

# ВЕСТИТЕ И ИЗВЕСТУВАЊЕТО

Д-р Љубомир Јакимовски

I. По 1990 година Македонија доживеа вистинска експлозија во развојот на електронските медиуми. Во 1998 година со доделувањето концесии беше конституиран новиот комерцијален сектор во земската радиодифузија. Создаден е реален плурализам: наспроти 30-те јавни радиодифузери со преку 40 радио телевизиски програми, се легализирани и над 110 комерцијални програми. Посебен значаен сегмент на комплетирањето на медиумскиот пејзаж претставуваше стартот на сателитската телевизиска програма. Доделувањето концесии на операторите на кабелските радиотелевизиски мрежи несомнено ќе претставува негово заокружување. Нивниот број на почетокот се очекува да биде повеќе од педесет. Дигиталниот развој на телевизиската технологија и новата компјутерска технологија ја (ре)дизајнираат медиумската сцена: нови и (не)предвидливи комбинации на компјутеризирана терестријална, кабелска и сателитска телевизија, нова видеотехнологија и формати/сервиси. Македонските иселеници, преку Интернет веќе неколку години следат повеќе радиопрограми од Македонија. Освен “real radio” од средината на 2000 година во Македонија започна ерата и на “real video”. Со развојот на новите аудиовизуелни услуги (телешопинг, video on demand, on line, итн.) уште повеќе ќе се промени пазарот, но и класичниот однос содржина–медиум/реципиент–публика. Во Македонија легално се емитуваат околу 150 радио и телевизиски програми во јавниот и во приватниот сектор. Мал е бројот на оние кои немаат вести или друг вид информативни емисии. Станува збор за исклучително обемна понуда на информативна програма. Кога станува збор за вестите, т.е. за централните дневно–информативни емисии битно е да се има предвид дека: (1) тие се произведени од радиодифузни организации на национално ниво, со развиени современи технологии; (2) потенцијално истовремено допираат до мноштво луѓе; (3) не постои ограничување во достапноста, т.е. јавно се дистрибуираат; (4) односот меѓу медиумот и реципиентот/публиката е асиметричен и во полза на медиумот. Со овие свои карактеристики вестите се референтни/продираат во самата срцевина на политиката во општеството во транзиција. Споровите за тоа колку влијаат електронските медиуми врз капацитетот / знаењето / (не)активноста на граѓанинот во политичкиот процес сè уште продолжуваат. Така, Пол Лазарсфелд и Роберт Мертон уште рано (1948 г.) ги обвинуваа медиумите за таканаречената “наркотизирачка дисфункција”. Речиси две децении по нив, Мајкл Ј. Робинсон тврдеше дека со појавата на телевизијата се создава невнимателна публика, а појавата на “пасивни реципиенти” на веста, според него, може да придонесе и за редуцирање на политичкиот процес/систем. Истражувањата, пак на Елизабет Ноел-Нојман во Германија покажале дека под влијание на телевизијата кај луѓето, кои читаат малку, се менува нивната претстава за политиката: таа е “полесна отколку што се мисли, возбудлива е, се јавуваат елементи на куклен театар: се случува многу нешто, се оди еден против друг, постојат караници” (Noelle-Neuman, The Event of Event and the Event of News..., European journal of Communication 2/1998). Политичкото известување, според Нојман, за да ја анимира публиката и да поттикне креирање на сопствено мислење, мора да понуди и “background” информации, т.е. да се разјаснат и да се изнесат и спротивставените ставови за определени тематски области.

II. Масовните медиуми создаваат сопствена слика за реалноста, таканаречената медиумска реалност, која е од особено значење за однесувањето на луѓето. Кога е изложена вредносната структура на едно општество на радикални промени, изгледите на медиумите директно да стигнат до реципиентот/публиките се особено големи. Големо е значењето на медиумите и при создавањето на ставови за непознати теми. Уште првите истражувања на телевизијата укажаа на нејзината голема улога, особено кај децата, во процесот на таканаречената инкултурација или примарна социјализација. Телевизијата е примарниот извор, па дури слично како религијата во минатото, своевиден секојдневен ритуал на консумирање на информативни содржини.

За општество во транзиција какво што е македонското, нормативната, институционалната и новинарската слобода/можност да се конституира плуралистичка медиумска состојба, несомнено има круцијално значење за општествената инфраструктура на политичкиот плурализам. Таа, впрочем, е видлива и од нормативните одредби/цели/гаранции во Законот за радиодифузната дејност, во поглед на плурализмот на програмите.

Во член 8 од Законот за радиодифузната дејност се утврдува дека радиодифузната дејност,

меѓу другото, се засновува и врз начелата за “отвореност за слободна конкуренција и информирање за различни политички идеи, културни и други тенденции и мислења” и за “соодветен и непристрасен третман на политичките субјекти во програмите на радиодифузните организации кои нема еднострано да им служат на ниту една политичка партија, група или стекнати права на поединци...”. Натаму, во членот 31 од Законот, се вели и дека со програмата на радиодифузните организации, меѓу другото, се обезбедува “слободно афирмирање на мислењата и на уверувањата, сестрано и објективно информирање на слушателите и гледачите...”. Членот 32, всушност, го гарантира плурализмот со ставот дека “вкупната програмска понуда на програмата не смее да служи еднострано на една политичка партија и на одредени интереси”. Општите начела се дополнети и со одредбите во членот 33, каде се утврдува дека програмата на радиодифузната организација треба да обезбеди прикажување на настаните со еднаков третман на различните пристапи и мислења. Следењето на остварувањето на овие програмски барања во Законот го поттикна проектот “Плурализмот во дневно-информативните емисии на електронските медиуми”. Во таа смисла, проектот на почетокот реално само може да го “измери” плурализмот, а преголема би била амбицијата да ја истражува “соодветноста и непристрасноста на третманот”, или “вистинитоста и објективноста” на прикажаните настани од страна на медиумите. Според тоа, не навлегува во уредувачката политика и во анализата на начините и на техниките на новинарското работење, кои се комуникациски предуслов на објективното известување. Нагласката е врз следењето на: (1) принципот за избалансираност во известувањето, (2) поконкретно на квантитетот и на пропорционалната застапеност на информациите за различните теми и за субјектите на кои се однесуваат прилозите во дневно-информативните емисии, (3) како и на редакциското структурирање на информациите. Тоа се и најзначајните аспекти на остварувањето на споменатите програмски барања. На пример, ако се има предвид сознанието дека значењето што им го припишуваат медиумите на одделни теми се рефлектира и врз релевантноста во јавноста, мошне е битно да се утврди на кои теми медиумите во анализираниите периоди им дале приоритет во вестите. Или, натаму, од показателите за временската застапеност на информациите за различните политички идеи и мислења, односно политичките субјекти, може да се извлекуваат заклучоци за остварувањето на темелниот принцип за одмереноста/избалансираноста во известувањето итн.

III. Во досегашната историја на истражувањето на масовното комуницирање се поаѓаше од различни претпоставки и се доаѓаше до мошне различни заклучоци за моќта на влијанието на масовните медиуми. Тоа сфаќање се развиваше циклично: од идеја за силно влијание до идеја за слабо влијание, и повторно пак на почетокот. Кон ова треба да се додаде дека и сфаќањето на карактерот на тоа влијание во основа се промени. Генерално може да се рече дека разликите се изразуваа преку сфаќањето на тоа влијание како краткотрајно, непосредно и специфично, до сфаќање на тоа влијание како долготрајно, посредно и дифузирано. Истовремено се менуваше и сфаќањето на индивидуата врз која медиумите претпоставено влијаат: од став за пасивен рецепиент на севозможни пораки, до теза за многу поактивен и селективен корисник на медиумска содржина. Во поглед на доминантните концепти за влијанието на медиумите, од историски аспект, се разликуваат четири фази. 1) Почетоците во 20-тите години на XX век, тесно поврзани со психосоцијалната парадигма, поаѓаа од претпоставката дека семоќниот медиум, по желба, може да влијае врз незаштитените, општествено изолирани реципиенти. Во контекстот на едноставниот модел “стимул – реакција” на масовната комуникација на медиумите им се припишуваше способност за “еднонасочно вклучување” на цели општества. 2) Но, веќе првите емпириски испитувања за влијанието на медиумите го оспорија овој модел. Започнаа да се земаат предвид индивидуалните разлики во структурата на личноста на човекот (на пример, различната мотивација, способноста за учење, вниманието, моќта на забележување итн.). На влијанието на масовната комуникација веќе не се гледаше строго детерминистички затоа што структурата на личноста на поединечниот реципиент се сметаше за “филтер” за модифицирање на влијанието. Ова индивидуалистичко сфаќање на ефектите го легализира сознанието дека структурите на личностите многу се разликуваат и дека тие разлики може да водат кон различни перципирања на медиумската содржина. Сепак, истражувањето на влијанието и во рамките на моделот “Стимул-организам-реакција” се уште е еднострано, во смисла на еднонасочен модел на масовната комуникација или на средство за трансмисија. 3) Во 60-тите години на XX век, под влијание на анализите на Џозеф Т. Клапер (Joseph T. Klapper, *The effects of mass communications*, Glencol III. 1960), доминираше тезата за безефектноста на медиумите. Според Клапер масовните комуникации, во нормални услови, не може да се сметаат ниту за потребен ниту за доволен услов за појавувањето на ефекти. Медиумите дејствуваат поврзани со другите фактори, т.е. масовните комуникации, под нормални услови, не се единствена-

та причина, туку се само еден од многуте фактори и влијаат, пред се, во смисла на засилување на веќе постојното мислење. Потенцијалните ефекти на персуазивната комуникација се определени според нивната “насока”: создавање на ново мислење; зацврстување на веќе постоечките ставови како засилување на мислењето; намалување на интензитетот на ставовите, односно намалување на создаденото мислење; и убедување на реципиентите, став (мислење) што може да биде и спротивен на првобитното мислење (пресврт).

Што прават медиумите со индивидуите? – Што прават индивидуите со медиумите? Оваа ширум распространета дилема во облик на две прашања говори за разликите во културната и во истражувачката традиција. Во рамките на социјално–психолошката истражувачка парадигма долго се настојуваше да се утврди каков вид задоволства (gratificationes) на слушателите им нуди, на пример, следењето на дневните популарни серии, квизови итн. Во поново време истражувањето на потребите и на задоволствата се потпира и врз современиот развој на социјалната психологија, во прв ред на таканаречениот “expectancy-value”. Станува збор за концепт дека медиумите нудат задоволства, кои ги очекува индивидуата врз основа на претходните искуства со медиумите. Тие задоволства се определен вид психолошки ефекти кои индивидуите ги вреднуваат. Ако е реалното задоволство при медиумската употреба поголемо отколку очекуваното, тогаш може да се очекува дека тоа задоволство ќе обезбеди поголема слушаност или гледаност (Jensen B. Klaus – Rosengren E. Karl, *Pet tradicij iskanje obcinstva*, T.I.P let 33, 2/1996).

Современата фаза на истражување ја карактеризира неоспорното признавање на силните ефекти на медиумите врз индивидуите, јавното мислење, ставовите, погледите и очекувањата. За разлика од поранешната практика на анализите на поединечните “cases” (на пример, одделни прилози или емисии) сега се спроведуваат широки анализи, кои се однесуваат често и на целокупниот медиумски систем. Главни насоки во истражувањата денес се: истражувања на публиките, трагање по соодветности, т.е. изнаоѓање соодветности меѓу медиумската реалност и севкупниот општествен развој. Следната насока е поврзана со проблематиката на преломот, односно дефиницијата на вистината, при што се претпоставува дека медиумите креираат реалност според сопствени критериуми, на пример “телевизија на реалноста” (Gomson A. William, *Media imadges and the social construction of reality*, annual Review of Sociology 18/1992). Се разбира, особено важна насока е анализата на улогата на медиумите при настанувањето на општествено значајни настани. Двете последни насоки во истражувањата се многу битни, но ефектите тешко можат да се прогнозираат, поради комплексноста на мноштвото заемно испреплетени односи.

Генерално може да се констатира преместување на тежиштето на истражувањата од реципиент/публика кон комуникатор/медиум. Меѓутоа, новите аудиовизуелни сервиси (телешопингот, videot on demand, online итн.) го менуваат класичниот однос содржина/медиум – реципиент/публика. Креирајќи нов вид услуги и пазар, тие, всушност, воспоставуваат однос продавач – купувач. Влијанието на некои фактори, како на пример групите, станува се поирелевантно. Ситуацијата на пазарот се сведува: понуда–има / нема купување.

Новите технологии, аудиовизуелните и телекомуникациските сервиси, ја проблематизираат суштината на поимот ефект во масовното комуницирање. Кунчик и Ципфел (Вовед во науката за публицистика и комуникации, Скопје, 1998) посебно укажуваат на значењето на предкомуникациската фаза, т.е. на прашањата за селектирањето на медиумите, што од своја страна делумно зависи од претходното конзумирање на медиумските пораки. Во комуникациската фаза, пак, на преден план се проблемите на перцепирањето, текот на вниманието, проблемите на разбирањето на еден исказ, емоционалните процеси што се поврзани со психичката дистанца кон содржината, како и естетските моменти.

Посткомуникациската фаза резултира со долготрајни ефекти: 1) последователен ефект од одделна медиумска содржина/стимул (како на пример, постепената интеграција на одредена порака во когнитивниот систем на индивидуата) и 2) кулумативните ефекти од разни содржини, што можат да се засилуваат или пак меѓусебно да се компензираат.

Влијанието на медиумите врз индивидуата зависи (1) од комуникациската содржина, а со тоа поврзано и од веродостојноста на комуникаторот, (2) од личноста на реципиентот и неговото место во мрежата на општествените односи, како и (3) од ситуационските услови на рецепцијата. Дигиталниот развој на кабловската и на сателитската телевизија и на новите аудиовизуелни сервиси во кои не постои линерален однос содржина/ефект, не соочува, не само со проблемот “телевизиската индустрија” туку и со една нова и глобална “комуникациска индустрија”: понуда од една страна/потрошувачка од друга страна.

IV. Медиумската култура/понуда во едно општество е конституирана од економската и од поли–

тичката динамика (Luthar Breda, Analiza medijskega upliva u semiotski druzbi, T.I.P. 2/1996). Но, исто така, таа самата ја конституира, ограничува, легитимира таа динамика. Плуралистичката медиумска култура претставува значаен индикатор за карактерот на современото општество, на неговата политика и на секојдневието. Во таа смисла медиумската плурализација претставува јавен простор, каде се одвива борба или договор за тоа, кои агенди, дефиниции, интерпретации, што ги продуцираат конфликтните дискурзи во медиумите, ќе станат легитимни.

Проектот “Плурализмот во дневно-информативните емисии” иако е дизајниран нормативно и методолошки да ја рефлектира неговата реална структура, од гледна точка на содржината/понудата, интерпретативно можат да се применат многу аналитички инструменти на “agenda-setting” (Kepplinger H. Mathios, The agenda-setting function of television. Static and dynamic views, Communication Research, 17/1990).

Концептот на “agenda-setting” – одредување и структурирање на програмите – претпоставува дека масовните медиуми ги рангираат темите кои во одредено време се сметаат за особено важни. Формалните белези на презентацијата на проблемите од страна на медиумите ја одредуваат релативната важност на определени теми. Значењето на одделни теми од страна на медиумите се одразува врз нивната важност во јавноста, а во медиумите истакнатите теми влијаат пропорционално на нивната забележителност. Овој концепт, според тоа, поаѓа од тезата дека медиумите ја имаат способноста преку соодветни редакциски средства и интервенции да го определуваат селективното однесување на публиката. Иако не им се припишува на медиумите способноста да влијаат врз тоа што мислиме ние, сепак, медиумите во голема мера детерминираат за што луѓето размислуваат. Максвел Е. Мак Гомбс и Шелдон Гилберт (News influence on our pictures of the world, New York, 1986) како клучни елементи на “agenda-setting” ги разработуваат: квантитетот на известувањето, редакциското структурирање, односно финесите на специфичното уредување кај печатот, радиото и ТВ; димензиите на конфликтот содржан во една вест, ефектите во текот на времето, што можеби се разликуваат меѓу печатените и електронските медиуми, поврзани со феноменот на пренесување во живо на големи политички настани, музички концерти, Олимписки игри, кои во глобални светски рамки го заземаат приоритетот во програмите.

Се разбира, шансата на медиумите да одредат тема зависи и од конкретната општествена ситуација. Различни се пристапот и третманот, на пример, во време на економска криза наспроти период на економски растеж. Тоа зависи и од самиот медиум, од степенот на веродостојноста, од рејтингот на слушаноста и на гледаноста и од довербата што се изразува како константна публика. И, се разбира, тоа зависи пред сè, од самите рецепиенти и дали дел, многу од нив или мнозинството имаат веќе одредени теми – приоритети или не.

Нема сомневање дека медиумите кај сите луѓе немаат идентични ефекти. Исто така, зависно од темата постојат и различни можности за влијание на медиумите. Притоа важи правилото дека колку што се помали примарното искуство на рецепиентите или капацитетот на информациите, толку е поголема можноста за влијание на медиумите. Колку повеќе за некој настан, проблем или појава се известува или тој се остава програмски отворен, толку тоа повеќе ја провоцира јавноста и го задржува интересирањето на највисок ранг.

Настаните на почетокот на деведесетите години на XX век, крахот на социјализмот и феноменот на транзицијата кон парламентарната демократија, пазарното стопанство, правната држава и човековите права, како што покажа Ф. Фукојама во “Крајот на историјата”, создадоа нова општествена и историска реалност. Во земјите во транзиција тезата дека новата медиумска реалност е од посебно значење за однесувањето на луѓето и емпириски е лесно потврдлива. Кога вредносната структура на едно општество и на неговите системи се подложни на радикални промени, изгледите на медиумите директно да стигнат до рецепиентот и да влијаат врз него на начинот што го замислил комуникаторот се особено големи. Се смета дека појавата на МТВ, рок и поп – музиката, рекламите на Кока-Кола и пренесувањето на Олимписките игри повеќе влијаеле за промените на ставовите особено кај помладите, отколку сите пропагандни форми на парламентарната демократија. Културните антрополози одамна утврдија дека медиумите имаат големо влијание при создавањето ставови за непознати теми, а тоа е особено карактеристично за телевизијата. Тоа е поврзано, не само со нејзиното информативно туку и со комплексното културно влијание, поврзано е со јазикот и со другите вредности на сопствената култура. Но, со тоа е поврзано и формирањето на можни стереотипи. Тие стереотипи можат да бидат поврзани со ставот за супериорноста (или инфериорноста) на сопствениот народ, на јазичните, на религиозните или на расните малцинства или на одделни професионални групи, односно на делови од популацијата. Натомошните анализи ќе покажат дали и кај нас ќе јакнат таканаречените “дијаспорични публики”, кои во прв ред се поврзани

со преферирањето на теми од општества и земји со ист јазик, со исти културни или религиозни традиции. На тој начин тезата за постоењето на “меинстримингот” т.е. за значењето на телевизијата за културната и за политичката интеграција во САД, ќе бидат демонстрирани во една балканска варијанта.

Голем број истражувачи ја застапуваат тезата дека електронските медиуми со големото количество информации и со ориентацијата кон социјални и еколошки катастрофи, кон политички, финансиски и културни скандали, ги депримираат сензибилните млади луѓе. Како резултат на ова, тие повеќе се склони за “делегитимирачки” постапки: вината за вистинските и за наводните лоши состојби ја бараат кај поранешните генерации и кај актуелните носители на власта. Со тоа прагот на (не)довербата постојано варира и, зависно од тежината на конфликтите, предизвикува определена агресија. Овој феномен речиси со голо око може да се идентификува во речиси сите постсоцијалистички земји.

Кои се причините што водат кон неочекуван приоритет, односно кон неочекувано намалување на интересот за една тема? Иако има многу истражувања, задоволителни одговори нема. Тешко е да се прогнозира прецизно приоритетот на темите, како и латентниот период меѓу известувањето и максималните ефекти. Постојат разлики од тема до тема и од медиум до медиум, а латентниот период во принцип е кус кај известувањето за заканувачките состојби, односно настани што бараат брзо реагирање. Во поглед на поврзаноста меѓу причината и ефектите, важи правилото дека колку се похомогени содржините на разните медиуми, толку се подобри изгледите медиумите да одредуваат теми. И конечно, приоритетите можат да бидат наметнати со одредувањето на тема преку директна комуникација (анкети, in live, on line) со јавноста. Агендата може да биде и индиректна и остварена под влијание од политичарите, од владата и од нејзините органи и агенции, од специјализирани и ексклузивни групи/дел од јавноста кои, всушност ги “центрираат” темите во јавноста.

Алекс Еделстајн во почетокот на осумдесетите години тврдеше дека одредувањето на темите од страна на медиумите за општествените проблеми е помалку докажано отколку за политичките теми, особено за изборите. Истражувајќи кој одредува всушност што ќе стигне на списокот и каков ќе биде приоритетот на темите во општеството одговара дека медиумите понекогаш, за некои луѓе и во однос на некои општествени прашања, исполнуваат функција на “agenda-setting”. Германскиот комуниколог Михаел Шенк петнаесетина години подоцна (Langfristige Medienwirkungen... Berlin, 1986), анализирајќи ја актуелната состојба во истражувањата на “agenda-setting”, предложи нова формулација на оваа теза: “Медиумите влијаат врз процесот на структурирањето на темите во јавното мислење, кога за тоа постојат одредени услови”. Под “одредени услови” се подразбираат, меѓу другото, разликите меѓу медиумите, значењето на одредени теми, начинот на обработката и презентацијата (рутинско известување или пак известувањето за исклучителни ситуации). Истражувањето во почетокот на деведесетите години на XX век, според Кунчик и Ципефелд на некои теми, како на пример, за дрогите и за наркоманијата покажуваат дека “agenda-setting” ефектот во почетокот е голем, потоа ослабнува, во услови на ненадејна промена повторно се зголемува статусот на темата како приоритетна и интензитетот на известувањето во континуитет и со нови факти и учесници, покажуваат ефекти тогаш кога известувањето е континуирано, а истовремено со текот на времето може силно да варира. Очигледно е дека постои некаков праг на перцепирање и на вкрстување на личните варијабилни на рецепиентите, на политичките, на социјалните, на здравствените, на културните, на образовните, на регионалните и на локалните услови итн.

V. Значи, повторно доаѓаме до прашањето: Што прават електронските медиуми со луѓето и/или како ги информираат? Фреквенцијата/квантумот на вестите не мора да значи дека слушателите/гледачите се објективно информирани. Но, што се подразбира под поимот објективност? Зад претставата за објективно информирање стои идејата дека вестите можат да се презентираат така што рецепиентите можат да создадат свое мислење. Објективното информирање се смета за ослободено од предрасуди, за реално, за неидеолошко и за непартиско. Се разбира, сето ова е поврзано со вековниот етички императив да се поаѓа и да и се служи на вистината!

Авторите на македонскиот Закон за радиодифузија како да го имале пред себе токму овој императив, па во чл. 32 двапати се употребува категоријата “вистинито”. Првпат тоа е поврзано со прикажувањето на настаните и со обезбедувањето на еднаков третман на различните пристапи и мислење. Во вториот случај освен вистинито се бара и “непристрасно и професионално пренесување на вестите и настаните”, со цел да се овозможи “поттикнување на слободно оформување на мислење за одделни настани и прашања”. Неутралноста на медиумите е условена со тоа “мислењата и коментарите лесно да бидат препознатливи како мислење и коментар”.

