кои се промовира сопствената идеологија како подобра од таа на политичкиот противник, како горенаведените, потребно е да бидат поткрепени со факти и примери, исто како и критиките кон политичките противници. Дополнително, дискурс со кој се поттикнува наклонетост кон други држави е исто така непродуктивен затоа што може да поттикне поделби во општеството, посебно во мултиетничко општество како македонското каде живеат луѓе кои се дел од народите во соседните држави.

Левица

Партијата Левица и лидерот Димитар Апасиев и во април продолжуваат да се претставуваат како спасители и бранители на народот и идентитетот, додека ги напаѓаат и ги критикуваат СДСМ, ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ. Со оглед на предизборниот период, Левица одвојува повеќе простор за популистичка промоција на своите ставови, програма и кандидати. Пред првиот круг гласање за претседателски избори на 24 април може да се забележат почести промоции на кандидатот Билјана Ванковска, додека потоа комуникацијата се фокусира исклучиво на парламентарната понуда на Левица. Додека во сите идентификувани објави со штетни наративи кај лидерот Апасиев може да се забележат напади на лична основа и демонизација на политичките противници, критичкиот тон во комуникацијата на интернет- и фејсбук-страницата на партијата е поумерен. Сепак, генералната анализа покажува дека реториката за напади кон владејачките партии и кон ВМРО-ДПМНЕ се засилува со емотивен набој, навредливи етикети и зборови, како и говор на меѓуетничка нетрпеливост и примери на говор на омраза.

Од вкупно 138 објави на интернет- и на фејсбук-страницата на партијата (во мониторираните денови), во 38 се забележани штетни наративи (16 штетни фејсбук-објави и 17 штетни интернет-објави и 5 објави кои се повторуваат на обата комуникациски канала). На фејсбук-страницата на лидерот Димитар Апасиев нотирани се вкупно 52 објави, од кои во 7 се идентификувани штетни наративи.

Во идентификуваните штетни објави кај Левица овој месец најчесто се забележуваат наративи на пристрасна селекција и поткопување на довербата во институциите, но често се нотирани и штетни наративи за напади на лична основа и демонизација на политичките противници, поттикнување општествени поделби и популизам. Поретко се забележани наративи за наводни негативни странски влијанија од „Западот", како и ширење паника, страв и несигурност со „албанизација", „бугаризација" и „војни", а двапати е нотиран и говор на омраза. На фејсбук-профилот на лидерот Апасиев најчесто се забележува грубо етикетирање и напади на лична основа на политичките противници, но слично како и во партиската комуникација, забележани се обидите за пристрасно селектирање и поткопување на довербата во институциите, како и критиката за „робувањето кон Америка".

Формата во која се спакувани објавите со штетни наративи на Левица е разновидна, од стандардните соопштенија, реакции и прес-конференции до изјави, интервјуа, поткаст и видеорилсови, па и пренесување на вести од странски медиуми[4], со значителен пораст на комуникација од предизборни терени настани и средби, која е најчесто застапената форма овој месец. Од седумте идентификувани објави со штетен наратив на фејсбук-профилот на лидерот Апасиев, 6 се кратки реакции и една е видеорил од негов говор на предизборен јавен собир. Дополнително, негова честа практика е да пренесува објави од партијата или од нејзините локални ограноци.

4 politika.rs, danas.rs и sinistraineuropa.it

Најчеста тема во објавите на Левица во кои се идентификувани штетни наративи е внатрешната политика (34), потоа економијата (2), а по еднаш се огласиле на тема криминал и надворешна политика. Најчесто се комуницирало на тема критика на однесувањето и политиките на ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ и ДУИ и критики за работењето на локалната власт. За криминал главно се обвинува ДУИ, а за лошата надворешна политика на државата - СДСМ.[5] Штетните објави од фејсбук-профилот на лидерот Апасиев исто се однесуваат на внатрешна политика со критика на владеењето со државата.[6]

И овој месец се забележува многу голем број (217) споменати актери во објавите со штетни наративи на Левица. Во сите објави се споменува партијата и во повеќето се споменува и кандидатот за претседател Билјана Ванковска. Следни најчесто споменувани се СДСМ нарекувани „СДС", „лажни социјалдемократи", „буржујска партија", ВМРО-ДПМНЕ нарекувани „лажна опозиција", „буржујска партија", „лажни патриоти", и „милионери", ДУИ и СДСМ се нарекуваат „мафијаши", а ДУИ се именувани како „УЧКИ", „необалисти" и „сецеонисти". Понатаму, се споменуваат и луѓе од партијата како Амар Мециновиќ, Борисав Крмов, Јована Мојсовска, а во споменувањето на политички противници се етикетира Максим Димитриевски како „новокомпониран патриот", Сања Лукаревска од СДСМ како „безлична политичарка", лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Христијан Мицкоски како „најнехаризматичен лидер", кандидатката за претседател од ВМРО-ДПМНЕ, Гордана Силјановска-Давкова како „Гога", Рамиз Мерко – „вечниот градоначалник од ДУИ" и Александар Стојкоски – „шеф на урбаната мафија, основоположник на косоваризацијата на Ѓорче Петров". Така и на фејсбук-профилот на лидерот на Левица Апасиев може да се забележат негативни етикети за споменатите актери: Стево Пендаровски – „Шизо", Димитар Ковачевски – „Таче", „млитав", Тимчо Муцунски „неспособен, форсирано дете, плитко", Христијан Мицкоски – „Жмицко", а фокусот е на „СДС, ДУИ и ДПМНЕ" кои се нарекуваат „узурпаторски и криминални партии".

Како и претходно, карактеристичен елемент во објавите со штетни наративи на Левица и на лидерот Апасиев се хаштаговите, а особено кај Апасиев во хаштаговите може да се забележи штетноста и етикетирањето, но овој месец хаштаговите се фокусираат повеќе на слогани и пораки за промоција во време на предизборната кампања.[7]

---

5 Во селектираните објави, главната тема е конкретизирана како: претседателски избори 2024, однесувањето на ВМРО-ДПМНЕ, критика на градоначалникот Мерко и на ДУИ, прекувременото работење на автопатите што ги гради Бехтел и Енка, изградба на станбени згради во Ѓорче Петров и однесувањето на градоначалникот, договорот со Бугарија и внесувањето на Бугарите во Уставот, критика на Максим Димитриевски, градежна мафија во Охрид, Рамковниот договор, критика на владејачките партии за водењето на државата, постизборно коалицирање по парламентарните избори 2024, пожарот во Универзална сала, приведувањето на новинарот Фуркан Салиу, Уставот, надворешните влијанија кон Македонија, излегување од НАТО, национализација на стратегиски компании, странски инвестиции, меѓуетнички односи, жртвите од конфликтот 2001. Споредна тема е селектирана кај 6 објави: ДУИ, политичката состојба во државата, критика на градоначалникот на Охрид Кирил Пецаков, надворешната политика на државата, односот кон Запад и кон Исток, уставните измени, договорот со Бугарија.

6 Конкретизираните теми се - Обвинувањата за лажни анкети на ВМРО-ДПМНЕ, Уставниот суд за иницијативата за оцена на законитоста за прекувремена работа според ЗРО, ТВ-дуелот Мицкоски - Ковачевски, Претседателски избори 2024, Пендаровски и дебатите на претседателските избори 2024, Критика за градоначалникот на Аеродром Тимчо Муцунски, Изборниот спот на СДСМ, Внатрешното уредување на државата.

7 Хаштагови на фејсбук-страницата на Левица: #ВоениЗлосторстваНеЗастаруваат, #Левица, #НеподмитливитеВоСобранието, #НемаВладаБезЛевица, #Заокружи5, #ПарламентарниИзбори2024, #ЦрвениотБран, #ИЕ2, #ГоВраќамеДостоинствотоНаНацијата, #ВанковскаЗаПретседател, #ВоБорба, #Ванковска.
Хаштагови на фејсбук-страницата на Димитар Апасиев: #ИзборитеСеНашатаОдмазда, #Шизо, #СтрумицаМитинг, #ТачеЖмицко, #ЧеститоРобовладетелство.

Во видеорил од 23 април на фејсбук-страницата на Левица, од говор на лидерот Апасиев во Велес, може да се забележи генералната реторика на партијата во предизборието, напаѓајќи ги СДСМ, ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ и нивните кандидати, како една „широка коалиција", преку штетни наративи со неосновани наоди за криминал и корупција, груби и навредливи етикети и потпалувачки меѓуетнички говор: *Овие сијамски близнаци, овие буржујски партии на СДС и ДПМНЕ, предводени од Стево и Гога, се антинародни партии, тие се бизнис-олигархии на милионери кои немаат никаква допирна точка со реалноста. Затоа широката коалиција не е само хаштаг, таа е турбо оперативна... Глумат власт, глумат опозиција, а власт им е УЧК, оние кои чкртаа по нашите мавровски работници. Двете буржујски партии им слугуваат...*

Етничка нетолеранција и поттикнување меѓуетнички раздор и поделби во комуникацијата на Левица може да се забележи и во објавата на интернет-страницата на партијата од 8 април, која содржи соопштение од митинг во Тетово - *Претседателот Апасиев во своето моќно обраќање пред Тетовчани порача дека е време да се стави крај на ДУИЗАЦИЈАТА и АЛБАНИЗАЦИЈАТА на Македонија за која најмногу се виновни македонските политички елити кои измеќаруваат на УЧК.*

Проблематично е што потпалувачкиот и груб говор, како и демонизацијата во критиките кон политичките противници, кај Левица месецов се развива и во говор на омраза, како на пример во Фејсбук-објава на профилот на Левица од 7 април која содржи текст и монтирана видеосодржина со пораки во врска со коалицирањето на актуелните избори, со наслов: *ЛЕВИЦА НЕ КОАЛИЦИРА СО КРИМИНАЛЦИ И ПРЕДАВНИЦИ - ПРВА МЕТА НА ЛЕВИЦА Е СДС, А ПОТОА И ЛАЖНИТЕ ПАТРИОТИ ОД ДПМНЕ.* Во текстот продолжува наративот – *...Бидејќи овие социјалдемократите не се левичари. Тоа се две буржујски партии плус ДУИ мафијашката плус олигарсите...Сè додека преку ден ДПМНЕ изјавува дека Левица е во коалиција со СДС, а навечер, пак, СДС дека Левица е во коалиција со ДПМНЕ – јасно е дека Левица нема допирна точка со овие* ***шизофрени*** *партии, додека пораките во монтираното видео велат - Левица ќе ги* ***уништи*** *СДС, па ќе се* ***пресмета*** *со ДПМНЕ.*

Исто така, следниот ден, 8 април, во соопштение од интернет-страницата на партијата за промоција на кандидатката за претседател Билјана Ванковска може да се забележи говор на омраза и поттикнување раздор и поделби, како и ширење на паника, страв и несигурност: *Нашите* ***класни и политички непријатели*** *се лажните социјалдемократи - квислинзи од СДС и лажните патриоти - милионери од ДПМНЕ заедно со нивниот обединител – сецесионистичката ДУИ.*

Покрај тоа, во промоција на видеоспот за кампања за парламентарни избори на Левица, во фејсбук-објава од 24 април, се забележува популистичкиот наратив на партијата која се претставува како спасител на народот и идентитетот – „Неподмитливите во Собранието", наспроти „криминалните и вазалски" партии од власта и ВМРО-ДПМНЕ. Во пораките од промотивниот видеоспот се користат непоткрепени тврдења за корумпираност со што вршат пристрасна селекција и ја поткопуваат довербата во институциите, но и популистички формулации со кои ги оцрнуваат политичките противници и предизвикуваат раздор и поделби во општеството – *Да ставиме крај на крадењето народни пари! Да го ресетираме системот! Со двоцифрен број пратеници, ќе бидеме најголемата пречка на нивните криминали, штетни закони, распродажба на јавните добра и вазалски политики.*

Во фејсбук-статус од 3 април Апасиев го користи моментот на темата со објавените интерни документи од кампањата на ВМРО-ДПМНЕ за да ја нападне и оцрни партијата - ***Вмроидите*** *од ДПМНЕ фатени на дело,* ***со спуштени гаќи.*** *Со месеци местеле анкети во нивна корист и во корист на ЗНАМ (за да ја маргинализираат Левица), преку институтот на нивниот* ***слуга Влајко.*** *И тоа на Јавен радиодифузен сервис - МТВ! Ама АВМУ моментално не е од оваа планета, зафатена е со кратење на парите на Левица за политичко рекламирање. Е ова е ДПМНЕ. Уште недојдени на власт, почнуваат со аздисот. Затоа, не им дозволувајте да ве заведат по којзнае кој пат. Памет у глава и* ***не им давајте повеќе од 50 мандати, оти ќе ви се серат на глава.***. Објавата изобилува со недолично говор и неетичка комуникација и напади кон ВМРО-ДПМНЕ, но и ЗНАМ, Владимир Божиновски, МТВ и АВМУ, со кои се поткопува довербата во споменатите институции и личности, без притоа да се почитува комуникацијата базирана на докази и доволно аргументи.

Дополнително, Апасиев и Левица месецов го таргетираат и градоначалникот од ВМРО-ДПМНЕ на Општина Аеродром, Тимчо Муцунски, за кого во фејсбук-објава на Апасиев од 16 април се пренесува соопштение на Левица - Аеродром со критика за работата на градоначалникот, вклучувајќи видео од пронајдена змија во тревниците. Во краткиот статус на пренесената објава Апасиев го критикува Муцунски на лична основа и со тоа се развива штетен наратив за демонизација на политичкиот противник: *Неспособниот ТИМЧО е полош и од Златко Марин! Форсирано дете, плитко, само со фасада на него.*

Кај лидерот на Левица Апасиев, продолжува трендот на кратки навредливи фејсбук-статуси со недолични етикети во форма на хаштагови, таргетирајќи ги лидерите и кандидатите на другите политички партии како на пример *Стево прифаќал ДЕБАТА, ама не одел!? #Шизо* или *Ако заврши дуелов на млитавиве, можам и на ТАРАБУКА да засвирам.🎵#ТачеЖмицко*. Покрај политичките противници, Апасиев не ги поштедува и другите институции и општествени актери, па така на фејсбук-профилот на Апасиев, од 3 април е забележан и краток статус со пренесена вест дека „Уставен Суд не поведе постапка за измените на ЗРО во врска со работните часови од Договорот со 'Бехтел и Енка'", во кој Апасиев го напаѓа Уставниот суд и ја поткопува довербата во институцијата, со алудирање на негативно американско влијание: *Како и со Преспанскиот, Уставниот суд повторно им го ПОПУШИ на Американците.🍉#ЧеститоРобовладетелство.*

1.2 Мониторинг на официјални канали за комуникација на владини претставници

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 официјални 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. Покрај посебните видеообјави за секој ден од кампањата и од секое населено место каде одржувал митинг, средба со граѓани или разговори и дебати, има и видеообјави во семејна атмосфера со празнични честитки, препорака на книга која треба да се прочита, еколошката иницијатива за „Зелена Македонија", посетите на градинка и на Музејот на Тетовскиот универзитет, дебатите за задржување на младите во Македонија, посета на „гробовите на загинати маченици во Љуботен" или положување цвеќе на гроб на друг маченик. Мониторингот утврди дека ретките објави од неговата сфера на дејствување и интерес – дипломатијата беа главно за протоколарни активности, за иницијативата за Резолуција за Сребреница и за поддршка на Косово за членство во Советот на Европа.

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. Во една од објавите од 20 април од митингот во Охрид зборува за покачување на пензиите и вели дека само со СДСМ *има европска иднина, нема време за враќање во мрачното минато на ДПМНЕ.* Во објавата се вели дека ВМРО-ДПМНЕ кога била на власт не покажала никаква грижа ниту за државата ниту за културата ниту за работниците ниту за пензионерите. Како и дека граѓаните на 8 мај ќе одлучат за европска иднина. Слична е и објавата од митингот во Струга од 19 април во која покрај тоа што се изнесуваат успесите на досегашното работење на Владата, се вели и дека *Стружани ќе го направат вистинскиот избор на парламентарните избори, ќе гласаат за СДСМ и Коалицијата за европска иднина.*

На фејсбук-профилот на министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство, **Љупчо Николовски**, има објави за успесите во земјоделството. Во една објава од 4 април од негова посета на Свети Николе, која не е означена ниту како активност на министер за земјоделие ниту како на партиски функционер, се вели дека „од заборавен регион во време на ВМРО денес истокот се развива, вложуваме во нови патишта, нови инвестиции, локална инфраструктура, подобро образование, детски градинки, здравствени услуги". Во друга објава од 23 април од митинг во Зелениково се вели дека „докажавме дека не се сите исти. Дека ние можеме и знаеме како подобро да ја водиме државата. Знаат земјоделците дека со нас ги немаат притисоците и заканите од режимското минато, туку имаат зголемени, навремени и за прв пат авансно исплатени субвенции".

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.

Покрај горенаведените примери, 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 Зиадин Села.

