

МЕРЕЊЕ НА ПОЛИТИЧКИ ШТЕТНИ НАРАТИВИ

РЕЗИМЕ

ИЗВЕШТАЈ ЗА ПЕРИОДОТ
МАРТ 2024 - МАЈ 2024



Наслов на публикацијата:

Мерење на политички штетни наративи (ШТЕТ-НА)
Извештај за периодот септември 2023 - февруари 2024

Издавач:

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

За издавачот:

вонр. проф. д-р Жанета Трајкоска

Едиција:

ResPublica **RP** respublica

Автори:

Вонр. проф. д-р Жанета Трајкоска
Проф. д-р Елеонора Серафимовска
м-р Јорданка Черепналкова Трајкоска
Александра Теменугова
Проф. д-р Весна Шопар
м-р Бојан Георгиевски
м-р Михајло Лахтов
м-р Мила Стаменова
Проф. д-р Маријана Марковиќ
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:

Ивана Темелкоска

Техничко уредување:

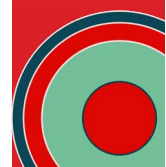
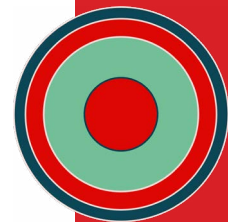
Дејан Јовески

Место и година:

Скопје, 2024

Содржина

- 5 КЛУЧНИ НАОДИ**
- 5 Промени меѓу рекордерите
- 6 Најчести штетни наративи
- 6 Најмалку два штетни наратива по објава
- 7 Внатрешна политика со недостоен речник
- 7 Интензивирани штетна реторика кај дел од власта
- 8 Позитивни поместувања кај медиумите
- 9 ПОЛИТИЧКИ АКТЕРИ**
- 11 Анализа на штетноста на објавите
- 14 Видови штетни наративи
- 15 Како се претставуваат себеси политичките субјекти
- 16 ЧЛЕНОВИ НА ВЛАДАТА**
- 18 ТВ-СТАНИЦИ**
- 19 Споредба по број на прилози за три месеци: март – мај 2024
- 19 Видови штетни наративи
- 20 Кој ги „произведува штетните наративи“ и како новинарите се однесуваат кон штетните наративи на политичките актери
- 21 Во што се „пакува“ штетниот наратив?
- 21 Главна тема во прилозите со штетни наративи
- 21 Извори
- 22 ОНЛАЈН-МЕДИУМИ**
- 23 Број на прилози за три месеци
- 24 Видови штетни наративи
- 24 Кој ги произведува штетните наративи и како новинарите се однесуваат кон штетните наративи на политичките актери
- 25 Главна тема во прилозите со штетни наративи
- 25 Извори



Истражувањето „Мерење на политички штетни наративи“, започна во септември 2023 година со цел да се утврди дали и како политичките актери во Северна Македонија креираат, споделуваат и користат штетни наративи и да открие каква е улогата на медиумите при известувањето за овие наративи, односно дали притоа се применуваат професионалните и етичките новинарски вредности и стандарди.

Карактеристично за периодот март - мај 2024 е што мониторингот се спроведуваше во период на неофицијална и официјална предизборна кампања за претседателските и за парламентарните избори коишто се одржаа на 24 април и на 8 мај, како и за време на постизборието кога беа претставени резултатите од гласањето, односно победниците во двата изборни циклуса и веќе течеа преговорите за составот на новата влада.

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

За целите на ова истражување се следеа 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 беа 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)

Анализата на политичките партии и на нивните лидери е фокусирана на утврдување на доминантните штетни наративи, формата и каналите кои најчесто се користат за ширење на ваквите наративи и се осврнува на начинот на кој се прекршуваат [стандардите и начелата за политичката комуникација](#). Од друга страна, медиумскиот мониторинг дава одговор на прашањето дали медиумите се придржуваат на [професионалните и на етичките стандарди](#) за точно, правично и непристрасно информирање или беспоговорно ја следат агендата што ја диктираат политичките актери.

Истражувањето „Мерење на политички штетни наративи“ (ШТЕТ-НА) Институтот за комуникациски студии (ИКС) го реализира во рамките на проектот „Употреба на новинарство засновано на факти за подигање на свеста и спротивставување на дезинформациите во медиумскиот простор во Северна Македонија: Користи факти“, поддржан од Британската амбасада во Скопје. Истражувањето е лонгитудинално и во текот на 2023 и 2024 година во неколку фази го спроведува

тим од ИКС во соработка со истражувачи и експерти од областа на комуникациите и на медиумите, како и со медиумски професионалци во делот на мониторингот и на контролата.

Методолошката рамка, примероците и динамиката на следење, како и детали за целиот истражувачки процес се достапни на: [ШТЕТ-НА](#).

Овој документ претставува резиме на резултатите од мониторингот во периодот март - мај 2024 година. Целосниот тримесечен извештај може да се прочита [ТУКА](#).

КЛУЧНИ НАОДИ

Тромесечјето март - мај 2024 година донесе своевиден пресврт во употребата на штетните наративи кај политичките актери во однос на претходните шест месеци, односно намалување на нивната бројност и кај политичките партии и кај политичките лидери. Тоа главно се должи на намалувањето на интензитетот на комуникација со јавноста кај дел од политичките актери, односно постизборното затишје по завршувањето на изборите во мај. Од друга страна, во ова тромесечје има значително зголемување на штетната реторика кај владините функционери. Забележителен пад на прилозите со штетни наративи се забележува кај ТВ-станциите, но притоа треба да се земе предвид регулативата на која подлежат овие медиуми за време на избори. Кај онлајн медиумите, коишто немаат обврска да ја почитуваат оваа регулатива, има променливи текови во бројот на штетни објави во зависност од месецот, односно тие во оваа тромесечје ем уриваа рекорди ем имаа значително намалување во штетните објави.

Сите медиуми кои се предмет на мониторинг се пријавија за платено политичко рекламирање, освен www.novatv.mk

Промени меѓу рекордерите

Во овој тромесечен период имаше промени во првата тројка политички партии кои ширеле најмногу штетни наративи. Имено, двете најголеми политички партии ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ во периодот септември 2023 - февруари 2024 убедливо водеа во ширењето штетни наративи со вкупно 311, односно 228 штетни објави, соодветно, а Левица беше на третото место со вкупно 193 вакви објави. За разлика од тогаш, во периодот март - мај 2024, ВМРО-ДПМНЕ го задржа првото место со вкупно 102 објави со штетни наративи (учество од 33 % во вкупниот број штетни објави од политичките партии), но Левица прејде на второто место со вкупно 90 штетни објави (29 % од вкупниот број), а СДСМ се најде на третото место со 63 објави со штетни наративи (21 % од вкупниот број штетни објави на политичките партии). Вреди да се нагласи дека во мај – месецот на одржување на изборите и презентирањето на изборните резултати, Левица имаше убедливо најмногу (25) штетни наративи, ВМРО-ДПМНЕ падна на второто место со 16 објави со штетни наративи, а СДСМ со пет штетни објави го зазеде четвртото место и го отстапи третото место на ДУИ кај која беа утврдени шест објави со штетни наративи.

Кога станува збор за политичките лидери, претседателот на Левица, Димитар Апасиев во периодот март - мај 2024 имаше најголем број објави со штетни наративи, вкупно 32. На второто место е Изет Меџити, лидер на Демократското движење (17), а на третото место Африм Гаши од Алтернатива (15). Апасиев и во шестмесечната анализа беше лидерот со најголем број објави со штетни наративи, а Меџити тогаш беше на третото место. Лидерот на ВМРО-ДПМНЕ Христијан Мицкоски, кој во периодот септември 2023 - февруари 2024 беше на второто место на „штетната лидерска листа“, во последното тромесечје од мониторингот со само две објави со штетни наративи се најде на шестото место од вкупно десет рангирани лидери.

Најчести штетни наративи

По зачестеност, кај политичките партии во ова тромесечје се издвојуваат два вида штетни наративи: *пристрасно селектирање и поткопување на довербата во институциите на системот*. Кај политичките партии се констатирани 253 случаи на пристрасно селектирање во кои тие се обиделе да ја замајуваат јавноста криејќи факти и прикажувајќи само избрани податоци за одредени состојби со кои ја вртеле „приказната на своја воденица“. Истовремено, мониторингот забележал 239 случаи на *поткопување на довербата во институциите на системот* со кои тие свесно сакале да создадат несигурност и недоверба кај граѓаните во државата. Има менување на местата на овие два наратива, споредено со анализата од претходните шест месеци, односно од прво место по зачестеност, наративот *поткопување на довербата во ова тромесечје* е на второ, додека обратно се случува со *пристрасното селектирање* - во последното тромесечје е прв најчесто користен штетен наратив. На третото место најкористен штетен наратив кај политичките партии е *поттикнувањето поделби* (81 случаи).

Кај политичките лидери во периодот март - мај 2024 на првите две места исто така се штетните наративи *пристрасно селектирање* (47 случаи) и *поткопување на довербата* (35), но на третото место е штетниот наратив *напади на лична основа/демонизација* (31). Слична е поставеноста на видовите штетни наративи и во претходниот шестмесечен период од мониторингот.