Интересно е што Законот нормативно не го санкционирал поимот објективност во известување–

то. Можеби со тоа е избегната опасноста да се влезе во спорот околу употребата и значењето на поимот објективност. Тој е проследен со две екстремни позиции: (1) кога се дебатира за него се смета дека секој знае на што се мисли, и (2) до прогласување на поимот објективност за чиста идеолошка фикција. Поради недефинираноста на поимот објективност, всушност, на секој медиум може да му се префрли недоволно објективност, непристрасност или избегнување на вистината при известувањето. Критиките за недостиг на објективност особено се карактеристични во изборните кампањи. Тогаш се користи валкан и жесток медиумски политички вокабулар. Оцената за тоа кога определено известување е (не) објективно најчесто е резултат на актуелниот јавен рејтинг, но понекогаш и на политичка конвенција. Сепак, може да се констатира дека објективното известување мора да биде професионално, со употреба на факти и на неутрални изрази, наведување на (и спротивставените) извори, при што тие не менуваат, не премолчуваат или не презентираат поради правење услуги, т.е. секое известување мора да содржи минимум избалансираност. Поимот баланс во информирањето во последно време се повеќе се користи и во комуникациска литература и во документите (конвенции, повелби, информатори), бидејќи се смета дека со тоа колоквијално се решаваат проблемите со поимите вистинито и објективно известување. Ова пилот-истражување имаше за цел да ја затемели методологијата и можните аналитички инструменти. Како пилот и со време од само два месеци мерење, тоа не дава доволно сигурност за длабински анализи. Но, во некои сегменти на “статистичката” идентификација на плурализмот, аналитичарите но и самите медиуми можат да ги откријат релевантните квантитативни релации: баланс во известувањето за сегментите на власта, политичките субјекти, релацијата политика – цивилна сфера, домашни и меѓународни настани итн. Некои оцени за начинот на известувањето медиумите можат да ги изведат и од првичната и непретенциозна анализа на редоследот на областите од домашниот живот, најавата на централните дневни настани, како и распоредот на вестите. Колку мноштвото/плурализмот на информативни извори ја зголемува политичката компетентност на граѓаните? Во САД долго време на телевизијата се гледаше како на централно, не само културно туку интегративно јадро. Телевизијата беше анализирана како примарен избор на секојдневната култура за едно хетерогено население, од кое поголем дел не припаѓало на американската политичка култура/традиција. Натпреварувањето за што поголема публика за Џон Греблер, во услови кога мора да се води грижа и за трошоците, непремостливите спротивставени интереси се неутрализираат со “објективно известување”, со тоа што секогаш се известува со алтернатива “за и против” во однос на определена тема. Медиумската политика култивира една слика за Америка (american dream) како слика за неа, но и за демократскиот свет, во кој се акцентирани традиционалните вредности и односи на моќта. Дали поинтензивното користење на медиумите во услови на богата информативна понуда, води кон подобра/зголемена информираност на луѓето? Систематското истражување на политичката информираност на граѓаните, на пример, во Германија покажува дека и покрај битното подобрување на формалното образование и енормното зголемување на медиумската понуда, пред сж во секторот на телевизијата, политичката информираност не се подобрува. Тоа се поврзува со квалитетот на политичкото известување на телевизијата; луѓето стекнуваат впечаток дека политиката се состои од кризи и контроверзи, од погрешно однесување и агресија. Известувањето е поврзано и е само дневно актуелно, бидејќи не се појаснуваат суштинските поврзаности. Политиката во медиумите најчесто се состои од кризи и од контроверзи, кои се јавуваат од ништо и повторно исчезнуваат во ништо. Освен тоа, со политичкото необјавување настани се фиксираат влијателни личности, површната информираност и монополот на исти субјекти кои настојуваат да ги определат темите на дискусијата, ја инхибира подготвеноста за политичка активност. За едно идно истражување останува отворено прашањето колку електронските медиуми го зголемуваат значењето за политичките процеси и го до(де)фаворизираат политичкиот ангажман на граѓанинот. Генерално тука се и настаните и можностите овој проект да навлегува и во попродабочени медиумски анализи, а тоа да не претставува мешање и во уредувачката политика. Се разбира, како и во САД, Англија, Германија, Италија и Шведска, најголемиот број новинари и медиуми (ке) сметаат дека неутрално и објективно известуваат и тогаш кога партискиот афинитет влијае врз изборот и врз претставувањето на вестите. За електронските медиуми во Македонија можеби најголемо значење би имала анализата на разликата меѓу веста и коментарот / мислењето. Постои и експлицитно и имплицитно мешање на веста со мислењето на новинарот / медиумот, што дава најчесто доволно елементи за можноста / реалното политичко и партиско профилирање/ припаѓање.

Проектот, несомнено во иднина, реално се очекува да биде силен предизвик за истражување на содржината/вредност на вестите, за ефектите на влијанието и за цела низа нови медиумско-комуниколошки дебати.

# 1 ЦЕЛ И НАЧИН НА РЕАЛИЗАЦИЈА НА ПРОЕКТОТ





Основна цел на анализата на централните дневно-информативни емисии на електронските медиуми е да се согледа во која мера низ овие емисии се отсликува реалниот општествен и политички плурализам во Република Македонија. Проектот е дизајниран да дава одговори на следниве прашања:

(1) на кои теми и области од општествениот живот медиумите им отстапиле место во своите дневно-информативни емисии;

(2) колкава е пропорционалната застапеност на различните сегменти на власта (законодавната, извршната и судската власт), како и застапеноста на локалната самоуправа;

(3) колкава е пропорционалната застапеност на различните општествени и политички субјекти во емитиваните прилози;

Со анализата се опфатени дневно-информативните емисии на следниве медиуми:

### **МТВ 1**

Дневникот во 19.30 часот

### **МТВ 2**

Вестите на албански и турски јазик и информативните емисии на српски, ромски и влашки јазик

### **ТВ Сител**

Дневникот во 21.00 часот

### **ТВ А1**

Вестите во 19.00 часот

### **Македонско радио - Радио Скопје**

Пладневниот весник во 15.30 часот

### **Македонско радио - Програми на јазиците на националностите**

Дневниците на албански и на турски јазик

### **Радио Канал 77**

Радио журналот во 17.00 часот

Анализата е реализирана во текот на март и јуни 2000 година. Месеците се избрани со претпоставка дека интензитетот на настаните во овие периоди и нивниот програмски третман нудат можност за добивање релевантна претстава за содржината на информативните емисии на анализираниите медиуми. Со оглед на фактот што анализата од март претставуваше пилот-проект, показателите од неа беа ползувани само делумно при споредувањето на резултатите од двата периода, а тежиштето на елаборацијата е ставено врз резултатите од месец јуни.

Со анализата беа опфатени следните аспекти на анализираниите информативни емисии:

– обемот (должина на траење на вестите) и структурата на информативните емисии (најавни шпици, новинарски најави, информации, реклами и др.);

– жанровската припадност на емитиваните прилози (вест, извештај, коментар, репортажа, интервју и сл.);

– географското потекло на настаните на кои се однесуваат прилозите (домашни настани и настани од странство);

– тематската припадност на содржините (област од општествениот живот од која произлегуваат информациите);

– застапеноста на органите на власта (Собранието, Владата, Претседателот на РМ, правосудството, локалната самоуправа);

– застапеноста на политичките партии;

– застапеноста на општествените и на невладините организации и здруженија;

– застапеноста на одделни држави (кај настаните од странство);

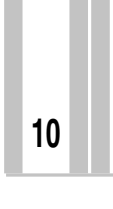
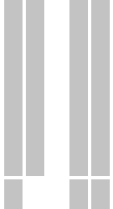
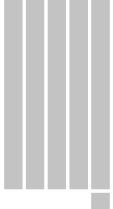
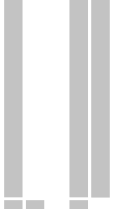
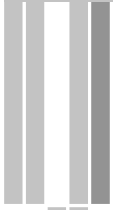
– тематската припадност на информациите од странство;

– застапеноста на одделни меѓународни субјекти (кај настаните од странство);

– генералните најави кај одделни медиуми (изборот на најважните настани и теми на денот);

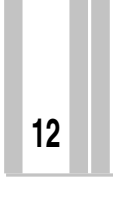
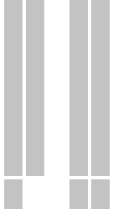
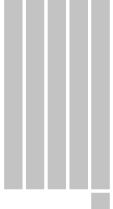
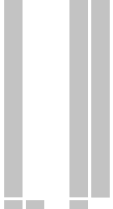
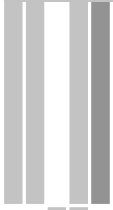
– распоредот на содржините во вестите (со времето на емитивање).

По истиот редослед се презентирани и податоците за споменатите аспекти на информативните емисии на одделните анализирани медиуми. На крајот од текстот се поместени споредбените прикази, показателите за генералните најави и за распоредот на содржините во вестите, како и заклучните согледувања од анализата.



**АНАЛИЗИ  
ИСТРАЖУВАЊА**

## 2 РЕЗУЛТАТИ ОД АНАЛИЗАТА



**АНАЛИЗИ  
ИСТРАЖУВАЊА**

## Основни податоци

Во текот на 30 денови се емитувани 30 изданија на ТВД–2 со вкупно траење од 21 час, 21 минута и 40 секунди (скратено – 21:21:40) или просечно секоја емисија траела по 42 минути и 42 секунди. Во ТВД–2 најзастапени биле информациите (19 ч. и 55 мин., или 93,30%), потоа шпицата со 46 мин. и 2 сек. (односно 3,59%), најавите траеле 24 мин. и 48 сек. (или 1,93%), а се емитувани и реклами во траење од 15 мин. и 3 сек., односно 1,17% од вкупното траење на ТВД–2 во текот на јуни 2000 година.

Според жанрови, најзастапени се извештаите со траење од 14:09:23 (или 71,03% од должината на информациите во ТВД–2, без шпицата, најавите и рекламите), потоа следуваат вестите – 2:31:36 (или 12,68%), па коментарите со 2:26:53 (12,28%), интервјуата со 42 мин. и 12 сек. (3,53%) и репортажите – 5 мин. и 43 сек. (или 0,48%). Кај објавените коментари треба да се каже дека во нив се вбројуваат и колумните на надворешните соработници на МТВ и на истакнатите јавни личности, во вкупно траење од 2 ч., 6 мин. и 42 сек., и тоа од авторите: Димитар Мирчев (5 колумни), Данило Глигоровски (4), Никола Тасев (4), Ѓунер Исмаил (4), Валентина Божиновска (3), Александар Тортевски (3) и Љубомир Д. Фрчковски (2).

Од информациите во ТВД–2 огромен дел се однесуваат на настани од земјава: (16:56:56 или 85,05%), а другиот дел (2:58:51 односно 14,96%) на настани од странство.

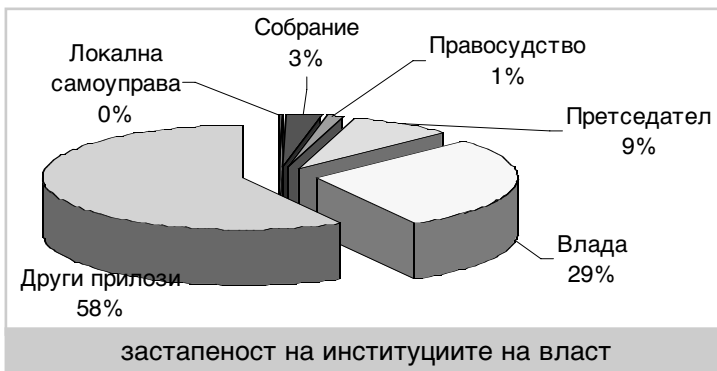
## Домашни настани

Листата на десетте најзастапени области во информациите со потекло од земјава изгледа вака: економија (2:31:41 или 14,92% од времето посветено на теми од Република Македонија), ТВ – колумни (2:06:42 или 12,46%); меѓународни односи и надворешна политика (1:48:04 или 10,63%); одбрана и безбедност (1:44:30 или 10,28%); домашен политички живот (1:35:13 или 9,36%); спорт (48 мин. и 32 сек. или 4,77%); образование и наука (39 мин. и 37 сек. или 3,90%); култура и уметност (38 мин. и 20 сек. или 3,77%); време – извештај и прогноза (32 мин. и 39 сек. или 3,21 %); одбележување годишнини и јубилеи (31 мин. и 15 сек. или 3,07%).

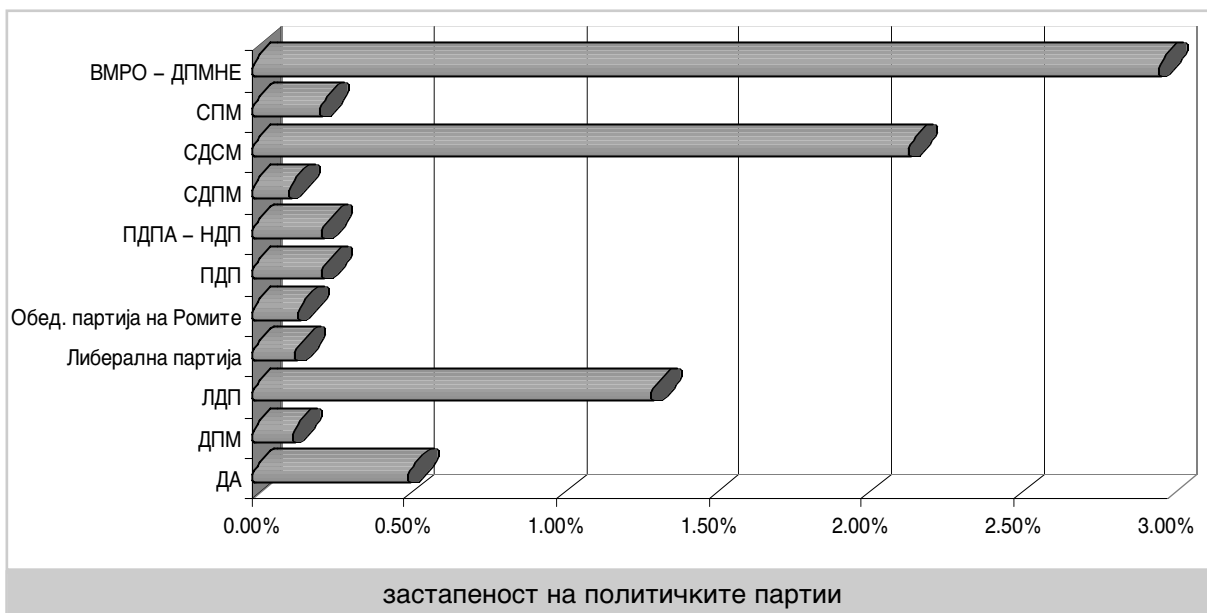
Од градовите, најприсутен е Скопје, како главен град (административен центар) на Република Македонија со 5:39:48 или 33,41% од вкупното време за настани од земјава, и Скопје како географско подрачје со 5:23:49 или 31,84%. Потоа следува присуството на странски градови (во кои имало настани поврзани со субјекти од Република Македонија) со 1:37:10 или 9,55%, па содржини од повеќе градови од Република Македонија – 1:30:45 или 8,92%, Охрид – 56 мин. и 55 сек. или 5,60%, Струга – 15 мин. и 7 сек. или 1,49%, Тетово – 15 мин. и 22 сек. или 1,51%, Куманово – 13 мин. и 25 сек. или 1,32%, Битола – 11 мин. и 46 сек. или 1,16%.

Органите на државната власт на Република Македонија во ТВД –2 во јуни 2000 година биле застапени со време од 8 часа, 21 минута и 54 секунди или околу 42% од вкупното време за информативни содржини. Владата на Република Македонија е најприсутна со 5:47:42 или 29,08% од нето времето за информации во ТВД–2, односно со 69,28% од времето посветено на органите на државната власт, а е третирана во 173 прилози. Претседателот на Република Македонија е застапен во 40 прилози со време 1:42:04 односно со 8,54% или со 20,34%. На трето место е Собранието на Република Македонија со 34 мин. и 16 сек. (2,87%, односно 6,83%) во 20 прилози. На Правосудството му се посветени 14 мин. и 48 сек. или споредбено 1,24%, односно 2,95%, преку 8 прилози, а на Локалната самоуправа 3 мин. и 4 сек., односно 0,26% или 0,61%, во 3 прилози.

На политичките партии од земјава се однесувало програмско време од 1:37:31 или околу 7,5% од информациите на ТВД–2 во јуни. ВМРО – ДГМНЕ е најзастапена со 35 мин. и 32 сек., односно со 2,97% од вкупното време за информации или со 36,44% од времето посветено на политичките партии и тоа во 10 прилози. СДСМ е третирана во 25 мин. и 40 сек., односно со 2,15 % или 26,32%, низ 11 прилози. ЛДП е третирана во 15 мин. и 41 сек., односно во 1,31 % или 16,08%, преку 2 прилога. ДА е присутна во 6 мин. и 4 сек.,



Од вкупниот број емитувани информации во вестите во март, во повеќето од половината (во 56%) се присутни органите на државната власт (Правосудство, Локална самоуправа, Собрание, Влада, Претседател). Најприсутна е Владата, со 37% од вкупниот обем на емитувани информации, потоа Парламентот, со 10% и Претседателот, со 8%.

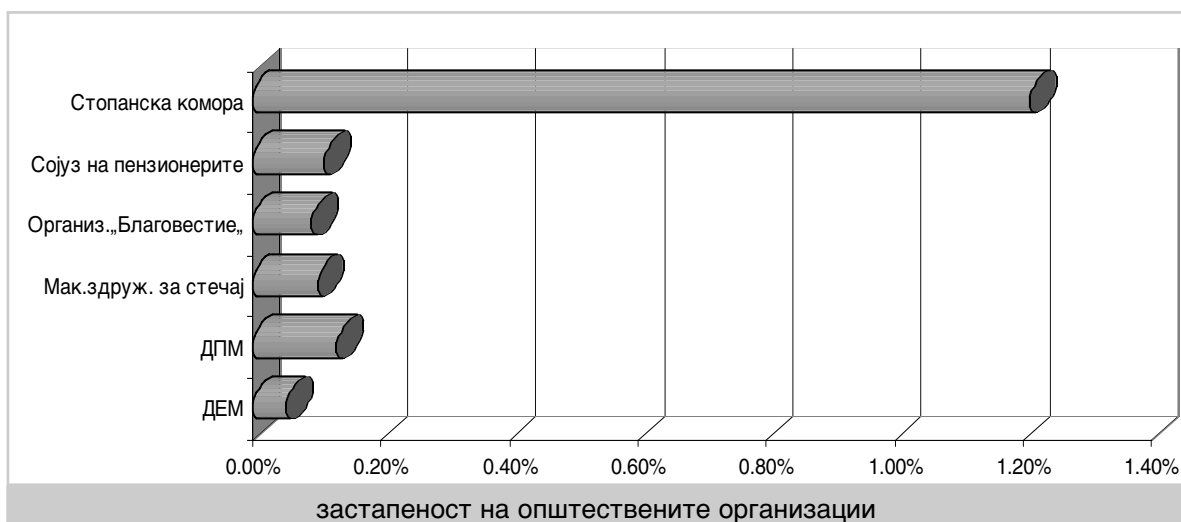


Политичките партии во анализираниите дневници на МТВ 1 во март се застапени со 2% или вкупно 21 минута. Присутни се следниве политички партии: СДСМ (7 мин. и 55 сек.), ВМРО - ДПМНЕ (2 мин. и 49 сек.), Либерална партија (2 мин. и 49 сек.), Демократски сојуз (2 мин. и 30 сек.), СПМ (2 мин. и 4 сек.), ПДП (1 мин.), Демократска партија на Турците (58 сек.), ЛДП (50 сек.), СДПМ (41 сек.), ПДПА - НДП (8 сек.)

односно 0,51% или 6,22%, низ 2 прилога. ПДП е третирана во 2 мин. и 45 сек., односно 0,23% или 2,82%, во 2 прилога. ПДПА -НДП е застапена со 2 мин. и 43 сек., односно со 0,23 % или 2,79%, во еден прилог. На СПМ и се посветени 2 мин. и 41 сек., односно 0,22 % или 2,75%, во еден прилог. Обединетата партија на Ромите е присутна со 1 мин. и 48 сек., односно 0,15% или 1,85%, со еден прилог. Либералната партија е застапена со 1 мин. и 38 сек., односно 0,14% или 1,67%, во два прилога, и СДПМ е присутна со 1 мин. и 26 сек., односно со 0,12% или 1,47%, во еден прилог.

Другите политички партии не се застапени.

Од општествените организации во земјава е најзастапена Стопанската комора – 14 мин. и 31 сек. (1,21% од вкупните информации во ТВД – 2 или 71,63 % од времето за општествени организации) со 6 прилози. Потоа следуваат: Друштвото на писателите на Македонија – 1 мин. и 35 сек. (0,13% или 7,81%), Сојузот на пензионерите – 1 мин. и 22 сек. (0,11% или 6,74%), Македонското здружение за стечај – 1 мин. и 10 сек. (0,10% или 5,76%), Организацијата “Благовестие“ – 1 мин. и 2 сек. (0,09% или 5,10%) и ДЕМ – 36 сек. (0,05% или 2,96%). Овие општествени организации се застапени со по еден прилог, а вкупното време посветено за сите општествени организации изнесува 20 мин. и 16 сек. или 1,7% од сите информации во ТВД – 2.



Во мартовските дневници МТВ 1 информираше за активностите на 11 општествени организации (Црвен крст, ДЛУМ, Еврејска заедница на Македонија, Исламска заедница, Организација на потрошувачи, Сојуз на архитекти, Сојуз на просветни работници, Сојуз на синдикати на Македонија, Сојуз на студенти, Стопанска комора и Здружение на емитуваните информации изнесува 2,6%. Меѓу нив најмногу време и е отстапено на Стопанската комора (6 минути).

## Настани од странство

Кај содржините од настаните од странство доминираат: меѓународната политика – 48 мин. и 32 сек. (27,14% од времето наменето за настани од странство), спортот – 40 мин. и 22 сек. (22,57%), случувањата на Косово – 17 мин. и 39 сек. (9,87%), одбраната и безбедноста – 12 мин. и 23 сек. (6,92%), ин мемориам – 6 мин. и 23 сек. (3,57%), тероризмот – 6 мин. и 19 сек. (3,53%), избори – 5 мин. и 57 сек. (3,33%), криминал и корупција – 5 мин. и 37 сек. (3,14%).

Во информациите од странство најбројни се оние што се однесуваат на СР Југославија со траење од 31 мин. и 26 сек. (или 17,58% од вкупното време за содржини од странство), потоа вести за настани во кои учествуваат повеќе држави – 18 мин. и 2 сек. (10,08%), Холандија – 12 мин. и 34 сек. (7,03%), Германија – 11 мин. и 32 сек. (6,45%), САД – 11 мин. и 21 сек. (6,35%), Франција 9 мин. и 34 сек. (5,35%), Велика Британија – 8 мин. и 29 сек. (4,74%), Русија – 8 мин. и 14 сек. (4,60%).

Од меѓународните субјекти најзастапени се: дипломатско-конзуларните претставници во РМ, Светската банка, Европската Унија, НАТО, УНМИК, КФОР, ММФ, УНХЦР, ООН и Централно-европската иницијатива.

## **МТВ 2 - ДНЕВНИК НА АЛБАНСКИ ЈАЗИК**

### Основни податоци

Емитувани се 30 изданија на Дневникот на албански јазик на МТВ 2 со вкупно траење од 13 часови, 30 минути и 8 секунди (скратено 13:30:08) или просечно секој дневник трае 27 минути. Во структурата доминираат информациите со време 12:32:47 или 92,92%, потоа шпицата – 29 мин. и 15 сек. или 3,61% и најавите – 28 мин. и 6 сек. или 3,47%.

Жанровски гледано најмногу има извештаи со време од 7:52:03 или 62,71% од времето за информации, потоа вести – 2:39:38 (или 21,21%), коментари – 55 мин. и 51 сек. (или 7,42%), интервјуа – 50 мин. и 31 сек. (или 6,71%), и репортажи – 14 мин. и 44 сек. (1,96%).

Според потеклото на настаните, домашните траат 7:50:42 или 62,53% од информациите, а од странство – 4:42:05 или 37,47%.

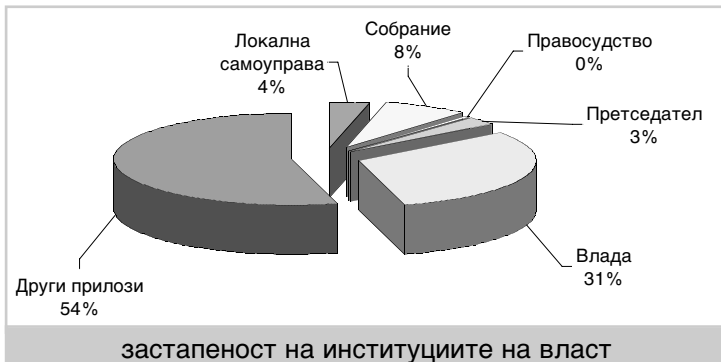
### Домашни настани

Листата од најзастапени области од домашните содржини ја сочинуваат: домашен политички живот со време од 1:56:47 или 24,81% од времето за домашни настани, образование и наука – 1:02:35 (или 13,30%), економија – 50 мин. и 5 сек. (10,64%), меѓународни односи и надворешна политика – 43 мин. и 57 сек. (9,34%), култура и уметност – 31 мин. и 2 сек. (6,59%), одбрана и безбедност – 30 м. и 9 с. (6,41%), цивилно општество / човекови права – 20 мин. и 56 сек. (4,45%), медиуми и комуникации – 17 мин. и 7 сек. (3,64%).