РЕЗИМЕ

Извештајот за јавната комуникација на политичките актери за април 2024 година ги опфаќа политичките партии и нивните функционери кои беа дел од изборниот процес. Покрај тоа што во Македонија се одржуваа парламентарни и претседателски избори, кандидатите за претседател не беа предмет на мониторинг, согласно со методологијата на истражување која се фокусира на парламентарните политички партии.

Во текот на април кај политичките актери се забележани 176 објави со штетни наративи, што е зголемување во однос на претходните два месеци (февруари-136, март-142). ВМРО-ДПМНЕ, како и во сите претходни месеци, е политичка партија со најмногу идентификувани штетни наративи (43 објави или 24,4 проценти од вкупниот број објави со штетни наративи на сите политички актери). За разлика од претходните месеци, овојпат Левица е на второто место со 38 објави со штетни наративи (21,6 проценти), а СДСМ, која во изминативе месеци од мониторингот редовно беше второпласирана, во април се најде на третото место со 29 објави со штетни наративи или 16,5 проценти од вкупниот број штетни објави на сите политички актери.

Политичките партии во април, како и претходно, најчесто пристрасно селектирале информации (143 примери) и развивале штетни наративи за поткопување на довербата во институциите (115) преку изнесување непоткрепени тврдења за корумпираност и злоупотреба на службената должност. Трет најчесто идентификуван штетен наратив е демонизацијата на политичките противници преку груби напади и етикетирања (51). Забележливо е дека во април има 15 објави со штетниот наратив „ширење страв и паника", што е зголемување во однос на март кога имало 6 вакви објави.

Политичките актери кои се дел од изборниот процес подлежат на поинакви правила за јавните настапи, кои се регулирани со Изборниот законик и кои се различни од правилата на игра кога не е предизборен период. Учесниците во изборниот процес потпишуваат и Кодекс за фер и демократски избори кој ги обврзува на етика во настапите и одговорно однесување. Сепак, видливо беше дека

поголемиот дел од политичките актери не го почитуваат Кодексот. Дополнително, постои законска рамка со која се уредуваат повеќе аспекти на изборниот процес, а политичките актери освен што имаат одговорност во јавните настапи имаат и обврска да внимаваат да не го нарушат неговото спроведување или пак да не злоупотребуваат јавни ресурси за потребите на кампањата. Државната комисија за спречување на корупција следи евентуална злоупотреба на канцелариски простор и опрема или на службени возила за потребите на изборната кампања. Во тој контекст официјалните владини канали за комуникација, како фејсбук-профилите, се исто така ресурс што не треба да се користи за потребите на кампањата. Нужно е да се направи јасна разлика помеѓу партиски канали за комуникација и оние на институциите. Мониторингот и овој месец, како и во претходните, забележува дека не се прави разлика и се злоупотребува официјалната комуникација во интерес на партиските активности. Дополнително, во објавите на министрите, покрај користењето на еден канал за комуникација и за партиски и за владини активности, се забележува дека и во пораките кои ги испраќаат не се прави разлика меѓу партијата која ја застапуваат и Владата во која работат со оглед на тоа дека политичките партии кои ги претставуваат се дел од Владата како пошироко тело на повеќе политички актери и со тоа се става равенство меѓу партијата и државата.

Комуникацијата во јавноста на политичките актери во април е фокусирана речиси целосно на изборните кампањи за претседателските и за парламентарните избори. Продолжува зголемената употреба на популизмот во јавниот дискурс на политичките актери, има зголемена употреба на етноцентристичка и националистичка реторика и обвинувања за слугување на странски интереси за сметка на интересите на народот.

Националистичката реторика и величање на интересите на сопствената етничка заедница е податлива комуникациска стратегија за мобилизација на гласачкото тело кај кое се поттикнуваат силни емоции за чувството за припадност и идентитет, посебно во мултиетничко општество како македонското, каде има историја на сензитивни меѓуетнички односи, а политичките партии претежно имаат монолитно тело на членови и поддржувачи во однос на етничките заедници. Кај албанските политичките партии, и од власта и од опозицијата, ова е веќе позната стратегија на пристап, но во овој изборен процес забележливо е дека прибегнувањето кон национализмот беше користено и од ВМРО-ДПМНЕ и од Левица.

Политичките актери е потребно во својата јавна комуникација да се воздржуваат од користење на националистичка реторика. Во мултиетничко општество како Македонија, каде меѓуетничките односи се фрагилна тема со години, политичарите е потребно да внимаваат во своите јавни настапи да не се користи говор кој дополнително може да подгрева тензии меѓу граѓаните, како и говор кој може да поттикне страв и чувство на загрозеност.

Интересите на сопствената етничка заедница се промовираат и преку наративите за блискост или соработка со Србија и Косово (преку премиерот Албин Курти), особено кога станува збор за албанските партии. ДУИ покажа нов аспект во однос на странското влијание со вклучувањето на тезата за руското малигно влијание во земјава и меѓусебните обвинувања со албанската опозиција за тоа кој работи за руски, а кој за албански интереси и за членството на Македонија во ЕУ. Кај македонските партии, претежно опозициските ВМРО-ДПМНЕ и Левица ја обвинуваат владејачката СДСМ дека е сервилна кон барањата на Бугарија, дека не ги штити македонските национални интереси и го продаде името на државата, додека пак СДСМ ги обвинува македонските опозициски партии дека не работат за европската интеграција и дека се подложни на руското влијание.

Странското влијание во македонското општество е сензитивна тема која е потребно да биде внимателно користена. Политичарите кои имаат одговорност да ја водат државата или пак претендираат да ја водат државата, а посочуваат на странско влијание во земјата, потребно е да ги посочат точките каде е влијанието и каде е опасноста со цел на граѓаните да им биде јасно како е поврзан изборот со гласање за одредена политичка опција со изборот меѓу ЕУ и Русија, со цел граѓаните да бидат соодветно

информирани за да го направат вистинскиот избор на гласањето. Притоа, потребно е да се направи разлика дека кога се зборува за малигно странско влијание не се работи генерално за влијание на држави, општества или против културата и народот на една држава, туку на одредени недемократски средства кои ги користат одредени странски држави за да ги остварат своите цели на влијание во одредени сфери во други општества. Тие алатки на влијание може да бидат поддршка на одредени политички актери кои ја споделуваат идеологијата на одредени политички лидери да дојдат на власт, со цел формирање на стратегиски партнерства за остварување на поширок политички цели. Затоа политичките актери е потребно да посочуваат кои се точките на влијание, со цел и на граѓаните да им биде јасно како се манифестира странското влијание, кои вредности ги промовира и какви механизми користи. Во спротивно, се користат политички флоскули, популистички тези кои може да се релативизираат и да се отфрлат како собирање поени во дневната политика.

Речиси сите партии се претставуваат како спасители и бранители на народот од политичките противници кои работат на уништување на државата. Соодветно, месецов може да се забележи и зголемување на процентот на штетност во вкупниот број објави на интернет- и на фејсбук-страниците на политичките партии. Од вкупно 1703 објави во март, само 8,4 % биле штетни, додека од вкупно 1230 објави во април, 14,3 % биле штетни.

Главните актери и наративи остануваат непроменети. СДСМ штетните наративи ги насочува кон ВМРО-ДПМНЕ. Европскиот сојуз за промени, сега проширени и обединети во коалицијата Вреди, главно ја таргетира ДУИ, која пак им возвраќа со иста мера и повремено ги таргетира и ВМРО-ДПМНЕ. Фокусот на ДУИ кон ВМРО-ДПМНЕ се зголеми по зачестените изјави од страна на лидерот Христијан Мицкоски и на високи партиски функционери дека ДУИ нема да биде нивен партнер во идната Влада, дека се корумпирана партија и време е да заминат во опозиција. Главната опозициска партија ВМРО-ДПМНЕ, освен кон ДУИ, најчесто ги насочува штетните наративи кон СДСМ. Левица ги насочува штетните наративи кон СДСМ и ДУИ како владејачки партии, како и кон ВМРО-ДПМНЕ.

СДСМ се претставуваат како единствена опција за европска иднина, ДУИ како проевропска, против штетното руско влијание и дека ги застапува вистинските вредности како бранител на народот. ВМРО-ДПМНЕ ветува дека ќе ги брани националните интереси, ќе го врати националното достоинство и ќе ја врати државата назад во рацете на граѓаните, преку одлучна борба против корупцијата. Албанската опозиција обединета во Вреди се претставува како подобра опција од ДУИ, која е на страната на Албанците, борец против корупцијата и заштитник на интересите на обичните луѓе. Левица продолжуваат да се промовираат како единствената политичка опција која не е корумпирана и има намера да ги заштити националните интереси.

Политичките актери и на интернет-страниците и на фејсбук-профилите најчесто користат реторика во која се изнесуваат наводи за корумпираност, неодговорност, непрофесионалност, кои се користат како основа за обвинување на политички противници, предавство на националните интереси, слугување на странски влијанија, поткопување на довербата во институциите, пристрасно селектирање на податоци што доведува до погрешни заклучоци и поттикнување општествено-политички поделби во јавноста. Кај Левица, на пример, популизмот и поттикнувањето раздор и поделби на моменти се развива во говор на омраза и потпалувачки говор за меѓуетничките односи во државата.

Популизмот и неговата широка примена им овозможува на политичарите интензивно да го користат во политичката комуникација, особено во изборниот период кога се даваат ветувања за широка палета прашања, а ретко се поставува прашањето што е всушност остварливо. Но, кога граѓаните немаат вистинска слика и нема суштинска оцена за тоа што е одржливо, а што не, од ветувањата и заложбите на политичарите, тие не можат да ја имаат целосната слика, а со тоа и да направат јасен и искрен избор при практикување на своето демократско право на глас кога треба да ја изберат политичката опција којашто треба да ги претставува и да носи одлуки во нивно име.

Реториката во предизборниот период, значително содржеше етикетирање, навреди и нетолеранција, со што не се почитува Начелото на етична комуникација. Избраните и именуваните функционери, како и партиските функционери имаат обврска во својата комуникација со јавноста и со медиумите да практикуваат етика во комуникацијата. Политичките партии се охрабруваат да донесат кодекси за однесување, кои, покрај другото, нивните членови, функционери, кандидати и избрани и именувани лица ги обврзуваат да се справат со говорот што поттикнува нетолеранција, дискриминација или омраза.

Јавно искажаниот збор од страна на политичките актери има значително влијание во јавниот дискурс затоа што ги поставува стандардите во јавната комуникација. Затоа и политичарите е потребно во својата комуникација да го почитуваат Начелото на комуникација базирана на докази. Манипулативниот говор, кој ги вклучува дезинформациите, неточните информации и злонамерните информации, може сериозно да влијае врз демократските процеси и во изборите, преку создавање и ширење лаги, напади врз личности, што може да резултира со намалување на довербата во изборниот процес и во институциите. Оттука, важно е политичарите и јавните службеници да споделуваат само точни и проверени информации при својата комуникација.

Политичарите ја добиваат довербата од граѓаните да бидат нивни политички претставници на чело на државата, во извршната и во законодавната власт. Одлуките кои тие ги носат и политиките кои ги креираат влијаат на секојдневниот живот на граѓаните и во таа насока во текот на изборната кампања политичарите е потребно да ја насочат својата комуникација кон граѓаните, а не само кон политичките противници. Дискурс во кој не се разложува политичката понуда за граѓаните, туку се фокусира претежно на меѓусебни напади на политичарите и ширење штетни наративи може да оневозможи граѓаните да создадат јасна слика за понудата на политичките актери и да ја измести суштината на дебата во изборниот период, која треба да има значителен фокус на прашањата од јавен интерес кои се однесуваат на подобрување на животниот стандард на граѓаните.

2. Мониторинг на медиумското известување за политичките актери

Мониторингот за време на предизборната кампања во април откри различни трендови во објавите со штетни наративи во ТВ-етерот и во онлајн медиумскиот простор. Забележително е дека правилата за известување за време на изборен процес на кои подлежат ТВ-станиците значително придонесуваат кон намалување на штетните наративи. Од друга страна, таканаречената саморегулација, односно недостигот од прецизни правила за онлајн медиумскиот простор резултира со рекорден раст на објавите со штетни наративи за време на предизборието.

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

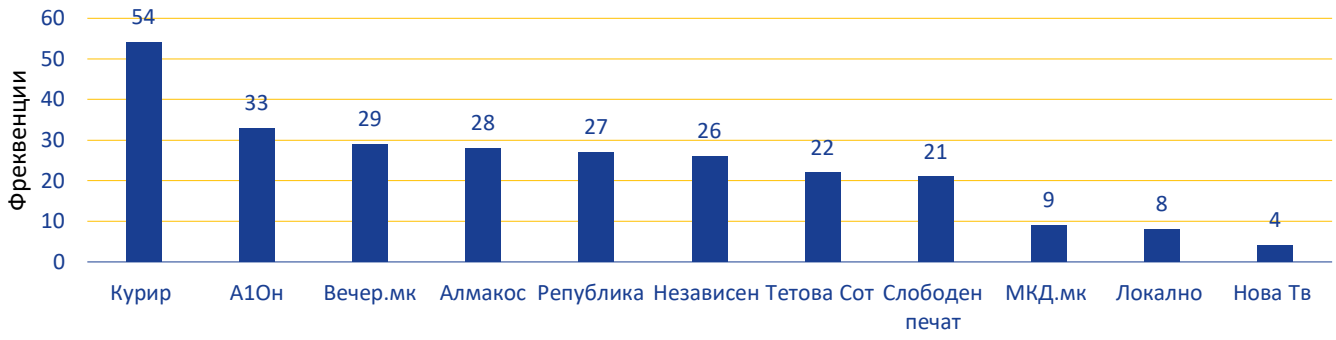
Април може да се дефинира како месец на политички кампањи, пред сè поради двојните избори, како претседателските (официјално започнати на 4 април) така и парламентарните (официјално започнати на 18 април), проследен со голема активност на политичките субјекти во јавниот комуникациски простор и нивно секојдневно медиумско покривање. Тоа го потврдуваат и наодите од мониторингот каде клучна и речиси единствена тема на информирање беа токму изборните кампањи. Фокусот беше на претседателските кандидати, нивните програми, претставувањето и меѓусебното соочување пред јавноста, како и првиот круг од гласањето за претседател на државата. Истовремено, политичките партии кои веќе ги промовираа изборните програми, се фокусираа на нивните ветувања за ЕУ-интеграциите, за промени и реформи во сите сфери на животот, економијата, образованието, здравството и борбата со криминалот и корупцијата, со нагласување кој што не/направил, а ќе стори во идниот мандат, но и на меѓусебните напади, дискредитации, етикетирања, омаловажувања. Овојпат, повторно на „мета" беа и медиумите и новинарите, а особено случајот со приведувањето на еден новинар и поднесувањето кривична пријава против него. Притоа, анализата на интернет-медиумите (реализирана седум дена во месецот) утврди **261 прилог со штетни наративи**, најголема бројка од почетокот на истражувањето (септември - 209, октомври - 154, ноември - 215, декември - 207, јануари - 240, февруари - 211, март - 224) досега, наспроти ТВ-станиците со утврдени 55 такви прилози, што е изненадувачка дискрепанца. Но, ваквата разлика се должи на строгите законски критериуми за радиодифузерите (ТВ-станиците, радијата) за покривање на изборите наспроти интернет-порталите кои се оставени на „отворен" неограничен простор и само во рамките на медиумската саморегулатива. Притоа, најголем број прилози со штетни наративи порталите имаат објавено на 4 април (47) со стартот на изборната кампања, а најмалку на 24 април (17 прилози) на денот на претседателските избори, а во вечерните часови со објавување на првичните неофицијални резултати.

Содржински, најголемиот број анализирани прилози со штетни наративи се хибридните 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. Далеку помалубројни се извештаите (40 прилози) и вестите/вестите со изјави (25 прилози), додека анализите, коментарите, интервјуата се ретки и спорадични, но и тие фокусирани на политичарите и на политичките партии. Очекувано, како и во претходно мониторираните месеци, најголемиот број од овие прилози имаат прецизни извори (246 прилози), а ретко нејасни или непрецизни. Притоа, интернет-медиумите најчесто известуваа едностранo, односно консултираа само една страна (232 или 89,2 %) и имаа само еден извор (222 прилози или 85,1 %). Повод за објавување на прилозите најчесто беа псевдонастаните, односно партиските конференции или изјавите на политичките актери (75 прилози или 28,7 %), како и актуелните настани (64 прилози или 24,5 %) и најавените настани (53 или 20,3 %).

Фреквентност на штетните наративи во онлајн медиумите

Портал со најголем број прилози со штетни наративи во април е Курир (54 прилози) кој и во претходните месеци (февруари и март) е на врвот на „скалилото", а редоследно следат А1Он, Вечер.мк, Алмакос, Република. И овојпат, како и досега, Нова ТВ има најмал број прилози со штетни наративи (4 прилози).

