



ИЗВЕШТАЈ
ОД МЕДИУМСКОТО ПОКРИВАЊЕ НА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА ЗА
ЛОКАЛНИТЕ ИЗБОРИ 2013

ВОВЕД

Динамиката на изборните процеси на локално ниво ја фиксираше 2013 година како изборна. Терминот за одржување на редовните избори за градоначалници и членови на советите на општините, со Изборниот законик се врзани за втората половина од месец март (член 16 став 1). Чекајќи Претседателот на Собранието да го прецизира точниот датум, Советот ги вршеше подготвителните активности за спроведување на мониторингот.

Од аспект на обезбедување на потребната законска рамка, детално беа проучени Законикот и двата подзаконски акти од Предвремените парламентарни избори во 2011 година и се покажа дека нема потреба да се носат нови правилници. Имено, одредбите од Законикот на кои се потпираат Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборната кампања и Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања не се изменија со последните промени на изборната регулатива, а самите правилници по формулациите и содржината се прилагодени на специфичностите на трите вида избори – претседателски, парламентарни и локални.

Исто така, методологијата за мониторинг на медиумското известување во предизборието и за изборите беше преразгледана и прилагодена на карактеристиките на видот избори и на медиумскиот пејзаж (број, подрачје, тип на медиуми). Беше утврдено и колкав број надворешни соработници ќе бидат потребни за да се спроведе мониторингот во секоја од неговите фази. Откако беа избрани соработниците, беа спроведени серија обуки во Куманово, Штип, Струмица, Кавадарци, Тетово, Кичево, Битола, Охрид и Скопје, на кои тие учеа како да го вршат мониторингот. Паралелно со овие обуки се организираа и работилници со радиодифузерите посветени на медиумското известување во периодот на изборната кампања за Локалните избори 2013. Во осумте градови низ Македонија се одржаа средби со претставници на локални медиуми кои гравитираат во тие регион, а во Скопје се собраа националните и регионалните телевизии и радија. Во текот на деветте средби се дискутираше за: начинот на постигнување баланс во известувањето за кампањата во вестите, правилата за интервјуата, дебатите и другите посебни информативни програми, платеното политичко рекламирање, бесплатното претставување и правилата за изборниот молк.

Секој изборен циклус има свои специфичности. Некои од нив имаат во себе и сегмент на забавност. Така, во времето пред почетокот на изборната кампања, се појавија неколку куриозитети условени од појавата на естрадни уметници и актер(к)и во улога на кандидати за градоначалници или советници. Најинтересни беа примерите на Есма Теодосиевска и Билјана Беличанец – Алексиќ. Во првиот случај, од Советот се бараше да прецизира како да се информира за учеството на г-ѓа Теодосиевска како дел од дуејтот – македонски претставник на Евровизија, по потврдувањето на нејзината кандидатура за советничка во Градот Скопје. Во другиот, регулаторот требаше да даде напатствија околу ангажманот на г-ѓа Беличанец – Алексиќ, кандидатката за градоначалничка на Општина Кисела Вода, во нахсинхронизацијата на ликот на султанката Хурем во серијата „Величествениот“. Советот, навреме ги разреши дилемите на медиумите.

МОНИТОРИНГ НА ПЕРИОДОТ ПРЕД ИЗБОРНАТА КАМПАЊА

Советот за радиодифузија, согласно Изборниот законик, е обврзан да ја набљудува програмата на радиодифузерите почнувајќи од денот на распишувањето на изборите до почетокот на изборната кампања. Овој мониторинг пред изборната кампања се спроведува според поинакви правила и со поинаква методологија, која произлегува од специфичноста на законските одредби. Имено, Изборниот законик (член 75 став 1 и 2), пропишува обврска за регулаторот да определи кои сè аудио и аудиовизуелни содржини „се сметаат за изборно медиумско претставување и кои не се дозволени во периодот пред започнување на изборната кампања, како и начинот на однесување на радиодифузерите од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања“.

Начините како радијата и телевизиите да ја остварат својата обврска да ги информираат граѓаните и истовремено да не емитуваат изборно медиумско претставување, се определени во Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборната кампања. За периодот пред кампањата за Локалните избори 2013 година во сила беше Правилникот од 2011-та, со оглед на фактот дека измените на Изборниот законик направени меѓу двата изборни процеса не се однесуваа на аспектите од медиумското известување и мониторингот што го реализира Советот за радиодифузија.

Накусо сумирано, радиодифузерите во периодот до почетокот на изборната кампања не смеат да емитуваат содржини кои по својата суштина се медиумско изборно претставување, односно содржини со кои непосредно или посредно се промовираат ставови, програми, платформи, достигнувања, активности и др. на политички партии, коалиции, групи избирачи и нивни претставници. Нивните уредници, новинари, водители на програма и презентери не можат истовремено да учествуваат и во подготвувањето на програмите и во предизборни активности на организаторите на изборна кампања. Општата забрана за емитување програми кои повикуваат на насилно уривање на уставниот поредок или поттикнуваат и повикуваат на воена агресија и национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост, важи и во време на подготовки за избори.

Дневно-информативните емисии - вестите и дневниците, кои го сочинуваат информативното јадро на програмата на кој било радиодифузер, се местото на кое тие треба да го концентрираат и информирањето за подготовките на надлежните органи за изборите; за предкампањските изборни активности на политичките партии, коалиции, групи избирачи и нивни претставници; за ставовите и реакциите на граѓанскиот сектор; коментарите на изборни теми; резултатите од научните испитувања на јавното мислење. Секако, вестите ги содржат и прилозите за редовните активности на органите на власта (централна и локална) и на јавните претпријатија, но во периодот пред избори редакциите треба да внимаваат и од извештаите да ги изземат елементите на евентуална употреба на настанот во функција на кампања.

Изборите можат да бидат тема и на посебни информативни емисии, но доколку во нив учествуваат политичари - треба да се обезбеди рамноправна застапеност на политичките субјекти и од власта и од опозицијата. Во посебните информативни емисии (впрочем и во вкупната програма) не смеат да учествуваат личности чии кандидатури за изборите ги потврдиле надлежните органи.

Во периодот до започнувањето на изборната кампања не е дозволено да се емитуваат платено политичко рекламирање, ниту огласи и реклами на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, финансирани од Буџетот на РМ, од буџетите на општините и на градот Скопје.

Изборниот законик, со дефиницијата за изборна кампања (член 69-а), определува и дека изборното медиумско претставување се однесува на промовирање на „потврдените кандидати од надлежните изборни органи и нивните програми“. Ова создаде практични проблеми во првите денови по истекувањето на законскиот рок за потврдување на кандидатурите, кога радиодифузерите и Советот за радиодифузија се наоѓаа во незавидна ситуација бидејќи беше тешко да се дојде до информации за тоа кои листи со кандидати се потврдени. Имено, од потврдувањето, па до почетокот на изборната кампања медиумите не треба да известуваат за

активностите на потврдените кандидати зашто тоа би значело започнување на изборната кампања пред нејзиниот официјален почеток. Уште еден практичен проблем за радијата и телевизиите поврзан со правната рамка за овој период е информирањето во случаите кога потврдените кандидати се истовремено и актуелни носители на функции. Затоа Советот испрати посебно соопштение за медиумите во кое прецизираше дека радиодифузерите можат во вестите да информираат за редовните активности на функционерите-кандидати кои се тесно врзани за извршувањето на функцијата. Притоа, да внимаваат начинот на известување да не биде во корист на нивната кампања, „односно носителите на функции не треба да се најдат во привилегирана положба во однос на другите потврдени кандидати (известување за активности кои претставуваат изборна кампања, какви што се отворањето јавни објекти - училишта, здравствени објекти и слично, или за други настани намерно создадени со цел да се привлече поголемо медиумско внимание)“.

Методологија

Имајќи предвид дека согласно Изборниот законик, во периодот од распишувањето на изборите до почетокот на изборната кампања не смее да се емитува изборно медиумско претставување, мониторингот на Советот во периодот пред почетокот на кампањата се реализираше преку набљудување на програмските сервиси, а анализа на одредени програми или целини се вршеше во случај да се забележи можен прекршок.

Предмет на набљудување беа програмите на 27 радиодифузери опфатени со примерокот: МРТ1, МРТ2 (Програмата на албански јазик), Собраниски канал/МРТ, Прва програма на Македонското Радио – Радио Скопје, Програма на јазиците на етничките заедници на Македонското радио (на албански јазик); ТВ Алсат – М, ТВ Канал 5, ТВ Сител, ТВ Телма, Радио Антена 5, Радио Канал 77, Радио Рос Метрополис; ТВ Алфа, ТВ Канал 5 плус, Наша ТВ, ТВ Сител 3, ТВ Сонце, ТВ 24 Вести, ТВ Алфа (Скопје), ТВ Амазон/КРТ, ТВ БТР, ТВ Едо, ТВ Ера, ТВ МТМ, ТВ Скајнет, ТВ Шутел. Регионалните радија и програмските сервиси на локално ниво беа анализирани врз основа на претставки и поплаки.

Мониторингот во периодот пред изборната кампања стартуваше на 12 јануари (денот по распишувањето на изборите) и заврши заклучно со 3 март (денот пред почетокот на изборната кампања). Се набљудуваше 24-часовната програма на радијата и телевизиите, со акцент на една дневно – информативна емисија од ударното време. Мониторингот го реализираа вработените во Стручната служба на Советот за радиодифузија и петмина надворешни соработници. Основни услови за избор на соработниците беа: да имаат завршено високо образование, да не се членови на политичка партија и да не се вработени во електронски медиум.

Наоди и мерки

Медиумите во периодот меѓу распишувањето на Локалните избори 2013 и почетокот на кампањата, во основа се придржуваа кон Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборната кампања. Од 12 јануари до 3 март, беа констатирани вкупно 25 прекршувања по пет основи и за сите беа упатени укажувања.

Емитувањето огласи и реклами на државните органи или органите на општините или на градот Скопје, финансирани од Буџетот на Република Македонија, односно од буџетите на општините или на градот Скопје, им донесе укажувања на 12 програмски сервиси и тоа: МРТ1, МРТ2 и Собранискиот канал од Јавниот сервис, телевизиите Телма и Сонце, и Радиото Канал 77 од радиодифузерите на државно ниво, регионалните БТР, МТМ, Скајнет, ТВ Скопје, Клуб ФМ и Сити радио. Овој прекршок (член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот) се појавуваше во првите три седмици од набљудувањето.

Поради известувањето за активностите на органите на власта во функција на изборно медиумско претставување на некој политички субјект (член 75 став 2 од Изборниот законик и член

12 од Правилникот), укажувања добија: сателитските ТВ станици 24 Вести и Сонце, и скопските телевизии Амазон (два пати), ЕРА и МТМ.

На ТВ Шутел му е укажано дека уредници, новинари, водители на програма и презентери кои се ангажирани во подготвување програми на радиодифузерите не смеат да учествуваат во предизборни активности на организатори на изборна кампања (член 75 став 2 од Изборниот законик и член 5 од Правилникот).

Во периодот кога се вршеше потврдувањето на кандидатурите од надлежните изборни комисии беа забележани два типа на прекршувања. Едното беше учество на потврдени кандидати во посебните информативни емисии (член 75 став 2 од Изборниот законик и член 14 став 3 од Правилникот) поради што укажувања им беа упатени на националните телевизии Алсат –М, Канал 5, Канал 5 Плус и на Сител 3. Другото се однесуваше на емитувањето изборно медиумско претставување пред почетокот на изборната кампања (член 75 став 2 од Изборниот законик и член 4 став 1 од Правилникот), за што укажувања им беа изречени на МРТ1 и на Телма.

МОНИТОРИНГ НА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА

Мониторингот на Локалните избори 2013 година се спроведе врз основа на Изборниот законик и Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања донесен во 2011 година. Нов Правилник немаше потреба да се носи поради тоа што измените на Законикот во двете години изминати од претходниот изборен процес не се однесуваа на одредбите што се поврзани со медиумското претставување во кампањата.

Правилникот, на едно место ги собира правилата кои произлегуваат од клучните документи што ги поставуваат европските стандарди за известувањето на медиумите за изборна кампања, секако, прилагодени на македонското изборно искуство. Станува збор за Препораката на Советот на Европа Р (2007) 15 за мерките поврзани со медиумското покривање на изборните кампањи; Насоките за медиумска анализа во текот на мисиите за набљудување на изборите на ОБСЕ/ОДИХР (2005), на Директоратот за човекови права и на Венецијанската комисија на Советот на Европа и Европската комисија; и Насоките за покривање на изборите во транзициски демократии на меѓународната организација Артикал 19, која води глобална кампања за слободата на изразувањето.

Самиот тек на Изборите 2013, како први локални избори со оваа правна рамка, покажа дека постои потреба во Законикот да се прецизираат роковите поврзани со вториот круг од изборната кампања. Имено, отпочнувањето и завршувањето на кампањата и на молкот се определени за првиот круг, но не и за вториот. По аналогија може да се определи траењето на молкот, но неопределениот почеток на кампањата по завршувањето на првото гласање отвора недоумици. Овојпат, мониторингот на Советот се водеше од интензивирањето на известувањето за активностите на организаторите на изборната кампања и се определи како методолошки оправдан минимум, со вториот примерок да опфати 10 дена.

Методологијата на Советот за мониторинг на медиумското претставување за време на изборна кампања е разработена и комплетирана низ изминатите изборни процеси, а резултатите до кои е доаѓано со нејзината примена секогаш биле позитивно оценувани од Мисијата на ОБСЕ/ОДИХР. Оттаму, за Изборите 2013 во неа беше интервенирано онолку колку што беше потребно за таа да се прилагоди на специфичностите на локалните избори: определување на опфатот и примероците за првиот и вториот круг, принципите за обезбедување избалансираност (кои се различни за различни типови изборни процеси), бројот на соработници и сл¹.

Во првиот круг, од 4 до 22 март се анализираше изборното медиумско претставување, а на 23 и 24 – почитувањето на изборниот молк. Во вториот круг, анализата на балансот се спроведуваше во деновите од 27 март до 5 април, а на молкот на 6 и 7 април.

Во првиот изборен круг, со мониторингот беа опфатени МРТ1, МРТ2 на албански и на турски јазик, Македонско радио Прва програма (Радио Скопје) и радиопрограмата на албански и на турски јазик. ТВ Алсат – М, ТВ Канал 5, ТВ Сител, ТВ Телма, Радио Антена 5, Радио Канал 77, Радио Рос Метрополис; ТВ Алфа, ТВ Канал 5 плус, Наша ТВ, ТВ Сител 3, ТВ Сонце, ТВ 24 Вести, од медиумите кои емитуваат програма на државно ниво. Поради искуствата и резултатите од мониторинзите на претходните изборни процеси, од програмите на ЈРС, во примерокот не влегоа Втората програма на Македонското радио (Радио два), и програмите на ромски, српски, влашки и бошњачки на радиото и на телевизијата, бидејќи обемот на информации е премногу мал за да се извлечат оценки за избалансираност и главно не се забележани прекршувања. На регионално

¹ Деталите за методологијата се изложени во „Концептот за мониторинг на радио и телевизиските програмски сервиси од почетокот на изборната кампања до завршувањето на гласањето - прв и втор круг“, објавен меѓу прилозите на овој извештај. Во ова заглавје се изложени клучните податоци потребни за контекстуализација на изнесените наоди и оценки од мониторингот на медиумите.

ниво, мониторирани беа програмите на девет ТВ и десет комерцијални радио сервиси (радијата Класик ФМ, Џез ФМ, Клуб ФМ, Лајф, Спортско радио Канал 4, РФМ и Универзитетското радио Студент ФМ 92,9 не се опфатени во примерокот бидејќи некои од нив, низ претходни избори не емитувале изборно медиумско претставување, некои имале само многу мал обем политичко рекламирање, а за последните две се очекува да не следат избори). Од локалните радиодифузери, во примерокот влегоа четириесет и шест ТВ станици и педесет и девет радио станици (не беа опфатени непрофитните универзитетски радија УКЛО ФМ 90,8 од Битола и УГД ФМ од Штип).

Во вториот круг, од програмските сервиси на Јавниот радиодифузен сервис, мониторингот го следеше начинот на известување на четири програми - МРТ1 и МРТ2 на албански јазик - на телевизијата и Првата програма и Програмата на албански јазик на Македонското радио. Анализирани беа и 36 комерцијални радиодифузери и тоа: од националните ТВ Алсат – М, ТВ Канал 5, ТВ Сител, ТВ Телма, Радио Канал 77, ТВ Алфа, ТВ Канал 5 Плус, ТВ Сител 3, ТВ Сонце, ТВ 24 Вести, 4 регионални ТВ станици и едно регионално радио, и 21 локален медиум (17 телевизии и 4 радија) од Битола, Велес, Гостивар, Делчево, Кавадарци, Кочани, Куманово, Струга и Тетово.

За потребите на мониторингот, во првиот круг беа ангажирани 84, а во вториот 25 надворешни соработници кои требаше да имаат завршено најмалку средно образование, да не се членови на политичка партија и да не се вработени во електронски медиум.

Мониторингот беше заснован врз примена на принципите и техниките на научното истражување во рамка поставена од специфичните правила што радијата и телевизиите треба да ги почитуваат во овој период. Основниот постулат беше сознанието дека улогата на медиумите во текот на изборниот процес останува иста – тие треба објективно и непристрасно да ги известуваат граѓаните за настаните и случувањата во општеството, притоа почитувајќи ги професионалните новинарски принципи и стандарди. Имајќи ја предвид важноста на изборите за функционирањето на демократијата во општеството, логично е главниот фокус во известувањето во овој период да биде ставен на изборите, кандидатите и програмските платформи што ги нудат тие. Правилата коишто се носат треба да постигнат двојна цел - граѓаните да добијат информации за сите опции, а организаторите на изборна кампања да добијат еднакви можности да допрат до гласачите преку медиумите. Всушност, со примена на низата од правила медиумите треба да обезбедат:

- ☞ Подеднакви услови за пристап до сите облици на медиумско претставување;
- ☞ Правично, избалансирано и непристрасно медиумско претставување;
- ☞ Еднаков пристап и почитување на правилата за платено политичко рекламирање;
- ☞ Почитување на правилата од Изборниот законик и од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања.

Правилата се прилагодени за различните видови програми почитувајќи ги нивните жанровски специфики. На пример, во вестите, еднаквиот услов за пристап се овозможува и се мери на квантитативно и на квалитативно ниво. Кај телевизиите на државно ниво се анализираа по две изданија на вестите, емитувани меѓу 16:00 и 24:00 часот, во кои има најмногу информации за изборната кампања. По две изданија на вести се анализираа и на РА Канал 77 и на Првата програма на Македонско радио. Кај другите радиодифузери се следеше само централното издание на вестите. Како основа за оценка на избалансираноста во вестите се земаа пред сè прилозите кои се однесуваа на кампањата - конвенции, митинзи, средби, прес-конференции и сл. Притоа, се имаше предвид интензитетот на активностите во рамките на кампањите.

Квантитативниот баланс во известувањето за локалните избори се обезбедува со примена на два принципа: еднаквост и пропорционалност. Принципот на еднаквост важи за градоначалничките избори и тоа за медиумите на сите нивоа (национално, регионално и локално). Според овој принцип, сите кандидати за градоначалници кои водат кампања со приближно ист интензитет, треба да добијат приближно исто време во вестите. За изборите за советници, националните и регионалните медиуми треба да го применат принципот на пропорционалност. Тоа значи дека организаторите на кампањи кои имаат ист број на листи со кандидати за советници и водат кампања со приближен интензитет - треба да добијат приближно исто време. Локалните медиуми и при известувањето за изборите за советници треба да го почитуваат принципот на еднаквост.