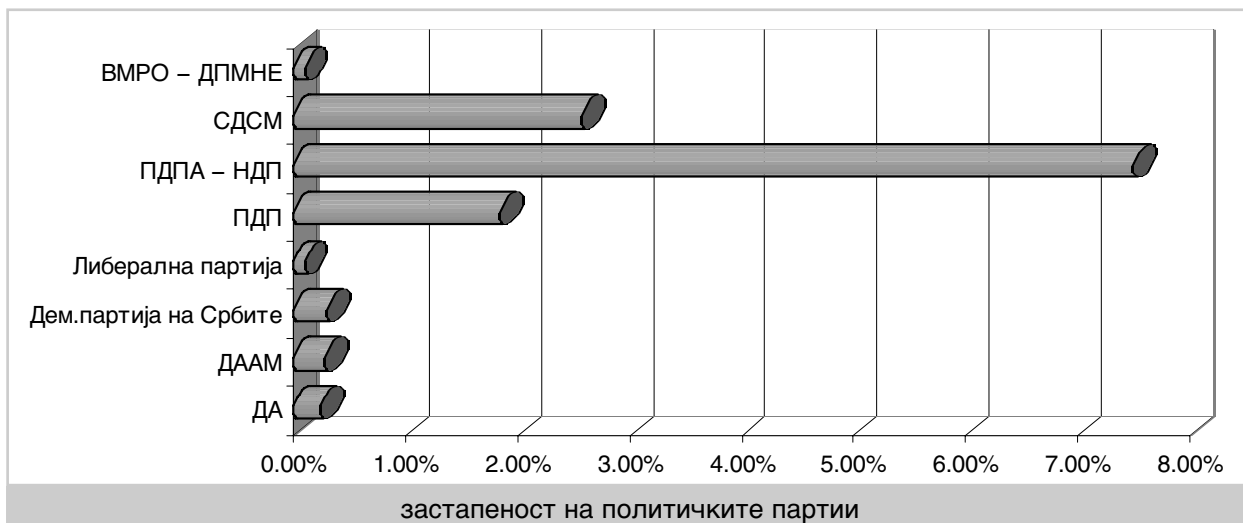
Од градовите, Скопје како административен центар е присутен со 4:16:53 или 54,57% од времето за домашни настани, потоа Скопје како градска средина – 45 мин. и 12 сек. (9,60%), Тетово – 33 мин. и 47 сек. (7,18%), Охрид – 25 мин. и 20 сек. (5,38%), Куманово – 23 мин. и 10 сек. (4,92%), Струга – 21 мин. и 3 сек. (4,47%).

На органите од државната власт на Република Македонија им е посветено време од 5:45:43 или околу 46% од времето за информации.

Владата на Република Македонија е најзастапена со 3:53:49, односно 31,06% од времето за информации или со 67,63% од времето за органите на државната власт, и тоа во 151 прилог. Собранието на РМ има време од 56 мин. и 56 сек. (7,84% или 17,08%), со 33 прилози. Локалната самоуправа има време од 26 мин. и 52 сек. (3,57% или 7,77%) преку 15 прилози. Времето за Претседателот на Република Македонија изнесува 22 мин. и 19 сек. (2,96% или 6,46%), распоредено во 17 прилози. Правосудството има време од 3 мин. и 40 сек. (0,49% или 1,06%) во 4 прилози.



Институциите на власта во март се присутни во околу 30% од емитуваните информации (или 3 часа и 48 минути). Најзастапена е Владата со 20% од вкупното времетраење на емитуваните информации, потоа Собранието со 5%.

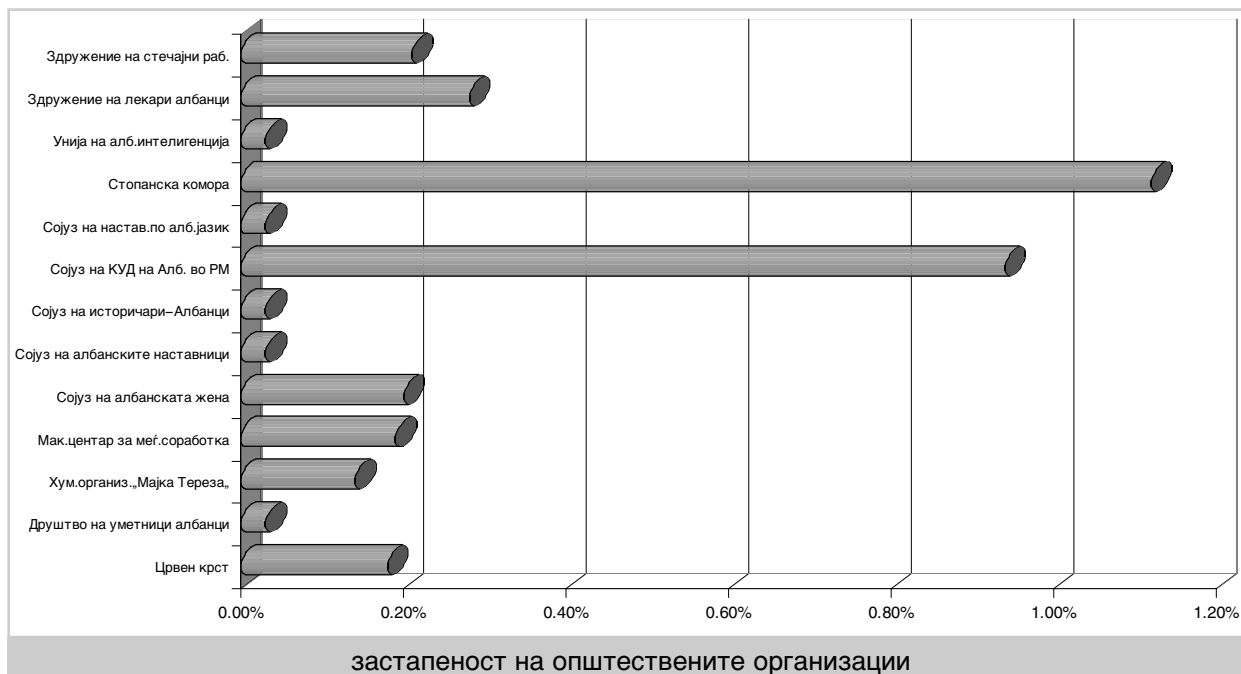


Политичките партии во март се присутни со 5% (или 38 минути) во вестите на албански јазик. Застапени се информации за активностите на 4 политички партии (ПДПА -НДП со 30 минути, ПДП со 6 минути, СДСМ со 1 мин. и Либералната партија со помалку од 1 мин.).

Времето од 1:36:36 или околу 13% од времето за информации им е посветено на политичките партии од земјава. Најзастапена е ПДПА – НДП со 56 мин. и 18 сек. или со 7,48% од времето за информации или со 58,28% од времето за политичките партии од земјава низ 24 прилози. Потоа следуваат: СДСМ – 19 мин. и 15 сек. (2,56% или 19,93%) преку 11 прилози, ПДП – 13 мин. и 46 сек. (1,83% или 14,25%) низ 9 прилози, Демократската партија на Србите – 2 мин. и 12 сек. (0,29% или 2,28%) со 1 прилог, ДААМ – 2 мин. и 2 сек. (0,27% или 2,10%) во еден прилог, ДА – 1 мин. и 43 сек. (0,23% или 1,78%) преку еден прилог, Либералната партија и ВМРО – ДПМНЕ со по 40 сек. (0,09% или 0,69%) со по еден прилог.

Другите партии не се застапени.

За општествените организации е одвоено време од 25 мин. и 40 сек. или околу 3% од времето за информации. Стопанската комора е најприсутна со 8 мин. и 27 сек. односно 1,12% од времето за информации и 32,92% од времето за општествени организации. Потоа следуваат: Сојузот на културно-уметничките друштва на Албанците во Република Македонија – 7 мин. и 4 сек. (0,94% или 27,53%), Здружението на лекарите – Албанци – 2 мин. и 6 сек. (0,28% или 8,18%), Здружението на стечајните работници – 1 мин. и 34 сек. (0,21% или 6,10%), а застапени се и: Сојузот на албанската жена, Македонскиот центар за меѓународна соработка, Црвениот крст, Друштвото на уметниците – Албанци, Хуманитарната орга-



Во анализираниите вести во март на албански јазик емитувани се информации за 8 општествени организации (Црвениот крст, Друштвото на писатели - Албанци, Исламската заедница, Младинскиот совет на Македонија, Сојузот на Албанската жена, Сојузот на пензионерите, Стопанската комора и Здружението на девизните штедачи) со вкупно времетраење од 27 минути. Најмногу простор е отстапен на Исламската заедница (вкупно 9 мин.).



низација “Мајка Тереза“, Сојузот на албанските наставници, Сојузот на историчарите – Албанци и Унијата на албанската интелигенција.

### **Настани од странство**

Од темите од странство најприсутни се следниве области: меѓународна политика со време од 1:54:31 или 40,60% од времето за настани од странство, случувања на Косово – 1:20:16 (28, 45%), спорт – 22 мин. и 33 сек. (8,02%), воени конфликти – 11 мин. и 24 сек. (4,04%), избори – 7 мин. и 21 сек. (2,61%), одбрана и безбедност – 6 мин. и 29 сек. (2,30%).

По држави, настаните од странство најмногу потекнуваат од СР Југославија со време од 1:27:31 или 31,03% од времето за странство, потоа Албанија – 51 мин. и 35 сек. (18,29%), повеќе држави – 25 мин. и 38 сек. (9,09%), САД – 23 мин. и 9 сек. (8,21%), Германија – 8 мин. и 54 сек. (3, 16%).

Меѓународните субјекти се застапени по следниов редослед: НАТО, ЕУ, ОБСЕ, дипломатско-конзуларни претставници во РМ, ММФ, УНХЦР, Светска банка, КФОР и други.

## **МТВ 2 - ДНЕВНИК НА ТУРСКИ ЈАЗИК**

### **Основни податоци**

Анализирани се вкупно 30 дневници во вкупно траење од 8 часа и 15 минути (скратено 8:15:00) или просечно секој дневник траел по 16 минути и 30 секунди. Информациите се застапени со време од 7:18:36 или 88,61%, најавите – 31 мин. и 48 сек. или 6,42%, шпицата – 24 мин. и 20 сек. или 4,92% и една реклама од 16 сек. (0,05%).

Според новинарски жанрови: извештаите се присутни со време од 3:10:58 или 43,54% од времето за информации, вестите – 3:08:48 (43,05%), репортажите – 48 мин. и 58 сек. (11,16%), коментарите – 5 мин. и 2 сек. (1,15%) и интервјуата – 4 мин. и 50 сек. (1,10%).

Домашните настани се застапени со време од 3:17:24 или 45,01% од времето за информации, а настаните од странство – 4:01:12 или со 54,99%.

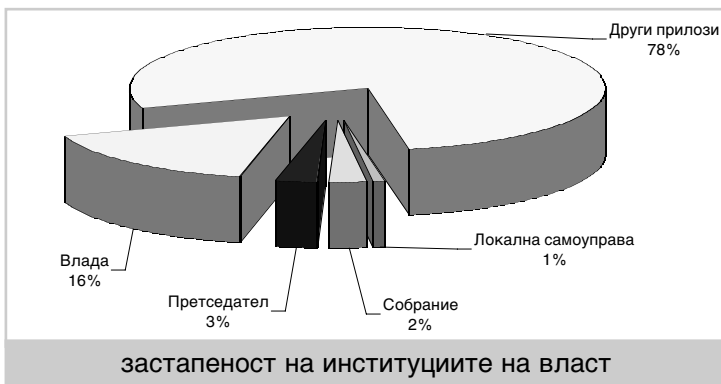
### **Домашни настани**

Најтретираните теми од домашните содржини се: културата и уметноста со време од 49 мин. и 18 сек. или 24,97% од времето за домашни настани; потоа меѓународните односи и надворешната политика – 42 мин. и 28 сек. (21,51%); домашен политички живот – 35 мин. и 16 сек. (17,87%); образование и наука – 27 мин. и 9 сек. (13,75%); економија – 10 мин. и 48 сек. (5,47%); временска состојба и прогноза – 7 мин. и 55 сек. (4,01%).

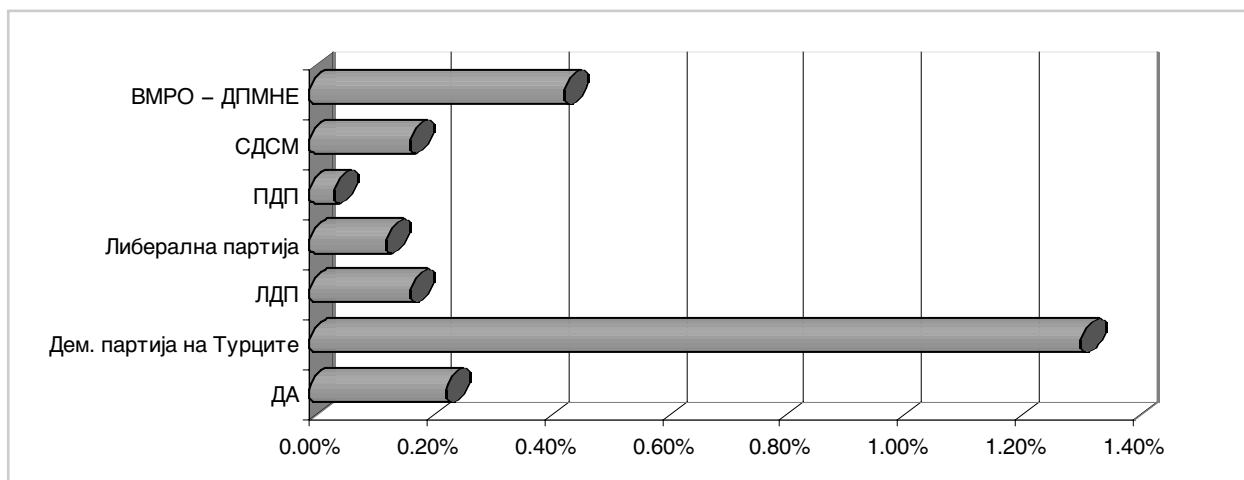
Скопје, како главен град на Република Македонија, е најзастапен кај содржините од земјава, со време од 1:04:34 или 32,71% од времето за домашни настани, потоа Струга – 33 мин. и 53 сек. (17,16%), Скопје како географско подрачје – 21 мин. и 47 сек. (11,04%), странски градови – 20 мин. и 18 сек. (10,28%), повеќе градови – 18 мин. и 21 сек. (9,30%), Охрид – 16 мин. и 59 сек. (8,60%), Валандово – 11 мин. и 36 сек. (5,88%).

Органите на државната власт имаат време од 1:38:35 или околу 22% од времето за информации. Владата на Република Македонија е видливо најзастапена со време од 1:11:23 односно 16,28% од времето за информации или 72,41% од времето за органите на државната власт, преку 71 прилог. Потоа следува Претседателот на Република Македонија со 12 мин. и 45 сек. (2,91% или 12,93%) низ 14 прилози, Собранието на Република Македонија – 10 мин. и 45 сек. (2,45% или 10, 92%) преку 7 прилози и Локалната самоуправа – 3 мин. и 41 сек. (0,84% или 3,74%) со 3 прилози.

За политичките партии има време од 10 мин. и 50 сек. или околу 2,5% од времето за информации. Редоследот на



*Институциите на власта во вестите на турски јазик во март се присутни во 26% од емитираните информации, (или 1 час и 59 минути). Најзастапена е Владата со 21% од вкупното времетраење на емитираните информации, а потоа Претседателот со колу 3%.*

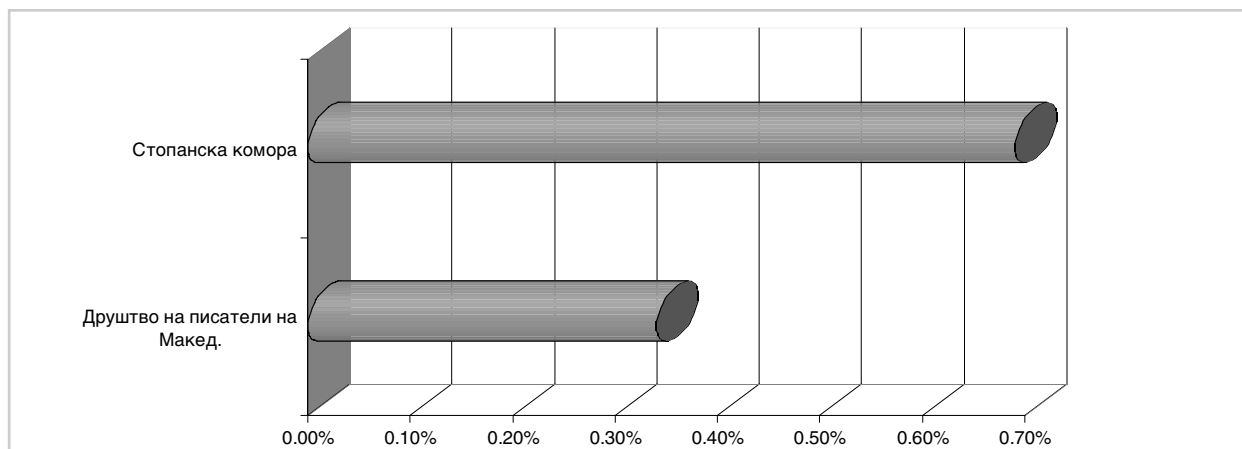


застапеност на политичките партии

Информациите за политичките партии во март изнесуваат 15 минути или 3% од вкупно емитираните вести. Присутни се 6 политички партии (СДСМ со 7 мин., ДА со 3 мин., ПДП со 2 мин., а ДПТ, ЛП и ВМРО -ДПМНЕ со по една минута).

застапеност изгледа вака: Демократска партија на Турците со време од 5 мин. и 44 сек. или 1,31% од времето за информации или 52,92% од времето за политички партии, во 3 прилози; ВМРО – ДПМНЕ – 1 мин. и 54 сек. (0,43% или 17,54%), 2 прилога; ДА – 1 мин. (0,23% или 9,23%), 3 прилози; ЛДП и СДСМ со по 44 сек. (0,17% или 6,77%), по 2 прилога; Либералната партија – 34 сек. (0,23% или 5,23%), 1 прилог и ПДП – 10 сек. (0,04% или 1,54%), 1 прилог.

Другите политички партии не се застапени.



застапеност на општествените организации

Во вестите на турски јазик во март посветено им е внимание на 6 општествени организации (Здружението на хирурзите, Црвениот крст, Сојузот на синдикатите на Македонија, Исламската заедница, Еколошкото друштво “Опстанок” и Хуманитарната организација “Мајка Тереза”) со вкупно времетраење од 11 минути и 28 секунди.

За општествените организации има отстапено 4 мин. и 32 сек. или околу 1% од времето за информации. Застапени се само Стопанската комора со 3 мин. и 2 сек. (66,91%), и Друштвото на писателите на Македонија со 1 мин. и 30 сек. (33,09%).

### **Настани од странство**

Од темите најприсутни се: меѓународната политика со 1:35:46 или 39,70% од времето за странски настани, спортот – 1:12:11 (29,93%), случувањата на Косово – 21 мин. и 11 сек. (8,78%), воени конфликти – 11 мин. и 55 сек. (4,94%), избори во светот – 8 мин. и 6 сек. (3,36%), несреќи – 6 мин. и 13 сек. (2,58%).

Од странство најзастапени се: настани во повеќе држави со време од 1:08:13 или 28,28% од времето за странство, СР Југославија – 30 мин. и 21 сек. (12,58%), САД – 22 мин. и 33 сек. (9,35%), Чеченија – 10 мин. и 36 сек. (4,39%), Полска – 9 мин. и 14 с. (3,83%), Кипар – 8 мин. и 53 сек. (3,68%), Израел – 8 мин. и 30 сек. (3,52%).

Меѓународните субјекти се присутни по овој редослед: НАТО, ЕУ, Светска банка, КФОР, УНИЦЕФ, ФАРЕ, ООН.

## МТВ 2 - ЕМИСИЈА НА РОМСКИ ЈАЗИК - ПРЕРОДБА

### Основни податоци

Во анализираниот период се емитувани 9 изданија на “Преродба”, на 2, 6, 9, 13, 16, 29, 23, 27 и 30 јуни кои во информативниот дел траеле 4 часови, 13 минути и 6 секунди (скратено 4:13:06) или просечно во секоја емисија по 28 минути информативен дел. Структурата е: информации со време од 4:03:35 или 96,24%, најави – 6 мин. и 17 сек. (2,48%) и шпици – 3 мин. и 14 сек. (1,28%).

Извештаите со време од 2:42:20 или 66,64% од времето за информации се најзастапени кај новинарските жанрови, потоа се вестите – 40 мин. и 45 сек. (16,73%), интервјуата – 23 мин. и 25 сек. (9,61%) и репортажите – 17 мин. и 5 сек. (7,01%).

Според потеклото на настаните, преовладуваат домашните со време од 3:11:51 (78,76% од информациите), а од странство со 51 мин. и 44 сек. (21,14%).

### Домашни настани

Од домашните настани, најприсутни се темите од следниве области: цивилно општество / човекови права со време од 1:10:41 или 36,84% од домашните настани; култура и уметност – 46 мин. и 15 сек. (24,11%); образование и наука – 13 мин. (6,78%); меѓународни односи и надворешна политика – 10 мин. и 48 сек. (5,63%); економија – 9 мин. и 45 сек. (5,08%); социјални прашања – 9 мин. и 5 сек. (4,73%); домашен политички живот – 8 мин. и 49 сек. (4,60%).

Скопје како градска средина е најприсутна според градови на домашните случувања со 2:30:30 или дури 78,45% од времето за домашни настани, потоа следува Скопје како административен центар со 21 мин. (10,95%), па странските градови – 6 мин. и 31 сек. (3,40%) и Тетово – 6 мин. и 15 сек. (3,26%).

На органите на државната власт им се посветени содржини во траење од 1:07:31 или околу 27,5% од времето за информации. Најзастапена е Владата на Република Македонија со време од 40 мин. и 51 сек. (16,77% од времето за информации или 60,50% од времето за државните органи) во 29 прилози. Локалната самоуправа има време од 16 мин. и 17 сек. (6,68% или 24,12%) низ 5 прилози, Претседателот на Република Македонија – 7 мин. и 1 сек. (2,88% или 10,39%) преку 5 прилози, Собранието на Република Македонија – 3 мин. и 22 сек. (1,38% или 4,99%).

Вкупното време одвоено за политичките партии (во траење од 8 мин. и 54 сек. или 3,65% од информациите) е посветено само на Обединетата партија на Ромите, во 3 прилози. Логично, другите партии не се застапени.

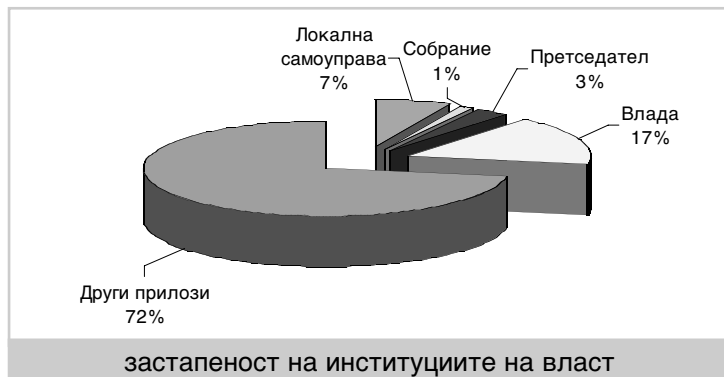
Во анализираниот период во март во информативните емисии на ромски јазик не е застапена ниту една политичка партија.

И кај општествените организации ситуацијата е иста: вкупното време (1 мин. и 49 сек. или 0,68% од времето за информации) е отстапено за Еколошкото друштво “Вила зора” (1 прилог).

Во информативните емисии на ромски јазик емитувани на МТВ 2 во месец март, како субјекти се појавуваат 5 општествени организации (Институтот отворено општество, Црвениот крст, Организацијата Есма-жени Ромки, Сојузот на организации на жените и ОПРМ - организација на жените Ромки) со вкупно времетраење од 14 минути и 37 секунди.

### Настани од странство

Во содржините од странство доминираат следниве области: меѓународна политика со време од 20 мин. и 51 сек. (или 40,30% од времето за настани од странство), спорт – 10 мин. и 45 сек. (20,78%), случувањата на Косово – 6 мин. и 24 сек. (12,37%), цивилно општество / човекови права – 4 мин. и 25 сек. (8,54%),



Институциите на власта во март во информативните емисии на ромски јазик се присутни во 33% од емитуваните информации или со вкупно времетраење од 1 час и 12 минути. Најзастапена е Владата со 22% од вкупното времетраење на емитуваните информации, а потоа следуваат Локалната самоуправа, Собранието и Претседателот.