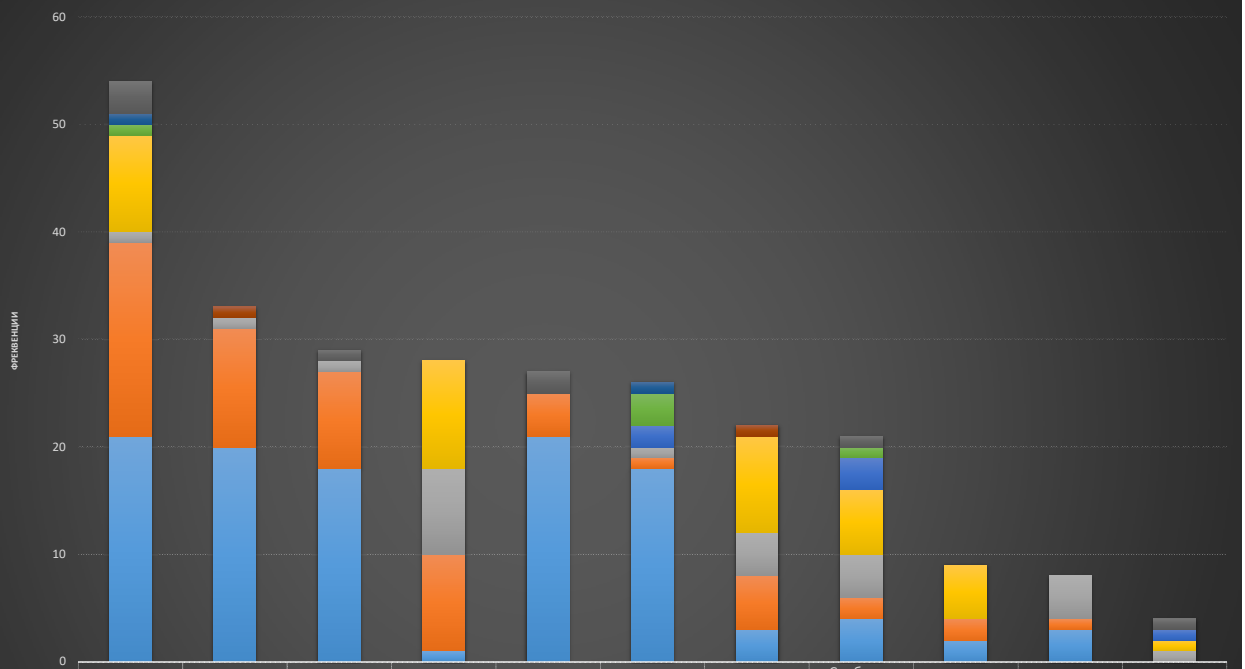
Табела 4. Прилози со штетни наративи во април 2024



Жанровски, структурата на прилози со штетни наративи доминантно ја сочинуваат пренесените говори на политичарите, нивните фејсбук-статуси, интервјуата дадени за други медиуми и пресконференциите, а дури потоа (со речиси двојно помал број) следат партиските соопштенија, наспроти претходните мониторирани месеци каде „приматот" го имаа политичките/партиски соопштенија. Порталите имаат одвоено најголем простор за политичарите (и нивните партии), како најактивни учесници во кампањата, за промоција на нивните идеи и програми, но и за напади, навреди, етикетирање на политичкиот противник. Тоа особено се однесува на Република (сите 27 прилози) и Независен (во 19 од вкупно 26 прилози), додека во Курир речиси подеднакво се застапени двете жанровски форми (21 говор и 18 соопштенија), а во Вечер. мк (18 говори, 9 соопштенија) и А1он (20 говори, 11 соопштенија) покрај најбројните говори на политичарите, половината се партиските соопштенија. Курир доминантно е насочен на следење и информирање за активностите на претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, помалку на самата партија и на нејзините членови (потпретседателот Александар Николоски, пратеникот Драган Ковачки), а инцидентно на СДСМ и претседателот на партијата Димитар Ковачевски. Слично е и во Вечер мк и Република каде најмногу простор е отстапен за говорите (на митинзите, пресконференциите) на претседателот на ВМРО-ДПМНЕ Христијан Мицкоски, како и на пратениците и носителите на изборните единици на партијата, а далеку помалку на ВМРО-ДПМНЕ, СПМ, Коалицијата ВРЕДИ и ДУИ. Во А1он, исто така, најзастапен е претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски

и членовите на партијата, а зад нив е СДСМ и дел од нејзините членови. Независен, покрај Христијан Мицкоски, речиси подеднаков простор отстапува и за претседателот на СДСМ, Димитар Ковачевски, а спорадично за партијата ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ, ДУИ и Коалицијата Вреди. Овојпат, двојно е зголемен бројот на извештаи наспроти претходните мониторирани месеци, но стандардно најмногу во Алмакос, а следат Тетова Сот, Курир, Слободен печат и МКД.мк.

Табела 5. Прилози со штетни наративи според жанровска структура во април 2024



	Курир	А1он	Вечер мк	Алмакос	Република	Независен	Тетова сот	Слободен печат	МКДмк	Локално	Нова ТВ
Друго	3		1		2			1			1
Интервју		1					1				
Коментар	1					1					
Анализа/коментар	1					3		1			
Аналит. репор. прилог						2		3			1
Извештај	9			10			9	6	5		1
Вест/вест со изјава	1	1	1	8		1	4	4		4	1
Пренесено соопштение	18	11	9	9	4	1	5	2	2	1	
Пренесен говор на политичар	21	20	18	1	21	18	3	4	2	3	

На тоа се надоврзува и поводот за објавување на прилозите при што покрај најголемиот број псевдонастани (75 прилози или 28,7 %) како што се партиските соопштенија, прес-конференциите, изјавите, реакциите на политичките субјекти креирани да привлечат медиумско внимание, се и актуелните (64 прилози или 24,5 %) и најавените настани (53 прилози или 20,3 %), односно настани што се случуваа или следуваа, а се однесуваа, пред сè, на најавените или одржаните митинзи/средби на политичките партии/политичарите со граѓаните низ градовите во државата во „караванот" на претседателските и парламентарните избори. Притоа, најбројни се псевдонастаните во Тетова Сот (21 прилог од вкупно 22), Република (21 прилог од вкупно 27) и МКД.мк (7 прилози од вкупно 9), актуелните настани во Независен (18 прилози од вкупно 26), а најавените и актуелните во Курир (27/13 прилози од вкупно 54) и Вечер.мк (16/7 прилози од вкупно 29). Во Алмакос најбројни се актуелните и актуелно планираните настани (9/14 од вкупно 28), додека во А1Он општествените случувања (25 прилози од вкупно 33).

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.

Содржински доминираат 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 етикетираат и се исмеваат носителите на јавни функции, медиумските работници, граѓанските активисти; се користат зборови, формулации со кои се оцрнуваат одредени групи луѓе и се поттикнуваат поделби на „ние, нас" и „вие, вас". Селекцијата што од политичките говори ќе се објави и од кој политички субјект ја прават порталите, она што е карактеристично, наспроти досегашната доминација на „кратки" партиски соопштенија или ставови/изјави на политичките субјекти, овојпат пренесените говори на политичарите, се „побогати" по обем/содржина и визуелизација/фотографии, видеоснимки, но стандардно без автор на прилогот и потпис под презентираните фотографии. Притоа, не е изоставена и практиката на „креирање" повеќе прилози од еден ист настан, но овојпат наместо „цитирање" или прераскажување на делови од интервјуа на политичарите од телевизиски емисии се користеа делови од говорите на политичките актери на митинзите/собирите. Неколку карактеристични примери:

Во **Курир** прилозите со штетни наративи (вкупно 54 на број) се концентрирани на 4 април (14 прилози), најголема бројка незабележана во ниту еден друг портал од сите анализирани и ниту во другите мониторирани денови. Мониторингот утврди дека речиси половината од нив (6 прилози) се однесуваат на еден настан, големиот митинг на ВМРО-ДПМНЕ пред Владата во Скопје и почетокот на изборната кампања. Најнапред е објавен повикот на ВМРО-ДПМНЕ кон граѓаните *Од денес започнува последната битка за Македонија, 20 часот пред Влада, за промените кои се во твои раце,* а неколку часа подоцна уште еден повик на партијата со друг наслов *Ова е наша заедничка борба, да ја вратиме надежта и да донесеме иднина – сите пред Влада во 20 часот.* Во вечерните часови следи детален извештај од обраќањето на претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, од „големиот народен собир" и видеоприлог од целиот собир. Потоа ќе бидат пренесени уште три прилози, со извадоци од обраќањето на Христијан Мицкоски од митингот. Едниот *Пендаровски јавно да каже дали нема да го бојкотира вториот круг, откако ќе изгуби во првиот* насочен кон претседателскиот кандидат и сè уште претседател на државата, каде Христијан Мицкоски го оквалификува Стево Пендаровски како аналитичар без свое јас и без интегритет, „овој Стево губитник". Вториот, *Изворот на негативната кампања на власта е мешетар од Израел, фалсификува документи, истата понуда ми ја даде и мене, го избркав од канцеларија и му реков ќе одговара, сега работи за СДС*, каде Мицкоски посочува на СДСМ која нема сериозна програма, ниту резултати и очајнички прибегнува кон црна кампања, кон измислување и фалсификување на документи. И третиот, *Ковачевски му ја подари државата на ДУИ, петмина функционери одлучуваат за сè во државата, а сите други се граѓани од втор ред,* со посочување на Ковачевски кој „на тацна" му ја подарил државата на Али Ахмети, а СДСМ е „измеќар" на ДУИ и ја распродаде, руинира и уништи државата. **(Курир, 4.4.2023)**

За митингот/собирот информираа и другите анализирани портали. **Вечер.мк** на јавноста - презентира три прилога, првиот е повикот на ВМРО-ДПМНЕ за митингот *Од денес започнува последната битка за Македонија, 20 часот пред Влада, за промените кои се во твои раце,* а следи прилогот *Изворот на негативната кампања на СДСМ е мешетар од Израел, истата понуда ми ја даде, го избркав и му реков дека ќе одговара,* кој целосно е преземен од партиското соопштение на ВМРО-ДПМНЕ. И третиот прилог *Ковачевски му ја подари државата на ДУИ, ПЕТМИНА ОДЛУЧУВААТ ЗА СÈ, ДРУГИТЕ СЕ ГРАЃАНИ ОД ВТОР РЕД,* кој содржински е идентичен со прилогот во Курир **(Вечер.мк, 4.4.2024). Република**, исто така, ќе ги презентира двата повика на ВМРО-ДПМНЕ до граѓаните во 20 часот пред Владата на „голем сенароден митинг". Подоцна, во вечерните часови, во прилогот *Мицкоски: Доаѓа победа голема како планина!,* информира за започнувањето на кампањата за претседателските избори со претставување на својата кандидатка Гордана Силјановска-Давкова, но во текстот што следи се пренесени зборовите на претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски за тоа дека „доаѓа народот по своето", дека поминале низ многу премрежија, дека „сакале да ги нема", но тие „стојат гордо и исправено", дека Ковачевски ја подарил државата на Али Ахмети, но ништо за тоа дали и што зборувала кандидатката за претседател Гордана Силјановска-Давкова. Четвртиот прилог *Црната кампања на СДСМ потекнува од*

еден балкански мешетар платен со народни пари, кој и мене ми нудеше да прави фалсификати за власта со нагласка и порака на Христијан Мицкоски дека ВМРО-ДПМНЕ ќе биде фокусиран на понуда, план за излез од кризата, дека Македонија ќе се развива, ќе просперира, „повторно ќе биде на нејзините граѓани" **(Република, 4.4.2024).**

МКД.мк го презентира партиското соопштение на ВМРО-ДПМНЕ *Денес почнува последната битка за Македонија со кое се повикуваат сите граѓани во 20 часот на платото пред Владата на голем сенароден митинг да ѝ порачаме на власта дека нејзиното време заврши.* Вечерта, по митингот, следи уште еден прилог *Силјановска-Давкова: во ЕУ само ако станеме нормална држава со практикување на вредностите,* во кој половината од содржината е од обраќањето на претседателскиот кандидат Гордана Силјановска-Давкова, а втората половина од обраќањето на претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, со поентирање дека *народот доаѓа по своето, по тоа што му е одземено и треба да ја одземе од стотина функционери од ДУИ и нивните измеќари од СДСМ*, а проблемот на Ковачевски е што *државата му ја подари на Ахмети и тоа на тацна* **(МКД.мк, 4.4.2024).**

А1он, пак, со прилогот *Ковачевски му ја подари државата на ДУИ, петмина функционери одлучуваат за сè во државата, а сите други се граѓани од втор ред,* со една реченица ќе го повтори исказот на Христијан Мицкоски на митингот за Ковачевски и СДСМ како измеќари на ДУИ, кои се спремни *да ја платат секоја цена само да ја задржат фотељата и не прашуваат колку чини таквата распродажба на Македонија,* а потоа „реди" квалификативи дека ја руинирале државата, нема систем, нема држава, правеле заговори, тајни средби, ковале планови како да го уништат ВМРО-ДПМНЕ, *а сега (се зборува) од зградата почнале да ги пакуваат куферите и почнале да уништуваат материјали"* **(А1он, 4.4.2024).** На крај на овој „серијал" прилози од митингот на ВМРО-ДПМНЕ пред Владата во Скопје, малку поинаков пристап во информирањето на **Слободен печат** за истиот настан. Во прилогот *ИЗБОРНА ХРОНИКА: Прв ден од кампањата – Напред или назад?,* порталот прави пресек на претседателската кампања на сите седум кандидати за претседател на државата со кратки цитати од нивните говори, но ги дава и исказите на двајцата лидери на партијата Левица и ВМРО-ДПМНЕ, единствени присутни на митинзите, средбите со граѓаните, со фотографии на претседателските кандидати. На крајот на прилогот, авторот/новинарот информира за следните активности на „караванот на претседателските кандидати". И тука завршува приказната **(Слободен печат, 4.4.2024).**

Политичките актери во анализираните 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. Притоа, најприсутниот политичар во анализираните прилози, претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, во Република е исклучиво цитиран, во Курир, А1он и Слободен печат цитиран и парафразиран, додека Независен го цитира и за него зборува во контекст на темата. ВМРО-ДПМНЕ, пак, Курир најчесто ја цитира и парафразира (од партиски соопштенија), Република ја цитира и зборува за неа во контекст на темата, додека Тетова Сот, Алмакос, Локално, Независен, А1он и Слободен печат најмногу за партијата зборуваат/пишуваат во контекст на темата.

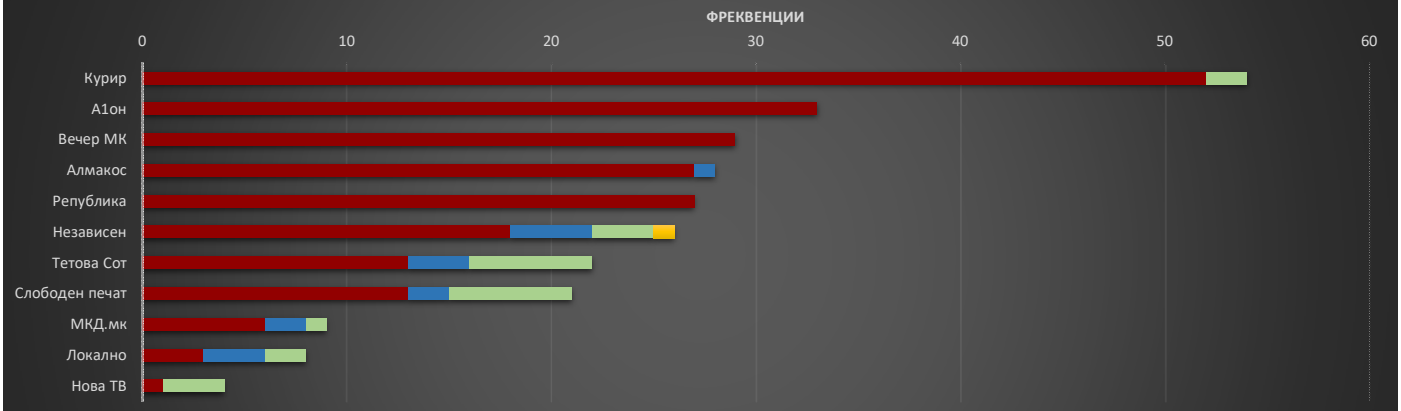
Оцените за политичките актери, како и во претходно мониторираните месеци, најчесто се неутрални, без квалификации и заземање страна од новинарите, но негативни, едностранн кога се упатени од друг/други политички актери, додека очекувано за предизборна кампања, нема политички актер кој себе си се критикува, а кога се оценува, оценатa е или позитивна или неутрална. Во Курир и Република новинарот вообичаено е неутрален „набљудувач и „запишувач" на сите активности на политичките субјекти во изборната трка, а негативните оцени се оставени на други политички актери, упатени особено кон СДСМ, ДУИ и Стево Пендаровски. Слична е сликата и во Независен, А1он и Слободен печат, каде новинарот користи неутрални зборови кон политичарите и политичките партии, а доминираат негативните оцени (од други) кон Христијан Мицкоски, ВМРО-ДПМНЕ, ДУИ и Стево Пендаровски. Во Локално и Алмакос новинарот кон сите актери апострофирани во анализираните прилози имаат неутрален пристап, а негативните оцени ги даваат други, во Локално за СДСМ и ВМРО-ДПМНЕ, а во Алмакос за ДУИ и ВМРО-ДПМНЕ. Во Тетова Сот и Вечер мк нема никакви оцени од новинарот, но доминираат негативните, во Тетова Сот, пред сè кон ВМРО-ДПМНЕ, а во Вечер кон СДСМ, ДУИ, Стево Пендаровски и Али Ахмети. Ваквата тенденција да се остане неутрален, да не се искаже став, оцена, а особено во период на двојни избори, односно преокупираноста на медиумите/порталите со изборната трка и „нотирањето" на сите настапи, собири, митинзи или партиски соопштенија на учесниците во кампањата, преполни со штетни наративи кон политичкиот противник, ништо не ја информира јавноста, гласачите за проблемите и предлозите на политичките кандидати. Сè се сведува на „рече", „нагласи", „потенцираше". Објективниот новинар, ако добро си ја врши својата работа (со факти и проверливи заклучоци), не може да остане неутрален набљудувач.