Инаку, забележливо е дека, иако со помала динамика, политичките актери ова тромесечје користеле и *популизам, ширење страв и паника, обвинувања за странско влијание*, а има и случаи на употреба на говор на омраза од страна на некои политички лидери.

Најмалку два штетни наратива по објава

Мониторингот во периодот март - мај 2024 покажа дека политичките партии имале 307 објави со вкупно 796 штетни наративи, што значи дека интензитетот на штетност е 2,6 или во просек два до три штетни наративи во една објава. Во овој период политичките лидери имале 68 штетни објави со вкупно 166 штетни наративи, односно сличен интензитет на штетност од 2,4.

Најчестите форми преку кои политичките партии ширеле штетни наративи се: соопштенијата за јавност (29 % од објавите) и прес-конференциите (25 %), како и интервјуата (18 %). Редоследот на користени видови објави кај соопштенијата и прес-конференциите е сосем ист со претходниот шестмесечен период, а интервјуата се своевиден „новитет“ во објавите на партиите во (пред)изборното тромесечје. Кај политичките лидери објавите со штетен наратив најчесто биле: реакции (31 % од објавите) и интервјуа (17 %). Реакциите биле на прво место и во претходниот шестмесечниот период, но, како и кај партиите, и лидерите во ова тромесечје објавувале почесто свои интервјуа, коишто отсутнуваа како вид објава во претходниот период од мониторингот.

Внатрешна политика со недостоен речник

Најголемиот дел од сите објави со штетен наратив и на политичките партии (76,2 %) и на политичките лидери (86,8 %) во периодот март - мај беа на тема внатрешна политика. Во комуникацијата на политичките партии и нивните лидери со јавноста се појавуваат и теми како корупцијата и криминалот, но со многу позабавена динамика. Речиси нема измена во темите во рамки на кои се продуцираат штетните наративи меѓу последното тромесечие и претходниот шестмесечен период.

Забележително е дека политичките актери продолжија да користат реторика која е навредлива, омаловажувачка и на ниско ниво, а во обид преку вулгаризирање на речникот да ги оцрнат и да ги етикетираат политичките противници и да ги придобијат гласовите на граѓаните, што е недозволиво во современата политичка дебата и спротивно на [стандардите и начелата за политичката комуникација](#).

Критиките на СДСМ главно беа насочени кон ВМРО-ДПМНЕ нарекувајќи ги „ВМРО-МВРО“, „мрак“ и „режим“. Пораките на ДУИ, односно на Европскиот фронт беа насочени кон албанската опозиција, односно коалицијата Вреди кои беа нарекувани „вазали на Мицкоски“ и „бактерии“. ВМРО-ДПМНЕ ги нарекуваше СДСМ - „измеќари на ДУИ“, а претставниците на ДУИ – „командантите на Ахмети“. Критиките на партиите од коалицијата Вреди беа главно насочени кон ДУИ нарекувајќи ја „корумпирана елита“ и „ДУИ Лотарија“, а Левица употребуваше навредлива реторика речиси кон сите политички субјекти. За нив, СДСМ се „шизофрена партија“, „транзициски клептомани“ и „квислинзи“ ВМРО-ДПМНЕ се „лажна опозиција“ и „буржујска партија“, а ДУИ се „чудовиште“ и „Учки“.

Интензивирана штетна реторика кај дел од власта

Членовите на Владата во овој период ги користеа официјалните канали за промоција на сопствената партиска агенда, но и за обвинувања кон политичките противници. Во периодот март - мај беа забележани вкупно 58 објави со штетни наративи и вкупно 93 штетни наративи кај членовите на Владата. Во однос

на претходно анализираниот шестмесечен период (септември 2023 – февруари 2024), се бележи значителен пораст и во бројот на објави со штетен наратив на владините претставници и во бројот на пренесени штетни наративи. Имено, во последното тромесечје - предмет на мониторингот, бројот на објави со штетен наратив пораснал 2,2 пати во споредба со претходниот шестмесечен период или за 223 %, додека употребата на штетните наративи пораснала за 1,7 пати, односно за 172 %. Првиот вице-премиер Артан Груби е член на Владата со најмногу (18 објави) со штетни наративи во овој период, на второто место е министерот за правда Кренар Лога (15), а на третото место е министерот за економија Крешник Бектеши (12). Она што е забележано при мониторингот е значајниот пораст на објави со штетен наратив кај Лога и Бектеши во мај (од 2 во април на 10 објави во мај кај Бектеши и од 3 на 10 во мај кај Лога).

Во однос на видовите штетни наративи што се јавуваат во објавите на владините членови, анализата покажа дека тие најчесто употребуваат два вида штетни наративи: *пристрасно селектирање и поткопување на довербата на граѓаните во институциите и медиумите*. Поретко ги користат штетните наративи *поттикнување поделби, напади на лична основа и странско влијание*. Иако инцидентни, интересно е да се забележи дека штетните наративи *етноцентризам и екстрем патриотизам* се употребени во мај од Крешник Бектеши и Кренар Лога, додека *ширење паника и страв* во април од Артан Груби и министерката за култура Бисера Стојчевска. Уште една интересна забелешка е дека штетниот наратив *странско влијание* единствено е искористен од Артан Груби во текот на секој месец на ова тромесечје.

Позитивни поместувања кај медиумите

Во периодот март - мај 2024 година се забележува намалување на вкупниот број прилози со штетни наративи кај телевизиите и кај онлајн медиумите, со тоа што кај вторите во ова тромесечје, односно во април е нотиран најголемиот пик за време на целиот мониторинг. Во овој контекст, треба да се земе предвид дека радиодифузерите подлежат на обврски согласно со регулативата за време на изборни процеси (Изборниот законик, Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги), како и на редовните и вонредните мониторинзи од домашните и од странските набљудувачи, вклучително и медиумскиот регулатор, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Имено, кај ТВ-станциите во овој период беа забележани вкупно 185 прилози со штетни наративи, а најмалку во текот на мај (во однос на март се бележи пад од 35 % - од 79 на 51 прилог). Во однос на шестмесечниот период, има намалување на бројот на прилози со штетен наратив во последното анализирано тромесечје од околу 20 % (во просек во шестмесечниот период, месечно кај телевизиите се забележани 81 прилог со штетен наратив, додека во тромесечјево, месечно во просек тој број изнесува 62 прилози). ТВ Алфа повторно има најголем број прилози со штетни наративи - 61 прилог, иако споредено со шестмесечниот има намалување во просек од околу 30 %. МРТ 1 е телевизијата со најмал број прилози со штетен наратив (9 прилози), за разлика од претходните шест месеци кога била ТВ 24 со 15 прилози.

Од друга страна, кај онлајн медиумите беа забележани вкупно 672 прилози со штетни наративи. Најмалку имало во мај (187), а најмногу во април (261), што е рекорд за целиот период од мониторингот. Постојат големи разлики во бројот на објавените прилози со штетен наратив: онлајн медиум со најмногу штетни прилози е Курир – 124 прилози, а онлајн медиум со најмалку објавени прилози со штетен наратив е Нова ТВ – 14 прилози.

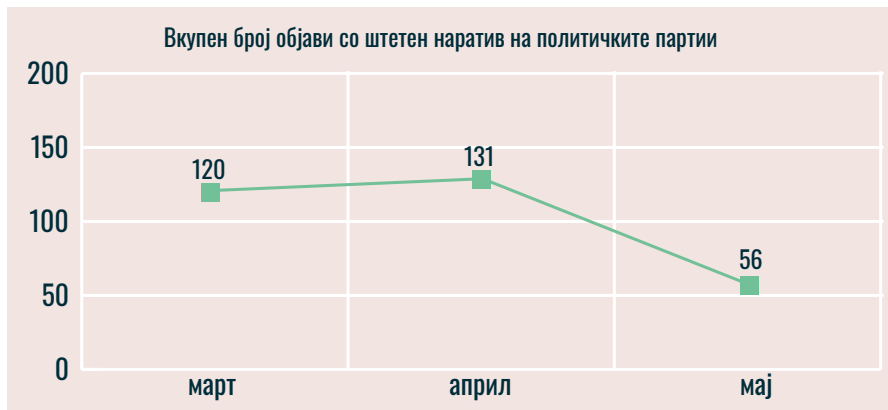
Трите најчесто споменувани штетни наративи во прилозите на главните вести на ТВ-станиците се *поткопување на довербата во институциите* (100 пати или 31 % од вкупниот број наративи), *пристрасно селектирање* (100 пати или 31 % од вкупниот број наративи) и *поттикнување поделби* (34 пати или 11 % од вкупниот број наративи). Овие три штетни наративи нотирани во централните информативни изданија се совпаѓаат со истите три најчесто употребувани од политичките актери. Слично е и кај онлајн медиумите каде првите два најчесто споменувани штетни наратива се *поткопување на довербата во институциите* и *пристрасно селектирање*, а на трето место се *нападите на личноста*.

Забележително е дека изворите во прилозите на телевизиите и онлајн-медиумите се најчесто прецизни, меѓутоа голем проблем кај двата вида медиуми како и во претходните шест месеци останува едностраното информирање. Така, кај ТВ станиците во периодот март-мај доминираат прилози со еднострано информирање (60 %), а уште полоша е состојбата кај онлајн медиумите – во 85 проценти од објавите е користен еден извор.