Наодите за квантитативниот баланс до кои доаѓа мониторингот со примена на анализа на содржината, се дополнуваат со следењето на квалитативните аспекти на третманот на

различните политички субјекти во вестите. Имено, медиумите треба да почитуваат исти правила во начинот на оформување на прилозите за различните кандидати и организатори на изборна кампања. Овде пред сè се мисли на објективноста и точноста во известувањето, почитувањето на професионалните стандарди; издвојувањето на коментарите од фактите; вградувањето (во каков контекст се известува за кандидатот или организаторот на кампања); изборот на употребените зборови и реченици; експлицитноста на оценките; тонот на известувањето (позитивен, неутрален или негативен); користењето на снимките, сликите и звуците. Од квалитативен аспект, во вестите се мери и бројот и вкупното времетраење на директните обраќања што радиодифузерот им ги овозможува на организаторите на изборна кампања, на кандидатите или на претставниците на власта.

Важен аспект на врамнотеженост во известувањето е начинот на кој во вестите се информира за активностите на актуелните носители на власта. Имено, како што посочуваат веќе споменатите европски препораки и насоки, во време на изборите актуелните функционери добиваат „двоен идентитет“ – од една страна треба да ја работат својата работа и да ја извршуваат функцијата на која биле избрани од граѓаните, а медиумите треба да известуваат за тоа. Од друга страна, тие се препознатливи претставници на својата партија, а честопати и самите се кандидати. Згора на тоа, и контекстот на известувањето неретко е позитивен доколку се известува за некакви достигнувања на власта. Правилата за следење на кампањата велат дека медиумите треба да внимаваат известувањето за овие настани да не биде во функција на нечија кампања. Настаните во кои актери се актуелните носители на функции можат да бидат „вистински и релевантни“ (како што се национални прослави или годишнини), „вистински и маргинални“ (како што е отворање на јавни објекти - училишта, здравствени објекти и сл.) и „псевдо-настани“ (намерно создадени прилики од страна на власта со цел да се привлече поголемо медиумско внимание). Оттаму, радијата и телевизиите можат, слободно и независно формирајќи ја својата уредничка политика, да одлучат да не информираат за псевдо-настаните, или да заземат критички став, но во секој случај треба да внимаваат за активностите на власта да известуваат на таков начин што тоа нема да биде дел од изборната кампања. Со мониторингот, прилозите во кои се појавуваат претставниците на власта беа поделени во две категории: редовни активности на органите на власт и активности на органите на власта кои се во функција на изборната кампања.

Што се однесува до обезбедувањето еднакви услови за пристап до информативните емисии – особено интервјуата и дебатите, се очекува телевизиите и радијата да ги поканат сите организатори на изборна кампања и да имаат еднаков третман кон своите гости. Доколку политичарите сами одбијат да учествуваат, медиумите тоа треба да го објават, но самото одбивање не им дава право да реализираат и репризираат неброено многу емисии со претставници на една или неколку од политичките опции.

За време на изборите, еден општ стандард важи и за новинарски вообличените содржини и за платеното политичко рекламирање, а тоа е забраната да се емитуваат содржини што се насочени кон насилно уривање на уставниот поредок на Република Македонија или кон поттикнување или повикување на воена агресија или на разгорување национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост. Медиумите самите не смеат да бидат извор на вакви содржини. Доколку извор е некој од субјектите во изборниот процес – медиумите можат да го остварат своето право да информираат дека ваква реторика се појавила во кампањата така што ќе обезбедат дополнителен фактички контекст или ќе се оградат од изјавата. Ваквите опции им се на располагање во новинарските програми од различен жанр. Но, во платеното политичко рекламирање и во бесплатното претставување – обврска на медиумите е да одбијат да ја емитуваат оваа содржина. Исто како што треба да го одбијат и политичкото рекламирање во кое се појавуваат малолетници.

Наоди и мерки

Мониторингот на Советот, како и секогаш, на половина од кампањата во првиот круг излезе со првичен извештај и оценки за избалансираноста со цел медиумите опфатени со него да

видат дали и колку нивната уредувачка политика обезбедува рамноправен пристап во медиумското претставување.

Известувањето на медиумите во првите десет дена од кампањата за Локалните избори 2013 година (од 4 до 13 март), ја одрази реалноста на поширокиот општествено - политички контекст во кој тие се случуваа. Ова беше особено важно при толкувањето на застапеноста на информации за редовните активности на Владата поради два крупни настани кои коинцидираа со почетокот на кампањата – меѓуетничките тензии во Скопје и поплавите низ Македонија. Овие настани придонесуваа за дополнително замаглување на границата меѓу владините и партиските проекти или активности.

Во медиумските извештаи се пресликуваше фактот дека наспроти низа документи кои повикуваат децата да не се користат во изборни кампањи, во повеќе прилози, особено за реконструкции на градинки и на училишта, или за изградба на спортски сали – заедно со кандидатите за градоначалници присуствуваа и малолетници од различни возрастни групи.

Резултатите од мониторингот во првите 10 дена од кампањата, покажаа дека некои од медиумите ги почитуваат професионалните новинарски принципи и правилата за медиумско покривање на кампањата, а кај дел од нив се забележуваше поголема застапеност на одредена политичка опција.

Во Извештајот од медиумското покривање на Локалните избори 2013 во вестите за време на првиот круг од изборната кампања (од 4 до 22 март) при извлекувањето на заклучоците за начинот на информирање за изборите и за нивниот поширок општествено - политички контекст се водеше сметка за настаните кои коинцидираа со почетокот на кампањата. Имајќи го предвид и ова и резултатите од известувањето во првите 10 дена, може да се заклучи дека најголемиот дел од медиумите не успеаја да направат разлика меѓу редовните активности на власта, и оние кои служат за промовирање проекти и достигнувања во функција на изборната кампања.

На вестите во повеќето медиуми се забележуваше поголема застапеност на информации за владеачките политички субјекти - Коалицијата “За подобра Македонија”, предводена од ВМРО ДПМНЕ, односно за ДУИ, во однос на опозициските - Коалицијата “Сојуз за иднината”, предводена од СДСМ, односно за ДПА. Ова известување донекаде беше пропорционално со активностите на политичките субјекти за време на изборната кампања. При формулирањето на оценките за балансот во известувањето за изборната кампања не беше испуштен од вид фактот дека кандидатските листи на неколку политички субјекти беа потврдени во дополнителниот рок. И при ваква околност, може да се констатира дека баланс обезбедија: ТВ 24 Вести, ТВ Алфа и Радио Канал 77, а најголема неизбалансираност е регистрирана кај: МРТ1, Македонско радио - Прва програма и ТВ Сител. Другите медиуми имаа свои специфики било во поглед на временската застапеност на субјектите било во поглед на вградувањето и тонот на известувањето.

Извештајот од медиумското покривање на вториот круг од Локалните избори 2013 во вестите (од 27 март до 5 април), посочи дека карактеристика на овој изборен круг беше тоа што Коалицијата „За подобра Македонија“ водеше поинтензивна кампања, при што кандидатите за градоначалници речиси редовно беа придружени од членови на Владата или од градоначалниците избрани во првиот круг.

Темата и новинарскиот приод кон информирањето за настаните најчесто зависеше непосредно од начинот на кој е конструиран настанот. Кај најголем дел од радиодифузерите опфатени со примерокот, во прилозите за изборните активности на кандидатите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, често се среќаваа изјави од Премиерот или од министри, а во прилозите за кандидатите од Коалицијата на опозициските партии, учествуваа и членови на раководството на СДСМ. За меѓусебните обвинувања за коруптивно однесување, лични напади или преземање туѓи проекти медиумите ги пренесуваа ставовите на кандидатите и партиите, соопштенијата од институциите, написите од други, најчесто онлајн медиуми, но овие теми самостојно не ги истражија.

Радифузерите известувањето го концентрираа на изборите во Градот Скопје и неговите општини Центар, Карпош, Ѓорче Петров, а од општините низ државата почесто се среќаваа информации за Велес, Куманово и Струга. Притоа, ретко кој од медиумите што емитуваа програма на македонски јазик информираше за кампањите на ДУИ и ДПА, дури и во извештаите за вториот круг од Локалните избори во Струга.

Најголеми разлики во времето отстапено на политичките субјекти имаше кај Македонско радио - Прва програма, МРТ2 - Програма на албански јазик и ТВ Сител, со тоа што кај ТВ Сител е регистрирано исклучително негативно врамување и негативен тон во медиумското покривање на активностите на кандидатите на Коалицијата предводена од СДСМ.

Позитивни примери беа ТВ 24 Вести, ТВ Алсат – М, ТВ Алфа, ТВ Телма и Радио Канал 77. Во текот на двата круга од изборната кампања, упатени се 23 укажувања и тоа:

- ☞ на ТВ Алсат - М, ТВ Сител (национални), ТВ ШУТЕЛ (Скопје), ТВ ДИБРА (Дебар), ТВ ЕМИ (Радовиш), ТВ Коха (Тетово), поради емитување неозначено платено политичко рекламирање во текот на целото времетраење на емитувањето (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 24 од Правилникот);
- ☞ на ТВ Алсат - М, ТВ Алфа, ТВ Сител, ТВ Телма, ТВ Амазон, Радио зона М-1 (Скопје), Вижн-БМ (Прилеп), ТВ Нова (Гевгелија), поради емитување платено политичко рекламирање чиј нарачател не е јасно означен (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот);
- ☞ на ТВ Шутел (Скопје) и Радио Голди (Велес) затоа што посебни информативни програми реализирани во форма на интервју, емитувале како платено политичко рекламирање (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 29 од Правилникот);
- ☞ на Македонско радио Прва програма (Радио Скопје) и на ТВ Сител, поради тоа што при објавувањето резултати од испитувања на јавното мислење не обезбедиле доволно информации врз основа на кои јавноста ќе може да ја процени веродостојноста на испитувањето (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 30 од Правилникот);
- ☞ на МРТ1, МРТ 2 – Програма на турски јазик, Македонско радио Прва програма (Радио Скопје), Македонско радио – Програма на турски јазик, Радио Ват (Скопје), зашто емитувале прилози со податоци од испитување на јавното мислење по законски дозволеният рок, односно во периодот од 5 (пет) дена пред денот определен за одржување на изборите (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 31 став 1 од Правилникот).

Исто така, поради прекршување на член 75 став 3 од Изборниот Законик и некој од членовите на Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања, донесени се 33 одлуки за прекршочни постапки и спроведени се исто толку постапки за порамнување.

Од нив, успешно завршија 20:

- ☞ со сателитската Сител 3 и со скопската МТМ (за член 7 од Правилникот – емитување реклами финансирани од Буџетот на Република Македонија);
- ☞ со сателитската ТВ Алфа (два пати), националните ТВ Канал 5 и ТВ Сител, скопските ТВ БТР и ТВ Шутел (два пати), прилепската Вижн-БМ, радовишката ТВ Кобра, кумановските ТВ Далга КРТ и ТВ Нова, лабунишката ТВ Спектра, кратовската Сител 2, кичевската ТВ Гурра, кочанската ТВ Кочани-ЛД (за член 22 став 1 од Правилникот – надминување на лимитот за платено политичко рекламирање);
- ☞ со националната Алсат – М и со скопските ТВ Шутел и Радио Ват (за член 27 од Правилникот за емитување платено политичко рекламирање во емисии во кои тоа не е дозволено).

Поради неуспех на порамнувањето, 13 прекршочни постапки се поведени против:

- ☞ Вижн-БМ од Прилеп (за член 7 од Правилникот – емитување реклами финансирани од буџетски средства);
- ☞ ТВ Сонце (сателитска), ТВ Амазон и ТВ БТР од Скопје, ТВ Арт од Тетово, ТВ Дибра од Дебар, ТВ Еми од Радовиш, ТВ Канал 21 од Велес, ТВ Нова од Гевгелија, Радио Про-ФМ од Гостивар (за член 22 став 1 од Правилникот – надминување на лимитот за платено политичко рекламирање);
- ☞ сателитската ТВ Сонце, националното Радио Канал 77 и ТВ БТР од Скопје (за член 27 од Правилникот за емитување платено политичко рекламирање во емисии во кои тоа не е дозволено).

За прекршување на член 75 став 5 од Изборниот Законик – необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници

во изборниот процес, во согласност со Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања, поведени беа 8 (осум) постапки за порамнување, од кои две завршија успешно - со националната ТВ Телма и со скопската ТВ Ера. Против програмите на јавниот радиодифузен сервиси МРТ1, МРТ2 – Програма на албански јазик, Македонско радио Прва програма (Радио Скопје), националните ТВ Канал 5, ТВ Сител и сателитската ТВ Сонце се покренати прекршочни постапки затоа што во вестите известуваа неизбалансирано, односно не обезбедија рамноправен пристап за организаторите на медиумска кампања.

МОНИТОРИНГ НА ИЗБОРНИОТ МОЛК

Известувањето за време на изборниот молк е еден од поголемите предизвици со кои се соочуваат радиодифузерите во текот на изборниот процес. Тие, од една страна треба да ја информираат јавноста за најактуелниот општествено – политички настан, особено на денот на гласањето, но од друга страна треба да внимаваат преку извештаите да не се најдат во позиција да водат кампања. Досегашното искуство од претходните избори покажало разни примери на прекршување на изборниот молк. Имало случаи кога организатори на изборна кампања, преку соопштенија и реакции за наводни инциденти, ги ставале медиумите во ситуација да го прекршат молкот, познати се примери кога официјалните извори на информации во своите изјави давале податоци кои не треба да се објавуваат пред затворањето на гласачките места, а имало и медиуми кои свесно се одлучиле да вршат политичка пропаганда за или против неког на денот на изборите.

Принципите на основните акти, кои на европско тло ја регулираат проблематиката на известување за избори, и долгогодишното искуство на регулаторот во мониторирањето на изборниот молк, се сублимирани во Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања. Неговата четврта глава особено се потпира на досега забележаните начини на кршење на изборниот молк. Овие одредби на радијата и телевизиите не им се непознати, дотолку повеќе што Правилникот е од 2011 и се надоврзува на изборните препораки и правилници кои Советот за радиодифузија ги носел во изминативе 15-тина години. Освен тоа и овојпат регулаторот организираше работилници на кои уште еднаш беа разгледани и дискутирани овие одредби.

Мониторингот на денот на изборниот молк подразбира дека се набљудува програмата на сите ТВ и радио станици, доколку се забележи можен прекршок се набавува снимка која детално се анализира и ако се покаже дека сомнежот бил оправдан – се презема мерка.

Поради прекршување на изборниот молк, на Локалните избори 2013 година, во двата изборни круга, упатени се четири укажувања. Радио Ват од Скопје доби две укажувања. Едното е за молкот во првиот круг кога, при објавување информации за неправилности во текот на гласањето во вестите, се повика на партиски набљудувачи, и од изјавите на официјалните извори на информации ги парафразира и деловите во кои се открива идентитетот на политичкиот субјект (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 35 став 1 алинеи 2 и 3 од Правилникот). Другото е за вториот изборен молк бидејќи во вестите објави информација за неправилности констатирани на денот на гласањето во која се открива идентитетот на политички субјект (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 35 став 1 алинеја 2 од Правилникот). Скопската ТВ Ера има укажување за молкот во првиот круг, затоа што во прилог за текот на гласањето и за констатирани неправилности како официјални извори на информации ги користи лидерите на неколку политички партии, односно организатори на изборна кампања вклучени во изборниот процес (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 35 став 1 алинеја 3 од Правилникот). Од вториот изборен молк е и укажувањето за ТВ Арт од Тетово зашто емитуваше прилози од гласањето на Сади Беџети – кандидат на ДПА за градоначалник на Тетово, Теута Арифи – кандидатка на ДУИ за градоначалничка на Тетово и Невзат Бејта – кандидат на ДУИ за градоначалник со нивно директно обраќање (член 75 став 3 од Изборниот законик и член 36 став 1 алинеја 1 од Правилникот).

ЈАВЕН РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС

ПРВ ПРОГРАМСКИ СЕРВИС - МРТ1

Прв круг

Вести: По дваесет дена активности на организаторите на кампањата за Локалните избори 2013 година, вкупното време за прилозите посветени на изборниот процес воопшто, како и за редовните активности на Владата и активностите на министерствата во функција на изборите, во двете анализирани изданија на ТВ Дневникот на МРТ1 – од 19:30 часот и од 23:40 часот, изнесува цели – 16 часа.

Коалицијата „За подобра Македонија“ предводена од ВМРО ДПМНЕ беше застапена со поголема минутажа во споредба со опозициската Коалиција „Сојуз за иднината“ предводена од СДСМ. Прикажано низ бројки, кои се дадени збирно за првиот и за вториот телевизиски дневник на МРТ1, соодносот е – 5 часа и 25 минути за владејачката коалиција, и 2 часа и 44 минути за опозициската коалиција. За Владата на Република Македонија се отстапени – 3 часа и 26 минути, а за експертски анализи во врска со Локалните избори – 1 час и 15 минути.

Другите субјекти, чии активности го привлече вниманието на информативната редакција од Првиот програмски сервис, застапени се со драстично помала минутажа. На пример, активностите на ДУИ и на ДПА се проследени со – 29 минути за ДУИ, и со - 19 минути за ДПА. Во рамките на оваа минутажа го бележиме и времето од 24 минути за предизборните активности на Стевчо Јакимовски, кој се кандидираше за градоначалник на Општина Карпош преку Српската напредна странка.

Во однос на новинарскиот приод кон приоритетните општествени теми во овој период, редакцискиот концепт до крај на изборниот процес ја задржа тенденцијата – во централниот ТВ Дневник од 19:30 часот предност да им се даде на општо важни општествени теми поврзани најчесто за економските процеси во државата, а по вториот ТВ Дневник од 23:40 часот да се оддели посебна информативна рубрика насловена „Изборна хроника“, во која збирно беа емитувани извештаите од предизборните активности на партиите и на коалициите.

МРТ1 – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	05:25:19
Коалиција СДСМ и др.	02:44:04
Влада на РМ	03:26:36
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:29:56
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:19:53
Српска напредна странка	00:24:10
Други субјекти	01:15:26
Локална самоуправа	00:41:48
Органи на државната управа	00:03:44
СДУ - Социјал демократска унија	00:09:40
Виктор Цветковски	00:04:08
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:10:08
Претседател на РМ	00:10:37
ДИК и други органи	00:21:43
Народно движење за Македонија	00:00:50
НДП - Национална демократска преродба	00:06:50
Либерална партија	00:02:08

Собрание на РМ	00:01:04
ППД - Политичка партија Достоинство	00:00:40
Републиканска алијанса - РА	00:00:32
Без субјекти	00:01:38
Вкупно = 16:00:55	

Структурата на директните обраќања, односно – аудио-визуелните цитати од новинарските соговорници, емитувани како интегрален дел од телевизискиот прилог, ја пресликува информативната практика во целина. Повеќе време им е отстапено на претставниците на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ во однос на претставниците на Коалицијата предводена од СДСМ. Соодносот е – 2 часа и 13 минути (или – 231) директно обраќање на Коалицијата „За подобра Македонија“, наспроти – 1 час и 6 минути (или – 120) директни обраќања за Коалицијата предводена од СДСМ.

МРТ1 - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	231	02:13:14
Коалиција СДСМ и др.	120	01:06:39
Влада на РМ	91	00:38:27
ДУИ - Демократска унија за интеграции	18	00:13:47
ДПА - Демократска партија на Албанците	9	00:07:50
Српска напредна странка	19	00:09:03
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	9	00:03:37
Претседател на РМ	3	00:01:48
Други субјекти	36	00:17:01
Виктор Цветковски	3	00:01:28
СДУ - Социјал демократска унија	6	00:03:21
Народно движење за Македонија	1	00:00:20
ДИК и други органи	5	00:03:06
Локална самоуправа	26	00:09:57
НДП - Национална демократска преродба	2	00:02:05
Либерална партија	2	00:00:59
Органи на државната управа	2	00:01:14
ППД - Политичка партија Достоинство	1	00:00:28
Републиканска алијанса - РА	1	00:00:32
Вкупно = 05:14:56		

Бесплатно претставување: Преку повеќедневен јавен повик емитован на Првиот програмски сервис, сите кандидати за градоначалници и носителите на листите за општинските советници беа навреме известени дека по извршена ждрепка, имаат право на бесплатно изборно претставување пред гледачите – потенцијалното гласачко тело. Според мониторингот, бесплатното претставување е спроведено од 11 март до 20 март 2013 година, а кандидатите за Локалните избори имале по 2 минути за промоција на своите програми, во периодот од – 13:30 до 14 часот.