Новинарскиот (не)професионализам

Континуирано од месец во месец, **интернет-медиумите едностранo информираат,** а овојпат тоа е нотирано во 232 прилози од вкупно анализираните 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 два/повеќе страни се движи од пет до седум такви прилози.

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 Курир 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.

Табела 6. Број на извори според онлајн-медиум во април 2024

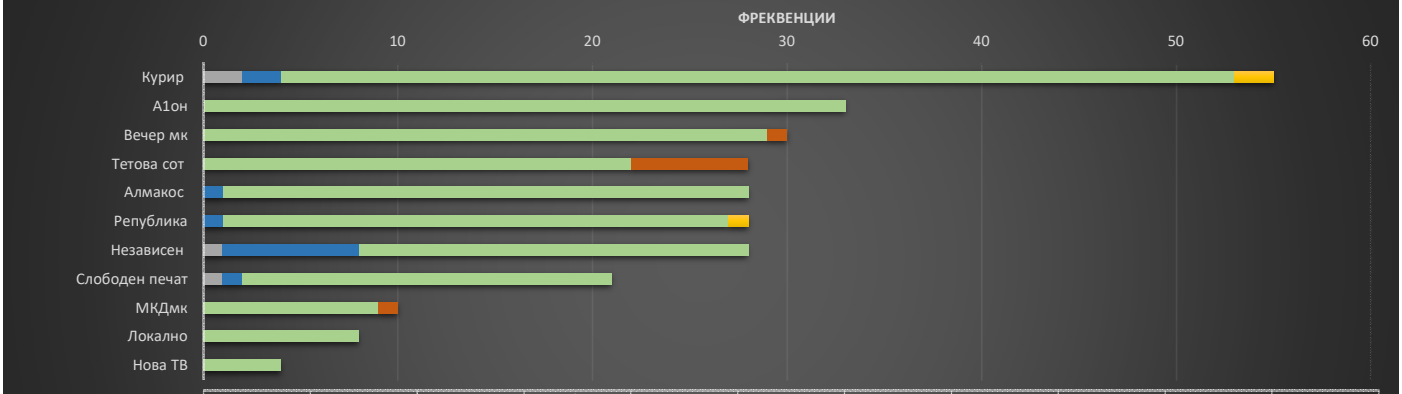


	Нова ТВ	Локално	МКД.мк	Слободен печат	Тетова Сот	Независен	Република	Алмакос	Вечер МК	А1он	Курир
Еден	1	3	6	13	13	18	27	27	29	33	52
Два		3	2	2	3	4		1			
Три и повеќе	3	2	1	6	6	3					2
Нема извори						1					

Отсуството на основното начело во новинарството за секоја информација (актуелно прашање) што медиумски се пласира да се прашаат најмалку две страни, два извора, односно потпирањето на интернет-медиумите речиси исклучиво само на еден извор, соодветствува на доминацијата на две жанровски форми, говорите на политичарите и партиските соопштенија. На тоа се надоврзува и поводот за објавување на прилозите, каде доминираат псевдонастаните, актуелните и најавените настани (односно партиските соопштенија, изјавите, реакциите на политичарите и политичките партии на средбите, митинзите со граѓаните) кои заедно сочинуваат 3/4 (192 прилози или 73,5 %) од сите анализирани прилози. Ваквите бројки се присутни во сите мониторирани месеци и неминовно се наметнува прашањето за основната функција на интернет-медиумите. Дали се „информативни портали", како што себеси се дефинираат или портали „преносници" на говори, ставови, изјави, соопштенија на политичките субјекти и политичките партии. Освен тоа, повеќето од нив, покрај името додаваат и атрибути како „први дознаваме", „поблиску до културата, информациите, настаните, светот, политиката", „вести во движење", „нема компромис за вистината", „одраз на вистината", „брзо и различно", „точни и вистинити информации".

Речиси идентични се бројките и во однос на изворите во анализираните прилози како во претходните мониторирани месеци. **Најбројни се прилозите со прецизни извори** на информации (246 прилози), а ретки се нејасните („како дознаваме", „од наши извори") и непрецизните („велат во...", „ни кажаа во...") извори. Од сите анализирани портали, А1он, Локално и Нова ТВ користат исклучиво прецизни извори на информации, додека Алмакос, Вечер.мк и МКД.мк, покрај прецизните имаат по еден или непрецизен или извор од друг медиум, а Република и Слободен печат по два нејасни/непрецизни или извори од друг медиум. Во Курир со најмногу прилози со штетни наративи, покрај доминантните прецизни извори, има по два нејасни, непрецизни, како и извори од друг медиум. Како исклучок се издвојуваат Тетова Сот кој има најмногу извори од други медиуми (покрај доминантните прецизни), како и Независен со најголем број непрецизни извори (покрај доминантните прецизни).

Табела 7. Вид на извори според онлајн-медиуми во април 2024



	Нова ТВ	Локално	МКДмк	Слободен печат	Независен	Република	Алмакос	Тетова сот	Вечер мк	А1он	Курир
Нејасни				1	1						2
Непрецизни				1	7	1	1				2
Прецизни	4	8	9	19	20	26	27	22	29	33	49
Новинарот како извор						1					2
Друг медиум			1					6	1		

И овојпат **визуализацијата на анализираните прилози** најчесто е поткрепена со актуелни (168 прилози) и архивски фотографии (90 прилози). Притоа, не е мал бројот на прилози со повеќе, две/три фотографии со видеоснимка, пред сè, поврзани со митинзите/средбите на партиите со граѓаните низ државата, особено забележително во Курир и Република. Но, како и досега, најголемиот број од нив не се обележани, иако според содржината на прилозите е јасно за каков настан се работи. Најмногу актуелни фотографии имаат Курир, Тетова Сот, Алмакос, Република и А1он, додека во Вечер.мк и Независен речиси подеднаков е бројот на актуелни и архивски фотографии. Најмногу видеоснимки (покрај фотографиите) имаат Курир (9) и Вечер.мк (5). Можеби, како „куриозитет", прилогот на Република

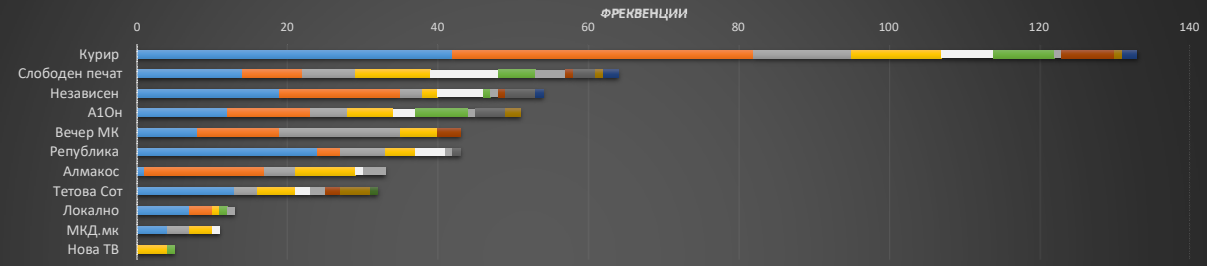
Мицкоски: Доаѓа победа голема како планина!, за „големиот сенароден митинг" со кој ВМРО-ДПМНЕ ја започна кампањата за претседателските избори. Во прилогот се дадени дури 9 фотографии од митингот на кои се Христијан Мицкоски, Гордана Силјановска-Давкова, членови на партијата и граѓани присутни на митингот и ниту една не е обележана. Содржински, целиот текст се извадоци од говорот на Христијан Мицкоски, а ниту збор за претставувањето на кандидатот на ВМРО-ДПМНЕ за претседател.

Доминантни штетни политички наративи

Во сериозната бројка од 261 прилог со штетни наративи (со дури 482 индикатора - реченици, формулации, пасуси), најмногу придонесува порталот Курир (54 прилози). Потоа следат А1он, Вечер. мк, Алмакос, Република. 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), етикетирање, исмевање и грубо непочитување на други лица - политичките противници, носителите на јавни функции, медиумските работници (60 случаи) перманентно присутни во целиот мониториран процес, а овојпат 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), односно прилози во кои се поткопува довербата во институциите, пристрасно се селектира, се напаѓа, се демонизира одредена личност, се поттикнува поделба, ширење паника, страв и несигурност.

Интернет-медиумите во чекор ги следеа активностите на политичките актери, исполнувајќи го медиумскиот простор, пред сè, со говорите/делови од говорите на политичарите (партиските лидери) полни со штетни наративи изречени најчесто на митинзите организирани ширум државата. Негативната реторика беше најизразена во почетокот на месецот, со стартот на изборната кампања, со доминација на поткопувањето на довербата во институциите и пристрасното селектирање, односно селективното изнесување податоци, а потоа следат нападите на личноста на политичкиот противник и поттикнувањето поделби. Во Република, Тетова Сот, Локално и Слободен печат најбројни се прилозите во кои се поткопува довербата во институциите, во Алмакос пристрасното селектирање, во Вечер мк нападите на личноста на политичкиот противник, додека во Курир, А1он и Независен како поткопувањето на довербата во институциите така и пристрасното селектирање. Табеларно, сликата е следна:

Табела 8. Застапеност на штетни наративи во прилозите на онлајн-медиумите во април 2024



	Нова ТВ	МКД.мк	Локално	Тетова Сот	Алмакос	Република	Вечер МК	А1Он	Независен	Слободен печат	Курир
Поткопување доверба		4	7	13	1	24	8	12	19	14	42
Пристрасно селектирање			3		16	3	11	11	16	8	40
Напади на личност, демонизација		3		3	4	6	16	5	3	7	13
Поттикнување поделби	4	3	1	5	8	4	5	6	2	10	12
Популизам		1		2	1	4		3	6	9	7
Ширење паника, страв и несигурниост	1		1					7	1	5	8
Странско влијание			1	2	3	1		1	1	4	1
Дезинформации				2			3		1	1	7
Екстремен патриотизам						1		4	4	3	
Етноцентризам				4				2		1	1
Теории на заговор									1	2	2
Говор на омраза				1							

Курир е портал со најголем број прилози со штетни наративи (54 прилози) и најголем број објави (133), односно реченици, пасуси, формулации кои најчесто се однесуваат на поткопувањето на довербата во институциите и пристрасното селектирање. На пример, во прилогот *Ковачки до Лога: Какво е чувството да се биде приврзок на Али, за каква Европска Македонија зборувате со 2 % доверба во судството контролирано од ДУИ, од обвинители до судии сите другари и функционери на Ахмети*, всушност фејсбук статус на пратеникот на ВМРО-ДПМНЕ, Драган Ковачки, во кој тој „дели" квалификативи за министерот за правда, Кренар Лога, дека е непозната личност, исто како и неговиот труд, дека ако не бил министер за правда за него нема да знаела јавноста дека постои, дека е неспособен и тоа го аргументира со екстрадицијата на Љупчо Палевски-Палчо од Турција, обвинет за двојно убиство, и го прашува какво е чувството да се биде приврзок на Али Ахмети. За каков вид прилог станува збор, вест, препис од фејсбук-статус, која е неговата информативна функција, креирање на штетни наративи **(извор, Курир, 28.4.2024).** Или прилогот *Мицкоски до Ковачевски: Со вас Македонија нема европска иднина, со Артан и Али заглавивте во калта на вашите ситни интереси и сребролубие* од митингот на ВМРО-ДПМНЕ во Берово. Во прилогот се цитираат зборовите на претседателот на партијата, Христијан Мицкоски, кој претседателот на СДСМ Димитар Ковачевски го прашува како Македонија ќе ја внесат во Европската Унија кога ја направија најсиромашна држава во Европа и со највисока инфлација, „ја заглавија во калта" и му порачува дека Европа не прима криминалци како нив и нивниот сијамски близнак ДУИ и дека такви само затвор може да прими **(Курир, 20.4.2024).**

А1он е на второ место според бројот на штетни наративи (33 прилози), од кои најбројни се поткопувањето на довербата во институциите и пристрасното селектирање. Прилогот под наслов *Мицкоски: Создаден е артаноиден режим кој ја уништува државата* се однесува на митингот на ВМРО-ДПМНЕ во Пехчево и ги пренесува зборовите на претседателот Христијан Мицкоски за поддршка од граѓаните за партијата на изборите да добие 61 пратеник како основа за стабилна Влада која ќе ја трансформира Македонија, како и за кандидатката за претседател Гордана Силјановска-Давкова која е „жена борец и патриот". Според насловот, Христијан Мицкоски зборува за „артаноиден режим", но во текстот нема ништо за тоа и оставено е на читателот сам да заклучува каков е тој режим. **(А1он, 20.4.2024)**

Прилог со сличен наслов *Мицкоски: Создаден е артаноиден режим кој ја уништува Македонија, затоа е важно да ја вратиме државата на народот, а потоа и да ја трансформираме* од истиот митинг на ВМРО-ДПМНЕ во Пехчево, ќе објави и Република, но и таму без објаснување за „артаноидниот режим" **(извор, Република, 20.4.2024)**. Затоа, пак, ден претходно, порталот Курир ќе го објави прилогот *Мицкоски: Актуелната власт донесе цикличен артаноиден хибриден режим, по 8 мај Македонија ќе биде повторно слободна и предводена од влада на ВМРО-ДПМНЕ* од митингот на ВМРО-ДПМНЕ во Пехчево, каде Христијан Мицкоски објаснува дека под артаноиден режим мисли на „неговиот ментор" (или водач, учител кој за првпат се појавува во грчката митологија) А*ли Ахмети од Зајас, кој денес ја доби Македонија на тацна од Ковачевски, Зечевиќ и останатите неколкумина политичари во раководството на СДСМ, кои се покажаа и докажаа како главни измеќари* **(Курир, 19.4.2024).** Ваквата квалификација за власта се среќава во прилози на бројни други портали и телевизиски станици.

Вечер мк е на трето место со 29 прилози со штетни наративи со доминација на напади на личноста на политичкиот противник и нејзино демонизирање. Во прилогот *Победа на народот, цунамито се крена и им виси на глава - на 8 мај ќе ги потопи целосно* од прес-конференцијата на Христијан Мицкоски и ВМРО-ДПМНЕ по првиот круг од претседателските избори се пренесени зборовите на Христијан Мицкоски (иако во прилогот е даден и видеозаписот од конференцијата) за победата, за народот кој ги поддржал иако трпеле од власта која ги напаѓала, потценувала, им се заканувала, наспроти *стотина трговци од ДУИ и СДСМ кои се причина за целото страдање, сиромаштија и криминал во Македонија.* Користејќи се со спортски термини, тој вели и дека *првиот круг од изборите е жолт картон, а тој свети;* додека црвениот картон мора да следи на 8 мај каде е потребна јасна победа врз оваа *криминална и корумпирана власт* - квалификатив кој ВМРО-ДПМНЕ месеци наназад редовно го употребува за власта на СДСМ и ДУИ **(Вечер мк, 24.4.2024).** Притоа, речиси нема портал, телевизиска станица или

новинска агенција која нема да информира за прес-конференцијата, но паѓа в очи различниот пристап во „изборот“ на насловот, од најчесто употребуваниот дека *цунамито се крена и им виси на глава, до оние дека ова е најдобриот резултат што ВМРО-ДПМНЕ го имала како опозиција, против власта гласаа над 600.000 граѓани, ова е поголема победа отколку што очекувавме, победуваме со над 170.000 гласови, оваа власт паѓа, ова е револуција на народот, голема победа за македонскиот народ и за граѓаните на Македонија, ви благодарам од срце народе македонски...* Сето тоа се зборови на Христијан Мицкоски изречени на прес-конференцијата, но насловот на прилогот го прави новинарот или уредникот на медиумот, а споредбата на победата од првиот круг на претседателските избори со „цунами“ асоцира на деструктивниот морски бран предизвикан од земјотрес или вулканска ерупција со несогледлива закана за човечките животи. Можеби токму поради тоа, веќе следниот ден ќе биде „допрецизиран“ како политички цунами од раководството на ВМРО-ДПМНЕ.