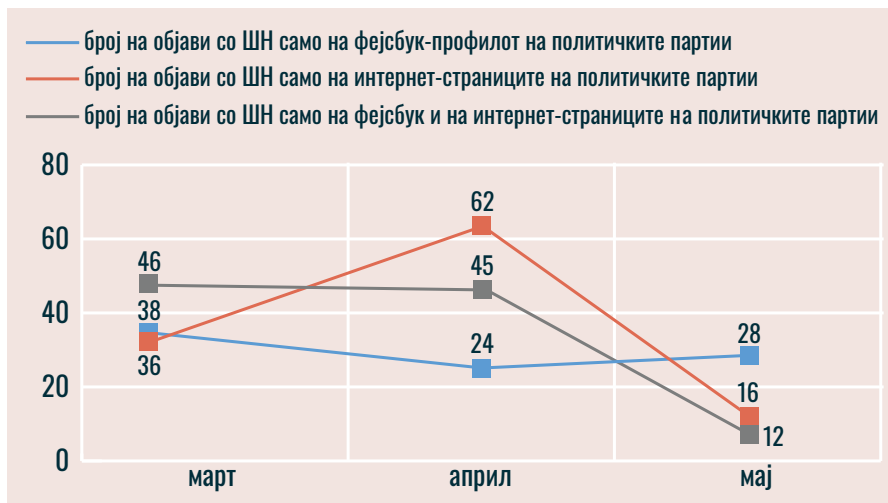
Иако е разбирливо за време на изборна кампања зачестено да се пренесуваат ставови и говори на политичките субјекти, тоа не значи дека новинарите треба да бидат неми пренесувачи на нивните пораки. Една од основните задачи на новинарите, односно на медиумите е да најдат начин во еден прилог да ги соочат, односно да ги вкрстат ставовите на политичките противници и, уште поважно, да побараат мислење од независни трети страни со што на публиката/гласачите би им дале шанса да добијат поцелосна и пореална слика за политичките состојби базирана на повеќе различни извори/страни.

ПОЛИТИЧКИ АКТЕРИ

Мониторингот на политичките актери се вршеше секој последователен трет и четврти ден. Свкупно, во периодот март – мај 2024 година, мониторингот на официјалните страници на политичките актери опфати 46 денови. Во периодот март - мај 2024 година, од вкупно 307 објави со штетни наративи кај политичките партии, 90 објави се појавиле само на фејсбук-профилите на партиите, 114 само на официјалните интернет-страници на партиите, а 103 истовремено и на нивните фејсбук-профили и на официјалните интернет-страници.

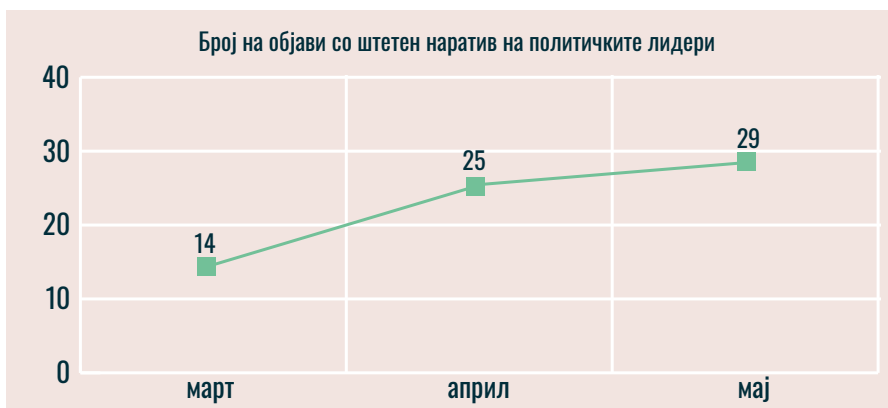


Слика бр. 1 Приказ на вкупниот број објави со штетен наратив на политичките партии



Слика бр. 2 Приказ на вкупниот број објави на политичките партии на нивните интернет-страници и фејсбук-профили

На фејсбук-профилите на политичките лидери во текот на 46 денови од мониторингот беа забележани вкупно 68 објави со штетни наративи, најмногу во мај (29).



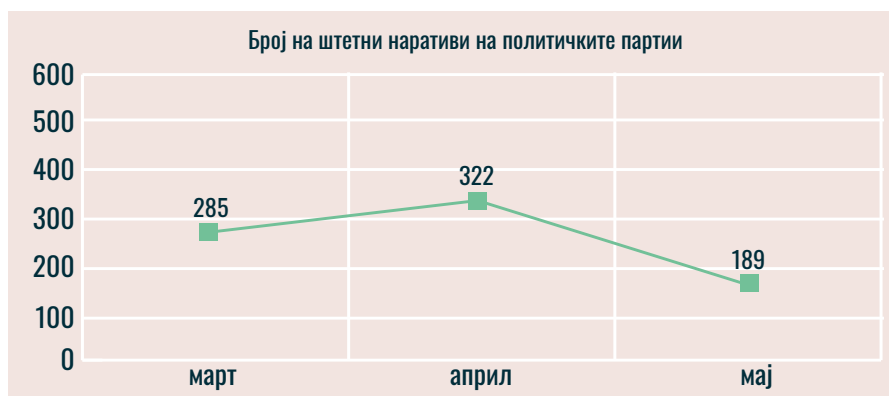
Слика бр. 3 Приказ на вкупниот број објави на политичките лидери на нивните ФБ-профили

Анализа на штетноста на објавите

Подолу се претставени три аспекти на анализата на штетност:

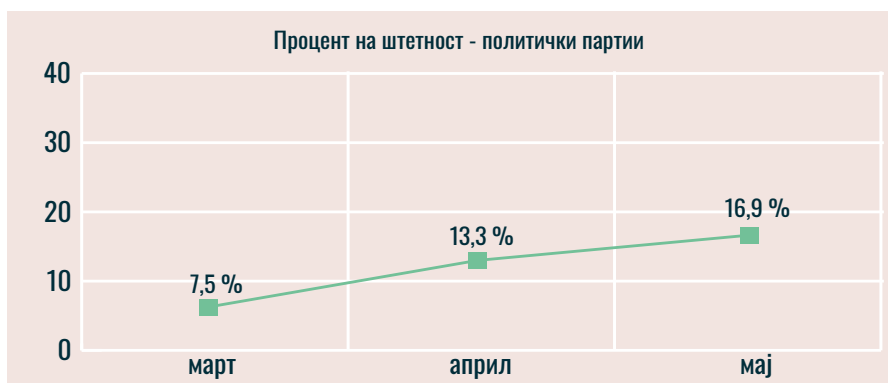
1. Првиот аспект е **зачестеноста на штетните наративи**, а тоа е вкупниот број објави со штетни наративи
2. Вториот аспект е **процентот на штетност**, а тоа е процентот на објави со штетен наратив од вкупниот број објави на политичкиот субјект (на пример, ако во текот денот политичкиот субјект има 10 објави, од кои 7 се со штетен наратив, процентот на штетност на тој политички субјект е 70 %)
3. Третиот аспект е **интензитет на штетноста**, а тоа е бројот на штетни наративи во една објава (на пример, ако во текот на денот политичкиот субјект има една објава во која се пренесуваат три штетни наративи, тогаш тоа значи дека интензитетот на штетност е 3).

Во 307 објави од политичките партии има 796 штетни наративи (114 штетни наративи се забележани на интернет-страниците на партиите, 90 на нивните фејсбук-профили, додека 103 се забележани на двата канала за комуникација со јавноста). Најмногубројни се во април (во текот на предизборните кампањи) и бележи значителен пад во мај.



Слика бр. 4 Колку пати политичките партии произвеле штетни наративи по месеци

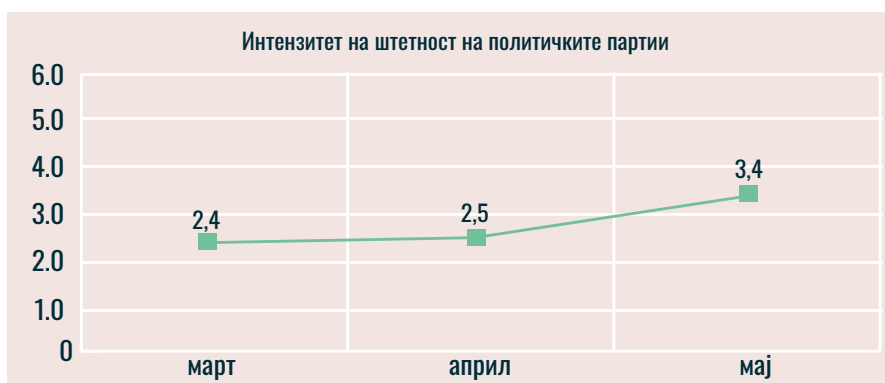
Ако се анализира процентот на штетност по месеци, пак, трендот на движење на тој процент е нагорен и покрај падот на објавите со штетен наратив во текот на мај:



Слика бр. 5 Процент на штетност по месеци

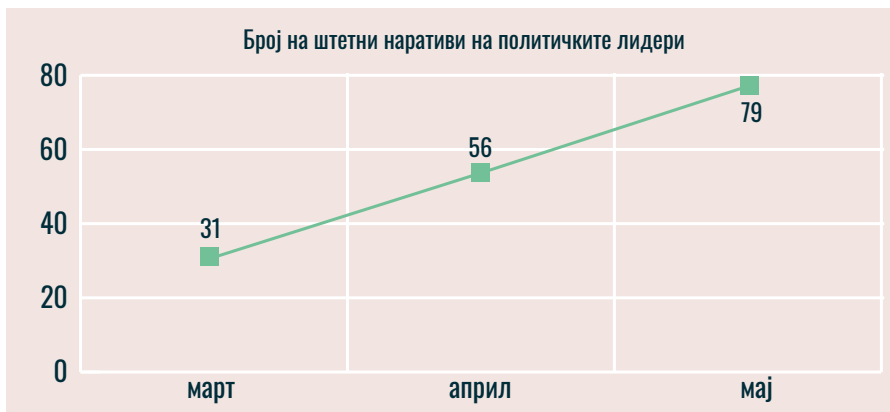
Процентот на штетност, гледан по месеци, се движи од 7,5 % (во март) до речиси 17 % (во мај). Гледано збирно за три месеци, **околу 11 % од сите објави на сите политичките партии на нивните интернет-страници и фејсбук-профили се со штетен наратив/и.**

Во однос на интензитетот на штетност во објавите, може да се каже дека во континуитет расте од март до мај, од 2,4 до 3,4, така што во просек се движел од два (2) штетни наратива во една објава во март до три (3) штетни наративи во една објава во мај. Се чини штетната реторика растела во текот на изборниот и особено по изборниот период. Најголем удел во интензитетот на штетноста имаат Алтернатива (4) и Левица (3).



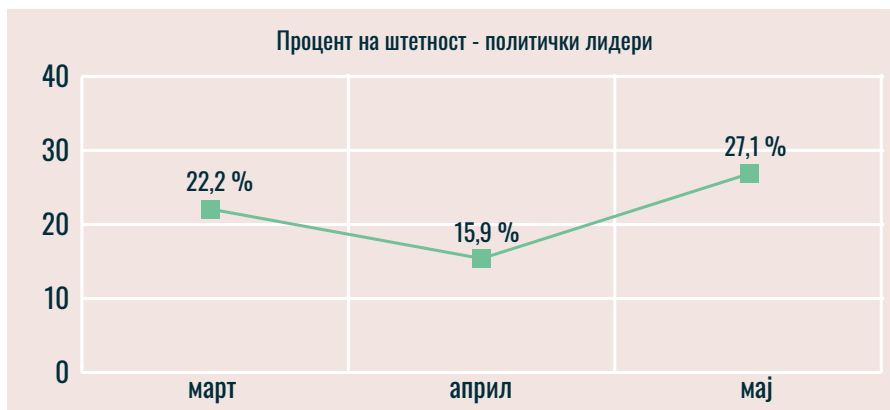
Слика бр. 6 Интензитет на штетност по месеци

Анализата на 68-те објави, пак, од политичките лидери, покажа присуство на вкупно 166 штетни наративи. Кај политичките лидери бројот на објави со штетен наратив бележи постојан раст, позначителен од март до април и поблаг во мај, кога е и најголем бројот (79).



Слика бр. 7 Фреквенција на штетни наративи на политичките лидери по месеци

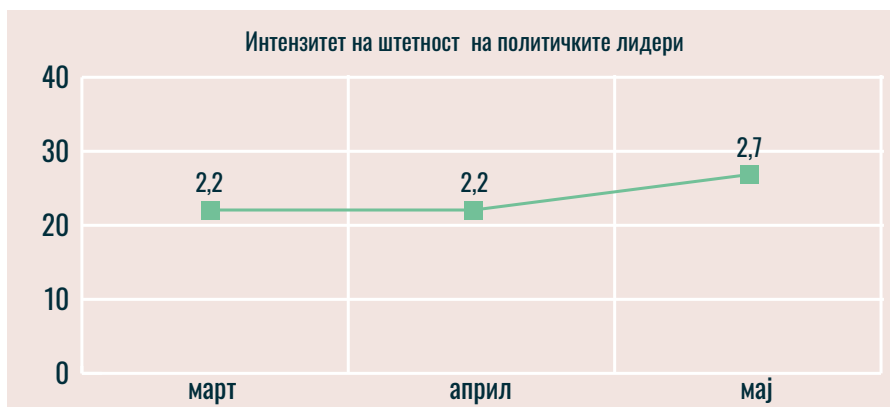
Ако се анализира процентот на штетност по месеци, трендот на движење на тој процент е следен:



Слика бр. 8 Процент на објави со штетен наратив од вкупните објави на политичките лидери по месеци

Процентот на штетност, гледан по месеци, бележи пад во април (од 22 % во март на 16 %), за потоа повторно да се искачи до 27 % во мај. Гледано збирно за три месеци, изнесува 21 % за сите политички лидери или **една петина од сите објави на политичките лидери на Фејсбук биле со штетен наратив.**

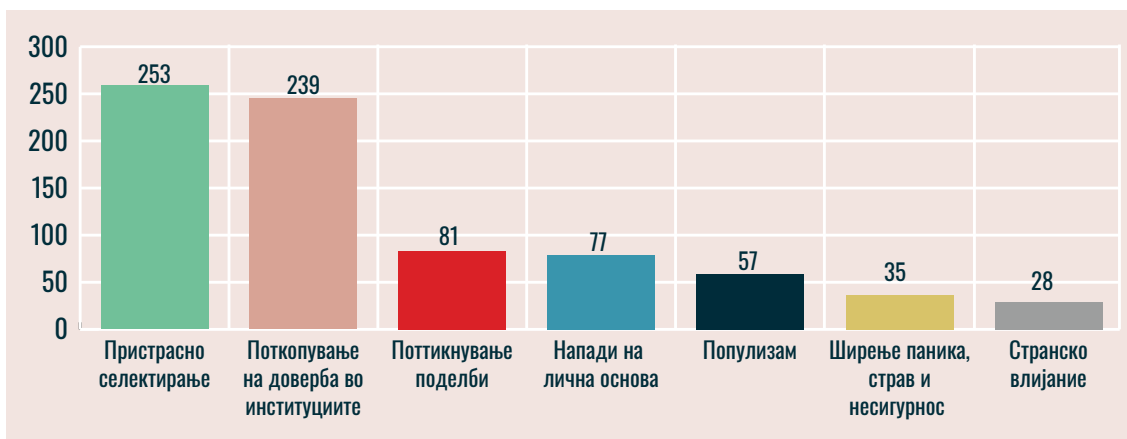
Анализата на интензитетот на штетност на политичките лидери по месеци покажува дека тој интензитет е релативно ист, движејќи се во просек од 2,2 до 2,7 штетни наративи во/по објава.



Слика бр. 9 Интензитет на штетност по месеци

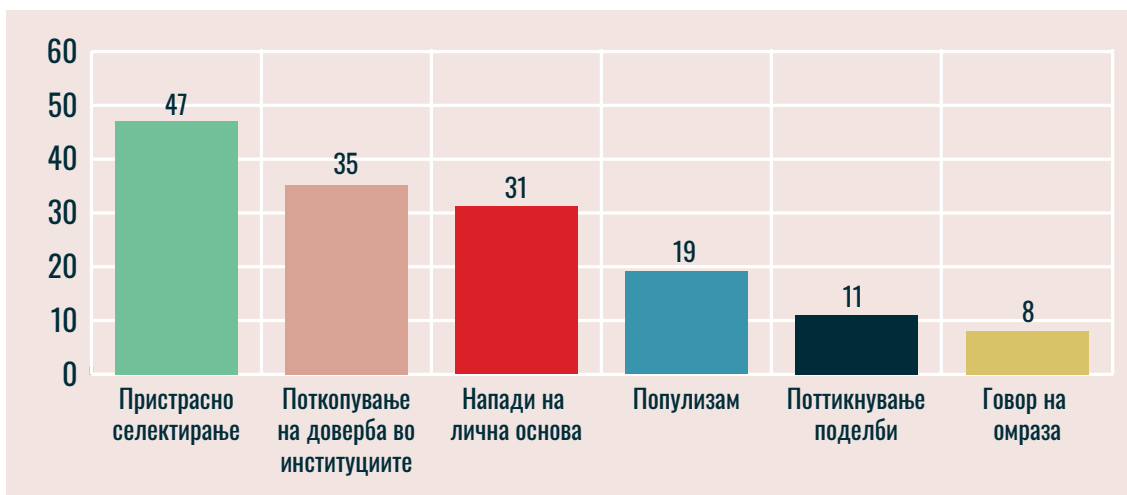
Видови штетни наративи

Кај политичките партии освен споменатите два најчесто користени штетни наративи: *пристрасно селектирање* и *поткопување на довербата во институциите на системот*, со релативно голема фреквенција се користат и *поттикнувањето поделби*; *нападите на личност/демонизација* и *популизмот*. Како трета група штетни наративи што се појавиле кај политичките партии почесто во текот на април и мај, а кои во претходниот период не се појавуваа или сосема ретко, се *ширењето страв*, *паника* и *несигурност* и *странското влијание*.