Дебати: Во дваесетдневниот период на мониторингот, МРТ1 не реализираше директни дебатни соочувања на кандидатите за Локалните избори 2013 година.

Емисијата со наслов „Од наш агол“, во изборниот период од 5 март до 3 април, преку повеќе изданија со тематски широка дебата го засегна изборниот процес, меѓутоа или од организациски аспект, или само го тангираше по промотивна линија на економските програми што на одреден начин беа дел од изборната кампања. Оттаму, само дебатата емитована на 5 март (со реприза на 6 март) потемелно се задржа на организациските способности на македонските институции вклучени во изборниот процес како општествено-политичка целина. На темите: враќање на опозицијата во Собранието; измени во Изборниот законик и обезбедување услови за изборната кампања и за гласањето – дебатираа Влатко Сајковски, член на ДИК и универзитетскиот

професор Јове Кекеновски, повикан како политички аналитичар. Темата беше обработена и преку снимени новинарски прилози во кои за пошироката рамка на изборниот процес зборуваа Блерим Беџети, министерот за правда, и д-р Зоран Трајчевски, претседателот на Советот за радиодифузија.

Во слична, општа тематска насока, Изборите беа третирани и во дебатата емитувана на 4 март (репризирана на 5 март), во која економските концепти ги сопоставија Виктор Мизо, директорот на Дирекцијата за технолошки индустриски развојни зони, и Кире Наумов, претставен како економски аналитичар, кој во своите јавни настапи се легитимира како застапник на економските политики на опозициската СДСМ.

Информативни програми: Клучниот аспект, кој го врами изданието на емисијата „Од наш агол“ од 19 март (репризирано на 20 март во два термина – од 5:30 наутро, и од 14 часот попладне), како актуелно-информативна програма поврзана со Изборите, беше фактот што повеќеслојната тема - за актуелната состојба и за потенцијалите на македонската економија, низ интервју ја разви Владимир Пешевски, вице-премиерот за економски прашања, кој нагласи дека своите економски гледишта ги изнесува и како координатор на тимот што ја изработувал предизборната програма на ВМРО ДПМНЕ. Во документарниот дел од емисијата, како поткрепа на економската експликација на Вице-премиерот, беа емитувани и разговори со Виктор Мизо, директорот на Дирекцијата за технолошки индустриски развојни зони, и со Зоран Коњановски, заменик-министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Во изданието од 5 март (реприза на 7 март) на „Дурбин“, актуелно-информативната емисија со документаристички пристап кон тековна општествена проблематика, мониторингот ги бележи како посредно, потенцијално поврзани со изборната кампања, споредбените прилози за македонското и за американското здравство, во кои со свој експертски став се појавува и Илчо Захаријев, директорот на Бирото за лекови и кандидат на ВМРО ДПМНЕ за градоначалник на Штип. Имено, методолошки, овој вид новинарски прилози по содржина посредно се поврзуваат во функција на изборниот процес, затоа што професионалниот ангажман на кандидатите за градоначалници или за советници, кој има активен удел и во општествената сфера на интерес, може да одигра значајна улога во промоција на политичката понуда пред гласачкото тело.

Во рамките на изданието од 19 март на „Македонија наутро“, која жанровски се класифицира како забавно-информативна емисија, емитувано е интервју со Владимир Тодоровиќ, дотогаш сè уште актуелниот градоначалник на скопската Општина Центар, а едновременно и градоначалнички кандидат на ВМРО ДПМНЕ за Локалните избори 2013 година. Прашањата и одговорите од интервјуто одеа во прилог на проектите кои Тодоровиќ ги остварил за време на својот градоначалнички мандат, а оваа телевизиска форма траеше 8 минути и 22 секунди и беше целосно илустрирана со фотографии и со наративен опис за реализираните проекти.

Втор круг

Весту: Поради намалениот обем предизборни активности на ниво на целата држава, и редакцискиот концепт за покривање на вториот круг од изборната кампања за Локалните избори беше сведен на покуси прилози кои се емитуваа врзани под заеднички наслов, и не излегуваа од рамките на двата централни ТВ-дневника од 19:30 и од 23:30 (со отстапка за точното време на почетокот до 23:45 часот). Прилозите за активностите на спротивставените организатори на изборната кампања често се емитуваа без монтажа рез - еден по друг, за да се стекне впечаток на „акција - реакција“, и за да се задржи континуитетот на жанрот „вест во низа“. Тематски, новинарскиот приод во известувањето најчесто беше непосредно зависен од конструкцијата на самиот настан, па така, бројни беа прилозите во кои паралелно со предизборната понуда изразена од одреден кандидат на Коалицијата предводена од владејачката ВМРО ДПМНЕ, инсертирани беа и изјави или од Премиерот, или од актуелните ресорни министри за економија, образование, здравство или земјоделство, а во прилозите за кандидатите од Коалицијата на опозициските партии,

учествуваа и членови на раководството на СДСМ. Содржински, прилозите главно беа фокусирани на сопоставени урбанистички и административни визии за општините, но не беа ретки ни прилозите кои најчесто само преку партиски соопштенија го проблематизираа (но новинарски консеквентно и не го разрешуваа) личниот социјален статус на одредени кандидати за градоначалници. Со ваквиот пристап, ако се спореди соодносот помеѓу коалициите предводени од владејачката ВМРО ДПМНЕ и од опозициската СДСМ, забележливо е дека повеќе време ѝ е отстапено на Коалицијата „За подобра Македонија“ – 1 час 49 минути и 30 секунди, наспроти 54 минути и 44 секунди за Коалицијата „Сојуз за иднината“. Драстично помалку новинарско внимание им е посветено на предизборните активности на ДУИ – 2 минути и 53 секунди, и на ДПА – 1 минута и 28 секунди, иако нивното изборно соочување се одвиваше и меѓусебно и со други политички субјекти, во големи изборни единици како Општина Чаир, Арачиново, Тетово, Струга и Гостивар. Со висок интензитет новинарски прилози беа покривани и редовните активности на Владата – 1 час 21 минута и 29 секунди. Од друга страна, направен е обид пошироко, и политиколошки и новинарски, да се проанализираат резултатите од првиот изборен круг, со посебно внимание врз политичкиот исход во Струга и во Кичево, како чувствителни места поради (дис)континуитетот на комплексните политички одлуки доминантно врзани за мултиетничкиот состав на двете општини. Оттаму релативно големата минутажа кодирана под ставката – Други субјекти: 36 минути и 25 секунди.

МРТ1 – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:49:30
Коалиција СДСМ и др.	00:54:44
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:02:53
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:01:28
Локална самоуправа	00:05:18
Влада на РМ	01:21:29
Други субјекти	00:36:25
ДИК и други органи	00:24:08
Српска напредна странка	00:04:06
Други субјекти	00:36:25
ППД - Политичка партија Достоинство	00:01:40
Без субјекти	00:10:11
ОМ - Обединети за Македонија	00:01:40
Вкупно = 05:39:03	

Структурата на директните обраќања ја потврдува опишаната тенденција, односно предничи времето отстапено за претставниците на Коалицијата „За подобра Македонија“ – 57 минути и 23 секунди (вкупно 106 директни обраќања), во однос на претставниците на Коалицијата „Сојуз за иднината“ – 29 минути и 39 секунди (или – 70 директни обраќања). Споредбено со оваа временска рамка, методолошки релевантна е минутажа отстапена за претставниците на Владата – 20 минути и 38 секунди (50 директни обраќања).

МРТ1 - Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	106	00:57:23
Коалиција СДСМ и др.	70	00:29:39
Влада на РМ	50	00:20:38
Локална самоуправа	6	00:01:56
ДИК и други органи	7	00:05:45
Други субјекти	12	00:04:41
ППД - Политичка партија Достоинство	2	00:00:24
ОМ - Обединети за Македонија	2	00:00:34
ДПА - Демократска партија на Албанците	2	00:00:22

ДУИ - Демократска унија за интеграции	3	00:00:54
Српска напредна странка	7	00:02:49
Собрание на РМ	2	00:00:58
Без субјекти	1	00:00:36
		Вкупно = 02:26:39

Дебати: Во емисијата „Од наш агол“, емитувана на 2 април (репризирана на 3 април), дебатно беше разгледувана тековната македонска економска политика, сфатена пред сè како - општествено актуелна тема, за која во други, главно информативни ТВ-облици, Јавниот сервис континуирано известуваше како непосредно поврзана со предизборните економски концепти и активности на организаторите на изборната кампања. Ставови и искуства, во врска со владините субвенции за малите и за средните претпријатија, образложија: Спиро Ристовски, министерот за труд и социјална политика, Влатко Поповски, директорот на Агенцијата за вработување, и малостопанствениците Александар Биралов и Петре Николовски.

Информативни програми: Во периодот од 28 март до 4 април, мониторингот ги бележи редовните изданија на емисијата „Ова е Македонија“ како актуелно-информативен материјал составен од новинарски обработени вести и извештаи за тековни настани и за случувања поврзани со активности на општините низ целата држава. Забележливо е дека во изданијата на емисијата во завршниот период од март, овие информации не се директно поврзани, ниту се по кој било начин непосредно обележани со личниот ангажман на кој било од кандидатите за градоначалници, туку се посредувани како тековни, сервисни информации. Меѓутоа, веќе на почетокот од април, при обработката на сервисните информации се презема новинарскиот пристап од ТВ-дневникот, па во прилозите за локалните иницијативи се појавуваат и директни обраќања на ресорни министри, како партиска придружба на кандидатите за градоначалници од ВМРО ДПМНЕ.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Интервју со Владимир Тодоровиќ, кандидатот на ВМРО ДПМНЕ за градоначалник на Општина Центар, евидентирано е во изданието на „Македонија наутро“ од 3 април, траеше 10 минути и 23 секунди, а тема беа – проектите што планира да ги преземе доколку се избори за нов градоначалнички мандат. Како и во интервјето емитувано во истата оваа емисија во текот на првиот изборен круг, презентацијата на урбанистичката проекција е илустрирана со компјутерска симулација на концептот понуден пред гласачите. Во изданието од 2 април, пак, емитувано е интервју со Владимир Талевски, градоначалникот на Битола од редовите на ВМРО ДПМНЕ, трае 10 минути и е реализирано како јавување во живо.

Методолошки компатибилен податок во врска со споменатите две изданија на забавно-информативната програма „Македонија наутро“, од 2 и од 3 април, е забелешката дека пред и по интервјуата со Тодоровиќ и со Талевски, емитувани се прилози за инфраструктурни зафати, за кампањи и за реализирани тековни општински проекти во Скопје, но и за слични настани низ целата држава. Некои од прилозите се емитувани како соопштенија од општинските или од градските власти, а други, пак, како разговори со раководители на одредени сектори од јавната власт (на пример: иницијатива за слободен градски паркинг, садници за јавни површини, интервенции во водоводната мрежа, отворање тениски игралишта, бесплатен интернет-клуб, и сл.)

Зоран Ѓеорѓиевски, кандидатот на ВМРО ДПМНЕ за градоначалник на Куманово, во истата емисија се претстави преку интервју емитувано на 4 април, со времетраење од 11 минути, а преку оваа новинарска форма, на 5 април претставен е и Петре Латиновски, како кандидат на владејачката партија за Општина Бутел, а интервјето траеше 8 минути и 40 секунди.

Весту: Вкупната минутажа за изборната кампања во двата анализирани ТВ-дневника на MPT2 на албански јазик, од 18:30 и од 22 часот, изнесува – 15 часа и 53 минути. Најголем дел од ова информативно време, меѓутоа не и драстична предност во однос на другите политички опции, ѝ е отстапено на ДУИ - 2 часа 51 минута и 36 секунди, додека на ДПА ѝ се отстапени – 2 часа 2 минути и 39 секунди. Потврдата дека при известувањето за предизборните активности е применет квантитативно избалансиран третман произлегува и од минутажа на отстапена за Коалицијата предводена од СДСМ – 2 часа 2 минути и 56 секунди, додека за Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ биле отстапени – 1 час 54 минути и 44 секунди. Во овие рамки се движи и медиумската презентација на политичките активности на НДП, кои се проследени со – 1 час 39 минути.

Активностите на министерствата, односно вкупниот обем на активности на Владата е проследен со значителни – 1 час 22 минути, а економските процеси, меѓуетничките односи во државата и надворешните, странски опсервации на изборниот процес, проследени се со 1 час и 41 минута.

MPT 2 на албански јазик - Застапеност на субјектите во весту	
Политички субјект	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	02:51:36
ДПА - Демократска партија на Албанците	02:02:39
НДП - Национална демократска преродба	01:39:00
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:54:44
Коалиција СДСМ и др.	02:02:56
Други субјекти	01:41:04
Влада на РМ	01:22:57
ДИК и други органи	00:31:56
Без субјекти	00:57:43
Локална самоуправа	00:24:34
Јакуп Марку	00:05:00
Демократска партија на Турците на Македонија	00:02:58
Претседател на РМ	00:02:50
ПЕИ - Партија за европска иднина	00:03:19
НД - Нова демократија	00:01:22
Скендер Бектеши	00:02:42
Ибраим Колари	00:01:34
Бастри Бајрами	00:05:05
Вкупно = 15:53:58	

Слични показатели се добиваат и преку структурата на директните обраќања: предност добила ДУИ, со – 1 час 21 минута, следува ДПА, со 54 минути и 51 секунда, а за ситна минутажа се разликуваат директните обраќања на Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ - 47 минути и 28 секунди, и на Коалицијата на СДСМ – 50 минути и 55 секунди. Во овој поглед, ставовите на НДП се прикажани сразмерно, со време од 46 минути и 35 секунди.

MPT 2 - албански јазик - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	51	01:21:21
ДПА - Демократска партија на Албанците	29	00:54:51
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	22	00:47:28
Коалиција СДСМ и др.	26	00:50:55
НДП - Национална демократска преродба	19	00:46:35

Локална самоуправа	20	00:09:58
Други субјекти	33	00:19:00
Влада на РМ	45	00:32:40
Јакуп Марку	1	00:01:24
ДИК и други органи	8	00:06:06
Без субјекти	18	00:14:19
ПЕИ - Партија за европска иднина	1	00:01:03
Ибраим Колари	1	00:02:08
Бастри Бајрами	1	00:02:32
		Вкупно = 06:10:20

Бесплатно претставување: Споредено со организациските принципи споменати кај Првиот програмски сервис на МРТ, овој облик на изборно медиумско претставување не беше остварен според критериумите на рамноправен пристап до гласачкото тело. Ова, пред сè, затоа што бесплатното претставување не беше соодветно и навремено најавено на програмата на Вториот програмски сервис на МРТ, потоа, беше изведено во само еден ден – 15 март, и во него учество земаа кандидати за градоначалници и за советници исклучиво од албанските политички партии, и тоа, повторно, не сите официјално кандидирани политички претставници според листата на ДИК.

Дебати: Реализирани се вкупно 17 дебати, но само во текот на првиот изборен круг, од 4 до 22 март 2013 година, и тоа само помеѓу кандидати од албанските политички партии – ДУИ, ДПА и НДП. Не само што не е задржан принципот на рамноправност - во однос на тоа дека не е поканет ниту еден кандидат од другите политички партии кои приложија свои листи до ДИК, туку во одредени дебатни термини новинарот-водител не го објаснува отсуството на одредени кандидати кои беа непосредно засегнати од овој вид политичко соочување. Надвор од стриктно партиските рамки на дебатата, на 15 и на 20 март мониторингот бележи дека е проширен кругот на изборните теми, со тоа што на овие датуми се повикани претставници на граѓанскиот сектор и политички аналитичари.

Интервјуа: Две од вкупно петте интервјуа емитувани во првиот изборен круг, всушност се нереализирани дебатни емисии, па новинарот- водител бил принуден за предизборните теми да дискутира само со еден соговорник. Станува збор за интервјуто со Субхи Јакупи од 12 март, кој во својство на заменик - претседател на ДИК требало да се соочи со Бедредин Ибраими, член на ДИК, и за интервјуто со Беким Мурати, кандидат на ДУИ за градоначалник на Сарај, кој требало да ги сопостави своите предизборни проекции за оваа општина со проекциите на Азби Нуредини од ДПА и со Блерим Халими од НДП.

Втор круг

Вести: Од вкупно 5 часа и 54 минути, 1 час и 41 минута биле фокусирани врз изборните активности на ДУИ, а 32 минути биле отстапени за кандидатите на ДПА. Активностите на Коалицијата предводена од СДСМ биле покривани со 24 минути новинарски прилози, а 20 минути ѝ се отстапени на владејачката Коалиција предводена од ВМРО ДПМНЕ. НДП, пак, привлечла 7 минути и 42 секунди од професионалното внимание на оваа редакција поврзано со Локалните избори. Во временска рамка од четириесетина минути влегуваат редовните активности на Владата, како и експертски ставови за превирањата во ДИК по однос на претставките кои организаторите на кампањата ги поднесоа по првиот изборен круг.

МРТ 2 на албански јазик - Застапеност на субјектите во вест	
Политички субјект	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	01:41:00
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:32:26
Коалиција СДСМ и др.	00:24:00
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:20:39
ДИК и други органи	00:40:25
Други субјекти	00:42:39
Локална самоуправа	00:17:46
НДП - Национална демократска преродба	00:07:42
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	00:00:26
НДУ - Национална демократска унија	00:00:26
Влада на РМ	00:41:25
Без субјекти	00:25:19
Вкупно = 05:54:15	

Потврда за ваквите показатели се добива и преку структурата на директните обраќања на политичките субјекти застапени во вестите за Локалните избори: предност добила ДУИ, со 42 минути и 45 секунди (48 директни обраќања), следува ДПА, со 11 минути и 52 секунди (18), а незначителна е разликата за директните обраќања на Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ и на Коалицијата на СДСМ. НДП во оваа категорија е застапена со – 1 минута и 29 секунди.

МРТ 2 - албански јазик - Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	48	00:42:45
ДПА - Демократска партија на Албанците	18	00:11:52
НДП - Национална демократска преродба	4	00:01:29
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	12	00:04:20
Коалиција СДСМ и др.	14	00:06:04
Без субјекти	9	00:07:10
Влада на РМ	21	00:11:06
Локална самоуправа	10	00:07:10
ДИК и други органи	10	00:14:48
Други субјекти	20	00:12:16
Вкупно = 01:59:00		

Интервјуа: На 27 и на 29 март, реализирани се три интервјуа: со Фатмир Дехари, кандидатот на ДУИ за градоначалник на Кичево, и со аналитичарите на изборниот процес - Мерсим Максuti и Мухамер Борова.

МРТ 2 – ПРОГРАМА НА ТУРСКИ ЈАЗИК

Прв круг

Вести: За дваесет дена изборна кампања, емитувани се вкупно 4 часа 2 минути и 41 секунда прилози во врска со активностите на политичките партии или за редовните активности на Владата. Информативната редакција на програмата на турски јазик главно била фокусирана врз активностите од Коалицијата „За подобра Македонија“ и од Коалицијата „Сојуз за иднината“, коалиции во чии сопоставени идеолошки рамки пристапија партиите на етничките Турци во Република Македонија. Сумарно, во овој биполарен сооднос, забележлива е тенденција за релативно рамноправно известување, според техничките можности на редакцијата. Со новинарски

прилози од вкупно 1 час 12 минути и 43 секунди било известувано за Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, а со 48 минути и 6 секунди за опозициската Коалиција предводена од СДСМ. Медиумското време за останатите политички субјекти е релативно мало. За активностите на Владата се издвоени 37 минути. Количински, според минутажа, потполно еднаков третман добиле активностите на ДУИ и на ДПА – по 13 минути.