воени конфликти – 2 мин. и 22 сек. (4,75%).

Од државите, најприсутни се содржините од СР Југославија со време од 10 мин. и 58 сек. (21,29% од времето за странство), потоа Белгија – 7 мин. и 13 сек. (13,95%), САД – 4 мин. и 6 сек. (7,93%), Русија – 3 мин. (5,80%).

Доминантен од меѓународните субјекти е УНХЦР, а потоа следуваат: ЕУ, Светската банка, УНИЦЕФ, ММФ, НАТО, Агенцијата за меѓународен развој на САД и ООН.

## МТВ 2 - ЕМИСИЈА НА СРПСКИ ЈАЗИК - ВИДИК

### Основни податоци

Анализата опфаќа 9 изданија на “Видик” емитувани на 1, 5, 8, 12, 15, 19, 22, 26 и 29 јуни, кои во информативниот дел траеле вкупно 4 часа, 1 минута и 15 секунди (скратено 4:01:15) или просечно секоја емисија во информативниот дел по околу 27 минути. Во структурата се најзастапени информациите со време од 3:56:19 или 97,96% од вкупното време на информативниот дел, потоа шпиците – 2 мин. и 7 сек. (0,88%), најавите – 1 мин. и 33 сек. (0,64%) и рекламите – 1 мин. и 16 сек. (0,53%).

Од новинарските жанрови се забележува рамномерна застапеност на: извештаите со време 1:15:26 или 31,92% од времето за информации, репортажите – 1:10:45 или (29,94%), вестите 1:00:27 (25,58%) и интервјата – 29 мин. и 41 сек. (12,56%).

Според потеклото на настаните: во време од 2:21:18 или 59,79% од времето за информации се домашните настани, а 1:35:01 или 40,21% се од странство.

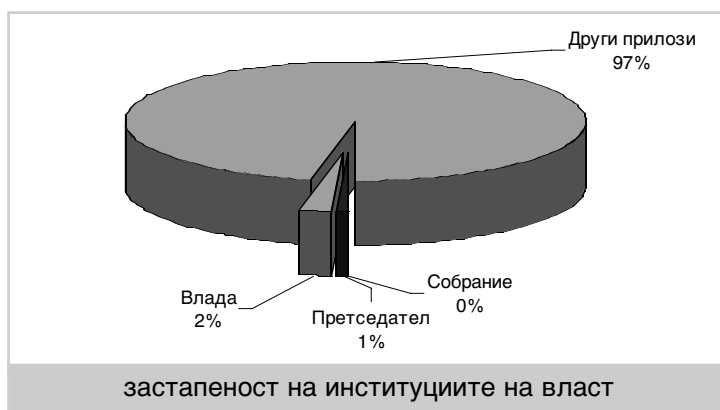
### Домашни настани

Во домашните содржини се најзастапени следниве области: култура и уметност со време од 41 мин. и 54 сек. (29,65% од времето за домашни настани); образование и наука – 17 мин. и 2 сек. (12,05%); забава и занимливости – 15 мин. и 26 сек. (10,92%); донации и помош – 10 мин. и 56 сек. (7,74%); меѓународни односи и надворешна политика – 9 мин. и 39 сек. (6,83%); проблеми на локални подрачја – 9 мин. и 35 сек. (6,78%); здравство – 7 мин. и 58 сек. (5,64%).

Огроман дел од домашните информации потекнуваат од Скопје како градска средина со траење од 1:45:15 или 74,49% од времето за домашни настани, потоа Куманово – 13 мин. и 19 сек. (9,42%), од странските градови – 7 мин. и 20 сек. (5,19%), Скопје како административен центар – 7 мин. и 7 сек. (5,04%), Гостивар – 6 мин. и 24 сек. (4,53%).

Органите на државната власт се застапени во време од 7 мин. и 28 сек. или околу 3% од времето за информации. Владата на Република Македонија има време од 5 мин. и 43 сек. (2,42% од времето за информации и 76,56% од времето за државни органи) преку 7 прилози. Претседателот на Република Македонија е присутен во време од 1 мин. и 34 сек. (0,66% или 20,98%) со 3 прилози и Собранието на Република Македонија – 11 сек. (0,08% или 2,46%) со 1 прилог.

Во “Видик” во анализираниот период не е отстапен простор ниту за политичките партии ниту за општествените организации од земјава.



Од институциите на власта, во март застапени се Владата, Собранието и Претседателот во 9% од вкупно емитуваните информации, со вкупно времетраење од 22 минути. Владата има 7% од вкупното времетраење на емитуваните информации, а потоа следуваат Претседателот и Собранието.

Во анализираните информативни емисии на српски јазик во месец март, исто така, не е застапена ниту една политичка партија, додека како субјекти се појавуваат 2 општествени организации (Стопанската комора и Српската заедница во Република Македонија) со вкупно времетраење од 7 минути и 23 секунди.

## Настани од странство

Кај темите од странство најдоминантни се: меѓународната политика со време од 54 мин. и 47 сек. (57,66% од времето за странство), спортот – 14 мин. и 7 сек. (14,86%), случувањата на Косово – 13 мин. и 11 сек. (13,87%) и изборите во светот – 6 мин. и 17 сек. (6,61%).

По држави, содржините претежно потекнуваат од СР Југославија со време од 47 мин. и 4 сек. (49,54% од времето за странство), од Русија – 30 мин. и 38 сек. (32,24%), и од повеќе држави – 14 мин. и 44 сек. (15,51%).

Застапени се само три меѓународни субјекти, доминантно Американскиот црвен крст и минимално ЕУ и НАТО.

## МТВ 2 - ЕМИСИЈА НА ВЛАШКИ ЈАЗИК - ИСКРА

### Основни податоци

Во анализата се опфатени вкупно 8 емисии (емитувани на 3, 7, 10, 14, 17, 21, 24 и 28 јуни) чие вкупно траење во информативниот дел изнесува 3 часа 20 минути и 23 секунди (или скратено 3:20:23) или просечно секоја емисија траела по 25 минути. Структурата изгледа вака: информации со време од 3:13:28 или 96,55% од траењето на информативниот дел на “Искра”, шпици 4 мин. и 27 сек. (2,22%), реклама 1 мин. и 45 сек. (0,87%) и најава 43 сек. (0,36%).

Од новинарските жанрови најмногу време е реализирано преку интервјуа – 1:15:59 или 39,27% од времето за информации, потоа со извештаи – 1:07:52 (35,08%), вести – 41 мин. и 59 сек. (21,70%), коментари – 4 мин. и 53 сек. (2,52%) и репортажи 2 мин. и 45 сек. (1,42%).

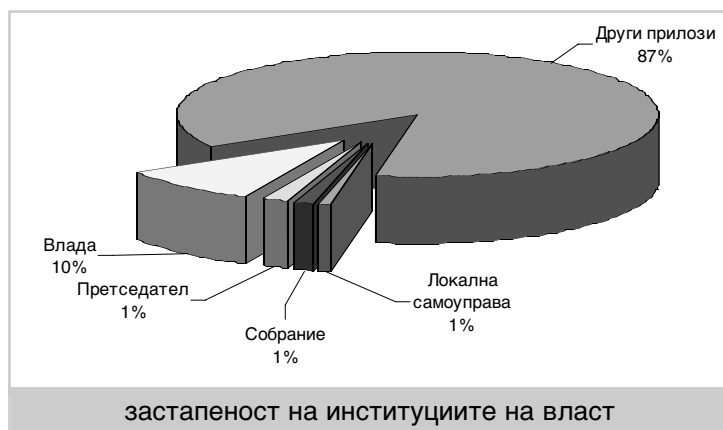
Според потеклото на настаните, време од 2:34:15 или 79,73% од информациите е посветено на домашните, додека 39 мин. и 13 сек. или 20,27% на настаните од странство.

### Домашни настани\*

Кај домашните настани се најприсутни следниве теми: култура и уметност со време од 28 мин. и 45 сек. или 18,64% од времето за домашни настани; образование и наука – 18 мин. и 55 сек. (12,26%); цивилно општество / човекови права – 13 мин. и 20 сек. (8,64%); медиуми и комуникации – 11 мин. и 51 сек. (7,68%), меѓународни односи и надворешна политика – 10 мин. и 14 сек. (6,63%); одбележување годишници и јубилеи – 9 мин. и 53 сек. (6,41%); економија – 9 мин. и 15 сек. (6,00%).

Од градовите, најзастапен е Скопје како градска средина со време од 1:36:16 или 62,41% од времето за домашни настани, потоа Скопје како административен центар – 14 мин. и 14 сек. (9,23%), Штип – 12 мин. и 21 сек. (8,01%), Крушево – 9 мин. и 34 сек. (6,29%).

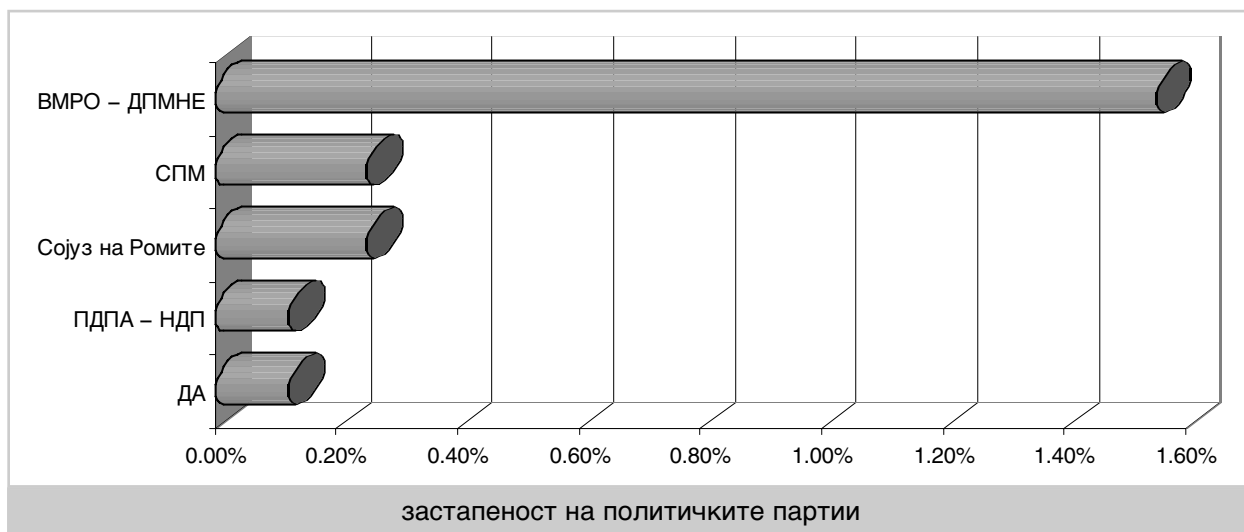
Органите на државната власт се присутни во време од 26 мин. и 22 сек. или околу 13,5% од времето за информации. На Владата на РМ се однесуваат 19 мин. и 1 сек., односно 9,83% од времето за информации или 72,12% од времето за државните органи (15 прилози). Претседателот на Република Македонија има 2 мин. и 53 сек. (1,49% или 10,94%) во 4 прилози. Собранието на Република Македонија – 2 мин. и 39 сек. (1,37% или 10,05%) со 4 прилози и Локалната самоуправа – 1 мин. и 49 сек. (0,94% или 6,89%), преку 1 прилог.



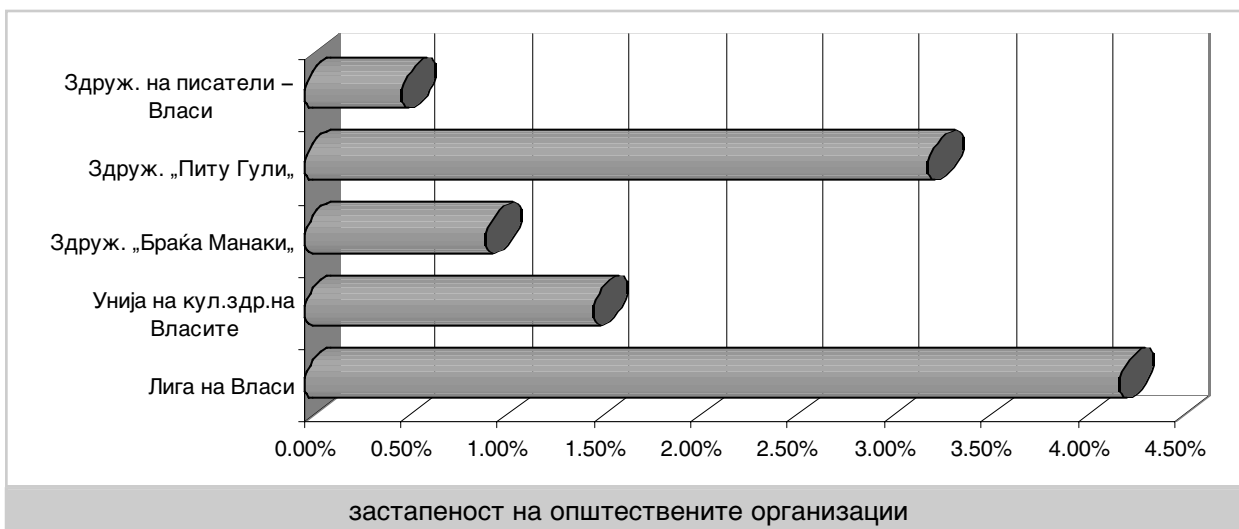
Политичките партии “добиле” вкупно 4 мин. и 26 сек. односно околу 2% од времето за информации. Најзастапена е ВМРО –ДПМНЕ со време од 3 мин. или 1,55% од времето за информации или 67,67% од времето за политички партии, преку 2 прилога. Потоа се Сојузот на Ромите и СГМ со време од по 29 сек. (0,25% или 10,0%) со по 1 прилог и ПДПА – НДП и ДА со по 14 сек. (0,12% или 5,26%), со по еден прилог.

Другите политички партии не се застапени .

\* Мониторингот на емисиите на влашки јазик во месец март не е реализиран поради технички причини



Општествените организации од земјава имаат време од 20 мин. и 3 сек. или околу 10% од времето за информации. Застапеноста изгледа вака: Лига на Власите со време од 8 мин. и 9 сек. или 4,21% од времето за информации, односно 40,56% од времето за општествени организации, Здружението “Питу Гули” – 6 мин. и 14 сек. (3,22% или 31,09%), Унијата на културните здруженија на Власите во Република Македонија – 2 мин. и 53 сек. (1,49% или 14,38%). Присутни се уште и здружението “Браќа Манаки” и Здружението на писателите – Власи.



### **Настани од странство**

Во содржините од странство доминира надворешната политика со време од 20 мин. и 22 сек. (51,93% од времето за настани од странство), потоа забава и занимливости – 6 мин. и 15 сек. (15,94%), туризам – 2 мин. и 45 сек. (7,01%), случувањата на Косово – 2 мин. и 24 сек. (6,12%).

По странски држави, најприсутна е Белгија со време од 7 мин. и 13 сек. (18,40% од времето за странство), потоа САД – 6 мин. и 26 сек. (16,40%), Романија – 5 мин. и 23 сек. (13,73%), Русија – 3 мин. и 39 сек. (9,31%), СР Југославија – 2 мин. и 56 сек. (7,48%).

Меѓународните субјекти се застапени по овој редослед: ЕУ, НАТО и ММФ.

## **A1 ТЕЛЕВИЗИЈА**

### **Основни податоци**

Вкупното траење на вестите на А1 Телевизија во јуни 2000 год. во 30 изданија изнесувало 25 часа, 11 минути и 31 секунда (односно скратено 25:11:31) или просечно секое издание по 50 мин. и 35 сек. Во струк-

турата се издвојуваат следниве составки: информации во траење од 20:53:14 или 82,91% од вкупното времетраење, потоа реклами – 2:39:45 или 10,57%, најави – 59 мин. и 31 сек. или 3,94% и шпица – 39 мин. и 1 сек. односно 2,58% од вкупното траење на вестите.

Кај новинарските жанрови најприсутни се извештаите со траење од 17:54:07, односно 85,51% од времетраењето на информациите во вестите. Потоа следуваат вестите – 1 час и 37 минути (7,74%), интервјуата 1ч. 14 мин. и 48 сек. (5,97%), репортажата – 4 мин. и 18 сек. (0,34%) и коментарот – 3 мин. и 1 сек. (0,24%).

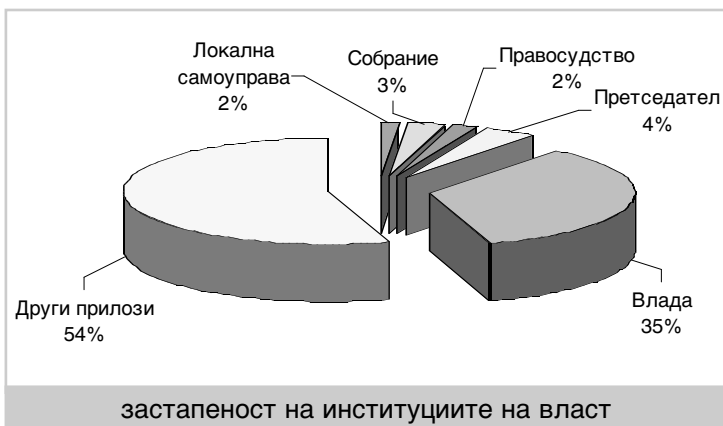
Содржините што произлегуваат од настаните од земјава се застапени во времетраење од 14:32:59 или 69,66% од вкупното траење на информациите во Вестите, додека информациите за настани од странство – 6:20:15 или 30,34%.

## Домашни настани

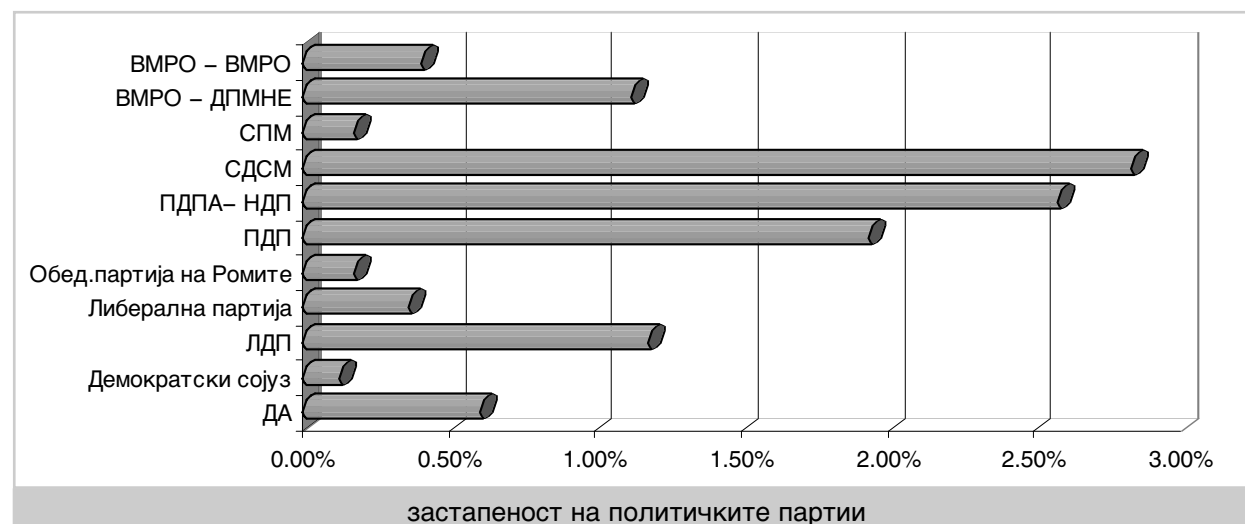
Кога ќе се издвојат десетте најприсутни области во содржините од земјава тоа изгледа вака: економија со 2:32:01 или 17,41% од времето посветено на теми од земјава; домашен политички живот (2:28 :08 или 16,97%); одбрана и безбедност (1:26:38 или 9,92%); спорт (1:08:23 или 7,83%); меѓународни односи и надворешна политика (01: 02:33 или 7,17%); образование и наука (47 мин. и 13 сек. или 5,41%); здравство (44 мин. и 3 сек. или 5,05%); криминал и корупција (40 мин. и 8 сек. или 4,60%); временска состојба и прогноза (33 мин. и 16 сек. или 3,81%) и судски систем (25 мин. и 16 сек. или 2,89%).

Скопје како административен центар е застапен со 08:18:42 или 57,13% од времето за настани од земјава, Скопје како градска средина 1:51:42 или 12,80%; потоа странските градови (1:01:03 или 6,99%); повеќе градови (47 мин. и 51 сек. или 5,48%); Битола (39 мин. и 23 сек. или 4,51%); Тетово (26 мин. и 25 сек. или 3,03%); Куманово (21 мин. и 51 сек. или 2,50%); Прилеп (12 мин. и 3 сек. или 1,38%); Охрид (11 мин. и 22 сек. или 1,30%); Штип (11 мин. и 9 сек. или 1,28%).

Време со траење од 9 ч. 26 мин. и 55 сек. или околу 45% од вкупното време за информации во Вестите е посветено на органите на државната власт во земјава. Најзастапена е Владата на Република Македонија со 7:15:04 или 34,72% од времето за информации, односно со 76,74% од времето посветено на органите на власта во земјава, во вкупно 211 прилози. Претседателот на Република Македонија е застапен во 26 прилози со време од 53 мин. и 22 сек., односно со 4,26% или 9,41%. Собранието на Република Македонија е застапено со 35 мин. и 44 сек. односно 2,85% или 6,30% низ 20 прилози. Правосудството е застапено со 23 мин. и 39 сек. односно со 1,89% или со



Институциите на власта во март се присутни во околу 40% од нето емитуваните информации. Најзастапена е Владата со 32% од вкупното времетраење на емитуваните информации, а потоа Собранието со 4%.



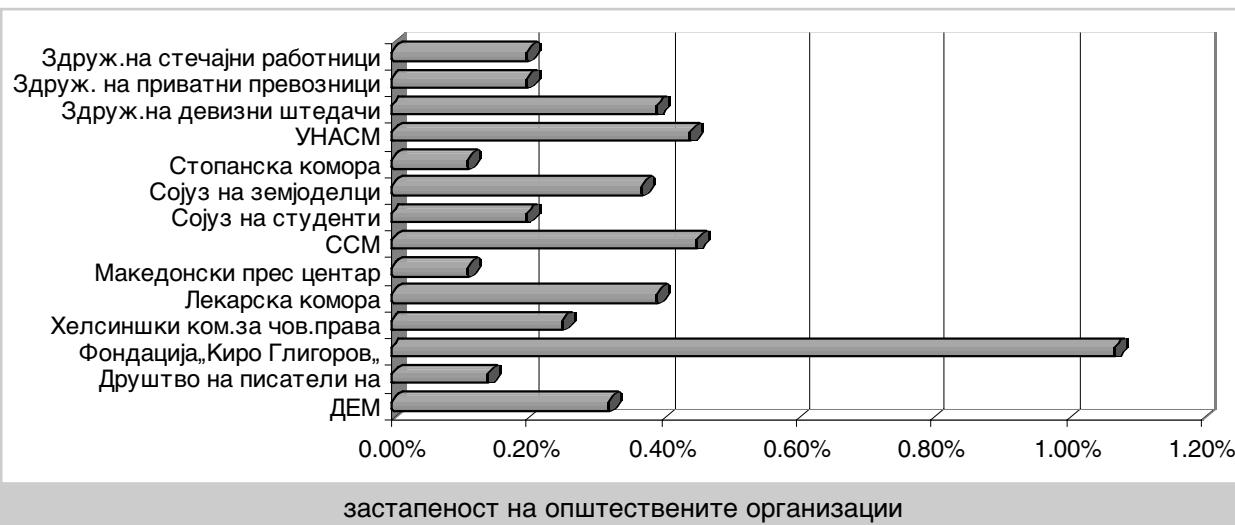
Во март информациите за политичките партии изнесуваат 10% (1 час и 52 минути) од вкупното времетраење на емитуваните информации. Застапени се 12 политички партии: ВМРО -ДПМНЕ со 30 минути, СДСМ со 15 минути, ДА со 14 мин., ДПСМ со 13 мин., ДС со 11 мин., ЛДП со 9 мин., ПДПА - НДП со 8 мин., СПМ со 3 мин., а МААК - КП, ЛП, ПДП и ДПМ со по 2 мин.

4,17%, во 16 прилози. Локалната самоуправа е најмалку застапена со 19 мин. и 6 сек. односно со 1,52% или со 3,37% со 11 прилози.