Слика бр. 10 Фреквенција на различните видови штетни наративи пренесени од политичките партии

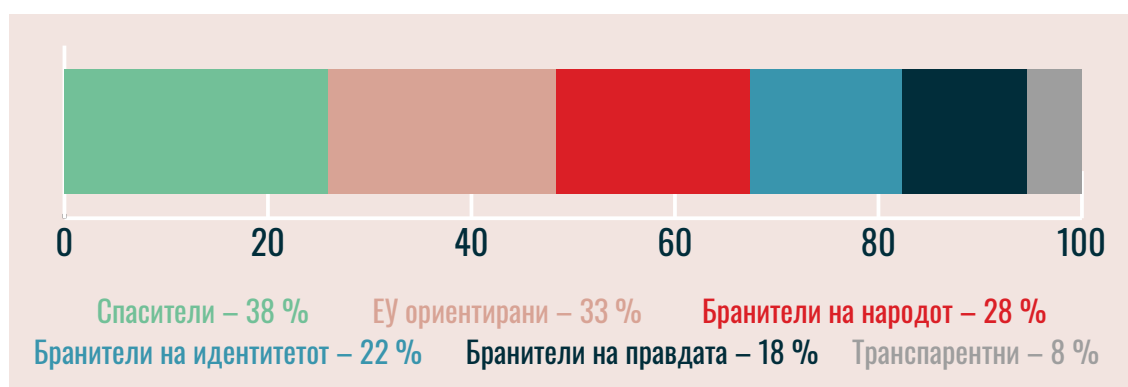
И кај политичките лидери, состојбата е речиси идентична: по фреквентност се издвојуваат три штетни наративи: *поткопување на довербата во институциите*, *пристрасно селектирање* и *напади на личност/демонизација*. Потоа следат *популизмот*, *поттикнувањето поделби* и *говорот на омраза*, кои се особено засилени во текот на мај.



Слика бр. 11 Фреквенција на различните видови штетни наративи пренесени од политичките лидери

Како се претставуваат себеси политичките субјекти

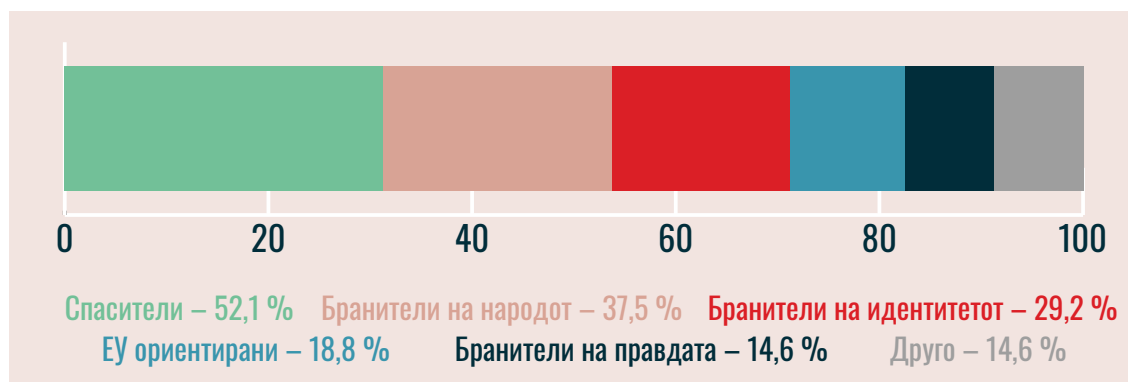
Во 121 од вкупно 307 објави со штетни наративи на политичките партии на нивните интернет-страници и ФБ-профили, партиите немале посебна намера да се претстават себеси во некое светло, освен, веројатно, само да ги критикуваат своите политички противници. Во останатите 61 % од објавите, се претставиле на следниов начин:



Слика бр. 12 Слика на себепретставување на политичките партии во објавите со штетен наратив

Партиите во својата комуникација со граѓаните најчесто ја праќаат пораката дека на народот му треба некој да го спаси, па во објавите себеси се претставуваат дека токму тие се спасителите, но и дека се ориентирани кон „европскиот“ пат. Освен како спасители и ориентирани кон ЕУ, често партиите се прикажуваат дека тие се оние кои го бранат народот, идентитетот, како и дека се во улога на бранители на правдата во државата. Многу ретко политичките партии се прикажуваат дека се транспарентни како дел од нивниот профил.

Од друга страна, во 29 % од објавите, политичките лидери немале некоја посебна намера да се претставуваат себеси, а во останатите 71 % се претставуваат себеси на следниот начин:



Слика бр.13 Слика на себепретставување на политичките лидери во објавите со штетен наратив

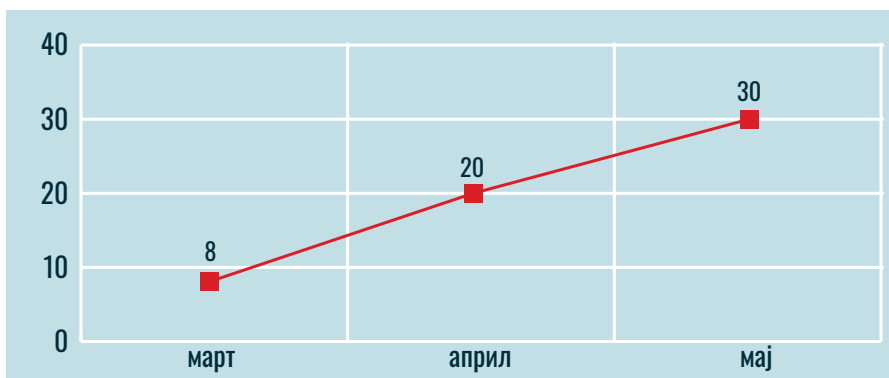
За разлика од партиите чии лидери се, тие себеси многу почесто (над половина од случаите на себеприкажување) се прикажуваат како спасители, а потоа и бранители на народот и идентитетот (повеќе од третина од случаите на себеприкажување). Исто така, за разлика од реториката на нивните политички партии, лидерите многу поретко се претставуваат себеси како ориентирани кон ЕУ.

ЧЛЕНОВИ НА ВЛАДАТА

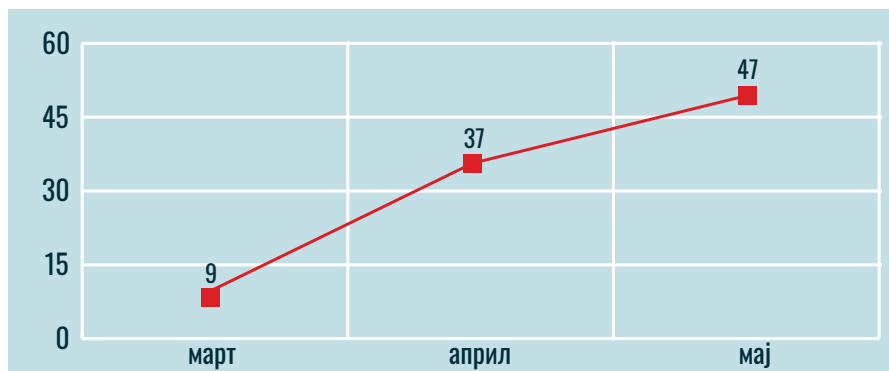
Во овој дел предмет на следење и анализа се фејсбук-профилите на 20 политички субјекти, членови на Владата (премиер, заменици на премиерот и министри). Се анализираа детално објавите во кои овие политички субјекти ја злоупотребиле функцијата за партиски цели и/или генерирале штетни наративи. **Повеќе за следените членови на Владата, видете во Методологијата ([линк](#)).** Од 28 јануари 2024 година со мониторингот се опфатени и новите членови на преодната Влада за спроведување избори, односно профилите на новиот премиер Талат Џафери, министерот за внатрешни работи Панче Тошковски и министерот за труд и социјална политика Ѓоко Велковски.

Во истражувачкиот период од 46 денови во периодот март - мај 2024 година на фејсбук-профилите на овие функционери беа забележани вкупно 58 објави со штетни наративи и вкупно 93 штетни наративи.

По месеци, трендот е следен:

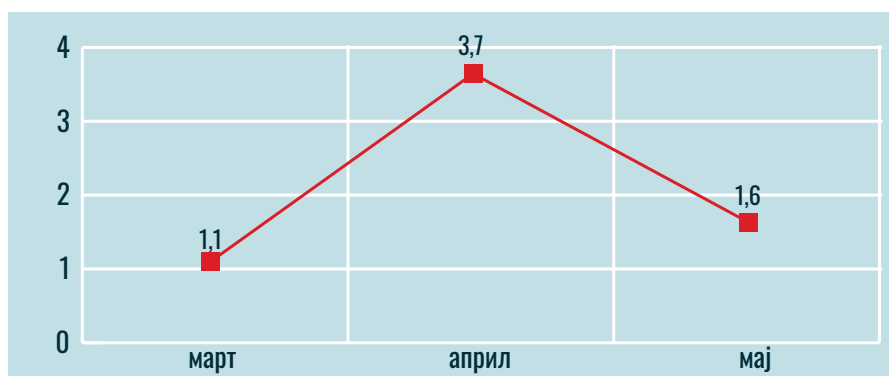


Слика бр. 14 Број на објави со штетен наратив по месеци

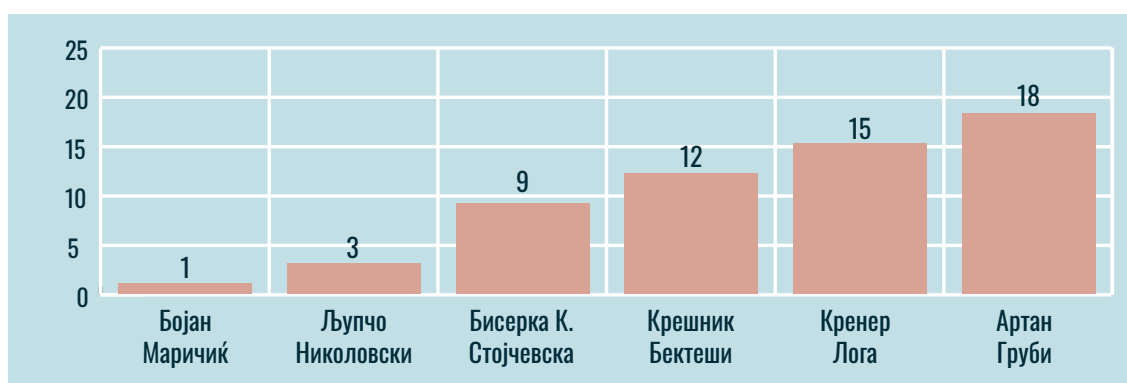


Слика бр. 15 Колку пати користеле штетен наратив по месеци

Во однос на интензитетот на штетноста, во графиконот подолу може да се видат месечните трендови:



Слика бр. 16 Интензитет на штетност



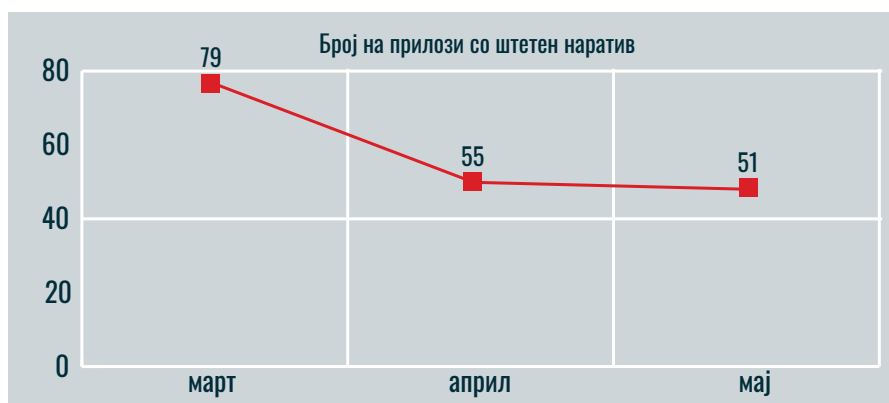
Слика бр. 17 Колку објави со штетен наратив има секој од владините претставници

Во однос на начинот на кој се претставуваат себеси, владините членови во објавите во кои ги напаѓаат своите политички претставници најчесто се претставуваат и го истакнуваат тоа дека тие се европски ориентирани и се бранители на националниот идентитет.

Во однос пак на формата во која се пренесува штетниот наратив, податоците покажаа дека штетните нарации што ги продуцираат владините членови најчесто се во пренесените реакции објавени на нивните фејсбук-профили, но почесто преку други форми како аудиовизуелни содржини од кампањски спотови, обраќања од митинзи и интервјуа за медиуми.

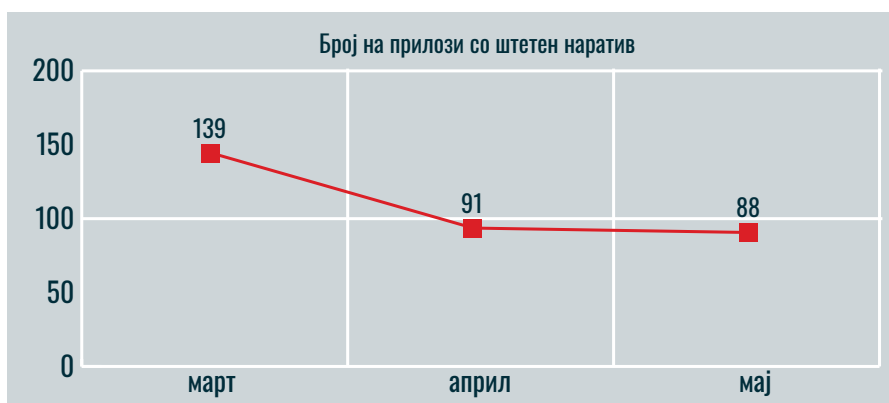
ТВ-СТАНИЦИ

Во овој изминат тримесечен период беа следени и анализирани централните информативни изданија на девет телевизиски станици во текот на 26 денови. Беа забележани вкупно 185 прилози со штетен наратив. Најмалку прилози се во текот на мај (во однос на март се бележи пад од 35 %). Значителен пад се забележува веќе во април, во периодот на предизборните кампањи за претседателските и парламентарните избори.



Слика бр. 18 Број на прилози со штетен наратив по месеци

Анализата на содржината на 185 прилози потврди присуство на 318 штетни наративи, повторно најмалку во мај (88).

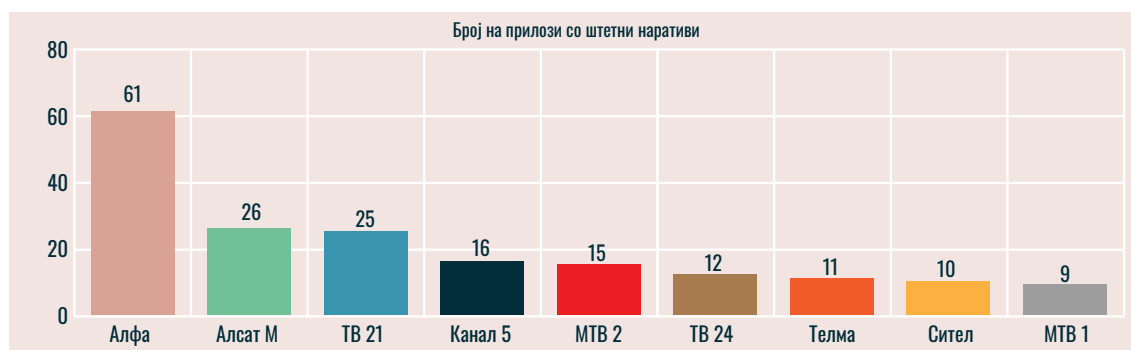


Слика бр. 19 Колку пати месечно се пренесени штетни наративи според месец

Општиот интензитет на штетност (што претставува просечен број на штетни наративи присутни во еден прилог) изнесува 1,7 за сите анализирани ТВ-станции. Тоа значи дека телевизиските станици во просек емитуваат по речиси два штетни наративи во еден прилог.

Споредба по број на прилози за три месеци: март – мај 2024

Како и во претходниот извештај за шестмесечниот мониторинг, и во ова тримесечие ТВ Алфа се издвојува далеку од сите ТВ-станции според бројот на прилози со штетен наратив, а далеку зад неа се ТВ Алсат М со вкупно 26 прилози и ТВ 21 со 25 прилози.



Слика бр. 20 Број на прилози со штетен наратив според ТВ-станција

Видови штетни наративи

Во последното тримесечје од мониторингот, во прилозите на деветте ТВ-станции се препознаени 13 од вкупно 16 штетни наративи што се во фокусот на истражувањето. Единствено штетните наративи *злонамерни информации*, *ксенофобија* и *сексизам* не се присутни во ниту една ТВ-станција. Трите најчесто споменувани штетни наративи во прилозите на главните вести на ТВ-станциите се:

I: **Поткопување на довербата во институциите** (100 пати или 31 % од вкупниот број наративи)

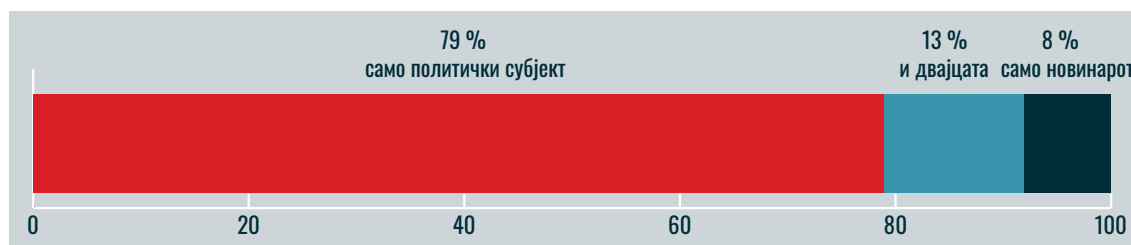
II: **Пристрасно селектирање** (100 пати или 31 % од вкупниот број наративи)

III: **Поттикнување поделби** (34 пати или 11 % од вкупниот број наративи)

Овие три штетни наративи нотирани во централните информативни изданија се совпаѓаат со истите три најчесто употребувани од политичките актери.