МРТ 2 на турски јазик – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјектички субјект	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:12:43
Коалиција СДСМ и др.	00:48:06
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:13:48
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:13:46
Влада на РМ	00:37:00
Претседател на РМ	00:03:22
Собрание на РМ	00:00:09
Без субјекти	00:04:51
ДИК и други органи	00:02:34
Други субјекти	00:32:03
Локална самоуправа	00:02:58
НДП - Национална демократска преродба	00:02:38
Демократска партија на Турците на Македонија	00:08:42
Вкупно = 04:02:41	

Во структурата на директните обраќања бележиме минорни минутажи, околу 21 минута, од кои поголем дел се за кандидатите на владејачката Коалиција „За подобра Македонија“.

МРТ 2 - турски јазик – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција СДСМ и др.	1	00:02:11
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	4	00:14:43
Демократска партија на Турците на Македонија	1	00:04:16
Локална самоуправа	1	00:00:12
Вкупно = 00:21:22		

Интервјуа: Од 9 до 22 март, емитувани се осум интервјуа во рамките на тематски специјализираната информативна емисија насловена - „Кон изборите“, со просечно времетраење од еден час. Жанровски, интервјуата се реализирани како индивидуални и како колективни, со по неколкумина кандидати за градоначалници или за советници од една иста партија или по иста коалициска иницијатива.

На 9 март, гости во студиото на МРТ 2 - редакција на турски јазик, биле: Енис Омер и Булент Исинов, кандидирани од Демократската партија на Турците (во Коалиција со ВМРО ДПМНЕ) за советници на Радовиш и на Василево.

На 11 март, преку колективно интервју се претставени Вејсел Сарач, Зихни Сејди и Хајретин Камуровски, кандидати за советници од редовите на Движење за национално единство на Турците (ДНТ), кое коалицираше со опозициската СДСМ за Гостивар, за Жупа и за Дебар.

На 12 март, својата изборна програма ја претстави Јусуф Хасан (ДТП), градоначалнички кандидат на Коалицијата „За подобра Македонија“ за Врапчиште (интервјуто е репризирано на 13 март).

На 14 март, ДТП ги претстави Бејџан Илјас и Еркан Али, советничките кандидати за Теарце и за Тетово, а истата партија на 15 март ги промовираше и Сејхан Керала и Реџеп Али Парлар, како советнички кандидати за Гостивар и за Врапчиште.

На 16 март, преку колективно интервју претставени се Ѓонул Бајрактар и Сулејман Баки, советнички кандидати на ДТП за Скопје и за Чаир.

На 17 март, за мотивите на сопствената кандидатура и за изборниот процес воопшто, зборува Ердоган Сарач, кандидат за советник од редовите на ДНТ (во Коалиција со СДСМ).

На 22 март, Кенан Хасип, претседателот на ДТП, одговараше на новинарските прашања кои Локалните избори ги третираа како интегрален дел од поширокиот политички живот во Република Македонија, па така, беа отворени прашања за: враќањето на опозицијата во Парламентот, за спецификите на изборниот процес во мултиетничките средини како што се Струга и Кичево, како и за можноста за предвремени парламентарни избори.

МАКЕДОНСКО РАДИО – ПРВ ПРОГРАМСКИ СЕРВИС (РАДИО СКОПЈЕ)**Прв круг**

Вести: Од информативната програма на Првиот програмски сервис на Македонското радио, мониторингот ги зема за најрелевантни изданијата на Пладневниот радио-весник во стандардниот термин од 15:30 часот и вестите од 22 часот, кои, покрај редовните политички случувања од државата и од светот, беа проследени и со посебни блокови посветени на изборната кампања, насловени „Изборна хроника“. Во оваа методолошка рамка, споредено со сите други радија и телевизии што се вклучија во професионално новинарско покривање на изборниот процес, мониторингот бележи убедливо најголем обем прилози за предизборните активности на партиите, на коалициите, на независните кандидати и на активностите на министерствата во прилог на изборната кампања – 18 часа 36 минути и 19 секунди.

Ова време е распоредено на 26 политички субјекти со релевантен став за предизборието при што, видлива е неизбалансираност во покривањето на нивните активности. Имено, активностите на владејачката Коалиција обединета под името – „За подобра Македонија“, новинарски се покривани со 6 часа 35 минути и 12 секунди, додека за активностите на Коалицијата „Сојуз за иднината“, предводена од СДСМ, отстапени се – 3 часа 17 минути и 38 секунди.

Во оваа смисла, збирното време за поединечните активности на двете споменати најголеми коалиции на овие локални избори, опфаќа речиси половина од вкупното медиумско време кое Првиот програмски сервис на Македонското радио го фокусираше врз изборната кампања и врз изборниот процес, воопшто. Оттаму, споредбено, занемарливо мала е минутажа за предизборните активности на другите политички субјекти кои биле дел од дневниот новинарски ангажман - за предизборната агитација на ДУИ се отстапени 28 минути, за ДПА – 17 минути, за ДОМ – 20 минути, а за Стевчо Јакимовски, кандидатот на Српската напредна странка – 21 минута.

Активностите на Владата се обработени со време од 3 часа 52 минути и 45 секунди.

Македонско радио 1 – застапеност на субјектите во вести	
Политички субјект	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	06:35:12
Коалиција СДСМ и др.	03:17:38
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:28:05
Српска напредна странка	00:21:41
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:20:09
Влада на РМ	03:52:45
Други субјекти	01:04:39
ДИК и други органи	00:27:52
СДУ - Социјал демократска унија	00:08:17
Јорго Огненовски	00:01:01
Претседател на РМ	00:18:17
Виктор Цветковски	00:08:22
Либерална партија	00:02:16
Локална самоуправа	00:21:12
Собрание на РМ	00:10:55
Народно движење за Македонија	00:01:50
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:17:28
Демократски сојуз	00:03:24
Без субјекти	00:20:49

Сојуз на титови леви сили	00:00:39
НДП - Национална демократска преродба	00:07:07
НД - Нова демократија	00:00:19
Органи на државната управа	00:03:41
Ибраим Колари	00:00:28
Јакуп Марку	00:00:28
Димитар Бузлевски	00:01:45

Вкупно = 18:36:19

Контрастот во третманот на изборните активности на двете големи коалиции се пресликува и во времето одвоено за директните обраќања на политичките субјекти. На Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ ѝ се отстапени 2 часа и 29 минути за да му се обрати на потенцијалното гласачко тело, а опозициската Коалиција предводена од СДСМ добила 1 час и 11 минути. Главните поенти од владината економска и надворешно политичка стратегија, министрите и Премиерот ги претставиле преку 110 обраќања што опфаќаат - 1 час и 9 минути.

Македонско радио 1 - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	188	02:29:01
Коалиција СДСМ и др.	103	01:11:59
Влада на РМ	110	01:09:44
Српска напредна странка	11	00:07:02
Други субјекти	16	00:08:47
СДУ - Социјал демократска унија	3	00:03:15
Претседател на РМ	8	00:05:21
ДУИ - Демократска унија за интеграции	8	00:06:33
Локална самоуправа	11	00:04:46
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	13	00:09:31
ДПА - Демократска партија на Албанците	4	00:03:09
Демократски сојуз	2	00:02:12
ДИК и други органи	6	00:04:37
Либерална партија	1	00:01:28
Органи на државната управа	4	00:01:45
НДП - Национална демократска преродба	2	00:00:26

Вкупно = 05:49:36

Интервјуа: Темата – Локални избори 2013 година, со сета нејзина сложеност како демократски политички процес, преку интервјуа е третирана и на 9 март, кога редакцијата на емисијата „Спектар“ точно еден час разговараше со дипломатот Ристо Никовски за пошироките ефекти од политичкиот избор на локално ниво, и на 12 март, кога гостинка на емисијата „Отворено“ беше Теодора Поповска, координаторката за односи со јавноста на граѓанската асоцијација „Мост“.

Информативни програми: Во Првиот изборен круг од 4 до 22 март, мониторингот не бележи информативни емисии кои за примарна тематска преокупација ги имаа Изборите, освен што изборниот процес во поширока општествена смисла беше дел од најважните тековни настани (економија, дипломатија, земјоделие, и слично), обединети и дополнително прокоментирани во емисиите „Слушајте радио“ или „Во фокусот“.

Бесплатно претставување: Сите кандидати за градоначалници и носителите на листите со кандидатите за општинските совети, Јавниот сервис навреме ги извести дека по извршена ждрепка, имаат право на бесплатно изборно претставување како облик на Политичка промоција пред потенцијалното гласачко тело. Според мониторингот, бесплатното претставување е спроведено од

11 март до 20 март 2013 година, кандидатите за Локалните избори имале по 2 минути за промоција на своите програми, а за овој облик е избран периодот од – 17 до 18 часот.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Во Првиот изборен круг, единственото интервју со некој од кандидатите што непосредно учествуваа на Локалните избори во 2013 година, мониторингот го бележи на 15 март, во склоп на информативно-забавната утринска програма, и тоа со Владимир Тодоровиќ, кандидат за градоначалник на скопската Општина Центар, од редовите на Коалицијата „За подобра Македонија“ предводена од владејачката ВМРО ДПМНЕ. Интервјуте е со времетраење од 17 минути и 19 секунди, го презентира постигнатото во дотогашниот градоначалнички мандат на Тодоровиќ, а ги отвора и прашањата за приоритетите во неговите урбанистички визии.

Втор круг

Вести: И во вториот изборен круг беше задржан методолошкиот приод – од програмата на Првиот програмски сервис на Македонското радио, под мониторинг да бидат ставени изданијата на Пладневниот радио-весник во стандардниот термин од 15:30 часот, и вестите од 22 часот. Повторно се покажа дека оваа редакција од Јавниот радиодифузен сервис беше новинарски најангажирана во однос на предизборната кампања, со вкупно реализирани – 7 часа и 42 секунди во врска со Локалните избори 2013 година, меѓутоа и овој пат, претежнаа прилозите поврзани за предизборните активности на владејачката Коалиција „За подобра Македонија“ предводена од ВМРО ДПМНЕ, со вкупно издвоени – 2 часа 28 минути и 22 секунди, наспроти – 59 минути и 18 секунди за Коалицијата „Сојуз за иднината“ предводена од опозициската СДСМ. Споредбено, драстично помала е минутажата за Српската напредна странка, за ДОМ, за ДУИ и за ДПА, која кај ниту еден од овие политички субјекти (организатори на изборната кампања) не надминува време од 5 минути, додека, пак, активностите на НДП воопшто и не се појавуваат во статистиката, иако нивните кандидати сè уште беа останати во предизборниот натпревар. Забележително време од 1 час и 46 минути им е посветено и на редовните активности на Владата.

Македонско радио 1 – застапеност на субјектите во вести	
Политички субјект	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	02:28:22
Коалиција СДСМ и др.	00:59:18
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:04:15
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:00:13
ДИК и други органи	00:36:56
Влада на РМ	01:46:14
Локална самоуправа	00:04:04
Собрание на РМ	00:12:13
Српска напредна странка	00:05:44
Демократски сојуз	00:01:11
Претседател на РМ	00:08:04
Органи на државната управа	00:01:04
Други субјекти	00:16:16
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:03:23
Демократска партија на Турците на Македонија	00:00:32
ПОДЕМ - Партија на обединети демократи за Македонија	00:00:58
Без субјекти	00:06:24
Сојуз на титови леви сили	00:01:34
СДУ - Социјал демократска унија	00:02:44
ВМРО НП - ВМРО Народна партија	00:01:10
Вкупно = 07:00:42	

Поголемата застапеност на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ во двете централни изданија на вестите, земени како елементарен новинарски домен на информативната медиумска функција, се потврдува и преку структурата на директните обраќања. За директно изразени политички поенти, Коалицијата „За подобра Македонија“ добила минутажа од 51 минута и 24 секунди (или 79 директни обраќања), додека во истата категорија, опозициската СДСМ и нејзината Коалиција „Сојуз за иднината“ добила - 18 минути и 28 секунди. Освен како методолошки контраст, времињата во оваа статистичка категорија отстапени за другите организатори на изборната кампања се – ирелевантни за коментар, затоа што не надминуваат ни 2 минути од најслушаното радиско време, и тоа за период од десет дена предизборна кампања за вториот изборен круг.

Македонско радио 1 - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	79	00:51:24
Коалиција СДСМ и др.	35	00:18:28
Влада на РМ	43	00:28:50
ДИК и други органи	8	00:10:55
ДУИ - Демократска унија за интеграции	2	00:00:42
Претседател на РМ	2	00:00:58
Локална самоуправа	2	00:00:35
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	3	00:01:46
Сојуз на титови леви сили	1	00:00:16
Собрание на РМ	3	00:02:29
Српска напредна странка	3	00:01:19
Демократски сојуз	1	00:00:57
Други субјекти	4	00:03:32
СДУ - Социјал демократска унија	3	00:01:12
		Вкупно = 02:03:23

Дебати: Единствената дебата за поливалентните општествени релации од ефектите на Локалните избори, Информативната редакција на МР1 ја организираше на 2 април, и тоа помеѓу новинарот Дарко Јаневски и комуникологот Марко Трошановски, а прилог преку телефонско јавување даде и политичкиот аналитичар Алберт Муслиу.

Информативни програми: Информативната тенденција – прилозите во врска со Локалните избори да бидат земени како интегрален, ударен дел од пошироката општествено-политичка активност, мониторингот ја бележи и во вториот изборен круг од 27 март до 5 април. Покрај активната (не)посредна поврзаност со политичкото секојдневие, изборниот процес е третиран и како услов за постигнување политички квалитет според стандардите на ЕУ, па во таа смисла, глас им се даде и на опсервациите што доаѓаа од ДИК и од „Мост“, граѓанската асоцијација која е акредитирана за следење на легалноста на изборниот процес.

Интервјуа: На 1 април, низ четириесетминутно интервју, политичкиот квалитет на изборите и ефектите врз евро-атлантските интеграции на Република Македонија беа тема за анализа со Роберт Кирмак, амбасадорот на Република Словачка.

Весту: Бележени се новинарските прилози за изборната кампања обединети во централниот радио-весник од 16:00 часот и придружните изборни хроники по него, а вкупното медиумско време по завршувањето на изборната кампања изнесува - 6 часа и 34 минути и 55 секунди. Најмногу прилози се реализирани за активностите на ДУИ - 1 час 38 минути и 37 секунди, потоа за ДПА – 1 час 2 минути и 19 секунди, а за НДП се отстапени 56 минути и 22 секунди. Меѓусебно споредени, сразмерно се третирани Коалицијата на СДСМ со 21 минута и 12 секунди, и Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 19 минути и 13 секунди. Новинарски обработеното време за активностите на Владата изнесува вкупно 43 минути и 27 секунди.

МРА - албански јазик – Застапеност на субјектите во весту	
Политички субјект	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	01:38:37
ДПА - Демократска партија на Албанците	01:02:19
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:19:13
Коалиција СДСМ и др.	00:21:12
Влада на РМ	00:43:27
Локална самоуправа	00:13:03
НДП - Национална демократска преродба	00:56:22
Други субјекти	00:40:17
ДИК и други органи	00:17:33
Јакуп Марку	00:03:24
Без субјекти	00:11:13
Претседател на РМ	00:02:44
ПЕИ - Партија за европска иднина	00:02:44
НД - Нова демократија	00:01:19
Ибраим Колари	00:01:28
Вкупно = 06:34:55	

Соодносот на аудио цитатите ја пресликува известувачката тенденција за извесна предност на ДУИ во однос на другите партии на Албанците: ДУИ – 58 минути, ДПА – 42, НДП – 39 минути. Времето за директно обраќање на претставници од коалициите на ВМРО ДПМНЕ и на СДСМ се брои во секунди, така што е методолошки – ирелевантно за продлабочена анализа, освен како колоритна споредба за редакцискиот пристап кон предизборните активности.

МРА - албански јазик - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	31	00:58:59
ДПА - Демократска партија на Албанците	18	00:42:10
Влада на РМ	17	00:10:22
Локална самоуправа	7	00:03:53
НДП - Национална демократска преродба	19	00:39:32
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	2	00:00:42
Коалиција СДСМ и др.	2	00:00:46
Други субјекти	8	00:03:18
Јакуп Марку	2	00:02:21
ДИК и други органи	2	00:01:59
Без субјекти	6	00:03:34
ПЕИ - Партија за европска иднина	1	00:00:10

Ибраим Колари	1	00:01:01
Претседател на РМ	1	00:00:42
		Вкупно = 02:49:29

Бесплатно претставување: Бесплатното претставување на кандидатите за градоначалници и за советници го бележиме на 15 март, а реализирано е во само 15 минути, затоа што времето за презентација, поединечно по кандидат, не надминува една минута и 15 секунди, а и не се претставиле сите учесници во изборниот процес. Конкретно, за Советот на градот Скопје, и за општините: Струга, Боговиње, Сопиште, Арачиново, Гази Баба, Бутел, Чаир, Брвеница, Тетово, Липково и Студеничани – секаде се претставени кандидатите на НДП, но во ниту еден случај не се појавуваат кандидатите на ДУИ, а само во еден случај (за општина Сопиште) кандидатот на ДПА. Од независните кандидати, претставени се Бујар Мисими за Боговиње, и Рамиз Нухиу за Арачиново.

Интервјуа: Прегледот на интервјуата покажува дека овој новинарски жанр во првиот изборен круг бил искористен пред сè за презентација на изборната програма на кандидатите од ДУИ, затоа што на 12, на 13, на 19 и на 22 март реализирани се 4 интервјуа, со: Фатмир Дехари (2 интервјуа), Беким Мурати и со Халил Палоши, кандидати за градоначалници на Кичево, на Сарај и на Бутел.

Дебати: Девет дебатни емисии се евидентирани во првиот изборен круг, од 4 до 22 март, а всушност, претставуваат директен пренос на дел од дебатните емисии што ги организираше информативната редакција на МРТ2 на албански јазик.

На 8 март, визиите за Општина Арачиново ги вкрстуваат Ибрахим Ајвази (ДУИ), Авни Гафури (ДПА) и Басри Бајрами како независен кандидат. На 11 март, се соочуваат кандидатите за градоначалник на Општина Желино: Фатмир Изаири (ДУИ), Латиф Арифи (ДПА) и Бекир Черкези (НДП). На 17 март, изборниот процес бил тема за дебата помеѓу Артан Груби (ДУИ) и Љулџим Фаризи (НДП), додека кандидатот на ДПА, иако повикан, не бил присутен во студиото. Скопската Општина Чаир била предмет на дебата на 21 март, помеѓу Изет Меџити (ДУИ), Љутфен Хазири (НДП) и Мухамед Тачи (ДПА). На 22 март, предизборна дебата за градоначалник на Тетово се водела меѓу: Теута Арифи (ДУИ) и Изет Зеќири (НДП), а поканетиот кандидат на ДПА - Сади Беџети, не присуствувал на дебатата.

Помеѓу овие датуми за политичка дебата на непосредно соочените кандидати за градоначалници и за советници, ги бележиме и дебатите меѓу политичките аналитичари кои на изборниот процес му дадоа поширока општествена димензија: на 16 март, дебатираа Исмет Рамадани и Назим Рашиди, а на 20 март Алберт Муслиу, Насер Зибири и Мерсим Максuti.

Втор круг

Весту: И во десетдневната, втора половина од Локалните избори 2013 година, мониторингот се задржа на новинарските прилози од централниот радио-весник емитуван во 16:00 часот, а вкупното медиумско време изнесуваше - 1 час и 32 минути и 54 секунди. Активностите на ДУИ се новинарски покривани со – 22 минути и 8 секунди, што е повеќе од збирот на минутажата отстапена на другите две партии на Албанците во Македонија: ДПА – 7 минути и 11 секунди, и НДП – 4 минути и 13 секунди. Во вториот круг од Изборите, оваа редакција воопшто не ги покриваше активностите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ и на Коалицијата предводена од СДСМ.