Програмското време за политичките партии изнесувало 2ч., 23 мин. и 36 сек. или околу 11% од содржините на Вестите. Најприсутна е СДСМ со 35 мин. и 25 сек., односно со 2,83% од вкупното време за информации во Вестите или со 24,66% од времето посветено на политичките партии, а е третирана преку 17 прилози. ПДПА –НДП е застапена со 32 мин. и 20 сек., односно со 2,58% или со 22,58% низ 18 прилози. За ПДП има време од 24 мин. и 12 сек., односно 1,93% или 16,85% во 15 прилози. ЛДП е присутна во 14 мин. и 49 сек. односно со 1,18% или со 10,32% низ 8 прилози. За ВМРО – ДПМНЕ се посветени 14 мин. и 4 сек., односно 1,12% или 9,80%, распоредени во 10 прилози. ДА е застапена со 7 мин. и 28 сек., односно со 0,60% или со 5,20% во 7 прилози. ВМРО (Вистинска македонска реформска опција) е присутна 4 мин. и 58 сек., односно 0,40% или 3,46% во 2 прилога. Либералната партија има време од 4 мин. и 30 сек., односно 1,18% или 3,13% распоредено во 4 прилози. Со 2 мин. и 11 сек. односно 0,17% или 1,52% е застапена Обединетата партија на Ромите во 1 прилог. Демократскиот сојуз има време од 1 мин. и 33 сек., односно 0,12% или 1,08% во 2 прилога.

Другите политички партии не се застапени.

Кај општествените организации од земјава најдолго време има Фондацијата “Киро Глигоров” со 13 мин. и 23 сек. или 1,07% од вкупното време на Вестите, односно 23,02% од времето посветено на општествените организации. Натamu следуваат: Сојузот на синдикати на Македонија – 5 мин. и 41 сек. (0,45% или 8,51%), Лекарската комора на Македонија – 4 мин. и 57 сек. (0,39% или 9,77%), Здружението на девизните штедачи – 4 мин. и 55 сек. (0,39% или 8,46%), Сојузот на земјоделците – 4 мин. и 38 сек. (0,37% или 7,97%), Унијата на независните синдикати – 4 мин. и 29 сек. (0,36% или 7,71%), ДЕМ – 3 мин. и 57 сек. (0,32% или 6,79%). Застапени се и: Хелсиншкиот комитет за човекови права, Македонскиот центар за меѓународна соработка, Сојузот на студентите, Стопанската комора, Здружението на приватните превозници, Здружението на стечајните работници. Вкупното време за општествените организации изнесува 58 мин. и 9 сек. или околу 5% од сите информации во Вестите.



Општествените организации во анализираните вести во март се застапени со 3% (33 минути) од вкупното време. Речиси подеднакво се присутни следниве организации: Хелсиншкиот комитет за човекови права, Сојузот на организациите на жените, ССМ, Сојузот на земјоделците, УНАСМ, Здружението на приватните превозници, Здружението на девизните штедачи, Лекарската комора, Сојузот на цивилните инвалиди, Еврејската заедница на Македонија и Македонското женско лоби.

## Настани од странство

Информациите за настаните од странство најмногу се однесуваат на следниве теми: меѓународна политика со време 1:38:59 (или 26,03 %) од времето пополнето со информации од странство, спорт – 1:31:10 (23,98%), теми поврзани со Република Македонија – 45 мин. и 28 сек. (11,96%), случувања на Косово – 33 мин. и 50 сек. (8,90%), тероризам – 13 мин. и 27 сек. (3,54%), криминал и корупција – 12 мин. и 5 сек. (3,18%), економија – 9 мин. и 1 сек. (2,37%), забава и занимливости – 8 мин. и 58 сек. (2,36%).

По потеклото на настаните од странство на кои се однесуваат информациите (која земја), распоредот изгледа вака: повеќе држави со време од 1:53:23 односно 29,82% од времето за настани од странство. Потоа: СР Југославија – 1:14:47 (20,46%), САД – 35 мин. и 39 сек. (9,39%), Велика Британија 21 мин. и 21 сек. (5,61%), Русија – 16 мин. и 6 сек. (4,23%), Германија 14 мин. и 18 сек. (3,76%), Албанија – 13 мин. и 43 сек. (3,61%), Белгија – 13 мин. и 20 сек. (3,51%).

Меѓународните субјекти се застапени по следниов редослед: ЕУ, КФОР, Светска банка, НАТО, ОБСЕ, ЕФТА, организацијата “Потрага по заеднички основи” и други.



## Основни податоци

Триесетте изданија на Дневникот на Сител во 21.00 часот, емитувани во текот на јуни 2000 година, вкупно траеле 19 часови, 48 минути и 57 секунди (скратено 19:48:57) или просечно секој дневник по 39 минути и 38 секунди. Најзастапени се информациите со траење од 17:23:04 или 87,73% од вкупното времетраење на Дневникот, потоа реклами – 57 мин. и 54 сек. или 4,87%, шпиците – 50 мин. и 15 сек. или 4,23% и најавите 37 мин. и 44 сек. или 3,17%.

Најприсутни од новинарските жанрови се извештаите, со време од 14:19:43 (82,42%), вестите 1:54:25 (10,97%), коментарите – 48 мин. и 46 сек. (4,68%), интервјуата – 15 мин. и 55 сек. (1,53%) и репортажите – 4 мин. и 15 сек. (0,41%).

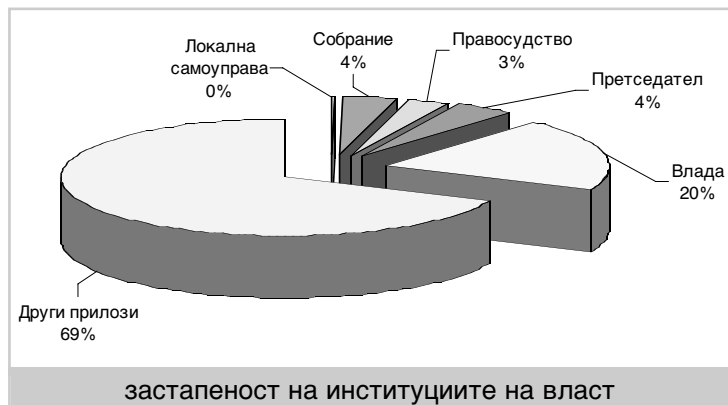
По потеклото на настаните на кои се однесуваат информациите, доминираат оние од земјата – 12:17:06, односно 70,67%, а од странство се застапени со 5:05:58, односно 29,33% од времето во Дневникот исполнето со информации.

## Домашни настани

Десетте најприсутни области од општествениот живот во земјата се: домашен политички живот со време од 3:29:46 или 28,46% од времето за теми од земјата; спорт – 1:39:36 (или 13,51%); економија – 1:16:33 (10,39%); одбрана и безбедност – 1:07:51 (или 9,20%); образование и наука – 34 мин. и 43 сек. (4,71%); меѓународни односи и надворешна политика – 29 мин. и 12 сек. (3,96%); временска состојба и прогноза – 28 мин. и 25 сек. (3,59%); култура и уметност – 20 мин. и 58 сек. (2,84%) и криминал и корупција – 19 мин. и 37 сек. (2,66%).

По местото на случување на домашните настани – најмногу содржини потекнуваат од Скопје како административен центар со време 5:26:19 или 44,27% од времето посветено на домашни настани, потоа Скопје како географско подрачје – 2:57:47 (24,12%), случувања од повеќе градови во земјата – 57 мин. и 13 сек. (7,76%), Битола – 51 мин. и 15 сек. (6,95%), странските градови – 35 мин. и 19 сек. (4,79%), Тетово – 19 мин. и 32 сек. (2,65%), Прилеп – 13 мин. и 11 сек. (1,79%), Гостивар – 11 мин. и 18 сек. (1,53%), Охрид – 10 мин. и 16 сек. (1,39%).

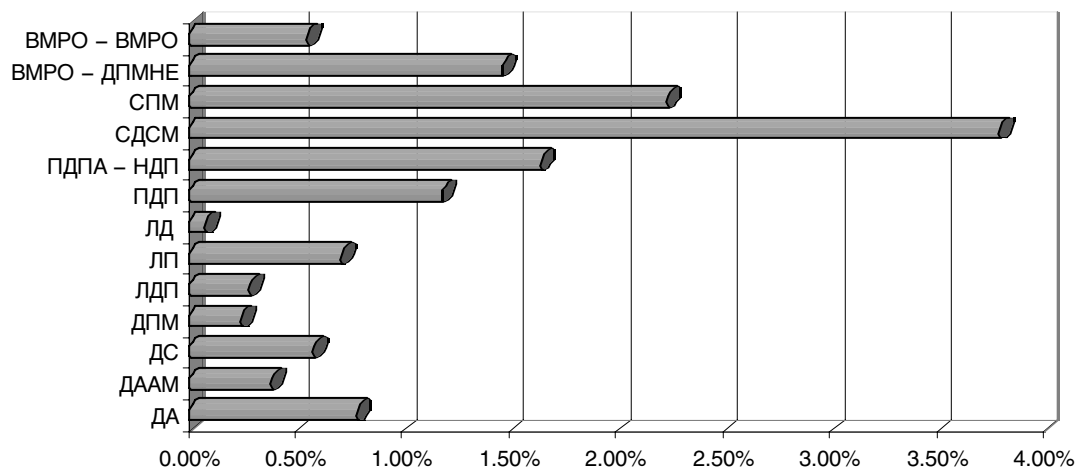
На органите на државната власт во земјава во Дневникот се однесува време од 5:30:08 или околу 31% од времетраењето на информациите. Најзастапена е Владата на РМ со 3:30:01 или 20,13% од времето со информации, односно 63,62% од времето за органите на државната власт, во 91 прилог. Претседателот на РМ е присутен со 45 мин. и 5 сек. (односно 4,32% или 13,66%) низ 23 прилози. На Собранието на РМ се посветени 39 мин. и 20 сек. (односно 3,77% или 11,91%), распоредени во 19 прилози. Правосудството е присутно со 32 мин. и 10 сек. (односно 3,08% или 9,74%). Локалната самоуправа – 3 мин. и 32 сек. (односно 0,34% или 1,07%) во 2 прилога.



застапеност на институциите на власт

Институциите на власта во март се присутни во околу 35% од емитуваните информации (5 часа, 49 минути и 9 секунди). Најзастапена е Владата, со 27% од вкупното времетраење на емитуваните информации, а потоа Собранието со 5%.

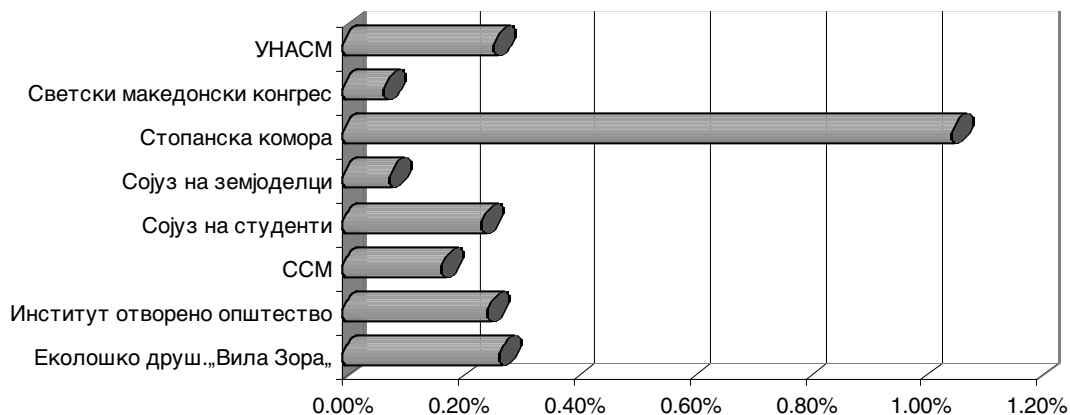
Кај политичките партии најприсутна е СДСМ со време од 39 мин. и 33 сек., односно 3,79% од времето за информации во Дневникот или со 27,32% од времето посветено на политичките партии, преку 17 прилози. СГМ е застапена со 23 мин. и 15 сек. (2,23% или 16,06%) во 11 прилози. ПДПА – НДП има време од 17 мин. и 4 сек. (1,64% или 11,79%) преку 11 прилози. ВМРО – ДПМНЕ со 15 мин. и 12 сек. (1,46% или 10,50%) во 9 прилози. ПДП – 12 мин. и 17 сек. (1,18% или 8,48%), со 3 прилози. ДА е присутна со 8 мин. и 8 сек. (0,78% или 5,62%) низ 4 прилози. Либералната партија е застапена во време од 7 мин. и 22 сек. (0,71% или 5,09%), во 3 прилози. Демократскиот сојуз има време од 6 мин. и 4 сек. (0,58% или 4,19%), преку 3 прилози. ВМРО има време од 5 мин. и 43 сек. (0,55% или 3,95%) преку 2 прилога. ДААМ – 4 минути (0,38% или 2,76%), во 2 прилога. ЛДП е присутна со 2 мин. и 55 сек. (0,28% или 2,01%) низ 2 прилога. За ДПМ има време од 2 мин. и 30 сек. (0,24% или 1,73%), со еден прилог. Лигата за демократија – 44 сек. (0,07% или 0,51%), во еден прилог. Другите политички партии не се третирали. Времето посветено на политички партии изнесувало 2:24:47 или околу 14% од времето на Дневникот исполнето со информации.



застапеност на политичките партии

Политичките партии во март се застапени со 1 час и 41 минута или околу 10% од вкупниот обем на емитираните информации. Присутни се: ВМРО - ДПМНЕ со 26 минути., СДСМ со 22 мин., СПМ со 16 мин., ДС со 7 мин., ДПСМ со 7 мин., ЛДП со 6 мин., ЛП со 5 мин., ДА со 4 мин., ПДП со 3 мин., СДПМ со 3 мин., ДПМ и МААК-КП со по 1 мин.

Времето посветено на општествените организации од земјава изнесува 24 мин. и 56 сек. (или околу 2% од вкупното време за информации во Дневникот). Најзастапена е Стопанската комора – 11 минути (односно 1,05% од времето за информации или 44,12% од времето за општествени организации), потоа еколошкото друштво “Вила Зора” – 2 мин. и 47 сек. (0,27% или 11,16%), УНАСМ – 2 мин. и 40 сек. (0,26% или 10,70%), Институтот отворено општество – 2 мин. и 38 сек. (0,24% или 10,56%), Сојузот на студентите – 2 мин. и 33 сек. (0,24% или 10,23%), а се застапени и Сојузот на синдикатите на Македонија, Сојузот на земјоделците и Светскиот македонски конгрес.



застапеност на општествените организации

Општествените организации во анализираниите вести во март се застапени со вкупно 43 минути (4%). Речиси подеднакво се присутни: АЕГГЕ, Хелсиншкиот комитет за човекови права, Хуманитарната организација “Мајка Тереза”, Еколошкото друштво “Опстанок”, Организацијата на Македонците потомци од Егејска Македонија, Сојузот на организации на жените, ССМ, Сојузот на студентите, Сојузот на земјоделците, Стопанската комора, Светскиот македонски конгрес, УНАСМ, Здружението на хирурзите, Здружението на новинарите и Здружението на приватните превозници.

### Настани од странство

Од настаните во странство најмногу се известувало за: спорт со време од 1:54:05 или 37,29% од времето за странство, потоа случувањата на Косово – 59 мин. и 22 сек. (19,40%), меѓународната политика – 47 мин. и 44 сек. (15,60%), теми поврзани со Македонија – 13 мин. и 41 сек. (4,47%), одбрана и безбедност – 13 мин. и 3 сек. (4,27%), несреќи – 6 мин. и 47 сек. (2,22%), воени конфликти – 6 мин. и 33 сек. (2,14%), тероризам – 6 мин. и 9 сек. (2,01%). По државите од кои потекнуваат настаните, најзастапена е СР Југославија со време од 1:01:01 или 19,94% од вкупното време за настани од странство. Потоа Холандија – 39 мин. и 46 сек. (13%), повеќе држави – 30 мин. и 44 сек. (10,04%), Белгија – 27 мин. и 51 сек. (9,10%), САД – 24 мин. и 41 сек. (8,07%), Велика Британија – 20 мин. и 40 сек. (6,75%), Русија – 15 мин. и 50 сек. (5,17%).

Меѓународните субјекти се застапени по следниов редослед: КФОР, Светска банка, Дипломатско конзуларни претставници, ЕУ, НАТО, УНХЦР, ОБСЕ.

# МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ

## Основни податоци

Анализирани се 30 изданија на Пладневниот весник. Пладневниот весник траел вкупно 17 часови, 24 минути и 33 секунди (скратено 17:24:33) или просечно по 34 минути и 50 секунди. Во структурата, најзастапени се информациите со време 16:17:48 или 93,61 % од вкупното времетраење на Пладневниот весник, потоа најавите – 39 мин. и 58 сек. (3,83%), шпиците – 25 мин. и 52 сек. (2,48%) и рекламите – 55 сек. (0,09%).

Жанровската структура изгледа вака: извештаи со време од 12:27:51 или 76,48% од времето на информациите во Пладневниот весник, вести – 2:50:50 (или 17,47%), коментари – 48 мин. и 19 сек. (4,94%) и интервјуа – 10 мин. и 48 сек. (1,10%).

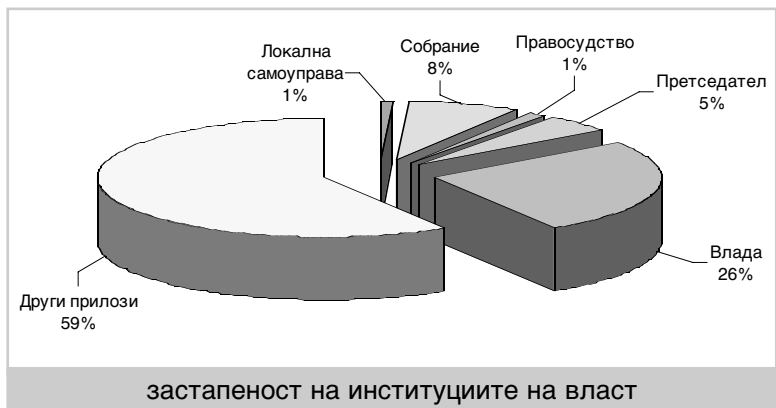
Според географското потекло на настаните на кои се однесуваат информациите – домашните се присутни со време од 13:12:51 или 81,09%, а од странство – 3:04:57 или 18,91%.

## Домашни настани

Во Пладневниот весник десетте најприсутни области од земјава се: домашен политички живот со време од 2:51:09 или 21,59% од времето посветено на домашните настани; економија – 1:43:51 (13,10%); меѓународни односи и надворешна политика – 1:21:40 (или 10,30%); образование и наука – 1:07:45 (или 8,55%); одбрана и безбедност – 57 мин. и 9 сек. (7,21%); култура и уметност – 44 мин. и 20 сек. (5,59%); спорт – 39 мин. и 42 сек. (5,01%); временска прогноза – 27 мин. и 17 сек. (3,44%); земјоделие – 25 мин. и 38 сек. (3,23%); медиуми и комуникации – 21 мин. и 29 сек. (2,71%).

Скопје, како главен град на Република Македонија, е најзастапениот од градовите со време од 5:46:51 или 43,75% од времето за настани во земјата, а како градска средина Скопје има време од 1:58:11 (или 14,91%). Потоа следуваат странските градови – 1:27:04 (или 10,98%), а по нив градовите: Охрид – 58 мин. и 45 сек. (7,41%), повеќе градови – 50 мин. и 55 сек. (6,42%), Тетово – 26 мин. и 49 сек. (3,38%), Прилеп – 21 мин. и 40 сек. (2,73%), Струга – 14 мин. и 14 сек. (1,80%), Куманово – 12 мин. и 22 сек. (1,56%).

На органите на државната власт во Пладневниот весник им се посветени информации во траење од 6:42:46 (околу 41% од времетраењето на информациите во Пладневниот весник). Владата на Република Македонија е најприсутна со време од 4:15:07 или 26,09% од информациите во Весникот, односно 63,34% од времето посветено на органите на државната власт во Република Македонија и тоа низ 146 прилози. Собранието на Република Македонија е застапено со 1:17:51 односно со 7,96% или со 19,33%, преку 38 прилози. На Претседателот на Републиката се однесува време од 48 минути и 58 секунди или 5,01 % односно 12,61%, Правосудството е присутно со 12 минути и 44 секунди или со 1,30%, односно со 3,61% преку 10 прилози, додека Локалната самоуправа има време од 8 мин. и 6 сек. (0,83% односно 2,01%), распоредено во 7 прилози.

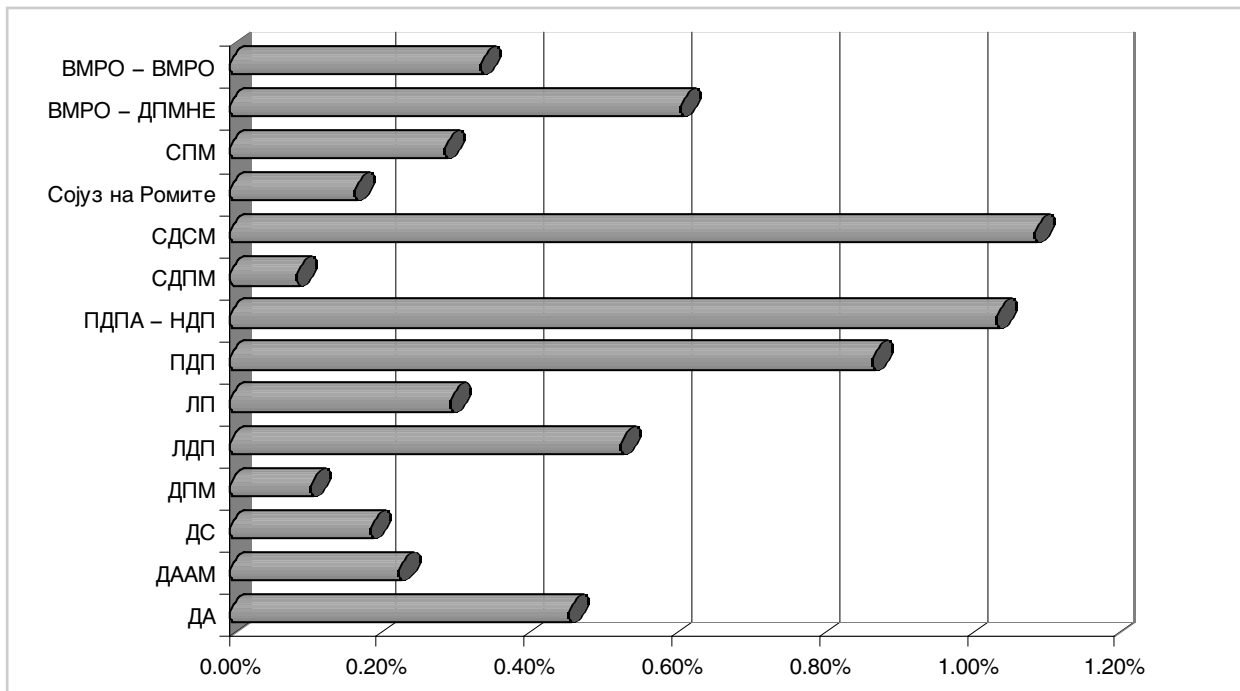


**застапеност на институциите на власт**

Институциите на власта во вестите на Македонското радио во март се присутни во околу 45% од емитуваните информации или со вкупно времетраење од 7 часа. Најзастапена е Владата со 31% од вкупното времетраење на емитуваните информации, а потоа Собранието со 7%.

Политичките партии од земјава во Пладневниот весник имаат време од 1:01:50 или околу 6% од времето за информации во анализираниите емисии. Најмногу време добила СДСМ – 10 мин. и 39 сек., односно 1,09% од времето за информации или 17,22% од времето за политичките партии низ 7 прилози. Потоа следуваат ПДПА – НДП – 10 мин. и 13 сек. (1,04% или 16,52%), ПДП – 8 мин. и 32 сек. (0,87% или 13,80%), ВМРО ДПМНЕ – 5 мин. и 57 сек. (0,61% или 9,62%) низ 4 прилози. ЛДП – 5 мин. и 11 сек. (0,53% или 8,38%), со 3 прилози, ДА – 4 мин. и 28 сек. (0,46% или 7,22%), преку 2 прилога, ВМРО (Вистинска македонска реформска опција) – 3 мин. и 21 сек. (0,34% или 5,42%) преку 2 прилога, Либерална партија – 2 мин. и 55 сек. (0,30% или 4,72%), во 2 прилога, СПМ – 2 мин. и 52 сек. (0,29% или 4,64%) во 2 прилога, ДААМ – 2 мин. и 15 сек. (0,23% или 3,64%) преку 2 прилога, Демократскиот сојуз – 1 мин. и 53 сек. (0,19% или 3,05%) со 1 прилог, Сојузот на Ромите – 1 мин. и 40 сек. (0,17% или 2,780%) низ 1 еден прилог, ДПМ – 1 мин. и 2 сек. (0,11 или 1,67%) низ 1 прилог и СДПМ – 52 сек. (0,09% или 1,40%).