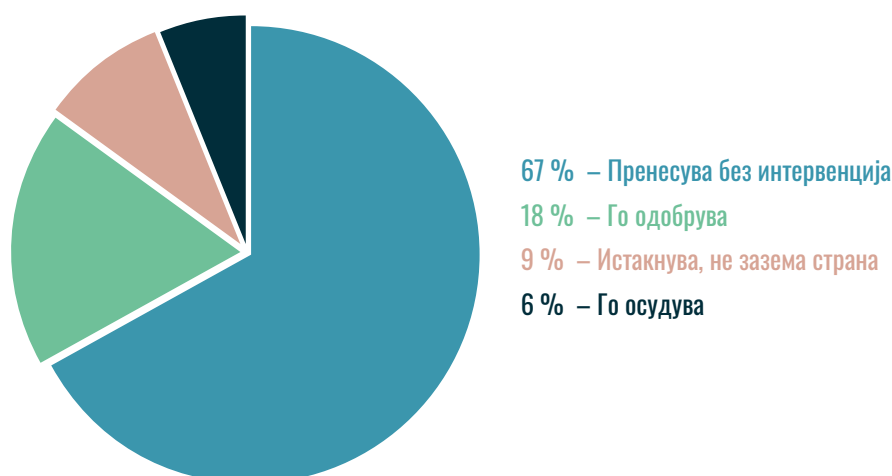
Понатаму, според зачестеноста, следат *нападите на лична основа* со 10 % (31 пат) учество во штетните наративи, потоа *ширење паника, страв и несигурност* со 5 % учество (17 пати) и *дезинформациите*, на кои отпаѓа 2,5 % (8 пати) од наративите забележани на ТВ-станциите за анализираниот тримесечен период.

Кој ги „произведува штетните наративи“ и како новинарите се однесуваат кон штетните наративи на политичките актери



Речиси 80 % (78,6 %) од штетните наративи присутни во прилозите ги креирале политичките актери, 13 % од штетните наративи ги „произвеле двајцата (политичкиот актер и новинарот)“, а 8 % од штетните наративи во прилозите се произведени од новинарот.

Во 67 % од случаите кога политичкиот актер произведува штетен наратив, новинарот го пренесува без каква било интервенција, во 18 % од случаите новинарот со одобрување го пренесува штетниот наратив од политичкиот субјект, во 9 % новинарот јасно го истакнува, но не зазема страна и во 6 % од случаите новинарот се однесува со осуда и/или критика кон штетниот наратив на политичкиот актер.



Слика бр. 21 Каков е односот на новинарот при пренесувањето на штетниот наратив

Во што се „пакува“ штетниот наратив?

Најчест жанр на прилозите со штетен наратив е извештајот (31 % од прилозите) или аналитичко-репортажниот прилог (23 %), додека во 19 % од прилозите со штетен наратив пренесен е говор на политичкиот актер.

Главна тема во прилозите со штетни наративи

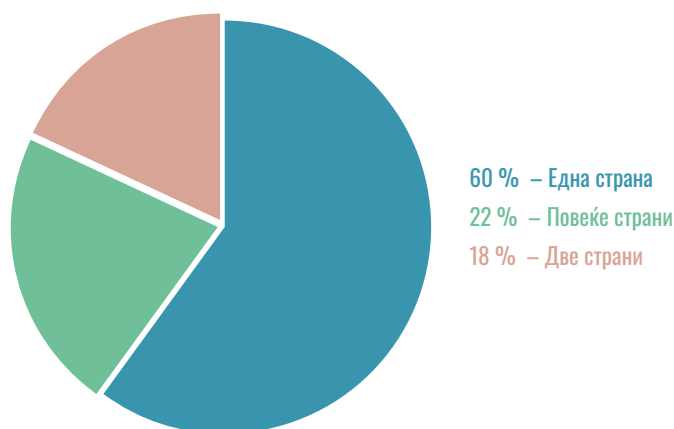
Од 185 прилози со штетен наратив во ова тромесечие, во 151 (82 %) главна тема е внатрешната политика, но има и одреден број прилози на теми од економијата, криминалот, корупцијата и надворешната политика.

Извори

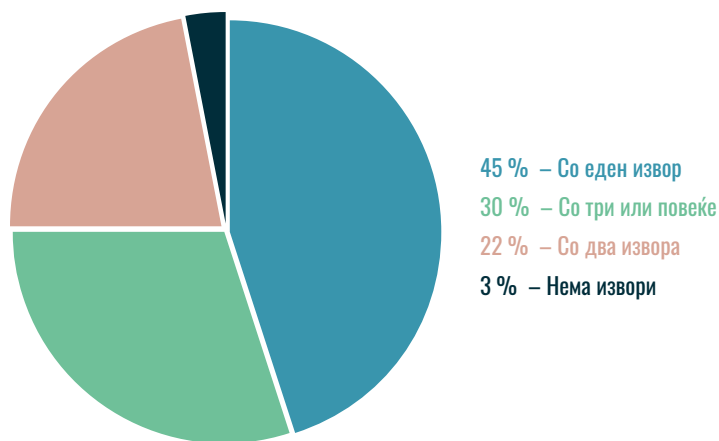
Изворите во телевизиските прилози најчесто се прецизни (во 175 или 95 % од прилозите).

Во однос на страните прикажани во прилозите, најмногу се оние со еднострано информирање (107 прилози или 60 %), потоа следат оние во кои се опфатени повеќе страни – 22 % (40 прилози), а на крај се прилозите со 2 страни (такви се 32 прилози или 18 % од прилозите).

Кога станува збор за бројот на изворите во прилозите, тенденцијата е иста: доминираат оние со еден извор (такви се 83 прилози или 45 % од вкупниот број прилози), потоа следат оние со три и повеќе извори (55 прилози или 30 %), а најретки се оние со два извора (41 прилог - 22%). Само во шест (6) прилози на ТВ Алфа нема наведени извори, што претставува околу 3 % од вкупниот број прилози со штетен наратив од сите ТВ-станции.



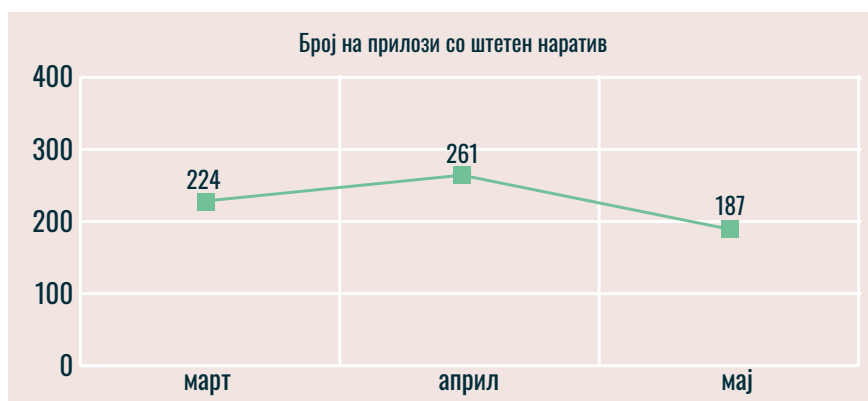
Слика бр. 32 Страни во информирањето



Слика бр. 33 Број на извори во прилозите

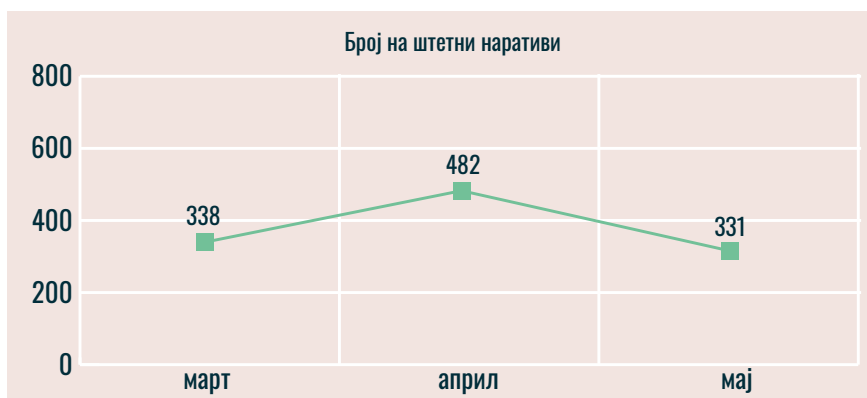
ОНЛАЈН МЕДИУМИ

Во вкупно 46-те денови мониторинг на онлајн медиумите во периодот март - мај 2024 беа забележани вкупно 672 прилози со штетни наративи, најмалку во мај (187), а најмногу во април (261).



Слика бр. 34 Вкупен број објави со штетен наратив според онлајн медиум

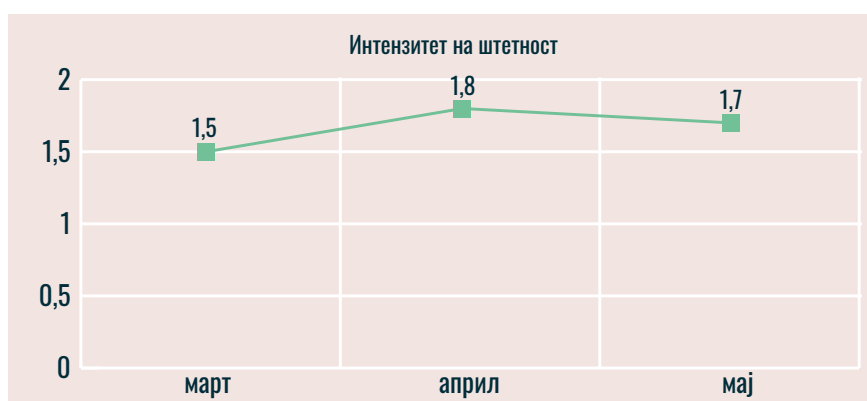
Анализата на содржината на 672-те прилози објавени од 11-те онлајн медиуми потврди присуство на 1131 штетен наратив, најмногу во април (482).