МРА - албански јазик – Застапеност на субјектите во вест	
Политички субјект	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:22:08
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:07:11
НДП - Национална демократска преродба	00:04:13
ДИК и други органи	00:11:50
Други субјекти	00:19:04

Локална самоуправа	00:08:05
Без субјекти	00:07:03
Влада на РМ	00:13:19
Вкупно = 01:32:54	

Мала е вкупната минутажа за директните обраќања (аудио цитатите) со кои се илустрирани новинарските извештаи – 24 минути и 34 секунди, но и во нејзината структура забележлива е предноста на ДУИ – 6 минути и 31 секунда, во однос на ДПА – 1 минута и 50 секунди, и на НДП – 52 секунди.

МРА - албански јазик - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	8	00:06:31
ДПА - Демократска партија на Албанците	4	00:01:50
НДП - Национална демократска преродба	1	00:00:52
Влада на РМ	3	00:02:24
Локална самоуправа	1	00:01:17
ДИК и други органи	3	00:02:33
Без субјекти	3	00:03:40
Други субјекти		
Вкупно = 00:24:34		

Интервјуа: Во вториот изборен круг, од 27 март до 5 април, бележиме две интервјуа: на 28 март, во емисијата „Без граници“, реализирана како отворено студио со Радио Косово и со Радио Тирана, политичкиот аналитичар Исмет Рамадани одговара на прашања поврзани со изборниот процес, и ја анализира пошироката политичка констелација во Република Македонија; на 5 април, во рамките на емисијата „Општинска хроника“, реализирано е полчасовно интервју со Фатмир Дехари и со Беким Мурати, градоначалници на Кичево и на Сарај, со мандат изгласан веќе по првиот изборен круг.

МАКЕДОНСКО РАДИО – ПРОГРАМА НА ТУРСКИ ЈАЗИК

Прв круг

Вести: Во дваесетте дена од првиот изборен круг, мониторингот евидентираше вкупно 3 часа и 44 минути вести. Информативната редакција ставила акцент врз политичката понуда на коалициите „За подобра Македонија“, обединета околу владејачката ВМРО ДПМНЕ – 1 час 14 минути и 28 секунди, и „Сојузот за иднината“, обединета околу СДСМ – 54 минути и 51 секунда.

МРА - турски јазик – Застапеност на субјектите во вести	
Политички субјект	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:14:28
Коалиција СДСМ и др.	00:54:51
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:12:23
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:10:34
Влада на РМ	00:16:22
Други субјекти	00:21:01
Претседател на РМ	00:06:35
ДИК и други органи	00:02:56
СДУ - Социјал демократска унија	00:00:37
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:00:17
Собрание на РМ	00:01:42

Без субјекти	00:03:55
Локална самоуправа	00:03:35
НДП - Национална демократска преродба	00:02:28
Демократска партија на Турците на Македонија	00:05:16
Движење за национално единство на Турците – ДНЕТ	00:02:11
Српска напредна странка	00:00:32
Вкупно = 03:44:02	

Причината за ваквиот пристап лежи токму во пристапот на политичките партии на етничките Турци во Република Македонија, кои беа дел од двете споменати коалиции, освен Демократската партија на Турците, која во одредени региони одлучи да настапи самостојно, односно, да коалицира со Националната демократска преродба (НДП), онаму каде што проценила дека ќе има подобар политички ефект.

МРА - турски јазик – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција СДСМ и др.	1	00:01:16
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	4	00:08:59
Вкупно = 00:10:15		

Бесплатно претставување: Според мониторингот, бесплатното претставување е спроведено двократно - од 13 до 15 март, и од 18 до 22 март. Кандидатите за Локалните избори 2013 година имале максимум по 2 минути за промоција на своите програми, а за овој облик на изборно претставување е избран програмскиот периодот од – 12 до 12:30 часот.

Интервјуа: Во Првиот изборен круг се реализирани три интервјуа. На 9 март, преку колективно интервју беа претставени политичките адути на Демократската партија на Турците (од Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ): Јусуф Хасан, кандидат за градоначалник на Врапчиште, и Реџеп Парлар, носител на листа за истата Општина, а оваа партија на 16 март ги претстави и кандидатите за општински советници: Гонул Бајрактар и Сулејман Баки (Општина Чаир), Бејџан Илјас (Општина Теарце), Еркан Алибеј (Општина Тетово), и Енис Омер (Општина Радовиш). На 22 март, како сума на политичките активности на ДПТ во првиот изборен круг, реализирано е интервју со Кенан Хасип, претседателот на Партијата, кој ги презентираше главните поенти од изборната програма, а говори и за досега реализираните проекти на локално ниво.

Дебата: Единствената дебата на конкретната тема – Локални избори 2013 година, реализирана е на 15 март, и тоа помеѓу политичките аналитичари: Мирјана Малевска, Ѓунер Исмаил и Исмет Рамадани.

ТРГОВСКИ РАДИОДИФУЗНИ ДРУШТВА

ТВ АЛСАТ-М

Прв круг

Вести: Кај овој национален медиум беа анализирани двете централни изданија на ТВ Дневникот од 19 и од 23 часот, така што вкупното време за изборниот процес и за активностите на Владата изнесува – 10 часа и 33 минути. Времето е дистрибуирано на следниов начин: за активностите на ДУИ - 1 час 44 минути и 7 секунди, за ДПА – 1 час 11 минути и 10 секунди, а мошне сличен новинарски третман добија и Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ, со вкупно време од – 1 час 9 минути и 50 секунди, и опозициската Коалиција предводена од СДСМ, со вкупно време од - 1 час 20 минути и 31 секунда. Предизборното претставување на кандидатите од НДП беше покриено со – 50 минути и 53 секунди. Ваквиот релативно избалансиран пристап кон активностите на организаторите на изборната кампања се должи и на интензитетот и на обемот на настаните што ги продуцираа самите политички субјекти.

ТВ Алсат-М – Застапеност на субјектите во вести	
Политички субјект	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	01:44:07
ДПА - Демократска партија на Албанците	01:11:10
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:09:50
Коалиција СДСМ и др.	01:20:31
НДП - Национална демократска преродба	00:50:53
Српска напредна странка	00:01:39
Претседател на РМ	00:14:10
Локална самоуправа	00:06:14
Бастри Бајрами	00:03:55
Собрание на РМ	00:02:03
ДИК и други органи	00:19:44
Други субјекти	02:05:58
Влада на РМ	01:14:52
ППД - Политичка партија Достоинство	00:03:13
Скендер Бектеши	00:01:19
Бесник Телаи	00:01:50
Без субјекти	00:02:03
Вкупно = 10:33:30	

Истиот третман се пресликува и во структурата на директните обраќања: ДУИ – 56 минути; ДПА – 37 минути; НДП – 27 минути; Коалицијата предводена од СДСМ – 34 минути, и Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ – 31 минута.

Реализираните или најавените инвестиции во македонската економија, како дел од економската стратегија на Владата, но и последиците од меѓуетничките судири и од елементарните непогоди (поплави во одредени рурални македонски региони), сето тоа беа помалку-повеќе маргинални теми, по различни начини врамени во контекст на предизборната кампања, па оттаму и релативно големата минутажа за директните обраќања на претставници на Владата, во двете изданија на вестите – 25 минути и 42 секунди, како и на претставници на меѓународната заедница и на домашни експерти, застапени со сопствени експликации на предизборните и на општествените процеси.

ТВ Алсат – М - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	68	00:56:20
ДПА - Демократска партија на Албанците	48	00:37:15
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	44	00:31:40
Коалиција СДСМ и др.	57	00:34:10
НДП - Национална демократска преродба	35	00:27:01
Српска напредна странка	2	00:00:42
Други субјекти	26	00:25:02
ДИК и други органи	6	00:06:33
Локална самоуправа	3	00:01:50
Бастри Бајрами	3	00:02:24
Влада на РМ	45	00:25:42
ППД - Политичка партија Достоинство	2	00:00:30
Бесник Телаи	2	00:00:53
Претседател на РМ	2	00:01:15
		Вкупно = 04:11:17

Дебати: ТВ Алсат-М не ги обработи Изборите преку потенцијалите на медиумската дебата, која како аналитички жанр овозможува непосреден, длабински, полемички увид во политичките опции на градоначалничките или на советничките кандидати.

На 14 март, во актуелно-информативната емисија насловена „Патот кон...“, во поширока општествено-политичка рамка Изборите ги контекстуализираа: проф. д-р Мирјана Малевска и политичките аналитичари Гунер Исмаил и Исмет Рамадани (емисијата е трипати репризирана, на 15, на 16 и на 17 март).

Локалните избори беа сосем маргинална тема – општествен фон, во полемиката помеѓу Талат Џафери, новоназначениот министер за одбрана, и Стојанче Ангелов, претседателот на политичката партија Достоинство, премиерно емитувана на 7 март, а потоа петпати репризирана во различни програмски периоди на 8, на 9 и на 10 март. Во овој анализиран период, оваа полемика доби широк јавен одек, затоа што по содржина беше гравитациско средиште и општествен одраз на неколкудневните меѓуетнички тензии во Скопје, протолкувани како рефлексција на воениот конфликт од 2001 година.

Информативни емисии: Изборите беа главна тема во повеќе изданија на актуелно-информативната емисија со документаристички пристап, насловена „Во центар“. На 8 март, теми беа: одвојувањето на Стевчо Јакимовски од СДСМ, и неговата одлука да се кандидира за градоначалник на Општина Карпош преку Српската напредна странка, со Андреј Петров, генералниот секретар на СДСМ, како негов директен противкандидат; спецификите на изборниот процес во Општина Центар, каде што се соочија Андреј Жерновски, кандидат на опозициската Коалиција „Сојуз за иднината“, и Владимир Тодоровиќ, кандидат на владејачката Коалиција „За подобра Македонија“ (ова издание е двапати репризирано на 9 март). Истата емисија, Изборите ги има за тема и во изданието од 15 март (двапати репризирано на 16 март). Партиските и коалициските активности околу изборите во Скопје и во Струга, беа тема на оваа емисија и на 22 март, ден пред молкот во првиот изборен круг.

Платено политичко рекламирање: Во првиот изборен круг, од 4 до 22 март, емитувани се вкупно 6 часа 22 минути и 11 секунди платено политичко рекламирање: 5 часа 15 минути и 1 секунда откупила ДУИ, а 1 час 7 минути и 10 секунди Коалицијата „Сојуз за иднината“ предводена од СДСМ.

Весту: Тенденцијата за рамномерен новинарски пристап кон организаторите на изборната кампања, овој национален медиум ја задржа и во вториот изборен круг, а мониторингот повторно ги анализираше двете централни изданија на ТВ Дневникот - од 19 и од 23 часот. Вкупното време за десетте дена од втората половина на организираниот изборен процес, како и за редовните активности на Владата, изнесува – 5 часа 5 минути и 24 секунди. Споредбено, рамномерната распределба на информативното медиумско време изгледа вака: ДУИ – 40 минути, ДПА – 36 минути, Коалицијата на СДСМ – 31 минута, Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ – 25 минути. ТВ Алсат-М покажа интерес и за политиколошките објаснувања и предвидувања на резултатите од севкупните изборни случувања, па оттаму кај времето на ставката за Други субјекти бележиме – 56 минути и 19 секунди.

ТВ Алсат-М – Застапеност на субјектите во вест		
Политички субјект		Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции		00:40:01
ДПА - Демократска партија на Албанците		00:36:02
Коалиција СДСМ и др.		00:31:25
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.		00:25:34
НДП - Национална демократска преродба		00:10:44
ДИК и други органи		00:35:56
Други субјекти		00:56:19
Органи на државната управа		00:01:12
Собрание на РМ		00:01:56
Претседател на РМ		00:01:20
Влада на РМ		00:49:40
Локална самоуправа		00:15:15
Вкупно =		05:05:24

Еднаквиот третман при издвојувањето акценти од политичката понуда на медиумски претставените организатори на изборната кампања, може да се согледа и преку структурата на директните обраќања до гледачите (потенцијалното гласачко тело), кои ТВ Алсат-М им ги овозможи на различните кандидати за градоначалници: ДУИ – 20 минути и 2 секунди (30 директни обраќања); ДПА – 14 минути и 18 секунди (21); Коалицијата предводена од СДСМ – 14 минути и 30 секунди (26), и Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ – 13 минути и 42 секунди (18). Поентите на политичките аналитичари во врска со изборниот процес заземаат 18 минути и 30 секунди од вкупното време за директните обраќања.

ТВ Алсат – М - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
ДУИ – Демократска унија за интеграции	30	00:20:02
ДПА - Демократска партија на Албанците	21	00:14:18
Коалиција СДСМ и др.	26	00:14:30
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	18	00:13:42
НДП - Национална демократска преродба	3	00:02:12
ДИК и други органи	10	00:09:19
Други субјекти	18	00:18:30
Локална самоуправа	7	00:04:47
Органи на државната управа	2	00:00:30
Собрание на РМ	2	00:01:06
Влада на РМ	23	00:11:56
Вкупно =		01:50:52

Интервјуа: На 28 март, во рамки на емисијата „Патот кон...“, емитовано е интервју со Фатмир Дехари (ДУИ), кој веќе во првиот изборен круг се стекна со градоначалнички мандат за Општина Кичево, а интервјуто е репризирано петпати, во различни програмски појаси од 29 до 31 март.

Информативни емисии: Изданието на информативната емисија „Во центар...“, од 29 март, ги сопоставува пост-изборните согледувања на универзитетските професори: Билјана Ванковска, Љубомир Фрчковски и Мерсел Биљали (со две репризи, наредниот ден).

Платено политичко рекламирање: Во вториот изборен круг, од 27 март до 5 април, емитувани се вкупно 1 час 8 минути и 35 секунди платено политичко рекламирање, целото откупено од ДУИ.

ТВ КАНАЛ 5

Прв круг

Вести: Во вестите опфатени со анализата (во 18 часот и во 23:40), Телевизијата известуваше за изборите во прилози кои траат 11 часа и 10 минути. Известувањето беше концентрирано на двете најголеми коалиции, при што постои дисбаланс. „За подобра Македонија“ предводена од ВМРО ДПМНЕ има вкупно 2 часа и 54 минути, а за „Сојузот за иднината“ на СДСМ - 1 час и 53 минути. За Српската напредна странка е издвоено повеќе време (над 20 минути) отколку за партии кои имаа повеќе кандидатски листи - ДПА (безмалку 17 минути), НДП (4 минути), СДУ и ДОМ (обете помалку од минута).

ТВ Канал 5 – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Влада на РМ	02:30:00
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	02:54:05
Коалиција СДСМ и др.	01:53:26
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:16:56
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:34:34
СДУ - Социјал демократска унија	00:00:48
НД - Нова демократија	00:02:20
Без субјекти	00:47:44
Други субјекти	01:06:49
Локална самоуправа	00:19:44
Српска напредна странка	00:20:40
Претседател на РМ	00:06:50
ДИК и други органи	00:09:22
НДП - Национална демократска преродба	00:04:05
Органи на државната управа	00:01:20
Сојуз на титови леви сили	00:01:09
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:00:47
Вкупно = 11:10:38	

Нема врамнотеженост ни во распоредот на директните обраќања. Оваа можност најмногу им беше дадена на претставниците на „За подобра Македонија“ која има повеќе време од „Сојузот за иднината“, односно 1 час и 25 минути наспроти 47 минути.

ТВ Канал 5 – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Влада на РМ	78	00:44:21
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	117	01:25:49
Коалиција СДСМ и др.	86	00:47:29
Српска напредна странка	19	00:09:09
Други субјекти	15	00:22:12
ДПА - Демократска партија на Албанците	8	00:07:24
ДУИ - Демократска унија за интеграции	18	00:09:24
Локална самоуправа	12	00:05:50
ДИК и други органи	4	00:02:02
НД - Нова демократија	3	00:00:34
НДП - Национална демократска преродба	5	00:02:26
Органи на државната управа	2	00:00:44
Сојуз на титови леви сили	1	00:00:16
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	1	00:00:10
Претседател на РМ	2	00:01:06
Вкупно = 03:58:56		

Телевизијата, за време на целата кампања имаше прилози во кои можеше да се забележат разлики во тонот на известувањето - понекогаш позитивен во однос на Коалицијата „За подобра Македонија“, понекогаш негативен за „Сојузот за иднината“. Прилозите за активностите на власта имаа позитивен контекст со бројни директни обраќања (со времетраење од 44 минути - блиско до она за „Сојузот за иднината“). Темата на меѓуетничките односи и заострената реторика на претставници на ДУИ, медиумот ја коментираше во текот на целата кампања.

Информативни емисии со документаристички пристап: Во текот на првиот круг, неколку информативни емисии на Канал 5 Телевизија беа посветени на Локалните избори 2013 година, а во некои изборниот процес беше контекстот во кој се разгледуваше некое друго актуелно општествено - политичко прашање. Емисијата „Код“ од 10 март го разгледуваше влошувањето на меѓуетнички состојби во Македонија и искористувањето на децата од одредени политички структури во земјата и сето тоа во предвечерието на Локалните избори 2013 година. Изданието од 18 март е целосно посветено на Изборите со тоа што е избрано да се расветли еден конкретен аспект од изборниот процес – финансирањето.

Дебати: Две изданија на емисијата „Миленко Неделковски шоу“ – на 9 и на 16 март – по својот формат беа дебати кои ги тангираат Изборите. Во првата, гостите Панде Колемишевски, Ивица Боцевски, Жидас Даскаловски и Дарко Јаневски ја преразгледуваа, секој од свој агол, општествено – политичката ситуација во земјата непосредно пред почетокот на изборната кампања и улогата на посетата на евро – претставниците во разрешувањето на прашањето дали опозицијата ќе го бојкотира овој процес. Во втората, Дарко Јаневски, Ацо Станковски, Мирка Велиновска, Зоран Димитровски и Панде Колемишевски, разговараа за развојот на градот Скопје, за старите и новите градби, за успешноста на градоначалниците на главниот град од осамостојувањето на Македонија па наваму и за нивното влијание во политичкиот живот.

На 17 март се одржа единствената дебата на овој медиум меѓу политички опоненти во изборната трка за градоначалник. Претендентите за водечката позиција во локалната власт во Општина Карпош - Андреј Петров од СДСМ и Јагула Куновска од ВМРО ДПМНЕ ги сопоставија своите ставови и решенија за низа локални прашања и проблеми. Беше најавено дека третиот кандидат – Стевчо Јакимовски од Српската напредна странка е поканет, но тој не учествуваше во емисијата.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Забавно – информативната емисија „Зевзекманија“, во неколку свои изданија емитувани во периодот на првиот круг од изборната кампања третираше аспекти од политичко – партискиот живот во државата, на својот критички начин, својствен за политичката сатира.

Платено политичко рекламирање: За платено политичко рекламирање Канал 5 во првиот изборен круг издвои 40 часа 37 минути и 21 секунда од своето програмско време. Нарачател на 39 часа 18 минути и 7 секунди од ова ППР е ВМРО ДПМНЕ, на 1 час 3 минути и 3 секунди - Српската напредна странка, а на 16 минути и 11 секунди – ДОМ.

Втор круг

Вести: Вториот изборен круг беше тема на околу 5 часа и 18 минути од вестите на Канал 5 Телевизија во 18 и 23:40 часот. Двете најголеми коалиции - „За подобра Македонија“ и „Сојуз за иднината“, и Владата на Република Македонија добија најголем дел од ова време. Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ – 1 час и 37 минути (од кои 51 минута во директни обраќања), Коалицијата на СДСМ – 1 час (24 минути изворни цитати), а Владата 1 час и 10 минути (директни обраќања - 22 минути).

ТВ Канал 5 – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
ДИК и други органи	00:42:46
Коалиција СДСМ и др.	01:00:40
Без субјекти	00:02:34
Локална самоуправа	00:07:12
Собрание на РМ	00:04:49
Претседател на РМ	00:01:58
Други субјекти	00:09:56
Српска напредна странка	00:13:15
Органи на државната управа	00:03:52
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:02:06
НДП - Национална демократска преродба	00:00:50
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:37:53
Влада на РМ	01:10:00
Вкупно = 05:17:51	

Во вториот круг, Канал 5 Телевизија за кампањата на кандидатите известуваше во еден дел со збирни извештаи, кои се однесуваа на кандидати од повеќе опции. Ваквите новинарски продукти беа придружени со прилози за активностите на претставниците на Владата и на новоизбраните градоначалници во поддршка на кандидатите од Коалицијата „За подобра Македонија“. Беа реализирани неколку мини интервјуа во вестите од последните денови, од кои ниту едно не е со кандидат од опозициската коалиција. Прилозите во кои се проблематизираше наводното коруптивно однесување на некои од кандидатите, ги пренесуваа ставовите од институциите и партиите, но недостигаа информациите и демантите од опозицијата. Во споредба со првиот круг од изборите, тонот на известувањето почесто беше неутрален, со неколку исклучоци.