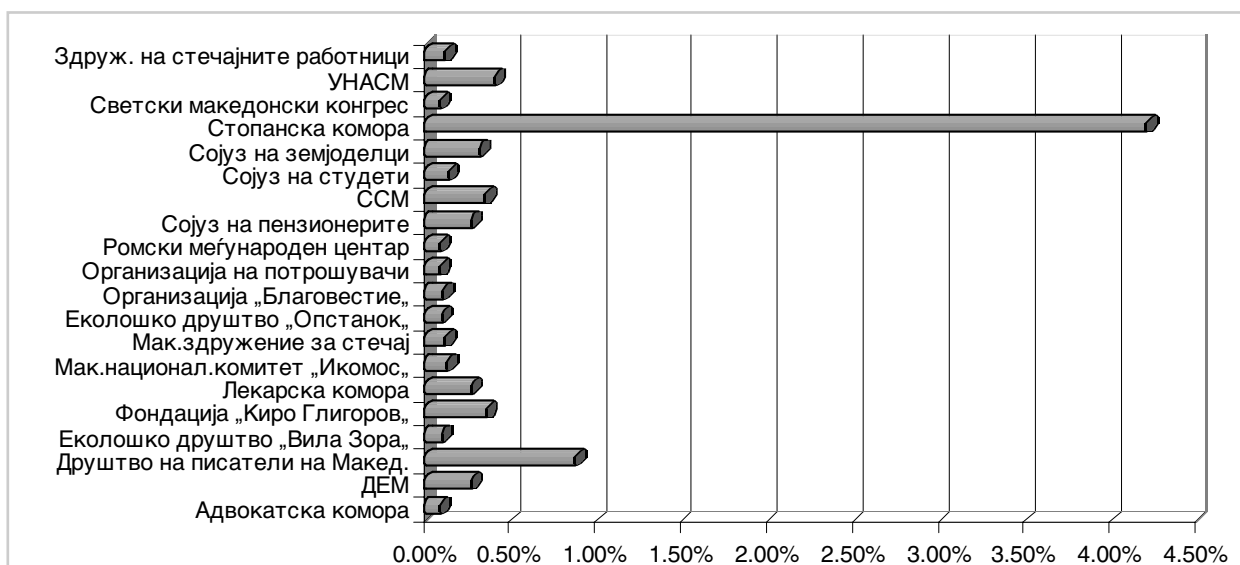
Другите партии не се застапени.



застапеност на политичките партии

Во вестите на Македонското радио во март присутни се 8 политички партии (СДСМ со 5 мин., СПМ со 4 мин., ЛДП и ПДП со по 3 мин., ДПМ, ВМРО ДПМНЕ, ЛП и Обединетата партија на Ромите со по 1 мин.) со вкупно 19 мин. или со 2% во однос на времетраењето на емитираните информации.

Времето од 1:23:14 или околу 8,5% од времето за информации во Пладневниот весник им е посветено на општествените организации од земјава. Најприсутна е Стопанската комора со време од 41 мин. и 8 сек., односно 4,21% од времето за информации или 49,40% од времето за општествени организации. Потоа следуваат: Друштвото на писателите на Македонија – 8 мин. и 37 сек. (0,88% или 10,35%), УНАСМ – 4 мин. и 3 сек. (0,41% или 4,87%), фондацијата “Киро Глигоров” – 3 мин. и 29 сек. (0,36% или 4,19%), Сојузот на синдикатите на Македонија – 3 мин. и 24 сек. (0,35% или 4,08%), Сојузот на земјоделците – 3 мин. и 10 сек. (0,32% или 3,80%). Застапени се и: Адвокатската комора, ДЕМ, Еколошкото друштво “Вила Зора”, Лекарската комора, Македонскиот национален комитет “Икомос”, Здружението за стечај, Еколошкото



застапеност на општествените организации

Општествените организации во анализираниите дневно-информативни емисии во март застапени се со вкупно 8% или 1 час и 17 минути. Присутни се следниве организации: Стопанската комора, Хелсиншкиот комитет за човекови права, Сојузот на организации на жените, ССМ, УНАСМ, Здружението на приватните превозници, Здружението на статистичарите, Здружението на занаетчиите, АЕГЕЕ, Црвениот крст, Детскиот парламент, Друштвото на писателите на Македонија, Институтот отворено општество, МЦМС, Младинскиот совет на Македонија, Организацијата на македонските потомци од Егејска Македонија, Сојузот на архитектите, Сојузот на пензионерите и Сојузот на просветните работници. Најзастапена е Стопанската комора со вкупно 38 мин. или над 4% во однос на вкупно емитираните информации.

друштво "Опстанок", Организацијата "Благовестие", Организацијата на потрошувачите, Ромскиот меѓународен центар, Сојузот на пензионерите, Сојузот на студентите, Светскиот македонски конгрес.

### **Настани од странство**

Во информациите од странство по области доминираат: меѓународна политика со време од 1:07:13 или 36,34% од содржините од странство, спорт – 24 мин. и 25 сек. (13,20%), случувањата на Косово – 20 мин. (10,82%), теми поврзани со Македонија – 12 мин. и 2 сек. (6,51%), одбрана и безбедност – 11 мин. и 18 сек. (6,11%), воени конфликти – 9 мин. и 19 сек. (5,04%), изборите во светот – 6 мин. и 36 сек. (3,57%) и тероризам – 5 мин. и 44 сек. (3,10%).

Од странските држави најзастапени се СР Југославија со 34 мин. и 51 сек. (или 18,84% од времето за настани од странство), потоа САД – 19 мин. и 34 сек. (10,58%), настани од повеќе држави – 17 мин. и 22 сек. (9,39%) Русија – 12 мин. и 13 сек. (6,61%), Франција – 10 мин. и 25 сек. (5,63%), Германија – 8 мин. и 17 сек. (4,48%).

Од меѓународните субјекти присутни се: ЕУ, дипломатско-конзуларните претставници во РМ, Светската Банка, НАТО, КФОР, ММФ, УНИЦЕФ, Агенцијата за меѓународен развој на САД и ФАРЕ.

## **МАКЕДОНСКО РАДИО - КАНАЛ НА НАЦИОНАЛНОСТИ**

### **ДНЕВНИК НА АЛБАНСКИ ЈАЗИК**

#### **Основни податоци**

Вкупното траење на 30 изданија на дневникот на албански јазик изнесувало 15 часови, 2 мин. и 58 сек. или скратено 15:02:58, со просечно траење на секој дневник од 30 мин. и 6 сек. Во структурата преовладуваат информациите со време од 13:49:23 (91,85%), потоа најавите – 44 мин. и 46 сек. (4,96%) и шпиците – 28 мин. и 49 сек. (3,19%).

Од новинарските жанрови се најзастапени извештаите со време од 8:40:36 или 62,77% од времето за информации, потоа вестите – 4:26:25 (32,12%), интервјуата – 36 мин. и 55 сек. (4,45%), репортажите – 3 мин. и 13 сек. (0,39%) и коментарите – 2 мин. и 14 сек. (0,27%).

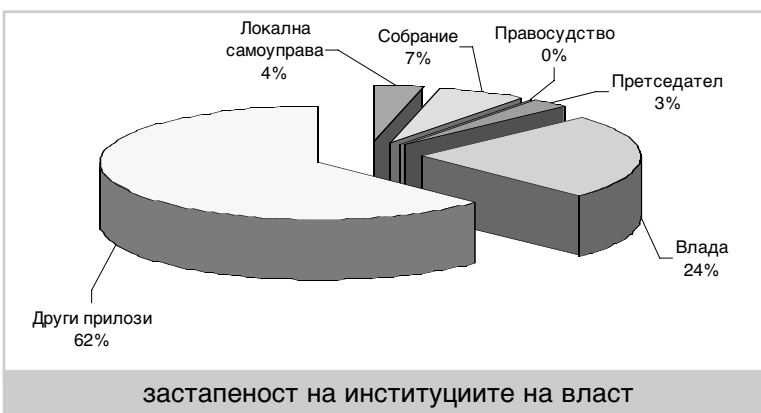
Според потеклото на информациите, домашните траат 7:26:07 или 53,79%, а од странство 6:23:16 или 46,21%.

#### **Домашни настани**

Кај домашните настани најзастапени се следниве области: образование и наука со време 1:42:03 или 22,88% од домашните информации; домашен политички живот – 1:30:34 (20,30%); меѓународни односи и надворешна политика – 1:03:12 (14,47%); одбрана и безбедност – 41 мин. и 8 сек. (9,22%); економија – 36 мин. и 49 сек. (8,25%); култура и уметност – 23 мин. и 4 сек. (4,36%).

Скопје како административен центар доминира со своето присуство во домашните содржини и тоа со време 2:23:24 или 45,59% од времето за домашните настани, потоа се странските градови – 50 мин. и 55 сек. (11,41%), а потоа домашни градови: Тетово – 40 мин. и 28 сек. (9,07%), Скопје како географско подрачје 31 мин. и 40 сек. (7,10%), Охрид – 28 мин. и 58 сек. (6,49%), Дебар – 20 мин. (4,48%) и Куманово – 18 мин. и 46 сек. (4,21%).

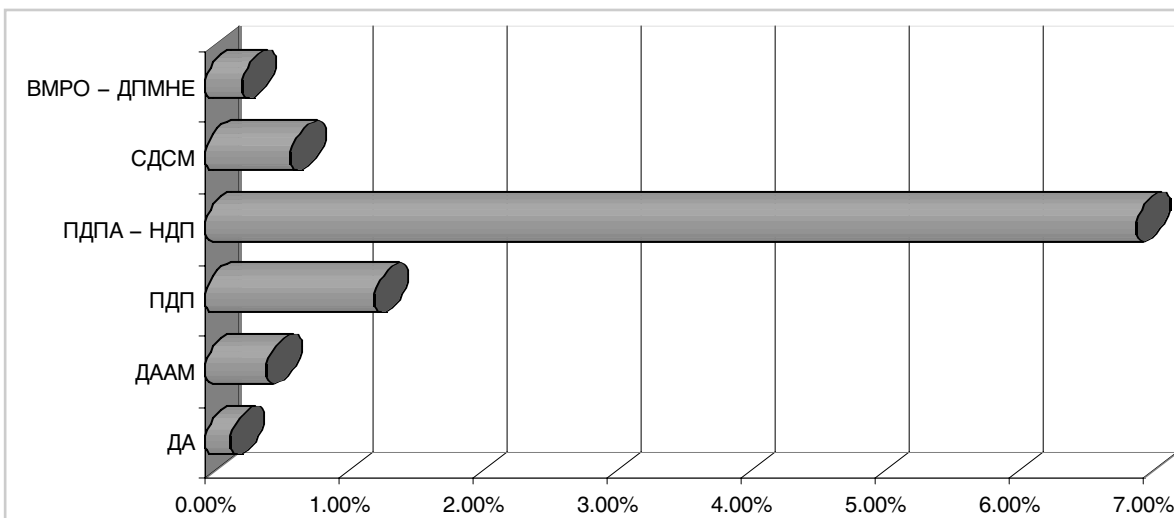
На органите на државната власт им е посветено време од 5:08:26 или околу 37% од времето за информации. Владата на Република Македонија е застапена во 3:20:35, односно 24,18% од времето за информации или 65,03% од времето за државните органи, во 154 прилози. Собранието на Република Македонија има 54 мин. и 27 сек. (6,57%



Институциите на власта во радиодневниците на албански јазик во март се присутни во 23% од емитуваните информации или со вкупно времетраење од 2 ч. и 41 мин. Најзастапена е Владата со 14% од вкупното времетраење на емитуваните информации, а потоа Локалната самоуправа со околу 4%.

или 17,65%), преку 28 прилози. Локалната самоуправа – 30 мин. и 38 сек. (3,69% или 9,93%) со 19 прилози. Претседателот на Републиката – 21 мин. и 59 сек. (2,65% или 7,13%) низ 22 прилози и Правосудството – 47 сек. (0,09% или 0,25%) во еден прилог.

Политичките партии од земјава “добиле” време од 1:20:59 или околу 14,5% од времето за информации. Преовладува ПДПА–НДП со време од 57 мин. и 28 сек. (6,93% од времето за информации или 70,96% од



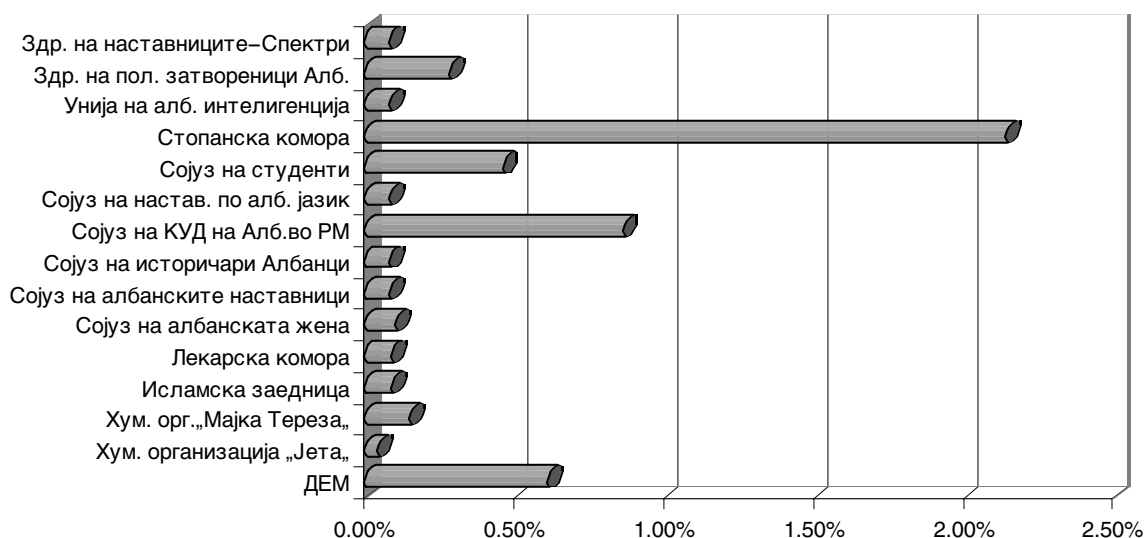
застапеност на политичките партии

Во анализираниот период во март, во дневниците на МР 2 на албански јазик присутни се 4 политички партии (ПДП со 11 мин.; ПДПА–НДП со 9 мин., а СДСМ и ПДА–ВП со помалку од една мин.) со вкупно времетраење од 21 мин., што во однос на емитуваните информации во вестите е 3%.

времето за политичките партии) преку 11 прилози. Потоа следуваат ПДП – 10 мин. и 29 сек. (1,26% или 12,95%) во 5 прилози; СДСМ – 5 мин. и 20 сек. (0,64% или 6,59%) преку 3 прилози; ДААМ – 3 мин. и 50 сек. (0,46% или 4,73%) низ еден прилог; ВМРО–ДПМНЕ – 2 мин. и 15 сек. (0,27% или 2,78%) со 2 прилога и ДА – 1 мин. и 37 сек. (0,19% или 2%) преку 1 прилог.

Другите политички партии не се застапени.

Од времето за општествените организации (кое трае 43 мин. и 8 сек. или околу 5% од времето за информации), најзастапена е Стопанската комора со 17 мин. и 44 сек. (2,14% од времето за информации и 41,11% од времето за општествените организации). Потоа следуваат: Сојузот на КУД на Албанците во Република Македонија – 7 мин. и 6 сек. (0,86% или 16,46%), ДЕМ – 5 мин. и 4 сек. (0,61% или 11,75%),



застапеност на општествените организации

Анализираните дневници на албански јазик во месец март, информираа за активностите на 8 општествени организации (Сојузот на албанската жена, ССМ, Црвениот крст, Македонското женско лоби, Стопанската комора, Друштвото на писателите-Албанци, Сојузот на студентите и Сојузот на пензионертите), со вкупно времетраење од 19 мин. и 58 сек..

Сојузот на студентите – 3 мин. и 49 сек. (0,46% или 8,85%). Застапени се и: Здружението на политичките затвореници–Албанци, Хуманитарната организација “Мајка Тереза“, Сојузот на албанската жена, Хуманитарната организација “Јета“, Исламската заедница, Лекарската комора, Сојузот на албанските наставници, Сојузот на историчарите–Албанци, Сојузот на наставниците по албански јазик, Унијата на албанската интелигенција, Здружението на наставниците “Спектри“.

### **Настани од странство**

Темите од странство се исцрпуваат главно на следниве области: меѓународна политика со време од 2:59:04 или 46,73% од времето за настани од странство, случувања на Косово – 1:22:58 (21,65%), спорт – 24 мин. и 53 сек. (6,49%), одбрана и безбедност – 19 мин. и 10 сек. (5%), теми поврзани со Македонија – 18 мин. и 28 сек. (4,28%), воени конфликти – 12 мин. и 3 сек. (3,14%).

По држави, најзастапени се: СР Југославија со време од 2:22:30 или 37,18% од времето за странство; Албанија – 52 мин. и 1 сек. (13,57%), САД – 24 мин. и 9 сек. (6,30%), Белгија – 23 мин. и 55 сек. (6,24%), повеќе држави – 17 мин. и 9 сек. (4,47%), Русија – 12 мин. и 35 сек. (3,28%).

Од меѓународните субјекти најприсутни се: НАТО, ЕУ, дипломатско–конзуларните претставници, ОБСЕ, КФОР и ООН.

## **МАКЕДОНСКО РАДИО - КАНАЛ НА НАЦИОНАЛНОСТИ**

### **ДНЕВНИК НА ТУРСКИ ЈАЗИК**

#### **Основни податоци**

Анализирани се 30 изданија на дневникот на турски јазик на Македонското радио со вкупно траење од 8 ч., 14 мин. и 18 сек. (скратено 8:14:18) или секој дневник просечно траел по околу 16 мин. и 30 сек.. Структурата изгледа вака: време од 1:40:19 или 93,12% за информации, 19 мин. и 17 сек. (3,90%) за најави и 14 мин. и 42 сек. (2,97%) за шпици.

Кај новинарските жанрови најприсутни се извештаите со време од 3:56:45 или 51,43% од времето за информации, потоа вестите 3:32:09 (46,09%), репортажите – 7 мин. и 52 сек. (1,71%), коментарите – 2 мин. и 33 сек. (0,55%) и интервјуата – 1 мин. (0,22%).

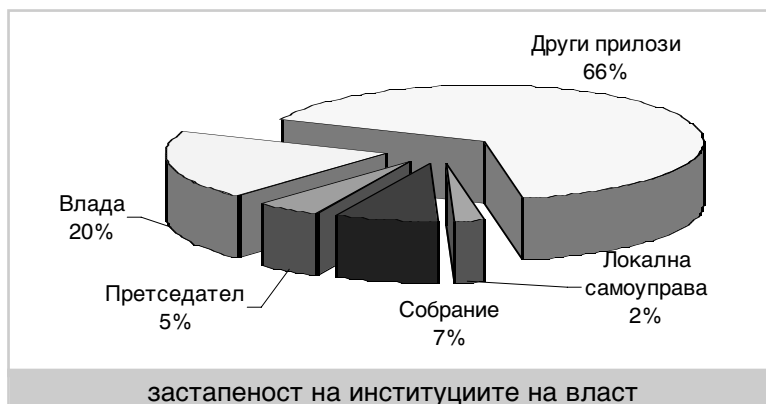
По потеклото на настаните постигнат е извесен баланс. Така, домашните настани имаат време од 3:52:29 или 50,51% од времето за информации, додека од странство – 3:47:50 или 49,49%.

#### **Домашни настани**

Од домашните содржини, најзастапени се областите: домашен политички живот со време од 1:50:01 или 27,97% од времето за домашни настани; меѓународни односи и надворешна политика – 45 мин. и 30 сек. (19,57%); образование и наука – 31 мин. и 17 сек. (13,67%); економија – 27 мин. и 28 сек. (6,13%); одбрана и безбедност 14 мин. и 15 сек. (6,13%); култура и уметност – 13 мин. и 48 сек. (5,94%).

Скопје како административен центар е најзастапен кај градовите и тоа со време 1:37:15 (или 41,83% од времето за домашни информации), потоа Скопје како градска средина – 44 мин. и 18 сек. (19,06%), странските градови – 31 мин. и 5 сек. (13,37%), домашните градови: Охрид – 19 мин. и 52 сек. (8,55%), Гостивар – 7 мин. и 52 сек. (3,38%), повеќе градови – 18 мин. и 19 сек. (7,88%), .

Околу 34% од времето за информации или време во траење од 2:37:33

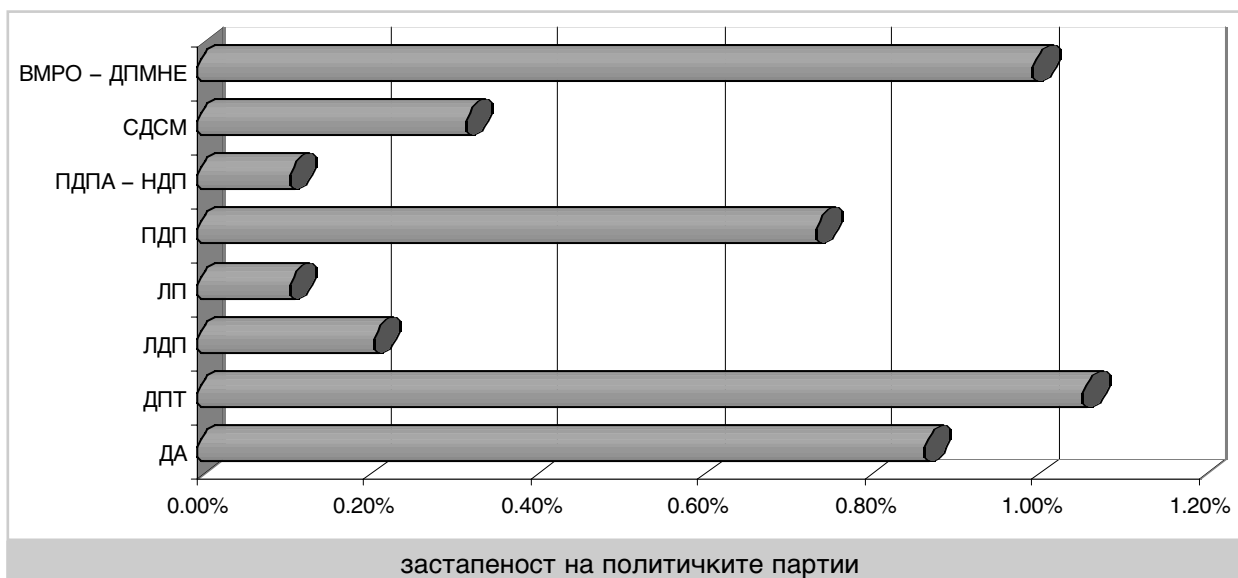


Институциите на власта во март во вестите на турски јазик се присутни во 25% од емитуваните информации, или со вкупно времетраење од 1 час и 57 минути. Најзастапена е Владата со 16% од вкупното времетраење на емитуваните информации, а потоа следуваат Претседателот и Собранието со по 4%.

е посветено на органите на државната власт. За Владата на Република Македонија има време од 1:30:33, односно 19,65% од времето за информации или 57,41% од времето за државните органи, низ 98 прилози. Собранието на Република Македонија е застапено 34 мин. и 8 сек. (7,42% или 21,67%), во 19 прилози, Претседателот на Републиката во време од 22 мин. и 26 сек. (4,87% или 14,24%) преку 22 прилози и Локалната самоуправа со 10 мин. и 32 сек. (2,29% или 6,69%), во 6 прилози.