Република има најмногу прилози со штетни наративи во кои се поткопува довербата во институциите. Прилогот *СДСМ стана измеќар на ДУИ, Али Ахмети од вилаетот во Зајас управува со Македонија како некој блискоисточен шеик, на ова му доаѓа крајот, јас ви ветувам,* се однесува на средбата на Христијан Мицкоски со граѓаните од Демир Хисар во рамките на претседателската кампања. Содржински акцентот е на СДСМ и ДУИ, чија „врхушка“ донесе живот за малкумина, а вистински пекол за сите останати. За Христијан Мицкоски СДСМ донел пекол во образованието и земјоделието, а ДУИ е тој што управува со Македонија, како Груби кој стекнува сè поголем имот во големите центри или Бујар Османи кој ја распродава, омаловажува и понижува Македонија и го дели македонскиот идентитет *небаре го наследил од неговите предци*. Али Ахмети го смета за главен во приказната кој ужива во хациендите во Зајас како некој блискоисточен шеик и оттаму управува со Македонија. Она што создава забуна е квалификацијата (позитивна или негативна) за Ахмети како шеик, ако се знае дека тоа е арапски владетел, угледно лице кое има духовен авторитет, а на Блискиот Исток најчесто тоа се членови на кралски семејства **(8.4.2024).** Истиот прилог, со скратен наслов и акцент на Али Ахмети: *Ахмети од вилаетот во Зајас управува со Македонија како шеик,* ќе го пренесе и **Слободен печат.** И тој ги цитира зборовите на Христијан Мицкоски за Артан Груби, Бујар Османи и Али Ахмети како „блискоисточен шеик“ **(Слободен печат, 8.4.2024).** Порталот во прилогот со наслов *Пендаровски: во ВМРО-ДПМНЕ чесноста е исклучок, а правило е криминалот,* претседателскиот кандидат Стево Пендаровски, на средбата со граѓаните во Кисела Вода во Скопје се осврнува на ВМРО-ДПМНЕ истакнувајќи дека разликата меѓу „нас“ (СДСМ) и „нив“ (ВМРО-ДПМНЕ) е јасна, дека СДСМ никогаш не помислиле да организираат насилен упад во Парламентот, по телефон да диктираат пресуди за политички опоненти, во понеделник да апсат, а во среда да изрекуваат 8 или 15 години робија. Тоа го правеа тие и повторно, ако бидат во позиција, истото ќе го прават **(Слободен печат, 8.4.2024).**

Во **Независен** прилозите со штетни наративи се концентрирани на поткопувањето на довербата во институциите и пристрасното селектирање. На пример, во прилогот *Ковачевски: Со нас нема да има апсење на новинари* од митингот на претседателскиот кандидат Стево Пендаровски во Кисела Вода во Скопје (за кој информираше Слободен печат), пренесува дел од неговиот настап и настапот на претседателот на СДСМ, Димитар Ковачевски, насочени, пред сè, кон ВМРО-ДПМНЕ и претседателот Христијан Мицкоски. Ковачевски ВМРО-ДПМНЕ го оквалификува како партија без визија, која ги злоупотребува медиумите, апси новинари (апсењето и кривичната пријава проти новинарот Фуркан Салиу за „наводно“ попречување на службено лице во извршување службена должност), фалсификува анкети, ги злоупотребува државните институции. А Стево Пендаровски дека ВМРО-ДПМНЕ не само што нема визија туку нема ни храброст да донесе државнички одлуки, посочувајќи на општините водени од ВМРО-ДПМНЕ кои стагнираат и се гушат во нерешени комунални проблеми **(извор, Независен, 8.4.2024).** Или прилогот *Николовски го нарече Пендаровски „дволична личност“* во кој потпретседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Александар Николоски, на средба со граѓаните од Гевгелија, претседателскиот кандидат Стево Пендаровски и сè уште актуелен претседател на државата, го оквалификува како човек кој глуми дека е чесен и некорумпиран, а всушност е *извор и поддржувач на корупцијата во Македонија* и дека освен на пропатување за одмор во Грција, во Гевгелија не стапнал овие 5 години. Она што создава забуна во

прилогот е последната реченица во која се вели дека Николоски греши, затоа што Пендаровски бил во Гевгелија лани во јануари кога посетил неколку организации и здруженија и се прошетал низ градот. **(Независен, 12.4.2024).** Станува збор за реакција на претседателскиот кандидат Пендаровски која во текстот не е соодветно референцирана. Во **Алмакос** пак со 28 прилози со штетни наративи, најбројни се оние со пристрасно селектирање. На пример, прилогот *Ковачки му се заканува на Лога: Напушти ја третата изборна единица. Лога одговара: Ќе бидам на секој агол од државата,* каде Ковачки упатува порака до Али Ахмети и Артан Груби дека се врши масовен поткуп, уцени и закани, а Кренар Лога е „потрчко" на Алијанса за Албанците кој оди во Делчево и Берово со цел да се добие еден пратеник во третата изборна единица. Следат и повратни одговори од Лога кон Ковачки за неговиот интелектуален капацитет поради кој не може да добие безбедносен сертификат од НАТО и може да го сонува министерското место во Министерството за образование **(Алмакос, 28.3.2024).**

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 на регистрирани прилози, со помалку од 8 (7, 8) прилози дневно.

Најчести се штетните наративи пристрасно селектирање (28) и поткопување на довербата во институциите (24).

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). Мора да се истакне дека во април беа анализирани седум денови[8], но и разбирливо на денот на гласањето во првиот круг на претседателските избори (24 април) поради изборниот молк се регистрирани само 2 прилога со штетни наративи. Сепак, и покрај тоа, позитивно изненадува ваквиот мал број прилози, особено ако се земе предвид дека се појавува во екот на предизборните кампањи за претседателските и парламентарните избори. Тука, сепак, мора да се нагласи дека информирањето на ТВ-станиците за време на изборните

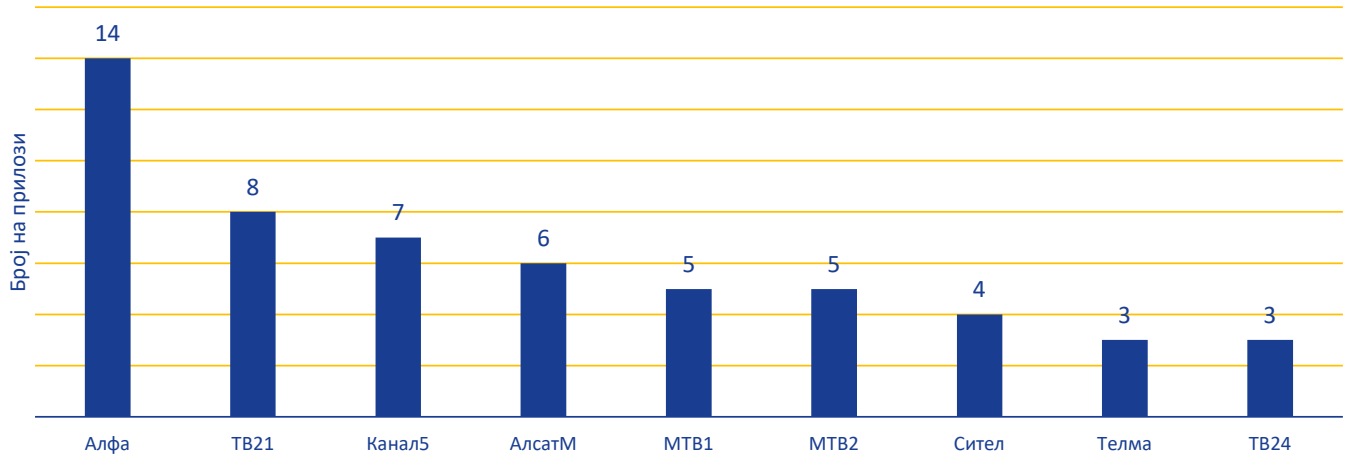
8 Според методологијата се следи и се анализира секој четврти ден од централните вести на ТВ-станиците, што значи дека во некои месеци се мониторирани седум, додека во некои осум денови. Линк од методологијата: https://respublica.edu.mk/istrazhuvanje-shtetna/metodologija/

процеси не е само регулирано со Законот за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги[9] туку и со Изборниот законик[10] кој многу детално ги пропишува условите и начините на кои радиодифузерите, а особено јавниот сервис МРТ треба да ги покриваат изборите. Согласно на тоа, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (АВМУ), почнувајќи од 15 февруари 2024 година, го следи медиумското претставување за претседателските и на парламентарни избори, како што е тоа пропишано во Изборниот законик.

Очигледно е дека ваквите бројки не се резултат на пристојната политичка кампања во која одеднаш исчезнале штетните наративи. Тоа станува јасно и ако се погледне анализата на онлајн медиумите која покажа дека политичките актери не се воздржуваат од навреди, напади на опонентите, дезинформации и обвинувања без докази и аргументи, за што сведочат и регистрираните 261 прилог со штетни наративи во онлајн медиумите во истиот овој период.

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 АВМУ, 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. Пример за тоа се и хрониките на партиските кампањи во вестите, во кои многу ретко се среќаваат деловите од обраќањата на партиските кандидати во кои има навреди, неаргументирани напади и други штетни наративи. Од друга страна, ако се погледнат целите говори и видеа објавени на партиските интернет-страници и социјални мрежи и нашата анализа на овие платформи, се покажува дека штетните наративи во овој период бележат тренд на раст, а не на намалување.

Табела 9. Приказ на прилози кои имаат штетен наратив според ТВ во април 2024



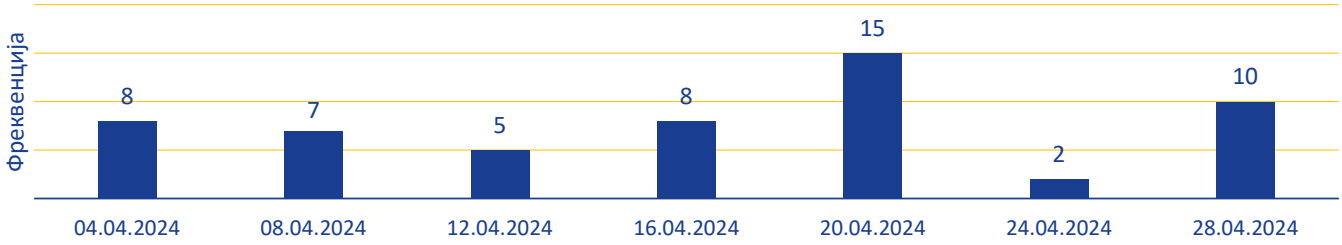
Најмногу прилози со штетни наративи се забележани кај ТВ Алфа (14 или 25,5 %), но и кај оваа телевизија се забележува драстичен пад (40 во февруари, 35 во март) што е карактеристичен за повеќето ТВ-станици во април. Кај ТВ 21 се забележани 8 (14,5 %), кај Канал 5 регистрирани се 7 (12,7 %), кај Алсат-М 6 (10,9 %), кај МТВ 1 и МТВ 2 по 5 (9,1 %), кај Сител 4 (7,3 %) и кај ТВ Телма и ТВ 24 по 3 (5,5 %) прилози со штетни наративи.

9 Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf. Посетено на 16 мај, 2024.

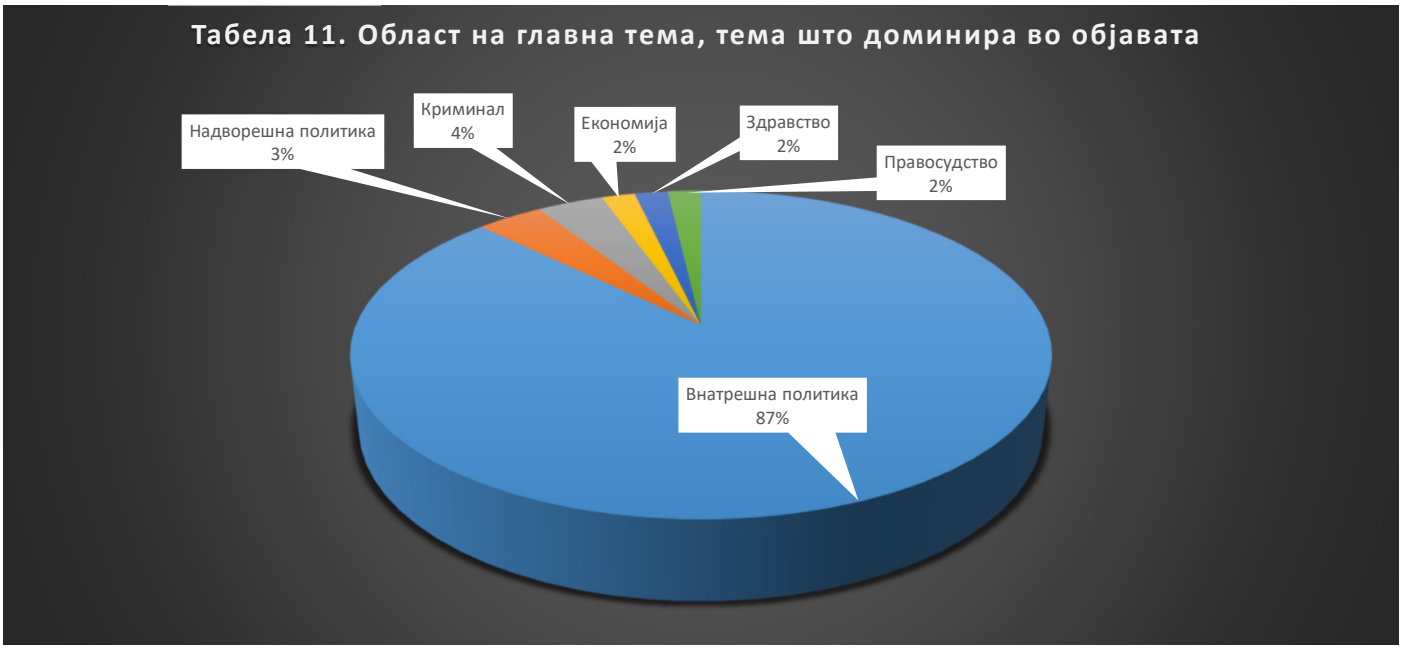
10 Изборен законик – Пречистен текст март 2024 година. https://drive.google.com/file/d/1ZJMruqcNl-yC5VuWSzp-fT9BFeKphm5An/view?usp=sharing. Посетено на 16 мај, 2024.

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.

Табела 10. Приказ на прилози со штетни наративи според датум (април 2024)



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.



Очекувано, во април, месецот на претседателските избори, сè е поврзано со изборите, па така и темите на прилозите со штетни наративи се дел од предизборните кампањи на партиите. Во предизборните говори партиите најчесто обвинувале за руско влијание, криминал, лошо владеење и нетранспарентност, криминал во здравствените установи, нерегуларности во изборниот процес и партиското финансирање.

Неаргументираните обвинувања упатени кон опозициските партии за врски и поврзаност со Русија беа присутни за време на целата кампања. СДСМ и ДУИ често ја користеа Русија за заплашување и притоа ретко нудеа какви и да е докази или индикатори дека опозицијата навистина има врски со оваа држава. Пример за тоа е и соопштението објавено од Европскиот фронт предводен од ДУИ на 20 април, во кое се предупредува опозициската коалиција Вреди да се оттргне од руското влијание и конечно да се приклучи на европскиот пат:

„Ја повикуваме албанската опозиција да се освести и да се престрои со проевропејците и да не стане орудие на руските кругови во земјата...“ **(ТВ 24, 20 април, 2024)**

Со овој наратив се нагласува дека владејачката партија ДУИ е на вистинската страна, на европската, и дека нејзините политики се во насока на приклучувањето на државата во Европската Унија. Од друга страна, опозициските партии во коалицијата Вреди ја избрале страната на Русија (иако тоа тие не го манифестирале на ниеден начин) и имаат уште малку време да се предомислат и да се вратат на вистинскиот пат.

Најчест жанр е извештајот (26 или 32,9 %), додека на второ место се прилозите со пренесен говор на политичар (12 или 21,8 %).

Дури на трето место е основниот новинарски жанр вест (10 прилози или 18,2 %) и аналитичко-репортажен прилог (9 прилози или 16,4 %).