ТВ Канал 5 – Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
ДИК и други органи	10	00:10:13
Коалиција СДСМ и др.	54	00:24:46
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	74	00:51:09
Влада на РМ	44	00:22:14
Локална самоуправа	9	00:02:48
Претседател на РМ	1	00:00:18
Други субјекти	3	00:03:45
Српска напредна странка	12	00:06:10
Собрание на РМ	2	00:00:54
Органи на државната управа	3	00:00:59
ДУИ - Демократска унија за интеграции	2	00:00:45
		Вкупно = 02:04:01

Дебата: Гостите во емисијата „Миленко Неделковски шоу“ од 30 март: Мирка Велиновска, Дарко Јаневски и Ивица Боцевски, дебатираа за повеќе теми поврзани со првиот круг на Локалните избори, како што се резултатите, потоа што може да се очекува да се случи со СДСМ и со Бранко Црвенковски итн.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: И во вториот круг од локалните избори, „Зевзекманија“ ги користеше политичарите како субјект на своите сатирични прилози.

Телевизијата, во две изданија од утринската емисија „Здраво Македонија“ реализираше интервјуа со градоначалнички кандидати без притоа да го почитува принципот на обезбедување баланс, односно соговорниците беа само од Коалицијата „За подобра Македонија“ – на 2 април кандидатот за градоначалник на Општина Центар Владимир Тодоровиќ, а на 3 април кандидатот за градоначалник на Скопје Коце Трајановски.

Платено политичко рекламирање: Вкупно 21 час 2 минути и 8 секунди платено политичко рекламирање емитуваше Канал 5 во вториот круг, од кои 20 часа 14 минути и 32 секунди откупени од ВМРО ДПМНЕ, а 47 минути и 36 секунди од Српската напредна странка.

ТВ СИТЕЛ

Прв круг

Вести: Локалните избори во анализираниите дневници на ТВ Сител (од 19 и од 23 часот) се застапени со нешто повеќе од 13 часа при што постои драстична неизбалансираност. Известувањето е концентрирано на активностите на Коалицијата „За подобра Македонија“ на ВМРО ДПМНЕ за чија кампања се издвоени 5 часа и 49 минути. За кампањата на „Сојузот за иднината“ на СДСМ се отстапени 1 час и 52 минути. Српската напредна странка има повеќе време - 26 минути, (а помалку потврдени листи со кандидати) отколку ДПА (5 минути), ДУИ (13 минути), СДУ (10 минути), ЛП (6 минути), ДОМ (4 минути) и НДП (3 минути).

ТВ Сител – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Влада на РМ	02:42:17
ДИК и други органи	00:12:59
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	05:49:23
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:04:09

Коалиција СДСМ и др.	01:52:38
СДУ - Социјал демократска унија	00:10:01
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:13:35
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:05:15
Локална самоуправа	00:12:11
Српска напредна странка	00:26:19
Претседател на РМ	00:14:00
Собрание на РМ	00:07:18
Либерална партија	00:06:40
Други субјекти	00:21:51
Демократски сојуз	00:01:58
Органи на државната управа	00:02:37
НДП - Национална демократска преродба	00:03:02
Без субјекти	00:17:40
ПОДЕМ - Партија на обединети демократи за Македонија	00:00:29

Вкупно = 13:04:25

Соодносот на директните обраќања ја потврдува неизбалансираноста: публиката имаше можност да ги слушне кандидатите и претставниците на „За подобра Македонија“ во текот на 3 часа и 4 минути од времето во вестите, а оние на „Сојузот за иднината“ – 29 минути. Значајно време за директно обраќање имаа претставниците на централната власт – 48 минути и на Српската напредна странка – 18 минути.

Телевизијата за политичарите од Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ известуваше со позитивен тон, а за претставниците на „Сојузот за иднината“ предводен од СДСМ известуваше со негативен тон и во негативен контекст.

ТВ Сител – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Влада на РМ	118	00:48:16
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	224	03:04:44
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	4	00:01:59
Коалиција СДСМ и др.	64	00:29:48
СДУ - Социјал демократска унија	15	00:05:36
ДУИ - Демократска унија за интеграции	12	00:07:38
ДПА - Демократска партија на Албанците	5	00:02:55
Српска напредна странка	33	00:18:43
Претседател на РМ	7	00:02:05
Собрание на РМ	4	00:02:09
Локална самоуправа	14	00:03:07
Демократски сојуз	2	00:00:18
ДИК и други органи	4	00:01:46
НДП - Национална демократска преродба	4	00:01:43
Други субјекти	8	00:04:01
Либерална партија	10	00:04:46
Органи на државната управа	2	00:00:54
ПОДЕМ - Партија на обединети демократи за Македонија	1	00:00:26

Вкупно = 05:20:54

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Во периодот од 19 до 22 март, кандидати на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ се појавуваат во емисии емитувани на ТВ Сител кои не се поврзани со Изборите. Имено, во утринската програма „Ја сакам Македонија“ имаше серија гости во студиото и тоа: на 19 март, носителот на советничката листа за Општина Центар Томислав Лазаров; на 20 март, кандидатот за градоначалник на Општина Центар Владимир Тодоровиќ; на 21 март, кандидатот за градоначалник на Општина Битола Владимир Талески; на 22 март, кандидатот за градоначалник на Општина Куманово Зоран Ѓеорѓиевски. Со сите нив се водени разговори за проектите од нивната изборна програма. Исто така, во забавната емисија „Бекстејџ“ емитувана на 20 март 2013 година, во прилог кој се однесува на спортски активности се појавува кандидатката за градоначалничка на Општина Карпош Јагнула Куновска, која говори за својата поддршка за спортот во Општината.

Платено политичко рекламирање: Во текот на првиот круг од изборите, ТВ Сител емитуваше 39 часа 41 минута и 28 секунди платено политичко рекламирање од кое 37 часа 52 минути и 19 секунди на ВМРО ДПМНЕ, 1 час 10 минути и 50 секунди за Српската напредна странка, 20 минути и 28 секунди за Либералната партија и 17 минути и 51 секунда на ДОМ.

Втор круг

Вести: Седум часа и 13 минути – толкава временска количина информации за и околу вториот круг од Локалните избори е емитувана во дневниците на ТВ Сител од 19 и од 23 часот, при што се бележи дисбаланс во известувањето во корист на „За подобра Македонија“, потврден и со кусотрајноста на директно пренесениот говор на претставниците на „Сојуз за иднината“ и со тонот и контекстот во кои беа врамени прилозите за вторите. На кандидатите од Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ им се посветени 2 часа и 49 минути од кои половината (1 час и 28 минути) се нивни директен говор. Претставниците на Коалицијата на СДСМ се тема на 1 час и 33 минути од прилозите, но нивниот глас може да се чуе во текот на 11 минути. Во текот на 1 час и 6 минути субјект во вестите е Владата (18 минути директен говор) за чии активности се известуваше позитивно.

ТВ Сител – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
ДИК и други органи	00:41:46
Без субјекти	00:05:15
Коалиција СДСМ и др.	01:33:54
Локална самоуправа	00:08:07
Претседател на РМ	00:01:07
Српска напредна странка	00:08:20
Други субјекти	00:32:58
Собрание на РМ	00:03:42
Органи на државната управа	00:01:39
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	02:49:36
Влада на РМ	01:06:39

Вкупно = 07:13:03

Кандидатите од Коалицијата „За подобра Македонија“ беа претставени преку мини интервјуа, а прилозите за нив се концентрирани на проекти. За коалицијата на СДСМ се известуваше негативно. Активностите на кандидатите од „Сојуз за иднината“ речиси и да ги немаше. На пример, во Куманово се известуваше за идните проекти на кандидатот за градоначалник од Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ, но не и за кандидатот од „Сојуз за иднината“, а во континуитет се емитуваа прилози за нерешени комунални проблеми во градот. Во другите општини за кои се известува (на пример Велес, Битола, Струмица и др.) акцентот беше ставен на тоа кои

проекти ќе ги спроведе кандидатот од „За подобра Македонија“ со поддршка на централната власт, наспроти ретките реферирања на кандидатот од „Сојуз за иднината“, во кои тој се става во негативен контекст. Исклучок од невидливоста на кандидатите на Коалицијата „Сојуз за иднината“ беше кандидатот за Општина Центар - Андреј Жерновски. Известувањето за него се карактеризираше со исклучително негативно врамување и со негативен тон, кој кулминираше во изјавата дека тој е потомок на бугарски фашистички кмет.

ТВ Сител – Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
ДИК и други органи	8	00:07:01
Коалиција СДСМ и др.	30	00:11:34
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	136	01:28:03
Влада на РМ	44	00:18:25
Локална самоуправа	10	00:03:03
Претседател на РМ	1	00:00:30
Српска напредна странка	11	00:05:21
Други субјекти	5	00:04:01
Собрание на РМ	2	00:00:46
Органи на државната управа	2	00:00:50
		Вкупно = 02:19:34

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Во периодот од 27 март до 5 април, во шест изданија на утринската емисија „Ја сакам Македонија“, која не е поврзана со изборите, реализирани се интервјуа со кандидати за градоначалници од владејачката Коалиција во кои се говори и за проектите кои планираат да ги реализираат доколку бидат избрани. Како гости во оваа емисија се појавуваат: на 29 март кандидатот за градоначалник на Општина Горче Петров Сокол Митревски, на 1 април кандидатот за градоначалник на Општина Центар Владимир Тодоровиќ, на 2 април кандидатот за градоначалник на Општина Куманово Зоран Ѓеорѓиевски, на 3 април кандидатот за градоначалник на Општина Велес Славчо Чадиев, на 4 април кандидатот за градоначалник на Општина Кавадарци Александар Панов и на 5 април кандидатот за градоначалник на Град Скопје Коце Трајановски. Телевизијата реализираше интервјуа само со кандидати за градоначалници од еден организатор на изборна кампања со што не го почитуваше принципот на избалансираност.

Платено политичко рекламирање: Платеното политичко рекламирање зафаќа 16 часа 27 минути и 38 секунди од анализираната програма во вториот круг од изборите. Притоа, 13 минути и 18 секунди се спотови наредени од Српската напредна странка, а ВМРО ДПМНЕ е наредател на 16 часа 14 минути и 20 секунди ППР.

ТВ ТЕЛМА

Прв круг

Вести: Фокусната тема – Локални избори 2013 година, ТВ Телма во своите два централни дневника од 18:30 часот и од 21:40 часот, ја обработи со вкупно - 11 часа 18 минути и 53 секунди. Од релативно рамноправен третман по првите десет дена за предизборните активности на двете спротивставени коалиции – владејачката „За подобра Македонија“ и опозициската „Сојуз за иднината“, во втората половина од првиот круг на изборната кампања кај ТВ Телма бележиме отклон во полза на опозициските активности. Имено, на Коалицијата предводена од СДСМ ѝ се посветени вкупно – 3 часа 5 минути и 50 секунди, а на владејачката Коалиција предводена од ВМРО ДПМНЕ – 1 час 53 минути и 13 секунди.

Времето отстапено за активностите на ДУИ – 42 минути, е видливо поголемо од минутата новинарски прилози за предизборната агитација на ДПА – 24 минути, и онаа отстапена за НДП – 12 минути. Од другите, значително активни политички субјекти, двоцифрено време – 18 минути бележиме уште кај Српската напредна странка, која за Општината Карпош го кандидираше Стевчо Јакимовски, чија кампања беше занимлива поради континуитетот негови политички несогласици со СДСМ.

За критичката дистанца која ТВ Телма ја задржа до крајот на изборниот процес кон настапите на владините министри во предизборието, сведочат и релативно малата минутажа за активностите на Владата – 42 минути (за вкупен предизборен период од 20 дена), и значајната минутажа од 2 часа и 14 минути за експертски опсервации на изборниот процес.

ТВ Телма – Застапеност на субјектите во вест	
Политички субјект	Траење
Коалиција СДСМ и др.	03:05:50
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:53:13
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:42:31
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:24:57
ППД - Политичка партија Достоинство	00:03:00
Влада на РМ	00:42:15
Српска напредна странка	00:18:10
Други субјекти	02:14:04
Локална самоуправа	00:09:46
ДИК и други органи	00:41:27
ПДП - Партија за демократски просперитет	00:03:01
СДУ - Социјал демократска унија	00:05:58
Без субјекти	00:05:52
Демократски сојуз	00:02:53
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:05:44
НДП - Национална демократска преродба	00:12:46
Либерална партија	00:07:32
НД - Нова демократија	00:00:31
Собрание на РМ	00:04:12
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	00:01:45
Обединети демократски сили на Ромите	00:05:14
Сојуз на Ромите од Македонија	00:05:14
Претседател на РМ	00:02:58
Вкупно = 11:18:53	

Половина час повеќе за директни предизборни обраќања добила Коалицијата на СДСМ – 1 час 28 минути, во споредба со Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ – 58 минути. Споредбено, во овој статистички домен ДУИ со 24 минути предничи пред ДПА со 15 минути, и пред НДП со 6 минути. Структурата на директните обраќања до медиумската публика како потенцијално избирачко тело, ја потврдува редакциската тенденција да застапува поширок општествен спектар политички согледувања, оти на листата политички субјекти во вестите ги бележиме и експертските ставови застапени со – 1 час и 14 минути.

ТВ Телма - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција СДСМ и др.	99	01:28:02
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	71	00:58:14
ДУИ - Демократска унија за интеграции	25	00:24:44
ДПА - Демократска партија на Албанците	16	00:15:23
Други субјекти	56	01:14:38

Српска напредна странка	15	00:09:13
ППД - Политичка партија Достоинство	2	00:03:23
Локална самоуправа	7	00:02:41
Влада на РМ	22	00:18:29
СДУ - Социјал демократска унија	3	00:03:02
ДИК и други органи	18	00:26:28
Демократски сојуз	2	00:02:22
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	4	00:03:31
НДП - Национална демократска преродба	7	00:06:43
Либерална партија	6	00:04:36
НД - Нова демократија	1	00:00:19
Обединети демократски сили на Ромите	2	00:02:38
Претседател на РМ	2	00:01:00
Сојуз на Ромите од Македонија	2	00:02:08

Вкупно = 05:47:34

Платено политичко рекламирање: Во првиот изборен круг, најмногу рекламен простор од – 1 час 32 минути и 40 секунди, има закупено опозициската Коалиција „Сојуз за иднината“, а потоа следуваат Српската напредна странка со – 15 минути и 23 секунди, Републиканската алијанса со 5 минути и 51 секунда, и ДОМ со 2 минути и 36 секунди, што сумарно изнесува – 1 час 56 минути и 30 секунди.

Втор круг

Вести: ТВ Телма покажа тенденција рамноправно да известува за активностите на владејачката и на опозициската коалиција во вториот круг на Локалните избори, и тоа во двата дневника со најголем обем новинарски прилози за изборната кампања - од 18:30 часот и од 21:40 часот. Мониторингот бележи вкупно – 6 часа 56 минути и 26 секунди, новинарски обработен материјал од агитацијата на организаторите на изборната кампања. За Коалицијата предводена од СДСМ се посветени вкупно – 2 часа, а за владејачката Коалиција предводена од ВМРО ДПМНЕ – 1 час 46 минути и 40 секунди. Фокусот е ставен врз предизборните соочувања на овие два политички ривала за градоначалник на Скопје, како и за активностите на нивните кандидати за Општина Центар, за Општина Ѓорче Петров, и за Куманово. Во сенка на овој политички ривалитет паднаа активностите на ДУИ – 9 минути, на ДПА 5 – минути и на НДП – 2 минути. Во рамките на овие политички релации, значајно е да се споменат и 10-те минути кои во двете изданија на вестите за десетте дена од вториот изборен круг ТВ Телма му ги отстапи на Стевчо Јакимовски, кандидат на Српската напредна странка за Општина Карпош, каде тој се соочи со Андреј Петров, кандидат од редовите на Коалицијата предводена од опозициската СДСМ.

Времето од 9 минути отстапени за редовните активности на Владата, интересно е да се спомене поради континуитетот професионална, новинарска критичка дистанца на медиумот во однос на онаа политичка тематика во која се помешани ингеренциите на владините министри со нивните партиски активности. Во прилог на ова оди и времето од 1 час и 15 минути за други субјекти кои го толкуваат изборниот процес во поширока општествена анализа. За ТВ Телма беа интересни и превирањата во Државната изборна комисија, особено по контроверзите предизвикани од приговорите поднесени од различни политички субјекти по првиот изборен круг, па оттаму и релативно големата минутажа посветена на оваа институција – 49 минути и 47 секунди.

ТВ Телма – Застапеност на субјектите во вести	
Политички субјект	Траење
Коалиција СДСМ и др.	02:00:25
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:46:40
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:09:18
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:05:28

Локална самоуправа	00:05:03
Влада на РМ	00:09:03
Други субјекти	01:15:46
Српска напредна странка	00:10:54
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	00:02:44
ДИК и други органи	00:49:47
НДП - Национална демократска преродба	00:02:01
ЛДП - Либерално-демократска партија	00:03:28
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:01:06
Стево Пивковски	00:08:44
Без субјекти	00:04:38
Сојуз на титови леви сили	00:00:32
СДУ - Социјал демократска унија	00:00:48

Вкупно = 06:56:26

Рамноправниот третман на оваа редакција кон политичките субјекти што ја организираа изборната кампања се покажува и преку структурата на директните обраќања, затоа што освен вестите во низа кои ги сопоставуваа понудените политички програми и ставови, речиси еднаков третман на кандидатите во однос на потенцијалното гласачко тело бележиме и во минутажа за аудио-визуелни цитати: СДСМ – 1 час 10 минути (93 директни обраќања), ВМРО ДПМНЕ – 55 минути (83 директни обраќања). Споредбено, во овој статистички домен ДУИ има време од 6 минути, а ДПА - 5 минути. Во поглед на општественото внимание предизвикано од решението на Стевчо Јакимовски да настапи како кандидат на СНС наспроти својата некогашна матична партија СДСМ, интересно е дека нему новинарите му отстапиле 8 директни обраќања, или – 5 минути.

ТВ Телма - Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција СДСМ и др.	93	01:10:23
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	83	00:54:59
ДУИ - Демократска унија за интеграции	8	00:06:20
ДПА - Демократска партија на Албанците	6	00:05:14
Стево Пивковски	4	00:02:03
Влада на РМ	6	00:04:44
Други субјекти	39	00:46:08
ДИК и други органи	13	00:23:14
Сојуз на титови леви сили	1	00:00:26
Српска напредна странка	8	00:05:07
Локална самоуправа	3	00:01:13
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	1	00:00:29
СДУ - Социјал демократска унија	1	00:00:30
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	1	00:00:52
ЛДП - Либерално-демократска партија	3	00:02:22
НДП - Национална демократска преродба	1	00:00:47

Вкупно = 03:44:51

Платено политичко рекламирање: Во Вториот изборен круг, единствено опозициската Коалиција „Сојуз за иднината“ закупи 21 минута и 22 секунди од просторот за платеното политичко рекламирање.

ТВ 24 ВЕСТИ

Прв круг

Вести: ТВ станицата 24 Вести, во анализираниите изданија на дневно – информативните емисии (во 17 и во 22 часот), на прилози поврзани со изборите им посвети нешто повеќе од 14 часа. Телевизијата известуваше за голем број организатори на изборна кампања, притоа постигнувајќи баланс согласно нивниот број на потврдени листи со кандидати и интензитетот на кампањата.