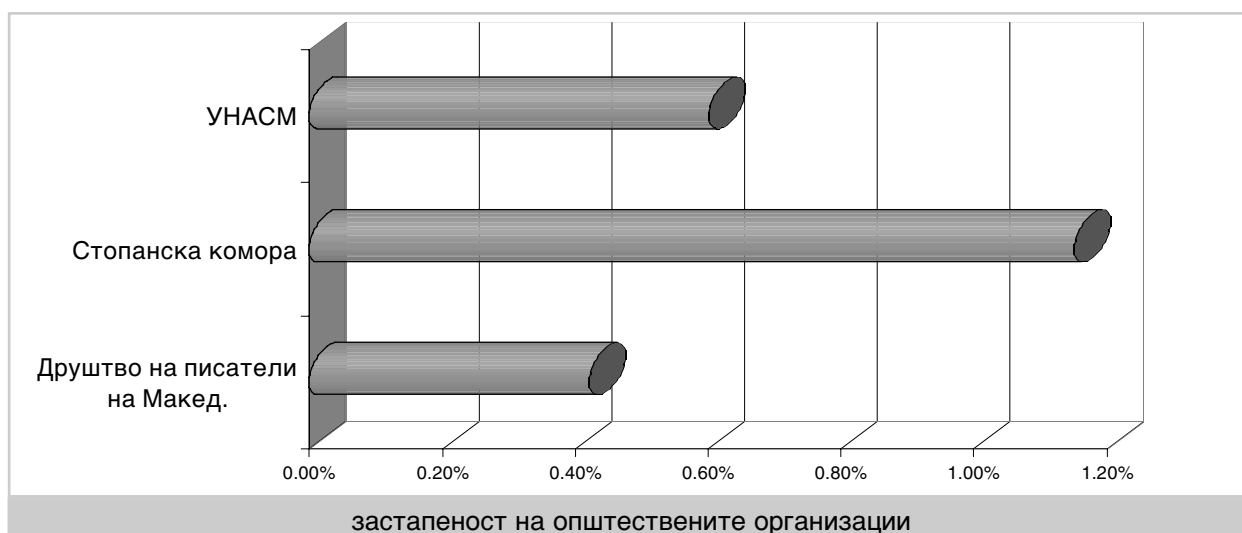
На политичките партии им припаѓа време од 20 мин. и 16 сек. или околу 4% од времето за информации. Најприсутна е Демократската партија на Турците со време од 4 мин. и 52 сек. (1,06% од времето за информации или 24,01% од времето за политичките партии), низ 2 прилога. Потоа следуваат: ВМРО–ДПМНЕ – 4 мин. и 35 сек. (1% или 22,62%), со 3 прилози; ДА – 4 мин. и 1 сек. (0,87% или 19,82%), во 2 прилога; ПДП – 3 мин. и 23 сек. (0,74% или 16,69%), преку 2 прилога; СДСМ – 1 мин. и 28 сек. (0,32% или 7,24%), низ 2 прилога; ЛДП – 57 сек. (0,21% или 4,69%) со еден прилог; Либерална партија и ПДПА–НДП со по 30 сек. (0,11% или 2,47%), со по 1 прилог.

Другите партии не се застапени.



Во анализираниот период во дневниците на турски јазик во март емитувани на МР 2 застапени се 7 политички партии (СДСМ со 10 мин.; ДА со 3 мин.; ВМРО–ДПМНЕ со 3 мин.; ДПТ со 3 мин.; ПДП со 2 мин.; СДПМ со 1 мин., а МААК со помалку од една мин.) со вкупно времетраење од 23 мин., што во однос на емитуваните информации во вестите е 5%.

Во време од 9 мин. и 58 сек. или околу 2% од информациите се присутни 3 општествени организации: Стопанската комора со време од 5 мин. и 18 сек. (1,15% од времето за информации или 53,18% од времето за општествени организации); УНАСМ – 2 мин. и 45 сек. (0,60% или 27,59%) и Друштвото на писателите на Македонија – 1 мин. и 55 сек. (0,42% или 19,23%).



Во анализираните дневници на турски јазик во месец март, субјекти во информациите беа 6 општествени организации (Сојузот на организациите на жените, ССМ, Еколошкото друштво “Опстанок“, Црвениот крст, Хуманитарната организација “Мајка Тереза“) со вкупно времетраење од 11 мин. и 29 сек.



## Настани од странство

Најголемиот дел од темите од странство се исцрпени во следниве области: меѓународна политика со време од 1:50:00 или 48.28% од времето за содржини од странство, спорт – 33 мин. и 34 сек. (14.73%), случувања на Косово 24 мин. и 39 сек. (10.82%), теми поврзани со Македонија – 11 мин. и 56 сек. (5.24%), цивилно општество и човекови права – 9 мин. и 33 сек. (4.19%).

Најмногу од информациите од странство се по потекло од повеќе држави и тоа со време од 39 мин. и 32 сек. (17.35% од содржините од странство), потоа СР Југославија – 37 мин. и 51 сек. (16.61%), САД – 28 мин. и 53 сек. (12.68%), Русија – 13 мин. и 20 сек. (5.85%), Грција 12 мин. и 18 сек. (5.40%), НР Кина – 11 мин. и 40 сек. (5.12%), Турција – 10 мин. и 43 сек. (4.70%).

Најприсутни кај меѓународните субјекти се: НАТО, ЕУ, Светска банка, ООН и КФОР.

## КАНАЛ 77

### Основни податоци

Во 26 изданија на Радио-журналот, кој не се емитува во деновите на викендот, се емитувани содржини во време од 16 ч., 17 мин. и 4 сек. (скратено 16:17:04) или просечно секоја емисија траела по 37 мин. и 35 сек.. Во структурата се застапени: информации со време од 14:41:14 или 90,19%, најави – 37 мин. и 53 сек. (3,88%), реклами – 30 мин. и 47 сек. (3,15%) и шпици – 27 мин. и 10 сек. (2,78%).

Од новинарските жанрови најмногу има извештаи – 12:27:49 или 84,86% од времето исполнето со информации, потоа коментари – 1:13:54 или 8,39%, вести – 34 мин. и 39 сек. (3,93%) и интервјуа – 24 мин. и 52 сек. (2,82%).

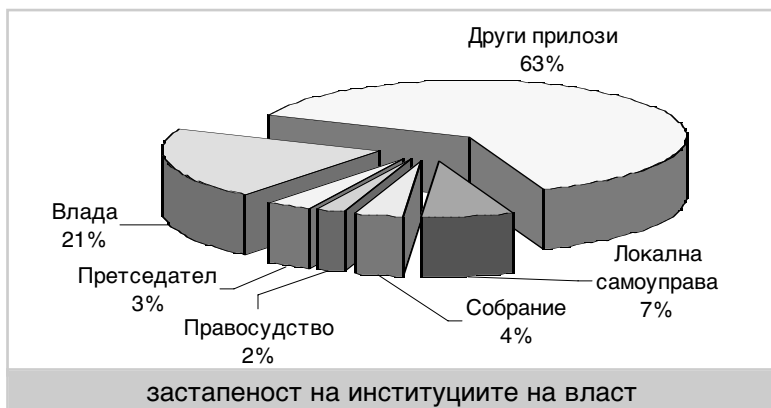
По потеклото на настаните доминираат видливо оние од земјата со време од 14:08:09 или дури 96,25% од времето за информации, наспроти информациите за настани од странство со време од 33 мин. и 5 сек. или 3,75%.

### Домашни настани

Десетте најприсутни теми од домашните се: домашен политички живот со време од 4:34:28 или 32,36% од времето за информации за домашни настани; економија – 1:55:25 (13,61%); одбрана и безбедност – 1:01:42 (7,27%); штрајкови и протести – 43 мин. и 31 сек. (5,13%); спорт – 34 мин. и 45 сек. (4,10%); култура и уметност – 34 мин. и 18 сек. (4,04%); проблематика од локален карактер – 31 мин. и 48 сек. (3,75%); криминал и корупција – 27 мин. и 28 сек. (3,24%); медиуми и комуникации – 27 мин. и 13 сек. (3,21%); образование и наука – 23 мин. и 53 сек. (2,82%).

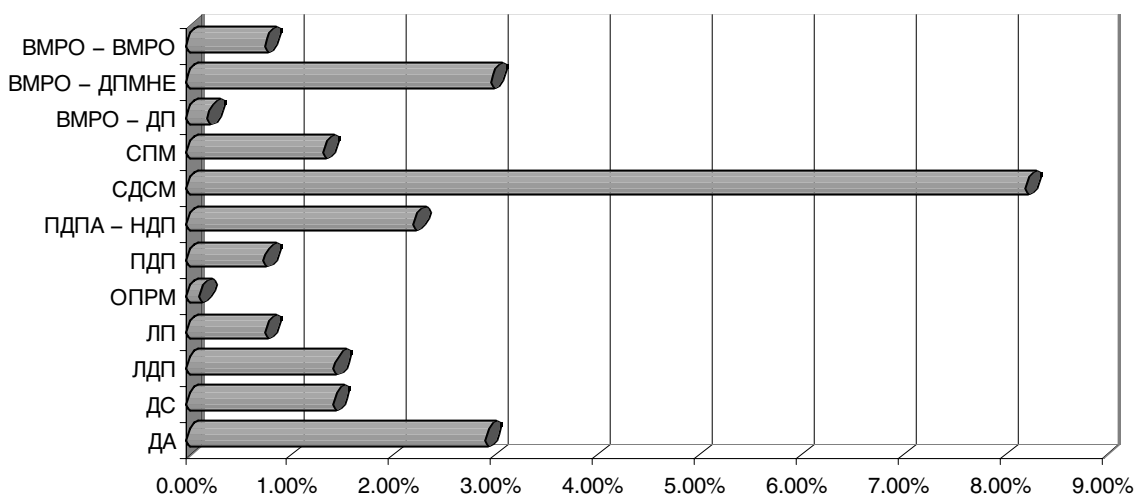
Како место на случување на домашните настани најприсутно е Скопје како административен центар со време од 3:56:42 или 27,19% од времето за домашни настани, потоа Штип – 2:21:37 или 16,70%, Скопје како географско подрачје – 1:26:39 или 10,22%, Прилеп – 43 мин. и 30 сек. (5,13%), Велес – 39 мин. и 26 сек. (4,65%), Кочани – 39 мин. и 24 сек. (4,65%) и Куманово 39 мин. и 19 сек. (4,64%).

На органите на државната власт се однесуваат содржини во траење од 5:26:19 односно околу 37% од времето за информации во Радиожурналот. Владата на Република Македонија е најзастапена со 3:04:35 односно 20,95% од времето за информации или 56,57% од времето посветено на државните органи, преку 84 прилози. Потоа следува Локалната самоуправа – 1:00:07 (6,82% или 18,42%), низ 27 прилози, па Собранието на Република Македонија – 32 мин. и 42 сек. (3,71% или 10,02%) со 22 прилога, Претседателот на Републиката – 28 мин. и 32 сек. (3,24% или 8,74%) со 13 прилози, Правосудството – 20 мин. и 23 сек. (2,31% или 6,25%), преку 15 прилози.



Институциите на власта во анализираниите информативни емисии во март на Канал 77 се присутни во околу 41% од емитуваните информации или со вкупно времетраење од 5 ч., 46 мин. и 29 сек.. Најзастапена се Владата со 22% од вкупното времетраење на емитуваните информации и Локалната самоуправа со 10%.

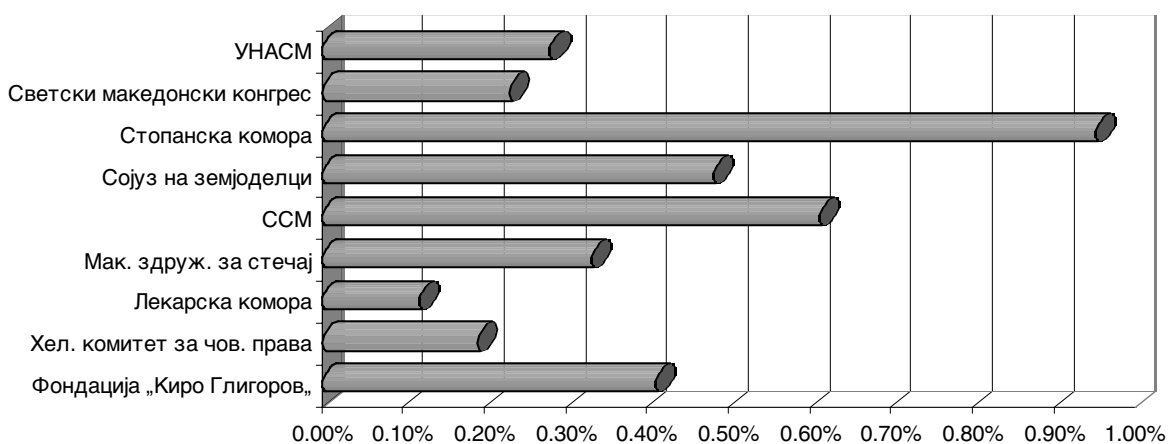
За политичките партии е одвоено време од 3:24:55 или околу 23% од времето за информации во Радиојурналот. Редоследот на застапеност на политичките партии изгледа вака: СДСМ со време од 1:12:32, односно 8,23% од времето за информации или 35,40% од времето за политички партии низ 37 прилози; ВМРО–ДПМНЕ – 26 мин. и 22 сек. (2,99% или 12,87%), преку 21 прилог; ДА – 25 мин. и 50 сек. (2,93% или 12,61%), со 19 прилози; ПДПА–НДП – 19 мин. и 38 сек. (2,23% или 9,58%), низ 11 прилози; ЛДП – 12 мин. и 45 сек. (1,45% или 6,22%), во 12 прилози; Демократскиот сојуз – 12 мин. и 44 сек. (1,44% или 6,21%), преку 7 прилози; СПМ – 11 мин. и 48 сек. (1,34% или 5,76%), низ 8 прилози; ВМРО – 6 мин. и 48 сек. (0,77% или 3,32%), низ 3 прилози; Либералната партија – 6 мин. и 46 сек. (0,77% или 3,30%), со 7 прилози; ПДП – 6 мин. и 43 сек. (0,76% или 3,28%), преку 6 прилози; ВМРО–ДП – 1 мин. и 50 сек. (0,21% или 0,89%), со 2 прилога и Обединетата партија на Ромите – 1 мин. и 9 сек. (0,13% или 0,56%), низ еден прилог. Другите политички партии не се застапени.



застапеност на политичките партии

Во анализираниот период во март Канал 77 информираше за активностите на 11 политички партии (ВМРО-ДПМНЕ со 1 час и 5 минути, СДСМ со 17 минути, ДА, ДС и ЛП со по 11 минути, СПМ со 10 минути, ЛДП и ВМРО со по 7 минути, ПДПА-НДП со 3 минути и ПДП и МААК-КП со по 2 минути) со вкупно времетраење од 2 часа и 26 минути или 17% во однос на вкупното времетраење на емитуваните информации.

Од општествените организации најзастапена е Стопанската комора со време од 8 мин. и 22 сек. (0,95% од вкупното време за информации или 26,38% од времето за општествените организации), потоа следуваат: Сојузот на синдикатите на Македонија – 5 мин. и 23 сек. (0,61% или 16,97%), Сојузот на земјоделците – 4 мин. и 12 сек. (0,48% или 13,24%), фондацијата “Киро Глигоров” – 3 мин. и 35 сек. (0,41% или 11,30%),



застапеност на општествените организации

Општествените организации во анализираниот информативни емисии во март се застапени со 5% или 43 мин. Речиси еднакво се присутни: Стопанската комора, Хелсиншкиот комитет за човекови права, Сојузот на организации на жените, ССМ, УНАСМ, Здружението на занаетчиите, Црвениот крст, Друштвото на писателите на Македонија, Сојузот на пензионерите, Еколошкото друштво “Вила Зора”, Еколошкото друштво “Опстанок”, Светскиот македонски конгрес и Здружението “Егеј“-Штип.

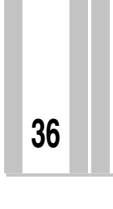
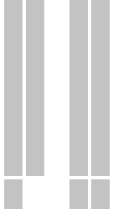
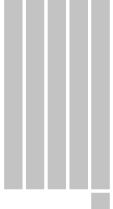
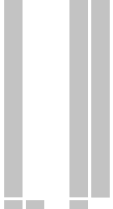
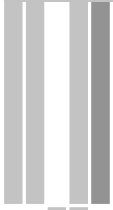
Македонското здружение за стечај – 2 мин. и 57 сек. (0,33% или 9,30%). Застапени се уште и: УНАСМ, Светскиот македонски конгрес, Хелсиншкиот комитет за човекови права и Лекарската комора. Прилозите за општествените организации вкупно траат 31 мин. и 43 сек. или околу 3,5% од времето за информации.

### **Настани од странство**

Темите од странство (со оглед на малата застапеност) се исцрпуваат во две области: спорт – 21 мин. и 23 сек. (65,84% од времето за странство) и теми поврзани за Македонија – 9 мин. и 13 сек. или 27,86%.

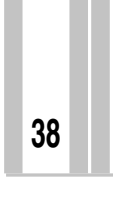
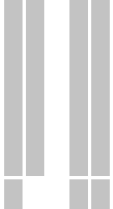
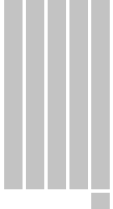
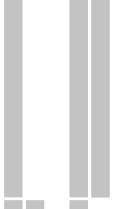
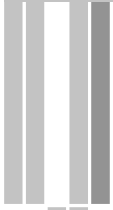
Настаните од странство според држави ја имаат следнава структура: повеќе држави – 21 мин. и 47 сек. (64,63%), СР Југославија – 4 мин. и 33 сек. (13,75%), САД – 2 мин. и 30 сек. (7,56%), Грција – 2 мин. и 23 сек. (7,20%).

За меѓународните субјекти се отстапени 37 мин. и 49 сек. или околу 4% од информациите, а најприсутни се: НАТО, дипломатско–конзуларните претставници, ЕУ и Светската банка.



**АНАЛИЗИ  
ИСТРАЖУВАЊА**

### 3 НЕКОИ СПОРЕДБЕНИ ПОДАТОЦИ



**АНАЛИЗИ  
ИСТРАЖУВАЊА**

Поаѓајќи од методолошката определба дека споредбите можат да бидат функционални и објективни, само ако се споредуваат медиуми кои имаат иста или слична комуникациска моќ и кои на информацискиот пазар се појавуваат во улога на конкуренти, реална оправданост има споредувањето меѓу Дневникот на МТВ1, Вестите на А1 Телевизија и Дневникот на Сител, односно меѓу Пладневниот весник на Македонското радио – Радио Скопје и Радиојурналот на Канал 77.

Заради понагласеното интересирање на мониторингот за присуството и за белезите на плурализмот, а посебно на политичкиот плурализам во РМ, во централните дневни информативни емисии, логично е да се споредат: најзастапените области од земјава, застапеноста на органите на државната власт и присуството на политичките партии од земјата.

Извесни показатели ќе понудат и споредбени согледувања за темите и за субјектите во генералните најави на вестите и на дневниците и за распоредот на информациите во текот на емисиите (кои содржини се емитирани во првите 15 минути од анализираниите емисии).

## ТЕЛЕВИЗИЈА

### Редослед на областите во домашните содржини

	МТВ 1	А1 Телевизија	СИТЕЛ
1.	<b>економија</b> 2:31:41 или 14,92%	<b>економија</b> 2:32:01 или 17,41%	<b>дом. пол. живот</b> 3:29:46 или 28,46%
2.	<b>ТВ-колумна</b> 2:06:42 или 12,46%	<b>дом. пол. живот</b> 2:28:08 или 16,97%	<b>спорт</b> 1:39:36 или 13,51%
3.	<b>меѓународни односи и надворешна пол.</b> 1:48:04 или 10,63%	<b>одбрана и безбедност</b> 1:26:38 или 9,92%	<b>економија</b> 1:16:33 или 10,39%
4.	<b>одбрана и безбедност</b> 1:44:30 или 10,28%	<b>спорт</b> 1:08:23 или 7,83%	<b>одбрана и безбедност</b> 1:07:51 или 9,20%
5.	<b>дом. пол. живот</b> 1:35:13 или 9,36%	<b>меѓународни односи и над. политика</b> 1:02:33 или 7,83%	<b>меѓународни односи и над. политика</b> 0:29:12 или 3,96%
6.	<b>спорт</b> 0:48:32 или 4,77%	<b>образование и наука</b> 0:47:13 или 5,41%	<b>образование и наука</b> 0:34:43 или 4,71%
7.	<b>образование и наука</b> 0:39:37 или 3,90%	<b>здравство</b> 0:44:03 или 5,05%	<b>време-извештај и прогноза</b> 0:28:25 или 3,86%
8.	<b>култура и уметност</b> 0:38:20 или 3,77%	<b>криминал и корупција</b> 0:40:08 или 4,60%	<b>судски систем</b> 0:26:27 или 3,59%
9.	<b>време-извештај и прогноза</b> 0:32:39 или 3,21%	<b>време-извештај и прогноза</b> 0:33:16 или 3,81%	<b>култура и уметност</b> 0:20:58 или 2,84%
10.	<b>одбележување годишници и јубилеи</b> 0:31:15 или 3,07%	<b>судски систем</b> 0:25:16 или 2,89%	<b>криминал и корупција</b> 0:19:37 или 2,66%

### Органи на државната власт

	МТВ 1	А1 Телевизија	СИТЕЛ
1.	<b>Влада на РМ</b> 5:47:42 или 69,28%	<b>Влада на РМ</b> 7:15:04 или 76,74%	<b>Влада на РМ</b> 3:30:01 или 63,62%
2.	<b>Претседател на РМ</b> 1:42:04 или 20,34%	<b>Претседател на РМ</b> 0:53:22 или 9,41%	<b>Претседател на РМ</b> 0:45:05 или 13,66%
3.	<b>Собрание на РМ</b> 0:34:16 или 6,83%	<b>Собрание на РМ</b> 0:35:44 или 6,30%	<b>Собрание на РМ</b> 0:39:20 или 11,91%
4.	<b>Правосудство</b> 0:14:48 или 2,95%	<b>Правосудство</b> 0:23:39 или 4,17%	<b>Правосудство</b> 0:32:10 или 9,74%
5.	<b>Локална самоуправа</b> 0:03:04 или 0,61%	<b>Локална самоуправа</b> 0:19:06 или 3,37%	<b>Локална самоуправа</b> 0:03:32 или 1,07%

## Редослед на застапеност на политичките партии

	МТВ 1	А1 Телевизија	СИТЕЛ
1.	<b>ВМРО-ДПМНЕ</b> 0:35:32 или 36,44%	<b>СДСМ</b> 0:35:25 или 24,66%	<b>СДСМ</b> 0:39:33 или 27,32%
2.	<b>СДСМ</b> 0:25:40 или 26,32%	<b>ПДПА-НДП</b> 0:32:20 или 22,52%	<b>СПМ</b> 0:23:15 или 16,06%
3.	<b>ЛДП</b> 0:15:41 или 16,08%	<b>ПДП</b> 0:24:12 или 16,85%	<b>ПДПА-НДП</b> 0:17:04 или 11,79%
4.	<b>ДА</b> 0:06:04 или 6,22%	<b>ЛДП</b> 0:14:49 или 10,32%	<b>ВМРО-ДПМНЕ</b> 0:15:12 или 10,50%
5.	<b>ПДП</b> 0:02:45 или 2,82%	<b>ВМРО-ДПМНЕ</b> 0:14:04 или 9,80%	<b>ПДП</b> 0:12:17 или 8,48%
6.	<b>ПДПА-НДП</b> 0:02:43 или 2,79%	<b>ДА</b> 0:07:28 или 5,20%	<b>ДА</b> 0:08:08 или 5,62%
7.	<b>СПМ</b> 0:02:41 или 2,75%	<b>ВМРО</b> 0:04:58 или 3,46%	<b>Либерална партија</b> 0:07:22 или 5,09%
8.	<b>Обед. партија на ромите</b> 0:01:48 или 1,85%	<b>Либерална партија</b> 0:04:30 или 3,13%	<b>Демократски сојуз</b> 0:06:04 или 4,19%
9.	<b>Либерална партија</b> 0:01:38 или 1,67%	<b>Обед. партија на ромите</b> 0:02:11 или 1,52%	<b>ВМРО</b> 0:05:43 или 3,95%
10.	<b>СДПМ</b> 0:01:26 или 1,47%	<b>СПМ</b> 0:02:06 или 1,46%	<b>ДААМ</b> 0:04:00 или 2,76%
11.		<b>Демократски сојуз</b> 0:01:33 или 1,08%	<b>ЛДП</b> 0:02:55 или 2,01%
12.			<b>ДПМ</b> 0:02:30 или 1,73%
13.			<b>Лига за демократија</b> 0:00:44 или 0,51%