Високото второ место на прилозите кои во себе содржеле само пренесен говор на политичар е индикатор дека, особено во текот на политичката кампања, политичките актери добиле многу простор непречено да ги изнесат своите идеи и ставови, но и навреди и неаргументирани напади, без тие да поминат нив новинарскиот филтер и да бидат анализирани и ставени во контекст. Треба да се има предвид дека во предизборна кампања обврска на медиумите е да ги пренесат политичките понуди на кандидатите, па дури и кога користат силна реторика, со цел на гласачите да им се пружи сеопфатна слика со цел да донесат информирана одлука. Но, притоа е многу важно каков однос ќе има новинарот кон таа реторика, како го прави тоа новинарот - дали ја осудува или ја засилува таа реторика.

Изборната кампања се состои од говори, митинзи и прес-конференции кои партискиот лидер го претставуваат во централно светло. Но, задачата на медиумите не е едноставно пренесување на сето она што било кажано од лидерите, туку потребни се информации и за реакциите на луѓето, за ставовите на опонентите, посетеноста итн. Задача на медиумите е да известуваат за разликите меѓу партиите во врска со истите прашања, а на гласачите да им се обезбедат доволно информации за да направат споредба.[11]

11 Здружение на новинари на Македонија, Прирачник за етичко известување од избори во Северна Македонија. https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2021/04/prirachnik-za-etichko-izvestuvane-od-izbori-vo-severna-makedonija.pdf. Посетено на 16 мај, 2024.

Вториот индикатор на ваквата теза може да се види доколку се погледне анализата за поводот на новинарските прилози (табела 5), според која псевдонастаните како повод за прилогот (14 прилози или 25,5 %) се веднаш зад општествените случувања или општествените теми (16 прилози или 29,1 %). Дури на трето и четврто место се актуелните планирани настани (11 или 20 %) и актуелните настани (10 или 18,2 %).

Пример за прилог во кој се појавуваат штетни наративи, а како повод послужил некој псевдонастан на политичка партија, е прес-конференцијата на коалицијата Вреди и Изет Меџити, која се користи како можност за политичка пресметка, а не како настан на кој се зборуваат актуелни теми или општествени случувања:

Тој бара влада за спас на Бујар и ДУИ, а не влада за спас на граѓаните и за интеграцијата на државата. **(ТВ 21, 8 април, 2024)**

Според ова, очигледно е дека одредени политички актери, со своите соопштенија за јавност, прес-конференции и изјави, сепак успеале да најдат простор непречено да ги презентираат своите ставови и агенди, но и штетни политички наративи, а без притоа да имало конкретен повод, актуелно случување или нешто слично.

Медиумот не смее да се претвори во бесплатно гласило на политичките партии, кое ќе ги пренесува сите нивни соопштенија и изјави, без да ги анализира на објективен и на балансиран начин и да ги стави во соодветен контекст. Изборот на вести мора да се прави според нивното значење за општеството и животот на граѓаните, а не според рејтингот на политичките актери во државата.

Политичките актери и изворите во анализираните прилози

И во овој, предизборен период, најчести актери во прилозите со штетни наративи се лидерите и претставниците на најголемите политички партии, како и нивните претседателски кандидати.

Овие политички актери најчесто зборувале едни за други, напаѓајќи се и навредувајќи се, додека новинарите заземале неутрален став и нивната улога била само во пренесувањето на наративите, а не во нивното креирање.

Со исклучок на ТВ Алфа, каде гледаме дека во 6 прилози новинарот имал негативен однос кон претставниците на СДСМ (во 3 кон партијата СДСМ, а во другите 3 кон нејзиниот претседателски кандидат Пендаровски), во сите други случаи односот на новинарот бил неутрален.

Мора да се истакне дека дури и кај ТВ Алфа се забележува намалување на небалансираниот и пристрасен однос и за разлика од март, кога беа регистрирани 15 случаи во кои новинарот зазема забележително негативен став кон претставниците на СДСМ, во април имаме 6 такви случаи.

Табела. 14 Вкупен приказ на прв, втор и трет актер според ТВ-канал

ТВ-канал	Актер	Фреквенција	Начин на претставување			Кој и како го претставува актерот											
						Новинарот				Некој друг				Самиот/та			
			Цитиран	Парафразиран	Се зборува за него/неа	-	+	-/+	0	-	+	-/+	0	-	+	-/+	0
МТВ 1	Бујар Османи	2	2	2					2								
	Али Ахмети	2	2	2					2								
	Арбен Таравари	2	2	2					2								
	ДУИ	2			2				1	1							
Канал 5	Д. Ковачевски	2	2	2	2				2	2					1		
	Мицкоски	3	3	3	3				3	3							
АлсатМ	ДУИ	3		2	2					2					1		
	Мицкоски	2	2	2	2				2	2							
Алфа	ВМРО	2	2		2					2					2		
	СДСМ	5			5	3				3							
	Пендаровски	4	3		2	3				1							
ТВ 21	Бујар Османи	2	2		2	2				2							
	ВРЕДИ	3	1		3					3							
	ВМРО-ДПМНЕ	3			3					3							
ТВ 24	ВМРО	3			3					3							

Очигледно е дека како и во минатите месеци, политичките актери зборуваат за сите општествени теми, но ги врамуваат на начин на кој тие ќе им донесат дневно-политички поени.

Слично како и минатите месеци, креирањето на штетните наративи е најчесто одговорност на политичкиот актер, додека улогата на новинарот била во пренесувањето на овие наративи, најчесто без интервенција и заземање став. Исклучок е ТВ Алфа, каде од 16 индикатори забележани во 14 прилози, во 5 новинарот бил одговорен за креирањето на штетниот наратив, во 5 тоа бил политичкиот актер, додека во 6 и обајцата учествувале во создавањето на ваквиот наратив. Во најголемиот број случаи кога новинарот (односно уредникот и водител на вестите) се одговорни за креирањето на штетниот наратив, тоа најчесто се случува во најавата на прилогот, каде водителот е слободен да оценува, напаѓа, брани, објаснува и толкува одредени настани и политички позиции:

Хирургот кој се претвори во инфлуенсер и дипломат кој на крајот прифати бугарските уцени да станат европски услови за Македонија. Тоа е Бујар Османи, министерот за надворешни работи и кандидат за претседател на Македонија од ДУИ. А очигледно си имаше и други активности, односно влезе и во улога на новинар, па почна да снима поткасти, како во студио така и во автомобил. И покрај сите професии кои ги има, Османи не можел да живее без плата, морал да се задолжува ако му доцни. **(ТВ Алфа, 12 април 2024)**

Освен кај ТВ Алфа, по еден случај каде новинарот е одговорен за креирањето на штетниот наратив гледаме и кај ТВ Канал 5, ТВ Сител и ТВ 24.

Ваквата улога на новинарот е спротивна со новинарските стандарди и се коси со принципите на професионалност, непристрасност и балансираност. Новинарот, како што посочува и првата точка од Глобалната повелба за етика на новинарите на Меѓународната федерација на новинари, е должен да ги „почитува фактите и правото на јавноста да ја дознае вистината“[12]. Притоа, одговорноста која таа или тој ја има кон јавноста е далеку поголема од одговорноста кон работодавците, властите или политичките партии.

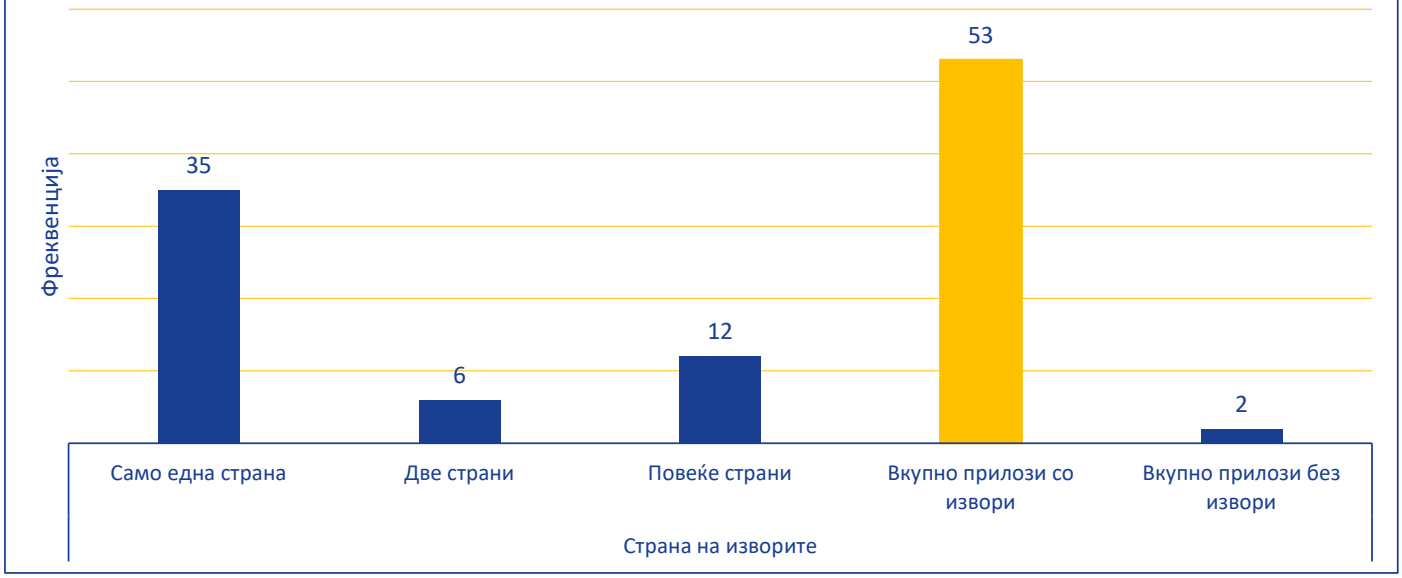
Па така, без разлика какви вредности застапува медиумот и која е неговата уредувачка политика, професионалните новинари мора да ги следат принципите на вистинитост, непристрасност и балансираност.

12 Global Charter of Ethics for Journalists, IFJ, посетено на 12 мај 2024, https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Global_Charter_of_Ethics_EN.pdf

Табела 15 Однос на медиумите кон штетните наративи											
ТВ	Број на индикатори	Број на прилози	Бр. на индикатори произведени само од новинарот	Бр. на индикатори произведени само од политичкиот актер	1. Новинарот го пренесува без каква било интервенција	2. Новинарот јасно го истакнува, но притоа не зазема	3. Новинарот го пренесува со осуда/критика	4. Новинарот го пренесува со одобрување	Бр. на индикатори произведени од двајцата	Новинарот го поддржува индикаторот од политич.	Новинарот се спротивставува на индикаторот од политич
МТВ 1	9	5	**2**	**6**	8			1	**1**		
МТВ 2	5	5		**5**	5						
Канал 5	8	7	**1**	**7**	7						
Сител	5	4	**1**	**4**	1	2		1			
Телма	5	3		**5**	3	2					
Алсат М	6	6		**6**	5	1					
Алфа	16	14	**5**	**5**	2	3	1	5	**6**	5	1
ТВ 21	9	8		**9**	9						
ТВ 24	3	3	**1**	**2**	2						
Вкупно	**66**	55	**11**	**48**	**36**	**9**	**1**	**6**	**6**	**5**	**1**

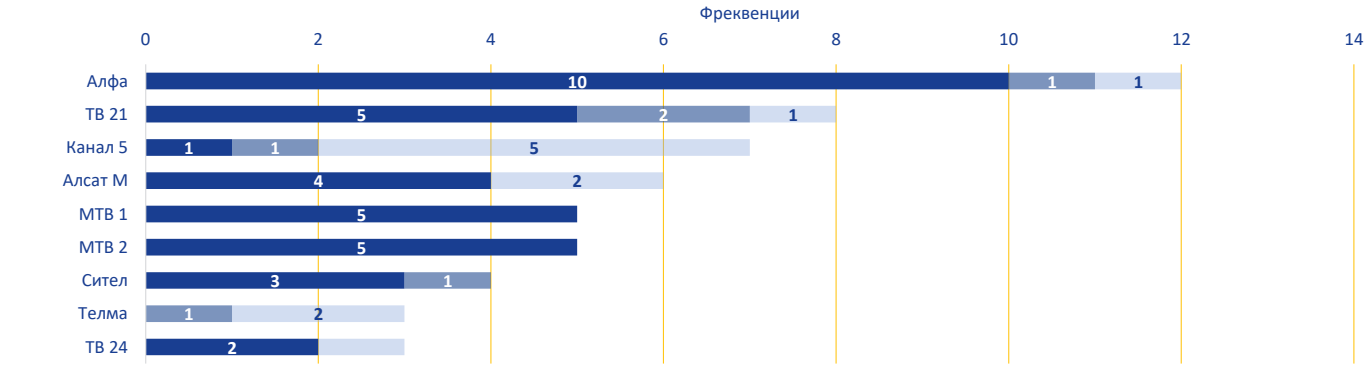
Прилозите со штетни наративи и повеќе од досега се едностранi, односно претставиле само една страна (35 прилози или 63,6 %). Само 6 прилога (10,9 %) имале и втора страна, додека 12 прилози (21,8 %) повеќе страни. Два прилога воопшто немале извори.

Табела 16. 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.

Табела 17. Приказ на застапеност на страната на изворите во прилозите кои имаат штетни наративи во април 2024



	ТВ 24	Телма	Сител	МТВ 2	МТВ 1	Алсат М	Канал 5	ТВ 21	Алфа
Само една страна	2		3	5	5	4	1	5	10
Две страни		1	1				1	2	1
Повеќе страни	1	2				2	5	1	1

Едностраноста, заедно со небалансираниот пристап, може да претставува индикатор за пристрасност во прилозите, но не секогаш. Ако земеме предвид дека 25,5 % од прилозите како повод за настанот имале псевдонастан и 21,8 % биле само пренесен говор на политичар, можеме да заклучиме дека понекогаш новинарите, наместо да им пристапат на општествените случувања и настани на сериозен и темелен начин, остваат за нив да зборуваат политичките актери, се разбира низ призмата на дневната политика.

Па така сериозни теми како ветинг во судството, корупцијата и криминалот, странските влијанија во внатрешната политика, уставните измени, односот кон соседите, се отвораат без намера сериозно да анализираат, туку само како дел од политички напади и обвинувања. Затоа и прилозите се едностранi, непрофесионални и никако не придонесуваат за збогатување на јавната дебата на овие важни теми.

Убиство на малолетник од свој врсник, петнаесет опожарени возила само во последниве 14 месеци, мноштво неразјаснети криминални дела, кражби, интензивна продажба на дрога, насилство по улиците се само дел од проблемите за кои во Прилеп во последниве години гласно се молчи. Континуираното криминално функционирање на државата воопшто е причината за овој хаос, смета актуелниот министер за внатрешни работи, Панче Тошковски. **(ТВ Алфа, 16 април, 2024)**

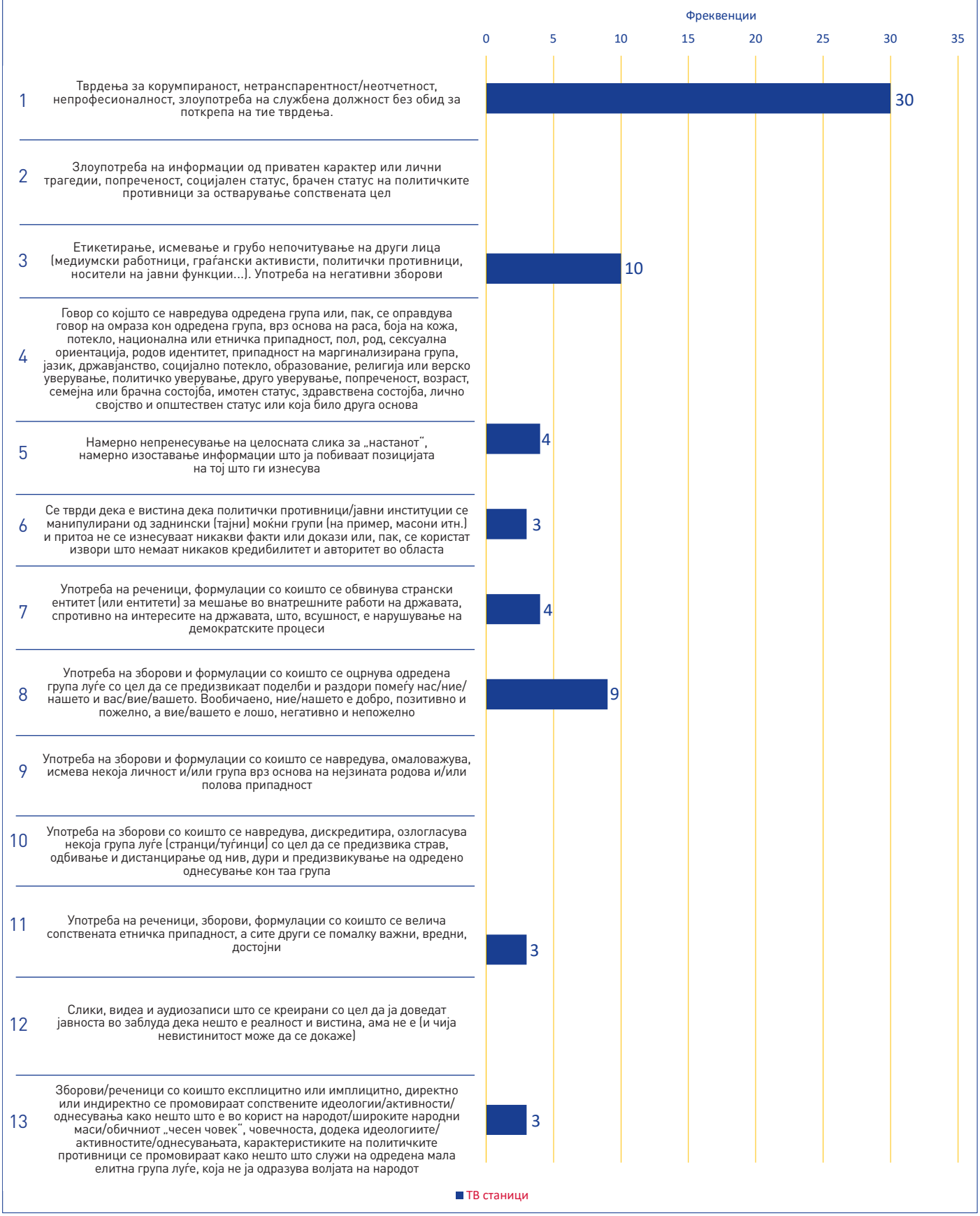
Најчести штетни наративи

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), ширење страв и паника (7) итн.