ТВ 24 Вести – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Коалиција СДСМ и др.	02:13:19
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	02:07:24
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:53:29
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:35:18
ППД - Политичка партија Достоинство	00:02:36
Други субјекти	03:22:58
Влада на РМ	02:17:43
СДУ - Социјал демократска унија	00:04:48
Српска напредна странка	00:07:01
Претседател на РМ	00:07:52
Локална самоуправа	00:07:18
Органи на државната управа	00:16:42
Без субјекти	00:35:11
Либерална партија	00:02:28
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:08:53
ДИК и други органи	00:29:54
НДП - Национална демократска преродба	00:12:21
НД - Нова демократија	00:02:02
Собрание на РМ	00:02:00
Демократски сојуз	00:01:45
Републиканска алијанса – РА	00:01:22
Зоран Македонски	00:01:05
Роберт Маркоски	00:03:26
Игор Дабески	00:03:26
Обединети демократски сили на Ромите	00:02:30
Сојуз на Ромите од Македонија	00:02:30
Вкупно = 14:05:18	

Можноста за директно обраќање на кандидатите и другите претставници на политичките партии и коалиции во прилозите беше користена рамнотежено. Медиумот имаше критички став кон активностите на власта во функција на Изборите. Емитуваше низа аналитички прилози со кои пошироко ги контекстуализираше темите што се актуелизираа во текот на кампањата, а следењето

на изборните активности го заврши со пресек на карактеристиките на кампањите на политичките субјекти.

ТВ 24 Вести – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Други субјекти	78	01:23:33
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	89	01:07:39
ППД - Политичка партија Достоинство	2	00:01:54
ДПА - Демократска партија на Албанците	21	00:19:19
Влада на РМ	81	00:41:59
Коалиција СДСМ и др.	99	01:09:45
СДУ - Социјал демократска унија	6	00:03:17
ДУИ - Демократска унија за интеграции	35	00:22:34
Српска напредна странка	8	00:03:47
Претседател на РМ	4	00:03:08
Локална самоуправа	6	00:02:00
Либерална партија	4	00:01:28
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	10	00:05:26
Демократски сојуз	2	00:00:26
ДИК и други органи	11	00:12:39
НДП - Национална демократска преродба	11	00:07:24
НД - Нова демократија	4	00:01:00
Органи на државната управа	7	00:03:27
Зоран Македонски	2	00:00:30
Роберт Маркоски	2	00:00:32
Игор Дабески	2	00:00:44
Обединети демократски сили на Ромите	2	00:02:10
		Вкупно = 05:54:41

Посебни информативни емисии: Во првиот изборен круг на ТВ 24 Вести беа емитувани низа информативни емисии во кои беа анализирани прашања актуелни во моменталниот општествено – политичкиот контекст, но во овој извештај се издвоени само оние кои се однесуваат на Изборите. За оваа телевизија е важно да се одбележи дека е една од ретките кои организираа и реализираа дебати со кандидатите за градоначалнички функции, иако оние емисии кои требаше да бидат дуели - поради фактот што за одредена градоначалничка позиција имаше двајца кандидати – на крајот се претвораа во интервјуа бидејќи кандидатите од ВМРО ДПМНЕ ги одбија поканите. Некои од емисиите беа однапред замислени како поединечни интервјуа, а некои беа групни интервјуа со повеќе претставници од иста партија. Имаше и информативни емисии во кои за аспекти од изборниот процес дебатираа политички аналитичари, поранешни дипломати, претставници на невладиниот сектор, итн.

Актуелно - информативни емисии: Владо Бучковски, поранешниот премиер на РМ, Алберт Муслиу од НВО „Ади“ и новинарот Васко Попетревски беа соговорниците во емисијата „Вин - вин“ од 7 март во која се разговараше за доминација на владеачките партии на малите екрани, за нивото на застапеност на локалните теми во кампањата, за договорот со европските претставници и други теми. Емисијата беше премиерно прикажана на 7 март, а репризно на 8 и на 10 март.

Во економскиот магазин „Тренд“ (премиера на 10, реприза на 11 март) се преразгледуваше прашањето на родовата рамноправност – како е законски поставена и како се практикува - при што се појави и темата за градоначалничките. Гостинка во студиото беше Виолета Томовска, а се емитуваше прилог во кој се појавуваат Љупка Димитровска, генералната менаџерка на „Хани Биз“,

Ѓунер Небиу од женската граѓанска иницијатива „Антико“, Наташа Димитрова од Националниот совет за родова еднаквост.

Превирањата кои го проследија коалицирањето на ВМРО ДПМНЕ и СДСМ во Кичево и Струга, реториката на локалните избори и резултатите од анкетата на МЦМС и Институтот за демократија беа прашањата на кои беше посветена „24 Анализа“ од 11 март (реприза на 12 и на 16 март). По овие теми беа сопоставени експертските мислења на Јове Кекеновски, Исмет Рамадани, Владимир Божиновски и Ким Мехмети (разговорите со првите двајца се водеа во студиото, а ставовите на вторите двајца се пренесени преку однапред снимени интервјуа).

На 14 март два пати се емитуваше емисијата „За животот“ во која се разгледуваше прашањето: „Како младите се поврзани со изборите?“ при што Зоран Илиески, извршен директор на невладината Коалиција „Сега“, ја презентираше кампања „Гласај! Нека те слушнат!“.

На финансирањето на изборните кампањи на политичките партии им беше посветен економскиот магазин „Тренд“ во кој ставовите на Ана Јаневска Делева и Александра Марковска од Транспарентност Македонија, Ване Цветанов, поранешниот директор на Управата за перење пари и Рената Дескоска, универзитетска професорка, се пренесени преку снимени прилози, а во студиото се разговара со Миодраг Лабовиќ, универзитетски професор и поранешен директор на Финансиската полиција. Премиерата е на 17, а репризата на 18 март.

Во „Интеграл“ од 20 и 21 март, со гостинката Марија Дракуловска - Чукаловска се разговараше на тема „Медиумите и културниот плурализам“. Во емисијата е емитуван прилог со извадок од прес-конференција на НВО „Цивил“ каде што се зборува за заострување на политичката реторика, на меѓуетничките тензии, купување на гласови итн.

Дебати: 24 Вести го почна следењето на изборната кампања за првиот круг преку претежно аналитичките новинарски жанрови со емисијата „24 Анализа“ од 4 март (репризирана на 5 и на 9 март). Во неа, на прашањето: „Каква кампања нè очекува и што ќе ни донесе таа?“ своите видувања ги презентираа политичките аналитичари и поранешни дипломати Ѓорѓи Спасов и Арсим Зеколи. На 5 март (реприза на 6 и на 9 март), во „24 Анализа“ со претставници на невладиниот сектор - Ѓабир Дерала од „Цивил“ и Никола Наумовски од „Слободен индекс“ се разговараше за насилните меѓуетнички инциденти, меѓу другото, и од аспект на улогата на политичките партии и на власта во настаните кои коинцидираа со почетокот на кампањата.

„Вин – вин“ од 14 март е првата од серијата дебати со градоначалничките кандидати, во која своите ставови ги спротивставија Стевчо Јакимовски од СНС и Андреј Петров од СДСМ. Отсутна беше кандидатката за градоначалничка на Општина Карпош од Коалицијата „За подобра Македонија“ Јагнула Куновска. Дебатата беше репризирана на 15 и на 17 март.

Дебатата меѓу кандидатите за градоначалник на Општина Куманово - Зоран Дамјановски од СДСМ, независниот Виктор Цветковски, Ариф Љатиџи од ДУИ и Халил Куртиши од ДПА (отсутен беше Зоран Ѓорѓиевски од ВМРО ДПМНЕ) се емитуваше премиерно на 21 март.

На 21 март во „Вин – вин“, универзитетските професори Жидас Даскаловски и Петар Атанасов дебатираа за карактеристиките на кампањата и за нивото на политичката комуникација. Реприза на 22 март.

Дебатата меѓу кандидатите за градоначалници за Градот Скопје се одржа на 22 март. Во отсуство на Коце Трајановски од Коалицијата „За подобра Македонија“, своите ставови ги сопоставија Артан Груби од ДУИ, Јани Макрадули од СДСМ и Беќим Фазлиу од ДПА.

Последната дебата во првиот изборен круг беше емисијата „24 Анализа“ од 22 март во која Рамадан Рамадани од Институтот „Низам“ и Владо Пивоваров, експерт по безбедност, се осврнаа на прашањето дали националистичката и острата реторика ги фрлја во сенка ветувањата за локални проекти.

Интервјуа: Во „24 Анализа“ од 4 март реализиран е разговор на актуелни политички теми, за настаните во Собранието, за предизборните игри, итн. со Срѓан Керим, поранешен дипломат и министер.

„24 Анализа“ од 15 март беше еден од дуелите меѓу градоначалничките кандидати кои се претворија во интервјуа поради одбивањето на кандидатите од ВМРО ДПМНЕ да учествуваат во нив. Во оваа емисија, репризирана на 17 март, се разговараше со кандидатот од СДСМ за Велес Аце Коцевски, во отсуство на Славчо Чадиев. На 15 март, премиерно и репризно е емитувано и

интервју со политичкиот аналитичар Сем Ванкнин по повод националистичката реторика на изборните митинзи, геополитичката поставеност на Македонија и исходот од изборите.

За понудата на ДОМ за локалните избори, во „24 Анализа“ од 16 март (реприза на 17 март) се разговараше со претседателката на оваа партија Лилјана Поповска и со носителите на советничките листи за Општина Центар - Бети Деанова, за Скопје - Денко Скаловски и за Општина Карпош - Александар Ангџушев.

Во „24 Анализа“ од 16 март беа презентирани политичките ставови и понуди на Социјалдемократската унија преку разговорите со претседателот на партијата Чедо Николовски и со носителот на советничката листа за Општина Кисела Вода Чедо Саздовски. Емисијата е повторно прикажана на 17 март.

Интервјуто со Андреј Жерновски, кандидатот за градоначалник на Општина Центар од опозициската коалиција, емитовано на 18 и 19 март во „24 Анализа“, било првично замислено како дебата со противкандидатот од владеачката коалиција Владимир Тодоровиќ. На 19 март се реализираше и интервју со Владимир Тодоровиќ, кое репризно е емитовано и на 20 март. Во обете емисии, секој од соговорниците ги презентираше своите планови и проекти и ја коментираше кампањата на соперникот.

Наместо предвидената дебата (поради отсуството на Марјан Ристевски од ВМРО ДПМНЕ), во „24 Анализа“ на 20 март се емитоваше интервју со Хари Локвенец, кандидат за градоначалник на Општина Прилеп од СДСМ. Емисијата е репризно прикажана на 21 март.

Платено политичко рекламирање: Во периодот на кампањата пред гласањето за првиот круг од изборите, на 24 Вести имало вкупно 1 час 12 минути и 35 секунди платено политичко рекламирање. Од ова време, 1 час 9 минути и 18 секунди се нарани од СДСМ, а 3 минути и 17 секунди од Демократската обнова на Македонија (ДОМ).

Втор круг

Вести: Дневниците на 24 Вести во 17 и во 22 часот, во вториот круг, за темите поврзани со изборите, издвоија 6 часа и 58 минути. Активностите на „Сојузот за иднината“ беа тематизирани во текот на 1 час и 10 минути, а на „За подобра Македонија“ – 58 минути. Кандидатите на овие две коалиции имаат добиено речиси еднаква можност директно да ѝ ги соопштат своите ставови на публиката – 38 минути првата, 30 минути втората. Повторно е значајно присуството на експертите и невладините организации кои методолошки влегуваат во категоријата „други субјект“, застапена во текот на 1 час и 5 минути од информациите. Присутни се и прилози за активностите на претставниците на ДУИ (10 минути) и на ДПА (11 минути), додека, со помали минутажи, се јавуваат неколку други субјекти со ставови за прашања кои не се врзани со давањето поддршка на некој од кандидатите во вториот круг.

ТВ 24 Вести – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
ДИК и други органи	00:40:55
Други субјекти	01:05:17
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:11:54
Коалиција СДСМ и др.	01:10:03
Локална самоуправа	00:07:16
Народно движење за Македонија	00:01:10
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:10:33
НДП - Национална демократска преродба	00:00:56
Претседател на РМ	00:05:04
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	00:02:01
Органи на државната управа	00:25:58
Српска напредна странка	00:07:30

Без субјекти	00:15:34
Собрание на РМ	00:02:07
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:03:07
Влада на РМ	01:28:28
СДУ - Социјал демократска унија	00:02:01
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:58:46
Вкупно = 06:58:41	

Во прилозите за кампањата, медиумот најчесто информираше паралелно за двајцата противкандидати за конкретната општина. Известувањето за сите теми е со неутрален тон, со настојување да се консултираат двете или сите засегнати страни. Темите со негативен полнеж, ги третираше пренесувајќи ставови на експерти со смирувачки пораки. Телевизијата известуваше за редовните активности на власта, за што сведочат прилозите кои траат 1 час и 28 минути, додека пак само во неколку наврати информираше за активности на претставниците на централната власт во функција на кампањите на градоначалничките кандидати од Коалицијата „За подобра Македонија“.

ТВ 24 Вести – Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
Други субјекти	19	00:27:58
ДПА - Демократска партија на Албанците	8	00:05:46
Влада на РМ	52	00:28:57
Локална самоуправа	8	00:02:08
Коалиција СДСМ и др.	70	00:38:08
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	57	00:30:33
ДИК и други органи	13	00:14:13
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	3	00:01:15
Народно движење за Македонија	1	00:00:33
Претседател на РМ	2	00:00:44
Српска напредна странка	8	00:04:22
Органи на државната управа	9	00:05:51
ДУИ - Демократска унија за интеграции	9	00:04:36
Вкупно = 02:45:04		

Посебни информативни емисии: И во вториот круг од изборите, при медиумското претставување на политичките опции, ТВ 24 Вести настојуваше да обезбеди поширока расправа и поподробочен пристап користејќи ги дебатата, интервјуто и актуелно - информативните емисии. Во продолжение, жанровски поделени, се наведени оние кои целосно или делумно беа посветени на изборни теми.

Актуелно - информативни емисии: Економскиот магазин „Тренд“ на 31 март (реприза на 1 април) е посветен на субвенционирањето пред Изборите. Гостин во студиото е Ристо Велков од Сојузот на синдикати на земјоделски производители, а се емитува прилог со изјави од земјоделци, со професорот Борис Анакиев, со министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство Љупчо Димовски и со заменик – министерот Зоран Коњановски.

Дебати: Изборите ден потоа, односно преразгледување на резултатите од првиот изборен круг понуди „24 Анализа“ на 30 март преку гостувањето на универзитетските професорки Билјана Ванковска и Гордана Силјановска.

На 1 април, во „24 Анализа“, претседателката на Комисијата за односи со верските заедници и религиозни групи Валентина Божиновска и муфтијата од Битола Плуми Велиу, ги

сопоставија своите ставови на прашањето за тоа како изборните пораки на политичарите ќе се одразат врз квалитетот на соживотот и врз верската толеранција. Ова издание на емисијата е репризирано двапати на 2 април.

Универзитетските професори Ѓорѓи Тоновски и Здравко Савевски, во „24 Анализа“ од 2 април (реприза на 3 април) го разгледуваат текот на вториот круг од изборите во контекст на фактот што ДИК по 9 дена ги објави финалните резултати за првиот круг.

Интервјуа: Локалните избори 2013 година од аспект на невладиниот сектор беше темата на интервјуто со Џабир Дерала, претседател на НВО „Цивил“ (премиерно прикажано на 27, а репризно на 30 март).

Интервјуто со поранешниот претседател на Државната изборна комисија Александар Новаковски ги разгледува македонското секојдневие и македонската реалност по изборите, меѓу другото и во светлина на работата на ДИК (на 27, 28 и 31 март).

Телевизијата во два наврати емитуваше интервјуа во „Вин – вин“ кои првично биле предвидени како дебати, но двајца од противкандидатите се одлучиле да не дискутираат. Едното е со Андреј Жерновски, кандидат за градоначалник за Општина Центар од „Сојузот за Македонија“ (премиера на 28, репризи на 29 и на 31 март). Другото е со кандидатот на оваа Коалиција за градоначалник на Скопје Јани Макрадули (4 и 5 април).

ТВ АЛФА

Прв круг

Вести: Следењето на изборната кампања сочинува близу 8 ипол часа од двете изданија на вестите на ТВ Алфа опфатени со мониторингот на Советот (во 19 и во 22 часот). Известувајќи за поголем број организатори на изборна кампања, со различен интензитет на активности и број на потврдени кандидатски листи, Телевизијата обезбеди баланс. За активностите на власта во периодот на изборната кампања одвои 1 час и 45 минути.

ТВ Алфа - Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Влада на РМ	01:45:06
Без субјекти	00:31:05
Коалиција СДСМ и др.	01:39:03
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:26:08
ДИК и други органи	00:19:50
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:17:32
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:08:08
Српска напредна странка	00:04:10
Други субјекти	01:34:07
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:07:43
НДП - Национална демократска преродба	00:04:08
Локална самоуправа	00:05:44
Либерална партија	00:01:20
НД - Нова демократија	00:00:25
Собрание на РМ	00:01:46
Зоран Македонски	00:00:40
Претседател на РМ	00:04:21
Органи на државната управа	00:06:38
Обединети демократски сили на Ромите	00:02:20

Сојуз на Ромите од Македонија	00:02:20
Републиканска алијанса - РА	00:01:41
Вкупно = 08:24:15	

Медиумот водеше сметка во прилозите рамнотежено да ги употребува директните обраќања на субјектите. За некои од поспецифичните прашања кои ја одликуваа кампањата емитуваше прилози со аналитички пристап.

ТВ Алфа – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Влада на РМ	67	00:27:06
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	72	00:42:33
Коалиција СДСМ и др.	74	00:41:42
ДУИ - Демократска унија за интеграции	16	00:09:31
ДПА - Демократска партија на Албанците	9	00:05:42
Српска напредна странка	6	00:01:49
Други субјекти	34	00:25:49
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	8	00:03:34
ДИК и други органи	8	00:07:20
НДП - Национална демократска преродба	5	00:02:51
Локална самоуправа	3	00:01:40
Либерална партија	3	00:00:41
НД - Нова демократија	1	00:00:18
Зоран Македонски	2	00:00:16
Органи на државната управа	4	00:01:46
Обединети демократски сили на Ромите	2	00:01:00
Републиканска алијанса - РА	2	00:01:02
Претседател на РМ	2	00:01:14
Сојуз на Ромите од Македонија	1	00:00:29
		Вкупно = 02:56:23

Дебати: Актуелно – информативната емисија „Пресинг“, која вообичаено се реализира во формат на дебата или интервју, во неколку наврати обработуваше аспекти од Изборите. На самиот старт од кампањата, на 4 март, гостите во студиото - универзитетскиот професор Здравко Савевски и аналитичарот Башким Бакиу од Институтот за добро владеење, дебатираа за постигнатиот политички договор помеѓу позицијата и опозицијата. За тоа каква кампања треба да се очекува од партиите за Локалните избори, на 5 и (репризно) на 6 март разговараа Дарко Јаневски, главниот и одговорен уредник на „Дневник“ и Никола Младенов, сопственикот на „Фокус“. „Колку политичката етика е невозможна мисија и зошто и од каде е агесијата кај младите луѓе?“ беше темата на која, на 6 и на 7 март, разговараа Татјана Стојановска Иванова, доцент на Филозофскиот факултет и Дејан Донеv, универзитетски професор по етика.

Интервју: „Пресинг“ од 4 март е интервју со портпаролот на ДУИ Бујар Османи, во кое тој одговара на прашања за протестите и инциденти за и против новиот министер за одбрана и за почетокот на изборната кампања. Репризирано е на 5 март.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: На 21 март, во хрониката на денот „Портик“ се емитува прилог со Марија Момировска, проектна координаторка од НВО АГТИС. Таа ги промовираше резултатите од проектот „Градоначалникот не е златна рипка“ од кој е произлезена брошура што се дистрибуираше во 9 општини во поширокиот пелагониски регион.