## РАДИО

### Редослед на областите во домашните содржини

	МРА - РАДИО СКОПЈЕ - ПВ	КАНАЛ 77 - РАДИО-ЖУРНАЛ
1.	<b>домашен политички живот</b> 2:51:09 или 21,59%	<b>домашен политички живот</b> 4:34:28 или 32,36%
2.	<b>економија</b> 1:43:51 или 13,10%	<b>економија</b> 1:55:25 или 13,61%
3.	<b>меѓународни односи и над. пол.</b> 1:21:40 или 10,30%	<b>одбрана и безбедност</b> 1:01:42 или 7,27%
4.	<b>образование и наука</b> 1:07:45 или 8,55%	<b>штрајкови и протести</b> 0:43:31 или 5,13%
5.	<b>одбрана и безбедност</b> 0:57:09 или 7,21%	<b>спорт</b> 0:34:45 или 4,10%
6.	<b>култура и уметност</b> 0:44:20 или 5,59%	<b>култура и уметност</b> 0:34:18 или 4,04%
7.	<b>спорт</b> 0:39:42 или 5,01%	<b>локални теми</b> 0:31:48 или 3,75%
8.	<b>време</b> 0:27:17 или 3,44%	<b>криминал и корупција</b> 0:27:28 или 3,24%
9.	<b>земјоделие</b> 0:25:38 или 3,23%	<b>медиуми и комуникации</b> 0:27:13 или 3,21%
10.	<b>медиуми и комуникации</b> 0:21:29 или 2,71%	<b>образовние и наука</b> 0:23:53 или 2,82%

### Државни органи

	МРА - РАДИО СКОПЈЕ - ПВ	КАНАЛ 77 - РАДИО-ЖУРНАЛ
1.	<b>Влада</b> 4:15:07 или 63,34%	<b>Влада</b> 3:04:35 или 56,57%
2.	<b>Собрание</b> 1:17:51 или 19,33%	<b>Лок. самоупр.</b> 1:00:07 или 18,42%
3.	<b>Претседател</b> 0:48:58 или 12,16%	<b>Собрание</b> 0:32:42 или 10,02%
4.	<b>Правосудство</b> 0:12:44 или 3,16%	<b>Претседател</b> 0:28:32 или 8,74%
5.	<b>Лок. самоупр.</b> 0:08:06 или 2,01%	<b>Правосудство</b> 0:20:23 или 6,25%



## Политички партии

	МРА - РАДИО СКОПЈЕ - ПВ	КАНАЛ 77 - РАДИО-ЖУРНАЛ
1.	СДСМ 0:10:39 или 17,22%	СДСМ 1:12:32 или 35,40%
2.	ПДПА-НДП 0:10:13 или 16,52%	ВМРО-ДПМНЕ 0:26:22 или 12,87%
3.	ПДП 0:08:32 или 13,80%	ДА 0:25:50 или 12,61%
4.	ВМРО-ДПМНЕ 0:05:57 или 9,62%	ПДПА-НДП 0:19:38 или 9,58%
5.	ЛДП 0:05:11 или 8,38%	ЛДП 0:12:45 или 6,22%
6.	ДА 0:04:28 или 7,22%	ДС 0:12:44 или 6,21%
7.	ВМРО 0:03:21 или 5,42%	СПМ 0:11:48 или 5,76%
8.	ЛП 0:02:55 или 4,72%	ВМРО 0:06:48 или 3,32%
9.	СПМ 0:02:52 или 4,64%	ЛП 0:06:46 или 3,28%
10.	ДААМ 0:02:15 или 3,64%	ПДП 0:06:43 или 3,28%
11.	ДС 0:01:53 или 3,05%	ВМРО-ДП 0:01:50 или 0,89%
12.	Сојуз на Роми 0:01:40 или 2,70%	Об. парт. на Ромите 0:01:09 или 0,56%
13.	ДПМ 0:01:02 или 1,67%	
14.	СДПМ 0:00:52 или 1,40%	

## ГЕНЕРАЛНИ НАЈАВИ

Основната функција на најавите е, всушност, да се воведат публиката во содржината на емисијата и да се обезбеди, да се привлече нејзиното внимание. Освен тоа, генералните најави, по правило, ги содржат информациите за кои, според уредувачката политика на конкретниот медиум, се смета дека се најважни во текот на дадениот ден и на извесен начин го отсликуваат концепцискиот пристап кон настаните.

### МТВ 1

Во поглед на настаните кои доминираат во генералната најава, тие се главно од меѓународната активност на земјава (контакти во областа на политиката, безбедноста, посети на високи функционери). Определен број настани, по неколку денови едноподруго, во континуитет се појавуваат во најавите (еко-фестивал, посета на Премиерот на Романија, избори во Црна Гора, меѓукорејски односи). За содржините од земјава е карактеристично што може да имаат позитивен предзнак (успешни преговори, корисни активности, плодни аранжмани и слично). Од меѓународните настани, најприсутни се меѓународните средби на високо ниво, потоа настани како што се несреќи, инциденти, афери... Ретко има најави за информации од областа на културата, спортот...

### A1 ТЕЛЕВИЗИЈА

Најавите ја изразуваат потребата од обезбедување гледаност на содржините во Вестите и нивната основа во оформувањето е атрактивноста. Настаните на кои се однесуваат најавите најчесто се од областа на безбедноста, меѓуетничките односи во земјата и настани на денот, а често се присутни и теми за кои медиумот посветува поголемо внимание (време). Присутна е практиката да се цитираат изјави на функционери или на актуелни лица, а чистите информации (податоци и факти) да се толкуваат во најавите. Често се застапени содржини кои се однесуваат на настани како што се инцидентни ситуации, теми за кои постојат спротивставени мислења и се отвора просторот за нагаѓање кај публиката. Најавите се привлечно организирани и подолго траат.

### СИТЕЛ

Најавите се мошне кратки, нагласено информативни, со основни знаци за настанот и со констатации за неговото случување. Во неколку денови по ред се најавуваат настани кои траат. Се забележува блага насоченост кон содржини чиј предзнак е несреќа, инцидент (и кога станува збор за земјата и за странство). Рамномерно е присуството на теми кои потекнуваат од земјата или од странски држави, а најзастапени се збиднувањата во областа на политиката, со критички пристап за домашната сфера.

## **Македонско Радио - Радио Скопје**

Во најавата на ПВ речиси редовно се прави пресек на најважните настани во текот на денот од сите области: домашен политички живот, економија, образование, надворешна политика, до спорт и временска состојба и прогноза. Практично се прави прошетка низ содржините и низ целото траење на Весникот. Логично на тоа произлегуваат и по повеќе најави (чиј број просечно дневно се движи околу 8). Во викенд – деновите се најавуваат настани од странство. Поретко се присутни содржини со предзнак на инциденти, несреќи, афери.

### **Канал 77**

Соодветно на видливата застапеност на информации за настани од земјава, во најавите доминираат настани од Република Македонија, а често во нив е присутен и градот Штип (седиште на Канал 77). Се прави пресек на настаните од денот, кои можат да се оценат како најактуелни во државата, а областите од кои потекнуваат темите кои се најавени се од одбраната и од безбедноста, од домашниот политички живот, од стопанството (вклучувајќи и штрајкови и проблеми), поретко култура и спорт. Најавите се кратки, со основната идеја за настанот, без елементи, податоци и ставови.

## **РАСПОРЕД НА ИНФОРМАЦИИТЕ**

### **МТВ 1**

Распоредот на информациите во одделни периоди од ТВД–2 ги има следниве елементи:

Во првите 15 минути најчесто се емитувани информациите за Владата на РМ (посети на Премиерот на странски држави, присуство на настани во земјата, извештаи од редовните седници на Владата – вторник, прес–конференции во Владата и прес–конференции на министри, активности на Владата – подготовка на закони, како што се за високото образование, за јавната администрација, за банки); за меѓународната соработка на РМ (преговори со ММФ, Светска банка, ЕУ, ЕФТА, посети на странски функционери, соработка со држави, посебно со САД); активностите на Претседателот на РМ (приеми и посети, патувања и настапи во странство, средби со лидери на политички партии, некои од содржините за Претседателот на РМ се објавени во првиот, а некои во вториот дел од првите 15 минути на ТВД–2); актуелни настани и поводни денови (гранични инциденти, ден на екологијата, претставување на законот за високото образование и националната стратегија); атрактивни случувања (прекинат нарко–канал, вештачки дожд, пресуди за ТАТ); Собрание на РМ (седници на Собранието).

Во деновите на викендот често има и информации од странство.

### **A1 Телевизија**

Првите 15 минути од Вестите на A1 Телевизија најчесто се пополнети со содржини од одбраната и од безбедноста и тоа преку известувања за настани, како што се гранични инциденти, степенот на борбена готовност на граничарите, (не) постоење на извештај за паравојска, потоа за изјави на функционери за безбедноста, средби и состаноци посветени на овие прашања; за меѓуетничките односи во РМ (реакција на МАНУ за високото образование на Албанците, реакции на таа реакција, конвенцијата за малцинства, (не) задоволството од предлогот на Штул, средношколска паралелка на албански јазик во Битола и слично); настани на денот и атрактивни теми (топлотен бран во Македонија, Куманово без вода и има бруцелоза, труење во Мекдоналд, смртен случај од Вијагра, мито и корупција кај професорите, шверц со цигари во РМ и изјава на европски функционер за тоа); меѓународни односи на РМ (односи со НАТО, обраќања до НАТО, за границата, преговори со ЕУ и ММФ, односи со Тајван, можен спор со СРЈ по повод посетата на Премиерот на Приштина); домашен политички живот (изјави на политички партии за законот за високото образование, за средбите со Претседателот на РМ и самите средби, за реформата на управата, за досиејата, за интерпелацијата на Владата).

### **Сител**

Дневникот на Сител во првите 15 минути најчесто ги донесува информациите за домашниот политички живот (прес–конференции на политичките партии со застапеност на повеќе од нив, често СПМ, седници на

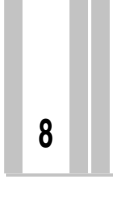
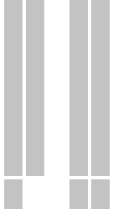
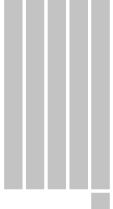
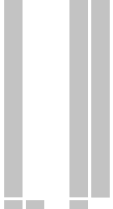
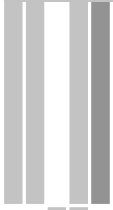
Собранието на РМ и на неговите комисии, меѓупартиски односи, широко за средбите на Претседателот на РМ со претставниците на политичките партии, за законите што ги подготвува Владата, за интерпелацијата на Владата; безбедносни прашања (гранични инциденти, изјави за нив, средби и изјави за безбедноста); атрактивни теми (еколошки неприфатлива бензиска пумпа во Велес, пресуди за ТАТ и врски на бивши министри со ТАТ, труење во Мекдоналд, хашиш кај Кафасан, паравојска, што со дел од рударите во Саса, Сушица – дива депонија); меѓународни активности на РМ (средби во РМ, преговори со ЕУ, ММФ); меѓународни теми (Клинтон во Москва, пошироко за состојбата во СРЈ, посебно за Косово – Анан за Косово, австриски весници за Косово, Совет за безбедност на ООН, откриен воен камп на ОБК на Косово, КФОР откри оружје на Косово).

### **Македонско радио - Радио Скопје**

Почетните 15 минути од Пладневниот весник на Македонското радио–Радио Скопје, во основа, се рамномерно распоредени меѓу информациите за работата на Собранието на РМ (седници на Собранието и на собраниските комисии); активностите на Владата на РМ (активности на Премиерот, прес–конференции во Владата, работа на министрите, презентација на актите за образование, од областа на екологијата); Претседателот на РМ (приеми и посети, активности за безбедносни прашања, средби со лидери на политички партии); меѓународна соработка на РМ (НАТО, преговори со ЕУ и ЕФТА, соработка со Тајван, активности на министерот за надворешни работи); за викендите место добиваат и информациите од странство.

### **Канал 77 - Радио - Журнал**

Првите 15 минути од Радио–журналот на Канал 77 најчесто се исполнети со домашен политички живот и тоа со активностите на политичките партии (прес–конференции, митинзи, меѓусебни односи, изјави), а почесто од опозицијата. Рамномерно се застапени собраниската проблематика, активностите на Претседателот на РМ и на Владата на РМ. Често се присутни прашања од областа на безбедноста и на одбраната. Во овој дел од емисијата карактеристично е што се пласирани и изводи од весници за одделни прашања, а има и содржини со локално значење од различни градови во земјава.



**АНАЛИЗИ  
ИСТРАЖУВАЊА**

## 4 ЗАКЛУЧОЦИ

● Информативните емисии, глобално говорејќи, нудат богата и повеќеслојна медиумска слика на општествениот и на политичкиот плурализам во Република Македонија. Споредувањето на прилозите емитувани во информативните емисии на различните електронски медиуми (емитувани во ист ден) и прилозите објавени во дневните весници покажува дека централните теми што доминираат на електронските медиуми во голема мера се совпаѓаат со централните теми во печатените медиуми (јдрото на темите во вестите и дневните весници). Речиси секој – од новинарски аспект важен настан, има добиено ударно место во централните дневно-информативни емисии на сите медиуми. Меѓутоа, анализата покажува и одредени специфичности на програмската политика. Така, има и теми што само некои медиуми ги пласираат како значајни според проценката за карактерот и важноста на тие теми.

● Обемот, односно поголемото или помалото присуство на различни области од животот (економија, политика, безбедност, образование, култура, спорт...) главно е резултат на реалните случувања, но и на програмската политика на медиумот. Една од посериозните комуниколошки забелешки, која кореспондира и со определени јавно формулирани критики, е дека електронските медиуми имаат голема пропулзивност, а дури и дека ја преферираат политиката. Од тоа се формулира и тезата за електронските медиуми како носители на преголемата политизација на општеството. Ако се тргне од фактот дека клучните проблеми на транзицијата во Македонија се поврзани со структурните промени и реформите во целокупното стопанство, со развојот на пазарот и новите финансиски институции, привлекувањето на странски инвестиции итн., би можело да се говори за несоодветно присуство на економијата. Истражувањата ќе покажат колку медиумите ќе се свртат кон “темите што живот значат”, што ќе биде индикатор дека Македонија влегува во фазата на економски просперитет. Високата застапеност на спортот од странство произлезе од фактот што во јуни се одржуваше Европското првенство во фудбал, во Холандија и во Белгија. Количеството на објавените информации за образованието не се должи на посебно интересирање за оваа сфера, туку произлегува главно од фактот што во јуни се реализираа пријавувањата и запишувањата во средните училишта и подготовките за запишувањето на високообразовните институции.

● Спецификите на програмската политика се огледаат и во тоа на кои области од животот одделните медиуми им посветуваат најмногу од времето во своите информативни емисии. Од споредбените показатели за редоследот на областите (според нивниот обем во вкупно емитуваните информации) во информативните емисии на одделните медиуми може да се забележи дека темите од областа на економијата се на прво место кај МТВ 1 и кај ТВ А1, додека кај ТВ Сител оваа област е на трето место. На МТВ 1, по економијата, на второ место се ТВ колумните (што е карактеристично само за периодот во кој е правена анализата), потоа информациите за меѓународните односи и надворешната политика на РМ, информациите од областа на одбраната и безбедноста, а информациите од домашниот политички живот се дури на петто место. Кај ТВ А1, веднаш по економијата, се информациите од домашниот политички живот, потоа од областа на одбраната и безбедноста, спортот, а информациите за меѓународните односи и надворешната политика на РМ се дури на петто место. На ТВ Сител на прво место по обем се информациите од домашниот политички живот, на второ место информациите од спортот, потоа од областа на економијата, одбраната и безбедноста, а на петто место од областа на образованието и науката. Информациите од областа на меѓународните односи и надворешната политика на РМ се дури на шесто место. Области кои најмногу доминираат и кај Македонското радио – Радио Скопје и кај Канал 77 се домашниот политички живот и економијата. Македонското радио, покрај овие две области, најмногу информира за меѓународните односи и надворешната политика на РМ, образованието и науката, а на петто место за одбраната и безбедноста. Кај Канал 77, на трето место е одбраната и безбедноста, информациите за штрајковите и протестите, а на петто место е спортот. Канал 77, во анализираниот период воопшто не информира за меѓународните односи и надворешната политика на РМ.

● Балансот во информирањето за носителите на власта во речиси сите европски демократии се смета како суштествен услов за хармоничност и за ефикасност на нивното функционирање. Тој баланс посебно се следи и на него се инсистира кога станува збор за јавниот радиодифузен сервис. Во поглед на застапеноста на органите на државната власт, видливо е најголемото присуство на Владата на РМ, речиси кај сите анализирани емисии. Тоа произлегува од уставната позиција на извршната власт во нашиот политички систем, како и поради учеството и одговорноста на Владата во разрешувањето на актуелните проблеми и прашања во општеството. Информациите за другите делови на власта (Претседател на РМ, Собрание на РМ, правосудството и локалната самоуправа), застапени се во релативно еднаков обем во анализираниите емисии на МТВ 1, ТВ А1 и ТВ Сител. Кај радиото се забележуваат разлики. На пример, Македонското радио – Радио Скопје најмногу информира за активностите на Владата, потоа на Собранието, на Претседателот на РМ, на правосудните органи, а на петто место на локалната самоуправа. Кај Канал 77 најзастапени се

информациите за активностите на Владата, потоа на локалната самоуправа, на Собранието, на Претседателот на РМ, а на петто место на правосудните органи.

- Политичкиот плурализам во основа е претставен преку информациите за политичките партии. Податоците за времето што е отстапено на информациите за политичките партии укажуваат на тоа дека политичкиот плурализам, во целина, релативно доволно се рефлектира. Но кај одделни медиуми се забележуваат извесни отстапувања од принципот за избалансирано информирање. Забележливо е дека некои политички партии се повеќе застапени во споредба со други, иако мошне е значаен и контекстот (позитивен или негативен) во кој медиумот известувал за соодветната политичка партија. Активностите на политичките партии во анализираниот период имаат специфичен временски третман кај сите медиуми. Вообичаено е тој третман да се поврзува со бројот на местата во Собранието, со учеството во Владата или со лидерската улога во опозицијата.

Така, на МТВ1 во анализираниот период доминираат информациите за активностите на ВМРО–ДПМНЕ (35 мин.), но веднаш потоа доаѓа главната опозициона партија СДСМ (25 мин.), а потоа се: ЛДП (15 мин.), ДА (6 мин.), ПДП (2 мин.) итн.

На ТВ А1 доминираат информациите за активностите на СДСМ (35 мин.), потоа на ПДПА–НДП (32 мин.), на ПДП (24 мин.), на ЛДП (15 мин.), на ВМРО–ДПМНЕ (14 мин.), на ДА (7 мин.) итн.

На ТВ Сител доминираат активностите на СДСМ (39 мин.), додека на СГМ му се отстапени 23 минути, а потоа на ПДПА–НДП (17 мин.), на ВМРО–ДПМНЕ (15 мин.), на ПДП (12 мин.), на ДА (8 мин.) итн.

На Македонското радио, на Првата програма, најзастапени се активностите на СДСМ (11 мин.), на ПДПА–НДП (10 мин.), на ПДП (8 мин.), на ВМРО–ДПМНЕ (6 мин.), на ЛДП (5 мин.), на ДА (4 мин.), на ВМРО–ВМРО (3 мин.) итн.

На Канал 77 биле најзастапени информациите за СДСМ (72 мин.), на ВМРО–ДПМНЕ (26 мин.), на ДА (25 мин.) итн.

Анализата генерално покажува дека законската одредба за тоа дека вкупната понуда на програмата не смее да служи еднострано на одредена политичка партија и на одредени интереси во основа се остварува. Меѓутоа, натамошните анализи и споредби ќе покажат колку електронските медиуми реално продуцираат плурализам на релацијата носители на функции на власт, политички партии, односно, позиција – опозиција. Спротивно на Законот е декларирањето на медиумите како позиционерски или опозиционерски.

- Цивилната сфера, претставена преку активностите на општествените и на невладините организации и здруженија зазема мал дел од времето во централните дневно–информативни емисии на анализираните медиуми. На МТВ1 овие информации заземаат 1,2% од времето, на ТВ А1 5%, на ТВ Сител 2% и на Канал 77 – 3,5%. Поголем дел од времето во вестите на општествените и на невладините организации им посвети само Првата програма на Македонското радио – 8,5%. Генерално медиумите се уште недоволно ја покриваат сферата на цивилното општество, што веројатно се должи и на тоа што темите поврзани со неа се сметаат за помалку атрактивни за да бидат презентирани во централните информативни емисии.

- Интегрирањето на Македонија во ЕУ, НАТО и во другите евроатлантски структури несомнено е приоритетна определба. Со оглед на ова би било реално да се очекува медиумите да имаат изобилство на вести и на други прилози за текот на нашето приближување, преговорите, како и запознавање со карактерот на овие структури, начинот на нивното функционирање, одлучување итн. Показателите укажуваат на тоа дека информациите за Европската Унија се недоволно присутни (според обемот и содржината) во централните дневно–информативни емисии на националните радио и телевизиски канали. На пример, во текот на цел јуни, МТВ 1 емитувала само 14 минути посветени на Европската унија, ТВ Сител 9 минути, а Канал 77 – 3 минути. Повеќе време посветија ТВ А1 – 43 минути и Македонското радио – Радио Скопје – 27 минути.

- Најавите на главните настани што се емитуваат на почетокот од секоја информативна емисија ја сочинуваат т.н. агенда на топ–теми или теми на денот на еден медиум. Како што може да се забележи од показателите за емитуваните најави, секој медиум има различен уредувачки приод во однос на тоа кои теми ги смета за најважни во текот на денот. На МТВ 1 главно доминираат меѓународните активности, протоколните средби на претставниците на власта и посетите на странски политичари. На ТВ А1 настаните на денот се најчесто поврзани со безбедноста на земјата, инцидентите поврзани со тоа и меѓуетничките односи, а на ТВ Сител во ударните теми најчесто се вбројуваат конфликтите, несреќите и настаните од домашниот политички живот.

Првата програма на Македонското радио во најавите прави пресек на сите најважни настани во текот на денот, од сите области, а Канал 77 најчесто се фокусира на настани поврзани со одбраната и безбедноста, домашниот политички живот и стопанството, со нагласка на настани од Штип.

- Огромен дел од времето во кое се емитуваат вестите и дневниците е исполнето со информации (во сооднос со другите составни делови на емисиите, како што се шпиците, најавите, рекламите). Важен показател е и фактот што најголем дел од жанровите се извештаи од настани (во најширока смисла на

зборот), што значи дека обезбедуваат информативни содржини (податоци, тек на настани, искажани мислења, ставови во облик на наменски изјави за медиумите или во облик на заклучоци на институции, организации, поединци и облици на здружување и организирање). Поретко се практикува т.н. продолжено информирање преку изнесување ставови на медиумот, коментирање теми и настани. Изнесувањето став на медиумот е почесто вградено во начинот на кој се презентира определен настан: изборот на деловите од настанот што се пласира, редакциската обработка на настанот – најава, распоред, придружни елементи (кајрони и снимки кај телевизијата или тонски интервенции кај радиото).

- На крајот, треба да се истакне дека започнатиот проект на континуирано анализирање на централните дневно–информативни емисии ги отвора и можностите за нови истражувања во делот на остварувањето на информативната функција на одделните емисии и на медиумите во целина. Станува збор за елаборирање на начелата за отвореноста на медиумите за различни политички концепции, потоа за тенденциите во цивилната сфера, во културата, во религијата, во образованието, за човековите права, за промовирање на толеранцијата и на разликите во изразувањето на мислењето. Се разбира, предизвикувачки се и можностите за синтези на медиумските белези на информативните емисии, професионалното обликување и емитување, кои се поврзани со законски утврдените начела на радиодифузната дејност.

- Освен на Веб–страницата, Советот за радиодифузија е подготвен на сите заинтересирани истражувачи и организации да им ги стави на располагање резултатите од овие анализи во стандардна истражувачка постапка со адекватна заштита на интелектуалната сопственост.

## Плурализмот во дневно-информативните емисии

### **Реализација на проектот:**

*Раководител:* д-р Љубомир Јакимовски  
*Координатор:* Снежана Трпевска  
*Главен аналитичар:* Емилија Јаневска  
*Надворешен консултант:* д-р Живко Андревски

### **Аналитичари:**

*Совет за радиодифузија:*  
**Назиф Зејнулаху**  
**Рубин Талески**  
**Јордан Арсов**

*надворешни соработници*  
**Елена Соломанова**  
**Иле Костадиновски**  
**Саше Штерјов**  
**Ердуан Исени**

### **Совет за радиодифузија**

ул. Илинденска 9,  
1000 Скопје, Р. Македонија  
тел. 02/ 129 084  
тел/факс 02/ 109 338  
e-mail: programa@srd.org.mk  
web-site: www.srd.org.mk

Анализи, истражување  
Јануари 2001