Табела 18. 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 %).

Табела 19: Приказ на застапеност на индикаторите за штетни наративи на ТВ станиците за април 2024



Имајќи предвид дека партиите се наоѓаат во екот на политичката кампања, не изненадуваат изјавите во кои експлицитно или имплицитно се промовираат сопствените идеологии, активности или однесувања како нешто што е во корист на народот, на широките народни маси, „обичниот човек", „просечниот граѓанин", додека за активностите на политичките опоненти обично се вели дека се насочени кон интересите на помала елитистичка група, но не во насока на волјата на народот.

Таква е изјавата на претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски од 20 април:

Ова се референдумски избори каде одлуката е или ние - народот или тие, тесната клика која го гуши и држи системот далеку од народот. **(ТВ Алсат М, 20 април, 2024)**

Со ваквиот изразено популистички дискурс, сопствената партија се промовира како вистински претставник на народот, морално чиста и целосно обединета со народот, за разлика од опонентот кој ја претставува корумпираната и инфериорна елита[13].

Од друга страна е изјавата на претседателот на СДСМ, Димитар Ковачевски, кој на сличен начин ја промовира сопствената партија како единствена шанса за европска интеграција, за разлика од политичкиот опонент, кој наводно прогласил мораториум за ЕУ.

Една опција се Мицкоски, Силјановска и ДПМНЕ, со мораториум за Европската Унија. Другата опција се СДСМ и Стево Пендаровски кои нема да се откажат од нашата европска иднина. **(ТВ Телма, 20 април, 2024)**

Улогата на медиумите во вакви случаи е да ги препознаат и критички да ги анализираат ваквите популистички наративи, со цел публиката да добие јасна слика за целиот контекст.

За жал, ниту во април не недостасуваат штетни наративи со кои се навредуваат и се демонизираат политичките опоненти. Една од најзабележителните тактики на опозициската ВМРО-ДПМНЕ низ целата кампања беше да ги етикетира СДСМ како послушници на помалиот владин коалициски партнер ДУИ, нарекувајќи ги нивни слуги. Ваквиот наратив го прифати и партијата Левица, но го користеше да ги напаѓа не само СДСМ туку и ВМРО-ДПМНЕ, како во посочениот пример:

Првиот концепт којшто ни го нудат е концептот на дејтонизација за којшто се зафатија и СДС и ДПМНЕ, да бидат слуги на УЧК и слуги на ДУИ. **(ТВ 24, 28 април, 2024)**

Ваквиот националистички дискурс, не само што има за цел да ги претстави најголемите македонски партии како неспособни и манипулирани од помалата ДУИ туку и ги обвинува за национално предавство, поделба на државата (според Дејтонскиот модел во Босна и Херцеговина) и работење во корист на албанските интереси.

Левица се обидува да се претстави како трета и најдобра политичка опција во државата и затоа често ги изедначува ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ, обвинувајќи ги за функционирање во спротивност на интересите на народот.

Овие сијамски близнаци, буржујски партии, СДСМ и ДПМНЕ, предводени од Стево и Гога се антинародни партии. Тоа се бизнис-олигархии на милионери кои немаат никаква допирна точка со реалноста. **(МТВ 2, 20 април, 2024)**

13 Jan-Werner Müller, *What is Populism?*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2017.

Притоа, користењето прекари за политичките опоненти е непримерно за јавната сцена, особено кога се работи за претседателски кандидати. Ваквото симнување на нивото на политичкиот дискурс е обид за додворување кон обичниот човек, прикажување дека политичарот е дел од неговата средина и го зборува неговиот јазик.

Навредите не изостанаа ни кај другите политички партии, па така претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, на митингот во Прилеп, претседателскиот кандидат на СДСМ, Стево Пендаровски, го нарече „женомрзец", „арогантен", „дно од човек со образ ѓон":

Со образ ѓон Стево аплаудираше на навредите, а Богданка се смееше. Какво дно од луѓе, каков е овој човек? Пендаровски покрај тоа што е арогантен, стана прототип на балкански женомрзец. фали уште Фрчковски да му се приклучи и да формираат клуб на женомрзци. **(ТВ Канал 5, 16 април, 2024)**

Приземниот и „народски јазик" го гледаме и тука, како дел од истата стратегија, приближување до народот и до обичниот човек, за разлика од опонентот кој ги застапува само интересите на елитата и не зборува „народски". Начинот на кој се обезвреднува политичкиот опонент е преку лични навреди и користење прекари и лични имиња.

Навредите и демонизацијата кон политичките опоненти беа една од спецификите на овие политички избори, но на централните вести на ТВ-станиците, за разлика од порталите и социјалните мрежи, ги среќаваме спорадично, што е еден од најпозитивните заклучоци на оваа анализа.

МТВ 1

Јавниот радиодифузен сервис за време на изборен период подлежи на дополнителни обврски во споредба со сите други радиодифузери, кои се пропишани со Изборниот законик[14], а особено со членот 76-а, од овој правен акт. Овој член го пропишува времето кое јавниот сервис е должен да го посвети на изборните активности, партиите и нивните кандидати, но и информирање на јавноста за начините и за техниките на гласање.

При анализата на првиот канал на јавниот сервис во април, се забележува дека е еден од ретките ТВ-канали кај кои овој месец не се забележува тренд на опаѓање на прилозите со штетни наративи. Вкупно 5 прилози во кои се регистрирани 10 штетни наративи не е премногу, но сепак е забележливо повеќе од февруари и март, кога беа регистрирани само по два вакви прилога.

Помеѓу индикаторите за штетни наративи во прилозите објавени на МТВ 1 препознаваме обвинувања дека странски ентитет (најчесто Русија и Србија) се меша во внатрешните работи во државата, спротивно на интересите на државата. Ваквиот наратив најчесто потекнува од ДУИ, според која секој глас за опозицијата е глас за Русија, за разлика од Европската агенда и ЕУ-интеграцијата која тие ја промовираат.

Па така, најчести штетни наративи кои се јавуваат се ширење паника, страв и несигурност (4), како и обвинувања за странско влијание (1).

14 Изборен законик – Пречистен текст март 2024 година. https://drive.google.com/file/d/1ZJMruqcNl-yC5VuWSzp-fT9BFeKphm5An/view?usp=sharing. Посетено на 16 мај, 2024.

Како пример ја издвојуваме изјавата на претседателот на ДУИ, Али Ахмети, емитувана во прилогот од 28 април:

Затоа останува наша задача, наша мисија согласно со нашите историски определби за сојузништво и партнерство со НАТО, со западноевропските земји да го оневозможиме руското и источните влијанија во нашата земја. Иако целосно не може да го спречиме бидејќи Русија е навлезена со здруженија, медиуми, конференции. Дури е основана и политичка партија од главниот советник на Путин, Александар Дугин, кој неколкупати доаѓаше во Македонија. За да им речеме не на сите тие активности и интервенции на 8 мај нема да имаме избори, туку референдум на кој треба да извојуваме победа. **(ТВ Алфа, 28 април, 2024)**

Сите 5 регистрирани прилози со штетни наративи биле еднострани, односно ја претставиле само едната страна. Исто така, меѓу прилозите најчести се оние со само еден извор (3 или 60 %).

МТВ 2

Кај вториот канал на јавниот сервис МТВ 2 се забележуваат мошне слични бројки како и кај првиот. Регистрирани се вкупно 5 прилози, кои содржеле 6 штетни наративи. Сите прилози, исто како и кај МТВ 1, претставиле само една страна, односно биле еднострани.

Меѓутоа, за разлика од МТВ 1, кај МТВ 2 забележуваме константно намалување на бројот на прилози со штетни наративи, па така, по декември, кога беа регистрирани 17 прилози, во јануари 11, февруари 10 и март 7, во април регистриравме само 5.

Најчести штетни наративи се пристрасното селектирање (3) и напади на личноста (2), а има и еден прилог во кој се забележуваат дезинформации.

Го издвојуваме прилогот емитуван на 20 април, во кој се цитира изјавата на претседателскиот кандидат на ДУИ, Бујар Османи, кој политичкиот опонент го карактеризира како националистичка и одмаздничка опција:

На овие избори имаме и националистичка одмаздничка алтернатива која бара 61 пратеник за да ги исклучи другите националности од одлучувањето. **(МТВ 2, 20 април 2024)**

Ширењето страв и играњето со националните сентименти, особено во мултиетнички општества како македонското е секогаш многу опасна опција. Во земјите во кои постојат најразлични поделби, вклучително и поделби на етничка и религиозна основа, ваквиот тип штетни наративи може дополнително да ја зголеми поларизираноста, да влијае на довербата, па дури и да предизвика различни конфликти. Политичките актери, но и медиумите треба да бидат многу внимателни со ваквите наративи, кои може да бидат мошне опасни.

ТВ Алфа

Намалениот број прилози со штетни наративи кој овој извештај го констатираше особено е забележлив кај ТВ Алфа. Во споредба со февруари кога биле регистрирани 40 прилози со штетни наративи и март со 35 вакви прилози, бројката од 14 регистрирани прилози претставува сериозно намалување.

Најчести штетни наративи (вкупно 31 штетен наратив во 14 прилози) биле поткопување на довербата (13) и пристрасно селектирање (12).

Изразено тенденциозниот однос, во кој се напаѓа еден политички актер, а се протежира неговиот политички опонент, особено во најавата на вестите, сè уште е јасно изразен елемент во централните информативни емисии на ТВ Алфа. За разлика од останатите ТВ-станици, каде улогата на новинарот била само во пренесување на штетните наративи, а одговорноста за нивното креирање била на политичките актери, кај ТВ Алфа се забележуваат 5 случаи во кои новинарот е тој кој сам го создава штетниот наратив, а во 6 случаи тоа го прави заедно со политичкиот актер.

Алфа со денови се обидува да искомуницира со него, по напливот на обвинувања дека тој е платен со валкан кеш од тендери на РЕК Битола и дека е експерт за црни кампањи преку фалсификувани документи и лажни вести. Израелецот по сè изгледа најмногу се плаши од израелската клетва: Да имаш, па да немаш, па така, иако млати милиони за пи-ар стратегии, на интернет речиси и нема ништо. **(ТВ Алфа, 12 април, 2024)**

Новинарот на ТВ Алфа изнесува голем број обвинувања за криминални дејствија поврзани со наводен консултант на СДСМ, но за тоа не нуди вистински докази, ниту сериозно новинарско истражување. Техниките од типот: постојат сериозни обвинувања, се зборува за, се слуша дека... може да бидат дел од шпекулативното новинарство, но не од професионален новинарски прилог.

Улогата на медиумите пред сè е да бидат коректор на власта и да ја следат работата на Владата и на владејачките структури. Но, критиките кои се базираат само на шпекулации, а не на вистински новинарски истражувања, само ја компромитираат оваа важна мисија која медиумите во демократските општества ја имаат.

Од 14 прилози со штетни наративи, 2 воопшто немале никакви извори, додека 10 претставиле само една страна. Односот на новинарот не бил еднаков кон сите политички актери, па така во 6 прилози се забележува дека тој бил изразено негативен или кон СДСМ или кој нејзините претставници и кандидати на изборите.

ТВ Канал 5

При анализата на ТВ Канал 5 беа регистрирани 7 прилози во кои има вкупно 13 штетни наративи. Тоа што треба да се напомене во случајот со ТВ Канал 5 е дека во одредени денови од мониторингот, предизборното претставување на кандидатите се емитуваше вон централните информативни емисии.[15] Најчести се пристрасното селектирање (6 случаи) и поткопувањето на довербата (5). Речиси сите биле креирани од политичките актери, освен еден кој е произведен од новинарот.

Најголем број од анализираните прилози имале повеќе страни (5 или 71,4 %), а во само еден се забележува едностранo известување. Сите анализирани прилози се со теми од внатрешната политика, додека извештајот е најзастапен жанр (5 или 71,4 %).

Мицкоски зборуваше за некакво македонско единство и за мораториуми. За жал, сè повеќе и повеќе луѓе сфаќаат дека единствен мораториум во главата на Мицкоски е мораториумот за интеграција на државата во ЕУ. Исто како што го блокираше изминативе две години, тој е спремен да го одложува членството во ЕУ уште 11 години, исто како што правеше неговиот ментор Груевски. Наместо национално единство за мораториум, на Македонија - е потребно национално единство за интеграција во ЕУ. Тоа е вистинскиот пат за промени и токму тоа е одлуката што треба да ја донесете на овие избори, изјави Ковачевски. **(ТВ Канал 5, 20 април, 2024)**

15 Т.н. „Изборна хроника" се емитуваше веднаш по одјавата на водителот на вестите. Сепак, имајќи го ова предвид, мониторингот ги анализираше овие прилози и партиски претставувања и во вакви услови.

Издвоениот прилог е пример за најчестите обвинувања на претставниците на СДСМ кон ВМРО-ДПМНЕ, кои се претставени како кочничари на европските интеграции. Според СДСМ, опозициската партија ќе продолжи и во иднина да го одложува членството во ЕУ, како што правела и досега. Претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, се претставува како ученик на Груевски, кој според СДСМ бил негов ментор.

Ваквите обвинувања многу често беа дел од кампањата и беа анализирани и посочувани во претходните извештаи.

ТВ 21

Во април, при анализата на прилозите на централните вести на ТВ 21 регистрирани се 8 прилози, кои содржеле вкупно 9 штетни наративи. Најчести меѓу нив биле пристрасното селектирање (4) и напади на личноста, односно демонизација.

Сите прилози се со теми од внатрешната политика и најчесто биле едностранi (5 или 62,5 %).

Од ДУИ денеска преку соопштение ја повикаа албанската опозиција да се освести и да не биде алатка на, како што нагласија, руските агенди кои ги прокламираат ВМРО и нивните гласници. Мицкоски и ВМРО и јавно бараат Македонија без Албанци. **(ТВ 21, 20 април, 2024)**

Во издвоениот пример се среќава најчестиот наратив кој ДУИ го користеше во текот на кампањата, а тоа се врските со Русија, односно обвинувањата дека сè што е против нивната коалиција се приклучува на група зад чии интереси стои Русија. Ваквото заплашување и сеење страв, без притоа да се понудат аргументи за тврдењата, е честа тактика во политичките кампањи.

Штетниот наратив на ширење паника, страв и несигурност обично се креира преку споделувањето на полувистинити или невистинити информации, нивното предимензионирање, преголемото нагласување, пречестото повторување, употребата на формулации со коишто намерно се предизвикуваат паника, страв и несигурност – како што покажува и наведениот пример.

Во примерот којшто е посочен, освен ширењето страв за приближувањето кон Русија, се употребува уште една теза која има слична цел, а тоа е да шири паника и несигурност, но и да го разбуди националниот сентимент кај албанската популација. Информациите, кои немаат поткрепа, алудираат дека опозициската ВМРО-ДПМНЕ, доколку победи на изборите, нема да ги вклучи политичките претставници на Албанците во власта, односно ќе формираат влада без нив.

Како што и претходно беше наведено, злоупотребата на националните сентименти за време на избори, особено во мултиетнички општества како македонското е многу опасна и политичките актери, но и медиумите, мора да бидат особено претпазливи кога се работи за ваквите штетни наративи.

ТВ Сител

Во април при анализата на прилозите на ТВ Сител, регистрирани се 4 прилози кои содржеле вкупно 6 штетни наративи. Најчести биле поттикнувањето поделби (2) и пристрасното селектирање (2). Најголем број од прилозите со штетни наративи биле со само една страна (3 или 75 %), додека во еден прилог се забележуваат две страни. Од анализираните прилози, два биле пренесен говор на политичар, еден аналитичко-репортажен прилог и едно интервју.