Слика бр. 35 Број на пренесени штетни наративи според месец

Интензитетот на штетноста изнесува 1,7 за сите анализирани онлајн медиуми. Тоа значи дека онлајн медиумите во просек објавуваат речиси по два штетни наративи во една објава/прилог.

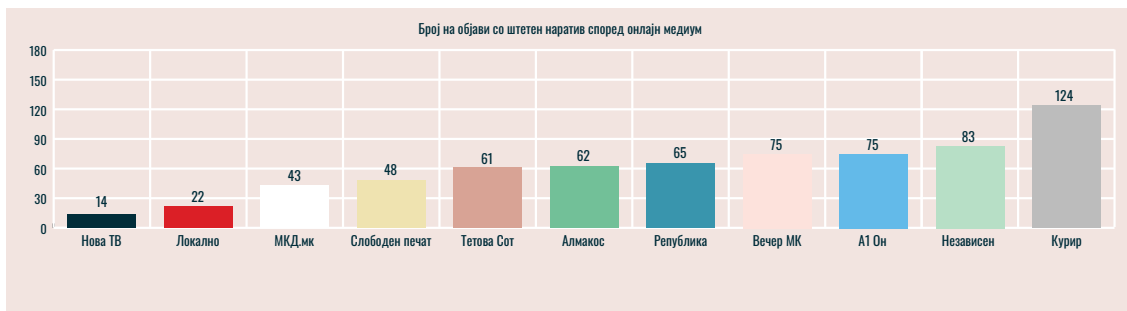
Ако се следи месечно, најмал бил во март, а најинтензивен во април, иако во текот на трите месеци е околу два штетни наративи по објава.



Слика бр. 41 Интензитет на штетност според месец

Број на прилози за три месеци

Од мониторираните 11 онлајн медиуми, најголем број прилози/објави со штетни наративи во текот на трите месеци се утврдени кај: Куир (124 прилози), Независен (84), А1он.мк (75) и Вечер.мк (75). Најмалку има кај Нова ТВ (14 објави). Разликата меѓу онлајн медиумот со најмалку објавени прилози со штетен наратив (Нова ТВ – 14 прилози) и онлајн медиумот со најмногу објавени прилози со штетен наратив (Куир – 124 прилози) изнесува 110 прилози.



Слика бр. 42 Број на објави со штетен наратив според онлајн медиум

Видови штетни наративи

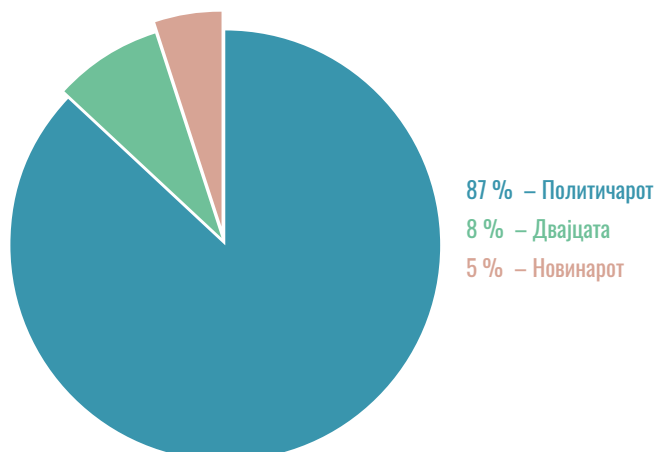
Првите три најчесто пренесувани штетни наративи во текот на трите месеци се:

- I. Поткопување на довербата во институциите
- II. Пристрасно селектирање
- III. Напади на личноста

Понатаму, според честотата следат и: *Поттикнување поделби, Популизам и Ширење паника, страв и несигурност.*

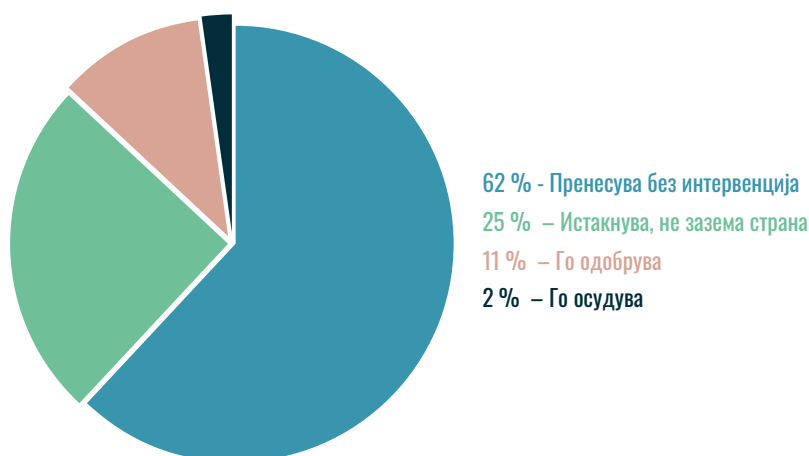
Кој ги произведува штетните наративи и како новинарите се однесуваат кон штетните наративи на политичките актери

Во 87 % од прилозите со штетен наратив, истиот е произведен само од политичкиот актер, во 8 % го произведуваат двајцата, додека само новинарот го произведува во 5 % од прилозите.



Слика бр. 43 Кој го произведува штетниот наратив

Во случаите кога штетниот наратив е произведен или од политичкиот актер или од двајцата, најчесто, односно во 62 % од прилозите, новинарот само го пренесува без да интервенира при пренесувањето, а во 11 % од прилозите и **го одобрува** присутниот штетен наратив во прилогот.



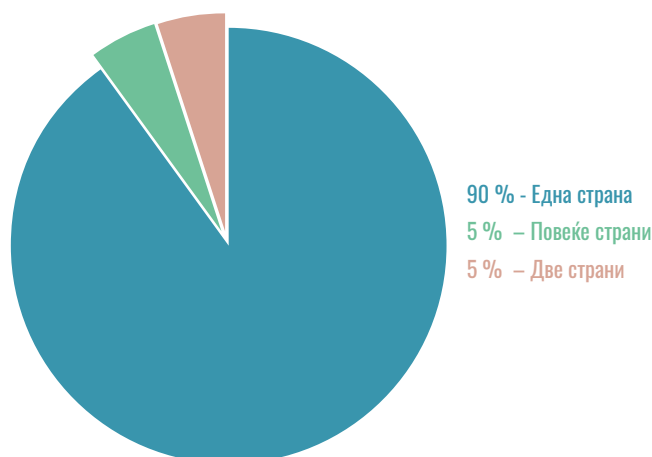
Слика бр. 44 Каков е односот на новинарот при пренесување на штетниот наратив

Главна тема во прилозите со штетни наративи

Како и кај политичките актери и ТВ-станиците, доминира внатрешната политика како главна тема на прилозите со штетен наратив со речиси 80 %, додека темите криминал, надворешна политика, економија, корупција, економија, правосудство и здравство учествуваат со по 2-4 % (секоја од нив).

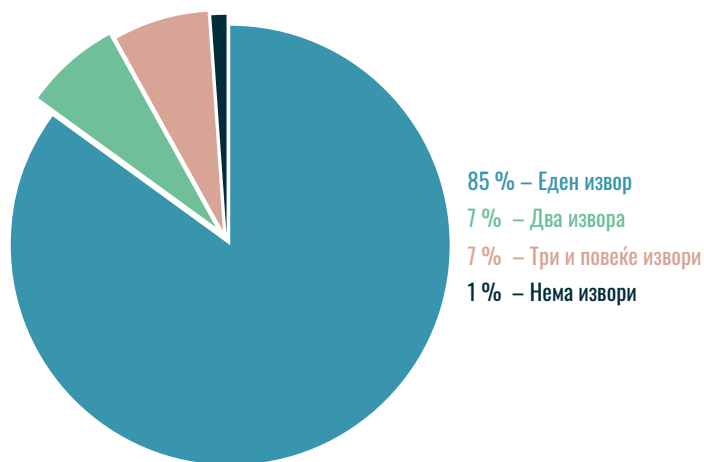
Извори

Изворите во прилозите/објавите на анализираните онлајн медиуми најчесто се (константно низ месеците) прецизни, во просек 90 % од случаите. Ова се должи пред сè на фактот што преовладуваат соопштенијата за јавност или говорите на политичарите.



Слика бр. 45 Прикажани страни во објавите на онлајн-медиумите

Она што значајно отстапува од професионалното новинарско известување коешто подразбира објективност, непристрасност и водење грижа за обезбедување балансиран информации за јавноста да може да носи здрави одлуки е тенденцијата во 90 % од објавите да се прикаже само една страна.



Слика бр. 46 Број на извори во објавите на онлајн-медиумите

Во однос на тоа колку извори консултираат во прилозите/објавите, доминираат оние прилози во кои е консултиран само еден извор (85 %), потоа следат оние со два извора и оние со три и повеќе (по 7 %). Во 1 % од прилозите/објавите (или во 7 објави на четири онлајн медиуми) нема наведен извор.

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.