Политичките актери се оние кои се најчесто одговорни за креирањето на штетните наративи, освен во еден прилог, во кој новинарката намерно не ја пренесува целосната слика за „настанот“ и намерно изоставува важни информации.

Во прилогот емитуван на 4 април, новинарката прави анкета со млади луѓе, прашувајќи ги колку тие следат политика и избори. Во прилогот се издвојува една млада личност, која за разлика од останатите соговорници кои не се толку заинтересирани за политиката, вели дека редовно следи:

Апсолутно ги следам кампањите од сите политички партии, од сите кандидати за претседатели. Најпрвин сметам дека тоа е обврска на секој млад човек, потоа јас и студирам правни науки, така што би кажала дека тоа ми е во струката и ме интересира. Ги следам, како што кажав, политичките кампањи, ги следам и на ТВ-дуелите и на социјалните медиуми и сметам дека клучот е во тоа младите да бидат запознаени, за да можеме да излеземе и да го дадеме нашиот глас за да се случат промените коишто ни требаат. **(ТВ Сител, 4 април, 2024)**

Очигледно, студентката е, како што вели, „за промени“ на власта, но тоа што во прилогот е испуштено, а е многу важно за контекстот, е дека таа е активен член на Унијата на млади сили на ВМРО-ДПМНЕ.

Ваквото непренесување на целата слика или на информациите кои се многу важни за контекстот, придонесуваат за формирање нереална слика кај гледачите и го креира штетниот наратив - пристрасно селектирање, односно селективно изнесување податоци за некој настан, а прикривање на други што се користи за манипулирање на јавноста.

За жал, ваквите суптилни манипулативни техники не се секогаш лесно воочливи и остануваат во делот на уредувачката политика.

ТВ Алсат М

Како и кај повеќето медиуми во април, и кај ТВ Алсат М се забележува намален број прилози со штетни наративи, односно регистрирани се 6 прилози со вкупно 6 штетни наративи. Најчести биле наративите со кои се поткопувала довербата во институциите, системот или политичките субјекти. Овие прилози најчесто имале само една страна (4 или 66,7 %) и имале само еден извор (3 или 50 %). Сите теми биле поврзани со внатрешна политика, а од жанровите преовладува жанрот вест со изјава (3 или 50 %).

Во изјавата дадена по првиот круг на претседателските избори, претставникот на коалицијата Вреди, Биљал Касами, не само што неаргументирано обвинува за изборен поткуп туку истовремено ги навредува другите етнички заедници за продавање на сопствениот глас.

Добитници на изборите сме ние. [...] ДУИ има купено гласови на помалите етнички заедници и на загрозените граѓани кои имале потреба од нивните пари. **(ТВ Алсат М, 24 април, 2024)**

Ваквиот наратив кој определува чии гласови се важни и чии гласови се бројат, креира и навредлив однос кон другите заедници, како помалку вредни. Па така проблемот не е само во неаргументираното обвинување на политичкиот опонент туку и во демонстрирање на етноцентризам, односно етничка пристрасност, размислување дека сопствената етничка група е поважна и посуперирна во однос на некои други.

Дополнително, ваквиот етноцентризам креира и негативни предрасуди и ставови за другите, во конкретниот случај дека ги продавале своите гласови на изборите.

Од друга страна, пак, ваквите сериозни обвинувања треба да бидат испитани и анализирани подлабоко од новинарите, кои тоа не го прават. Медиумите треба да истражат дали навистина имало поткуп, на кои места и дали постојат докази за тоа.

ТВ Телма

Како и претходниот месец, и во април кај ТВ Телма се регистрирани само три прилози, но во нив се забележани вкупно 8 штетни наративи. Најчест бил наративот на поттикнување поделби (2), но среќаваме и популизам, странско влијание, ширење паника, пристрасно селектирање итн. Меѓу нив нема едностраниприлози, и 2 се регистрирани како прилози со повеќе страни, додека 1 е со две страни. Сите штетни наративи биле креирани од политичките актери, додека новинарите или ги пренесувале без никаква интервенција или јасно ги истакнувале, но без да заземат став.

Издвоениот пример е изјава на претседателот на СДСМ, Димитар Ковачевски, кој ги промовира сопствените идеологии/активности/однесувања како нешто што е во корист на народот, за разлика од опозицијата која работи на штета на јавниот интерес, односно е против ЕУ-интеграцијата.

Една опција се Мицкоски, Силјановска и ДПМНЕ, со мораториум за Европската Унија. Другата опција се СДСМ и Стево Пендаровски кои нема да се откажат од нашата европска иднина. **(ТВ Телма, 20 април, 2024)**

Ваквиот наратив поттикнува поделби и ги оцрнува политичките опоненти како група која работи во спротивност на интересите на народот.

ТВ 24

Во април, ТВ 24 заедно со ТВ Телма, имаа најмалку прилози со штетни наративи, само 3, во кои вкупно се забележани 4 штетни наративи. Најчесто штетен наратив бил наративот на напади на личноста или демонизација. Во два случаја политичките актери се тие кои го произвеле штетниот наратив, а во еден тоа бил новинарот.

Случајот на апсење на новинар, СДСМ го користеше и за обвинување на опозицијата за нивните автократски намери доколку се вратат на власт. Таква е и изјавата на портпаролката на СДСМ:

Гледаме обиди на најбрутален начин, со апсење новинар кој објави афера за ДПМНЕ, да се врати ВМРО – МВРО. **(ТВ 24, 8 април 2024)**

ВМРО-МВРО е погрден назив за името на партијата, кој алудира дека оваа партија сака да воведе полициски режим и нејзиниот систем на владеење би бил автократски или воведување полициска држава.

РЕЗИМЕ

Македонските медиуми кои беа предмет на мониторингот во април продолжија да им бидат партнери на политичките актери во ширењето на штетни наративи, но забележителна е битна разлика меѓу ТВ-станиците и онлајн медиумите. Имено, во април продолжи трендот на намалување на штетните наративи во ТВ-вестите и по февруари и март кога беа регистрирани 90 односно 79 случаи, овој месец има рекордно низок број од само 55 прилози со штетни наративи. Нискиот број на вакви прилози е

особено позитивна вест, ако имаме предвид дека април беше месец на интензивни претседателски и парламентарни кампањи. Од друга страна, анализата на онлајн медиумите покажува целосно различна слика, со рекордни 261 случаи на штетни наративи (февруари – 211, март - 224), вклучувајќи навреди, напади и дезинформации, што укажува дека однесувањето на политичарите и начинот на кој ги водат политичките кампањи не е променето.

Клучни карактеристики за известувањето на онлајн медиумите во април 2024

Трендот на несмалено темпо на продукција на прилози со штетни наративи кај онлајн медиумите кој од месец до месец постојано е во нагорна линија кулминира во април за време на предизборната кампања. Приказните се вртеа околу тврдења за корумпираност, непрофесионалност, злоупотреба на службената положба без нивна поткрепа; непроверени/тешко проверливи наоди со кои се обвинуваат политичките противници; етикетирање, исмевање и непочитување на други лица како и оцрнување на одредени групи луѓе за да се предизвика поделба и раздор. Се користеше реторика со која се поткопува довербата во институциите, пристрасно се селектира, се напаѓа и демонизира одредена личност и се поттикнува поделба, страв и несигурност. 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). Притоа, веќе не изненадува „креативноста" на авторите, главните протагонисти, пред се, политичките субјекти на сите нивоа на власта, во градењето и развивањето на штетниот вокабулар. Нивната негативна реторика преточена во јавните говори, настапи, искази, политички соопштенија, лесно го наоѓаа патот до јавноста, а токму интернет медиумите, каде времето и просторот се неограничени, беа плодна почва за нивна промоција. На тоа, како додадена вредност, е и „привилегијата" на интернет медиумите, токму во овој месец – месец на изборни кампањи, кои не подлежат на законски услови и начини на покривање на изборите како радиодифузерите, „ширум да ги отворат своите информативни страници" за сите политички субјекти во изборната трка, што не ги ослободува од придржување до професионалните новинарски стандарди.

На агендата на мониторираните портали, највисок коефициент на прилози со штетни наративи, стандардно имаа неколку од нив кои повремено си ги менуваат првото, второто или третото место. Овој пат, но и неколку месеци претходно, најмногу прилози со штетни наративи има Курир, а следат А1он, Вечер.мк Алмакос и Република. Кај онлајн медиумите пораст над 100 % во бројот на штетени наративи бележат Слободен печат (178 % повеќе штетени наративи во април споредено со март) и Алмакос (106 % повеќе штетни наративи во април во однос на март), кај нив има пораст и во бројот на прилози со штетни наративи, иако многу помал - 31 % кај Слободен печат и 75 % кај Алмакос. Пад и во бројот на штетни наративи и во бројот на прилози со штетни наративи бележат МКДмк - 56 % пад во бројот на штетни наративи и 55 % во бројот на прилози, Нова ТВ пад од 50 % во бројот на штетни наративи и 43 % во број на прилози и Независен со пад од околу 30 % и во бројот на штетни наративи и во бројот на прилози со штетни наративи објавени во април во однос на март. Кај сите онлајн медиуми темата внатрешна политика, а овој пат во тие рамки претседателските и парламентарните избори, секогаш го има приматот. Но, гледано новинарски не/професионално, примат, исто така, имаат жанровските форми политички говори и партиски соопштенија, едностраното информирање, консултирањето најчесто на еден извор на информации, посочувањето на прецизни извори на информации, отсуството, со ретки исклучоци на автор/новинар на прилозите, фотографии, актуелни или архивски, без нивно означување. Ништо ново во востановената структура со мали, занемарливи отстапки.

Во градењето на штетните наративи речиси подеднакво учествуваат и индивидуалните и колективните политички актери. Но, овој пат предност им е дадена на индивидуалните, пред се на претседателот на ВМРО-ДПМНЕ, Христијан Мицкоски, а од колективните ВМРО-ДПМНЕ, а дури потоа ДУИ и СДСМ. Гледано во целина, април е реприза на веќе утврдените и потврдени показатели. Останува само

изненадувањето за толку големата бројка на штетни наративи, а можното објаснување зголемената активност на политичките актери, пред се, поради политичките кампањи за двојните избори во државата и борбата за власт како и јасното препознавање на интернет медиуми како субјекти во информативниот простор без законски ограничувања токму за време на изборните кампањи.

Клучни карактеристики за известувањето на ТВ-станиците во април 2024

Главен заклучок на анализата на централните вести на ТВ-станиците во април е дека во ек на претседателските и на парламентарните предизборни кампањи, бројот на штетни наративи е најмал 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. Притоа, објективното и рамноправно претставување на кандидатите се следи од неколку домашни и странски организации, вклучително и од медиумскиот регулатор, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Штетните наративи, што се покажа и во претходните месеци, најчесто ги креирале политичките актери и партии, а поретко новинарите, кои само ги пренесувале, без интервенција и заземање став. Исклучок, како и досега, е ТВ Алфа, каде од вкупно 14 прилози со штетни наративи, 6 биле креирани од новинарот, а 5 од новинарот и од политичкиот актер.

Најчести штетни наративи во април биле пристрасното селектирање (28) и поткопувањето на довербата (24), што е карактеристика и за претходните месеци. Потоа следат напад на личноста или демонизација (10), поттикнување поделби (8), ширење страв и паника (7) итн. Забележително е што ширењето паника и страв како штетен наратив кај телевизиите се појавува по повеќемесечно отсуство и е присутен во 13 % од вкупниот број штетни прилози.

ТВ Алфа е повторно медиумот кај кој се забележани најголем број прилози со штетни наративи (14 или 44,3 %), но мора да се потенцира дека и кај оваа телевизија гледаме голем пад на овој тип прилози, по регистрираните 40 прилози во февруари и 35 во март.

Едностраноста на прилозите со штетни наративи останува специфика и во овој период, каде гледаме дека дури 35 прилози или 63,6 % претставиле само една страна и не овозможиле простор за останатите страни да ги пренесат сопствените аргументи.

Во овој извештај е посочен и еден прилог емитуван на ТВ Сител, во кој новинарката не споделува важна информација со гледачите околу активната политичка улога на една од соговорничките, со што ја манипулира јавноста и формира нереална слика за работите. Ваквите случаи не се ретки, но за жал не се секогаш лесно воочливи, а уште потешко се докажуваат.

Во овој контекст важно е да се споменат неколку работи. Прво, многу е важно кој има пристап до мејнстрим-медиумите, односно кому му е овозможено да говори. Иако навидум медиумите го промовираат концептот на балансираност и нудењето време и простор секому, сепак тоа не е навистина случај. Ова истражување досега покажа дека најчестите актери во прилозите се претставниците на најголемите политички партии, кои добивале можност да говорат за секоја општествена тема, од внатрешна и од надворешна политика, па сè до здравство, образование, корупција итн. Јавноста ретко има можност да ги слушне експертите од областа, но уште поретко маргинализираните и малцинските групи во општеството, чие постоење е речиси невидливо и нивниот глас може да се слушне само во ретки можности кога се зборува за проблеми на нивните заедници.

Од друга страна, освен во информативните изданија, изборот на гости во емисиите, експерти и соговорници во голема мера го определува генералниот дискурс, односно го формира јавното мнение и начинот на кој јавноста ќе размислува.

Јавноста не знае секогаш многу за оние кои зборуваат или имаат можност да го креираат јавното мнение. Честопати, иако претставени како независни експерти, тие се во улога на организатори на кампањите на партиите, поседуваат или работат во комуникациски и маркетинг агенции кои соработуваат со различни политички актери и партии, имаат бизнис-релации со нив или пак се во нивните управни одбори. Се разбира дека тие ќе застапуваат одредени гледишта и ставови кои се во линија на нивните соработници и бизнис-партнери и нема да може да се апстрахираат од релациите кои ги имаат.

Па така, треба да бидеме свесни, дека понекогаш, иако тоа тешко се докажува и мери, изборот на оние кои добиваат збор во мејнстрим-медиумите е начин и за суптилна, имплицитна манипулација со јавноста.

Второ, исто така мошне важно, е начинот на кој медиумот и уредувачкиот тим ги врамува општествените настани и случувања. Политичките избори може да се набљудуваат како интересна студија на случај како одредени теми се врамуваат, како за нив се говори и во каков контекст опстојуваат. Темите како европските интеграции, односите со соседите, уставните измени, борбата со криминалот итн. за време на политичката кампања беа ставени во рамка на бинарни опозиции, „ние“ и „вие“, предавници и патриоти, прозападни и проруски, борци против криминалот и криминалци. Ваквиот симплифициран, но истовремено и неиздржан пристап, не отвора вистинска дебата за овие важни теми, туку, напротив, го перпетуира целиот проблем и нуди лажни, популистички решенија.

И трето, изборот на темите, односно изборот на тоа за што ќе се зборува и кои ќе бидат важните прашања на кои ќе се дискутира, исто така игра важна улога во формирањето на доминантниот дискурс. Одредувањето на агендата е мошне важно, а медиумите играат главна улога во тој процес. Па така, многу важни теми како образованието, земјоделството, безбедноста, урбанизмот, културата се третираат површно, во сенка на партиските меѓусебни обвинувања и неаргументирани напади или воопшто не се ни зборуваат. Или, како што вели Бернард Коен, можеби медиумите не ни кажуваат што да мислиме, но дефинитивно ни кажуваат на што да мислиме.

На крајот, од почетокот на анализата во септември 2023 година, па до денес, можеме да заклучиме дека најчесто штетните наративи се создавале како резултат на тврдења за корумпираност, нетранспарентност, неотчетност, непрофесионалност, злоупотреба на службената должност, **без поткрепа на тие тврдења** (30 вакви случаи во април или 45,5 %).

Од една страна гледаме голем број обвинувања без докази, без документи и аргументи, но од друга страна секогаш кога ќе се појават аргументи и документи, другата страна не сака ни да ги дискутира, веднаш дискредитирајќи ги како лажни вести и дезинформации подготвени во кујната на политичкиот опонент.

За таквото избегнување на дискусија која ќе се води со аргументи и со поткрепа на факти се чини дека консензус имаат постигнато сите политички субјекти. Па така, политичките актери без проблем влегуваат во расправа само кога дебатите се одвиваат на ниво на меѓусебни, неаргументирани обвинувања, кавги за вредности и идеали, но не кога постојат докази и се презентираат документи.

На овој начин, но и преку вулгарниот и неприкладен речник, навредите и демонизацијата на политичките опоненти и неистомисленици, постојано го намалуваат нивото на јавниот дискурс и квалитетот на јавните и политички дебати во општеството.

Институт за комуникациски студии

НЕ ВЕРУВАЈ ПРОВЕРУВАЈ! #користифакти

www.iks.edu.mk
info@iks.edu.mk

British Embassy Skopje

UKaid from the British people

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)

Институт за комуникациски студии

ШТЕТ-НА

НЕ ВЕРУВАЈ ПРОВЕРУВАЈ! #користифакти