Платено политичко рекламирање: Платеното политичко рекламирање зафати 40 часа 26 минути и 49 секунди од програмското време на ТВ Алфа во периодот од 4 до 22 март. Од ова време, 38 часа 27 минути и 6 секунди се закупени од Коалицијата „За подобра Македонија“, 1 час 23 минути и 45 секунди од Коалицијата „Сојуз за иднината“, 30 минути и 14 секунди од Српската напредна странка, а 5 минути и 44 секунди од Републиканската алијанса.

Втор круг

Вести: Десетдневниот примерок од известувањето за вториот круг од Локалните избори во вестите во 19 и во 22 часот на ТВ Алфа опфаќа 4 часа и 54 минути. Речиси еднакво време траат прилозите за кандидатите на двата големи изборни сојузи – „За подобра Македонија“ и „Сојуз за иднината“. За првата коалиција е известувано во текот на 39 минути (директен говор 20 минути), а за втората – 32 минути (директно обраќање 17 минути). Најмногу минутажа имаат прилозите за активностите на Владата – 1 час и 19 минути (17 минути директен говор).

ТВ Алфа - Застапеност на субјектите во вестите		
Политички субјект		Траење
Коалиција СДСМ и др.		00:32:36
ДИК и други органи		00:41:50
Други субјекти		00:46:04
ДПА - Демократска партија на Албанците		00:02:39
ДУИ - Демократска унија за интеграции		00:05:40
Собрание на РМ		00:03:54
Претседател на РМ		00:07:10
Без субјекти		00:21:52
Српска напредна странка		00:03:32
Органи на државната управа		00:05:25
Локална самоуправа		00:06:01
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.		00:39:02
Влада на РМ		01:19:02
Вкупно =		04:54:46

Медиумот емитуваше аналитички прилози со неутрален тон кои ги обработуваа кампањите на двете најголеми коалиции, резултатите од првиот круг или предвидувањата за исходот од вториот круг при што се консултираат експерти. Телевизијата емитуваше и такви новинарски продукти кои на изборите гледаат од поинаков аспект (на пример дека во Македонија не е дозволено обложување на избори) или низ визурата на локалното население (каков градоначалник сакаат стружани, кои се проблемите на тетовчани, прилепчани, кочанчани, виничани, охридани и други).

ТВ Алфа – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	43	00:20:55
Коалиција СДСМ и др.	36	00:17:12
Други субјекти	21	00:15:48
ДПА - Демократска партија на Албанците	4	00:00:39
ДУИ - Демократска унија за интеграции	6	00:01:31
ДИК и други органи	15	00:13:26
Влада на РМ	46	00:17:04
Претседател на РМ	1	00:00:25

Српска напредна странка	5	00:02:30
Локална самоуправа	5	00:01:50
Органи на државната управа	3	00:01:11
		Вкупно = 01:32:31

Програми што не се поврзани со изборите: Во утринска програма „Во 5 до 7“, која не е поврзана со изборите, на 1 април се емитуваше разговор со Драги Змијанац, извршен директор на Првата детска амбасада „Меѓаши“, за тоа дали има политичка злоупотреба на децата во изборната кампања.

Во вториот изборен круг, петминутни интервјуа со градоначалнички кандидати се една од програмските содржини на „Во 5 до 7“. На 3 април, има интервјуа со кандидатот за градоначалник на Општина Центар од редовите на Коалицијата „За подобра Македонија“ Владимир Тодоровиќ и со градоначалничкиот кандидат на Српската напредна странка во Општина Карпош Стевчо Јакимовски. На 4 април беа емитувани интервјуа со Коце Трајановски, кандидатот за скопски градоначалник од владеачката коалиција и со Коста Начевски, кандидатот за градоначалник на општина Бутел од опозициската коалицијата. На 5 април се разговараше со кандидатот за градоначалник од Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ за општина Ѓорче Петров Сокол Митровски.

Платено политичко рекламирање: Во периодот од 27 март до 5 април на ТВ Алфа се емитувани 19 часа 36 минути и 39 секунди платено политичко рекламирање, од кое 19 часа 14 минути и 37 секунди се нарани од Коалицијата „За подобра Македонија“, 6 минути и 23 секунди од Српската напредна странка и 5 минути и 39 секунди од Коалицијата „Сојуз за иднината“.

ТВ КАНАЛ 5 ПЛУС

Прв круг

Вести: Примерокот врз основа на кој се извлечени оценките за известувањето во вестите на сателитската телевизија Канал 5 Плус ги опфаќа вестите во 13 и во 17 часот². Се емитуваат куси или збирни прилози за кампањите на кандидатите со сличен третман. На Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ ѝ се отстапени 1 час и 17 минути, на Коалицијата на СДСМ - 48 минути, Српската напредна странка - 7 минути, ДУИ - 4 минути, а воопшто нема прилози за ДПА. Прилозите во кои се известува за проектите и активностите на централната власт сочинуваат 52 минути од времето во вестите.

ТВ Канал 5 Плус – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:17:41
Коалиција СДСМ и др.	00:48:50
Други субјекти	00:20:46
Српска напредна странка	00:07:39
Либерална партија	00:00:29
Влада на РМ	00:52:36
Локална самоуправа	00:04:06
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:04:47
НДП - Национална демократска преродба	00:00:16
НД - Нова демократија	00:00:16
Без субјекти	00:12:57

² Станува збор за репризни изданија на вестите емитувани на Канал 5 Телевизија во 11 и во 15 часот, кои не се дел од анализата на терестријалната телевизија поради методолошката определба на мониторингот - примерокот за медиумот, каде што е тоа возможно, да ги опфаќа двете централни дневно – информативни емисии.

Зоран Македонски	00:00:31
ДИК и други органи	00:11:08
Сојуз на титови леви сили	00:01:35
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:00:46
СДУ - Социјал демократска унија	00:00:38
Претседател на РМ	00:01:48
Вкупно = 04:06:48	

Кај директните обраќања доминираат обраќањата во корист на „За подобра Македонија“. Најзастапен жанр во вестите се новинарските извештаи, коментари речиси и да нема.

ТВ Канал 5 Плус – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	68	00:40:47
Српска напредна странка	11	00:04:02
Коалиција СДСМ и др.	47	00:22:07
Влада на РМ	29	00:19:24
Локална самоуправа	3	00:00:55
ДУИ - Демократска унија за интеграции	3	00:01:29
Зоран Македонски	1	00:00:08
Сојуз на титови леви сили	2	00:00:24
ДИК и други органи	1	00:00:29
Други субјекти	8	00:05:18
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	1	00:00:11
СДУ - Социјал демократска унија	1	00:00:16
Претседател на РМ	1	00:00:34
Вкупно = 01:36:04		

Информативни емисии со документаристички пристап: На фреквенцијата на Канал 5 Плус Телевизија, во периодот меѓу 4 и 22 март беа емитувани неколку информативни емисии поврзани со изборите, оригинално прикажани на ТВ Канал 5. Така, на 20 март, гледачите на Канал 5 Плус можеа да ја проследат емисијата „Код“ посветена на прашањето на финансирањето на изборниот процес.

Дебати: На 12 и на 13 март се емитуваа изданија на емисијата „Миленко Неделковски шоу“. На првиот датум, за општествено – политичката ситуација пред изборите дебатираа Панде Колемишевски, Ивица Боцевски, Жидас Даскаловски и Дарко Јаневски, а на вториот, Дарко Јаневски, Ацо Станковски, Мирка Велиновска, Зоран Димитровски и Панде Колемишевски, ретроспективно се осврнаа на работата на градоначалниците на Скопје.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Канал 5 Плус репризно ги емитуваше и изданијата на забавно – информативната „Зевзекманија“, со сатирични осврти на изборни теми.

Втор круг

Вести: Известувањето на сателитската телевизија Канал 5 Плус за темите и за активностите поврзани со Локалните избори беше следено преку анализа на вестите во 13 и во 17 часот. Од 2 часа и 33 минути за Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ се издвоени 42 минути од кои половината (25 минути) директни обраќања, за Коалицијата на СДСМ 24 минути, од кои 10 во

директен говор, а за функционерите во македонската Влада 34 минути (13 минути преку директни обраќања).

ТВ Канал 5 Плус – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
ДИК и други органи	00:26:40
Коалиција СДСМ и др.	00:24:04
Други субјекти	00:07:59
Локална самоуправа	00:06:13
Претседател на РМ	00:01:50
Собрание на РМ	00:02:19
Српска напредна странка	00:04:05
Органи на државната управа	00:00:43
Без субјекти	00:02:07
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:00:52
Влада на РМ	00:34:41
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:42:17
Вкупно = 02:33:50	

Во известувањето за кампањите на кандидатите најприсутен е новинарскиот жанр извештај, при што најчесто има прилози во кои збирно се информира за дневните активности на повеќе кандидати. Во десетте дена се реализирани повеќе куси интервјуа, но само со кандидатите од коалицијата „За подобра Македонија“ и се известува и за активностите на власта – редовни и во функција на кампањата.

ТВ Канал 5 Плус – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Влада на РМ	27	00:13:44
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	33	00:25:18
ДИК и други органи	2	00:03:42
Коалиција СДСМ и др.	22	00:10:50
Локална самоуправа	6	00:02:31
Други субјекти	1	00:00:40
Српска напредна странка	5	00:01:41
ДУИ - Демократска унија за интеграции	1	00:00:18
Вкупно = 00:58:44		

Дебати: Ставовите за првиот изборен круг и предвидувањата за вториот се јадрото на дебатата во „Миленко Неделковски шоу“ од 2 април, во кое гостуваат Мирка Велиновска, Дарко Јаневски и Ивица Боцевски.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Канал 5 Плус Телевизијата, на 4 април во репризното прикажување на утринската емисија „Здраво Македонија“, оригинално реализирана на ТВ Канал 5 претходниот ден, емитуваше интервју со кандидатот на Коалицијата „За подобра Македонија“ за градоначалник на Скопје Коце Трајановски.

„Зевзекманија“ даваше сатирични осврти на изборите во изданијата прикажани во периодот меѓу 27 март и 5 април.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Кандидатите или актуелните носители на функции се појавуваа на Наша ТВ повремено, во по некој прилог емитуван во информативната емисија „Кажи и направи нешто добро за Македонија“, која не беше посветена на изборите. На 5 март, двапати е емитуван новинарски прилог за прес – конференцијата на кандидатот за градоначалник на Општина Карпош од Српската напредна странка Стевчо Јакимовски, на која тој ги презентира своите планови и идеи. Во оваа емисија се известува за активностите на Општина Кисела Вода, со тоа што на четири наврати во емитуваните прилози се појавува и градоначалникот Марјан Ѓорчев. На 8 март станува збор за ставање камен темелник на нова месна заедница во Пржино, при што заедно со Ѓорчев се појавува и претседателот на месна заедница на Пржино, Благоја Велевски. Прилогот е емитуван во три изданија на емисијата. На 18 март Ѓорчев, заедно со Јожеф Бенцер, унгарскиот амбасадор во Македонија, положува цвеќе на споменикот на поетот Шандор Петефи (три емитувања). На 21 март, двапати е емитуван прилогот за засадување рози во Општината, а на 22 март, исто така двапати е прикажан извештајот за градбата на фонтаната и споменикот во чест на паднатите бранители од Општина Кисела Вода.

Платено политичко рекламирање: Сателитската станица Наша ТВ, во првиот круг од кампањата емитуваше 39 часа 29 минути и 26 секунди платено политичко рекламирање за Коалицијата „За подобра Македонија“.

Посебни информативни емисии: Во првиот изборен круг, на програмата на Сител 3 Телевизија, изборите беа тема во емисијата „Јади бурек“. Неколкупати таа беше реализирана во форма на интервју, а неколкупати во вид на форум на кој публиката ги изнесува своите гледишта за актуелните општествено – политички теми. Имаше и репризни изданија на емисии чија премиера била пред неколку месеци, но во нив не се говореше за изборите и оттаму не се дадени во овој преглед.

На 7 март, низ разговорот со водителот, својата изборна програма ја претстави кандидатката за градоначалничка на Општина Кисела Вода, од Коалицијата „За подобра Македонија“, Билјана Беличанец – Алексик (две репризи на 8 март). На 8 март имаше интервју со Михаел Младеноски, носител на советничка листа на СДУ за Општина Центар (по една реприза на 9 и на 11 март); кандидатот на коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ за градоначалник на Општина Куманово Зоран Ѓеорѓиевски, гостуваше на 11 март (репризирано двапати на 12 март). На 12 март, соговорничка беше Љиљана Поповска претседателката на ДОМ (двојна реприза на 13 март), а на 14 март претседателот на Либерална Партија Ивон Величковски (двапати репризирано на 15 март). Потоа следат уште четири интервјуа со градоначалнички кандидати на Коалицијата „За подобра Македонија“: на 15 март, во емисијата има две интервјуа - со Арсенчо Алексоски, кандидатот за градоначалник на Општина Крива Паланка и со Славчо Чадиев, кандидатот за градоначалник на Општина Велес (репризирано еднаш на 16 и еднаш на 18 март); на 19 март со градоначалничкиот кандидат за Општина Битола Владимир Талески (на 20 март две репризи), а на 20 март со Коце Трајановски, кандидатот за градски татко на Скопје (репризно прикажано двапати на 21 март). На 21 март, соговорник е Драган Павловиќ – Латас (две репризи на 22 март). Најголем дел од разговорите се со претставници на еден организатор на изборна кампања, но водителот на емисијата наведува дека тоа се оние личности кои прифатиле разговор во студиото.

На 4, 5, 6, 13, 18 и 22 март, емисијата „Јади бурек“ е реализирана како колажно издание од јавувања на гледачи, запознавање со дневниот печат и занимливости, а во последното издание има и снимки од активности од кампањите на СДСМ и на ВМРО ДПМНЕ. Овие емисии обично (иако не секогаш) имаат по две репризи следниот ден.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: На 20, 21 и 22 март, во репризните изданија на утринската програма „Ја сакам Македонија“ (оригинално емитувана ден претходно на Сител Телевизија) се прикажуваат и интервјуа со кандидати на изборите од владеачката коалицијата. Во овие емисии репризирани се интервјуата со носителот на советничката листа за Општина Центар Томислав Лазаров (20 март); со кандидатот за градоначалник на Општина Центар Владимир Тодоровиќ (21 март) и со Владимир Талески, градоначалничкиот кандидат за Општина Битола (22 март).

Втор круг

Посебни информативни емисии: И во вториот круг, изборниот циклус беше тема на емисијата „Јади бурек“, која во периодот од 27 март до 5 април почесто беше во своето колажно, актуелно – информативно издание, односно комбинација од дебата на гледачите, преглед на дневниот печат и избор од занимливости или актуелни информации за изборни настани. Ова е случај со емисиите од 27 и 28 март и од 2, 3, 4 и 5 април. Сите тие се двапати репризирани наредниот ден, освен последната поради почетокот на изборниот молк.

Две емисии се во форма на интервју: во едниот случај станува збор за две репризи (на 29 и на 30 март) на разговорот со Драган Павловиќ – Латас, премиерно емитуван на 21 март, а во вториот – за интервју со кандидатот за градоначалник на Општина Центар Владимир Тодоровиќ (премиера на 1 април и две репризи наредниот ден).

Во овој период репризно беа прикажани и постари емисии - неповрзани со изборите.

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Утринската емисија на ТВ Сител „Ја сакам Македонија“, обично ја доживува својата реприза наредниот ден на ТВ Сител 3. Оттаму, на сателитската телевизија репризно беа прикажани и интервјуата што, во вториот изборен круг, со кандидатите за градоначалници на Коалицијата „За подобра Македонија“ ги направија водителите на сителовата утринска емисија. Станува збор за разговорите со градоначалничките кандидати за Општина Горче Петров – Сокол Митревски (30 март), за Општина Центар - Владимир Тодоровиќ (2 април), за Општина Куманово Зоран Ѓеорѓиевски (3 април), за Општина Велес - Славчо Чадиев (4 април) и за Општина Кавадарци - Александар Панов (5 април).

ТВ СОНЦЕ

Прв круг

Вести: Во анализираниите дневно – информативни емисии (во 18 и во 22 часот) ТВ Сонце за темите поврзани со изборите известуваше во времетраење од 6 часа и 39 минути. Има неизбалансираност или три пати повеќе време во корист на Коалицијата „За подобра Македонија“ предводена од ВМРО ДПМНЕ за која се издвоени 1 час и 45 минути, а 38 минути за Коалицијата „Сојуз за иднината“ предводена од СДСМ. Македонската алијанса има позначајно време, но тоа се должи на повремениите коментари на Ѓорѓија - Џорџ Атанососки, а неколку партии се појавуваат со мали минутажи. Најмногу е известувано за активностите на власта - 2 часа и 19 минути.

ТВ Сонце – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Влада на РМ	02:19:37
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:45:47
Коалиција СДСМ и др.	00:38:39
Претседател на РМ	00:04:49
Македонска алијанса	00:21:56
Локална самоуправа	00:16:40

Демократски сојуз	00:05:21
Органи на државната управа	00:04:22
Други субјекти	00:33:23
Без субјекти	00:10:19
ДИК и други органи	00:06:20
НД - Нова демократија	00:00:27
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:01:38
НДП - Национална демократска преродба	00:00:27
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:02:14
СДУ - Социјал демократска унија	00:05:12
Српска напредна странка	00:02:04

Вкупно = 06:39:15

Начинот на кој ѝ е овозможувано на публиката директно да ги чуе изјавите на кандидатите и претставниците на организаторите на изборна кампања ја потврдува оценката за дисбаланс во корист на Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ (безмалку 1 час и 2 минути) наспроти Коалицијата на СДСМ (21 минута).

ТВ Сонце – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Влада на РМ	57	00:53:07
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	55	01:01:58
Коалиција СДСМ и др.	24	00:21:26
Претседател на РМ	2	00:01:22
Локална самоуправа	8	00:05:10
Демократски сојуз	2	00:01:18
Органи на државната управа	2	00:02:12
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	2	00:01:34
СДУ - Социјал демократска унија	4	00:04:04
Српска напредна странка	2	00:01:36

Вкупно = 02:33:47

Посебни информативни емисии: Во текот на првиот круг од изборната кампања за Локалните избори 2013 година, ТВ Сонце реализираше повеќе информативни емисии кои целосно или во некој свој дел се однесуваа на изборите. Во некои емисии соговорници беа аналитичари, во некои емисии политичари или функционери, а во некои интервјуа и дебати гостуваа и претставници на организатори на изборна кампања при што не беше обезбеден баланс. Двете дебати во првиот круг се емисии од овој жанр само по форма, но не и по својата суштина. Имено, во нив навистина учествуваат претставници на различни организатори на изборна кампања, но тие не се кандидирани во иста општина поради што и не можат на публиката да ѝ понудат спротивставени или сопоставени решенија за проблемите на една конкретна општина.

Интервјуа: Во изданието на информативната емисија „Гласот на народот“ од 6 март 2013 година, интервјуирани се Лилјана Поповска и Денко Скаловски од ДОМ. Оваа емисија беше репризирана на 7 и на 10 март 2013 година. Во емисијата премиерно емитувана на 13 март 2013 година (а репризирана на 14 март) беше реализирано интервју на тема Локални избори 2013 со Габриела Арсова – Милошевска, кандидатката за градоначалничка на Скопје од Републиканската алијанса.

Во други емисии, во кои спорадично или централно место заземаат изборите, гостуваа личности кои не беа актуелни кандидати за градоначалници или советници. Така, во емисијата „Низ призма“, (премиера на 6 март, реприза на 7 и на 10 март) проф. Златко Поповски зборува за платформите на политичките партии; во „Гласот на народот“ (премиерно на 4 и репризно на 5 март)

на тема Локалните избори во Македонија гостува аналитичарот Жан Станоевски, а на 20 март со Тодор Петров од СМК се разговара за Локалните избори и за Кичево и Струга 2004 – 2013 (репризирана на 21 март). Во емисијата „Порта“ (9 март) јасновидецот Зоран Чавковски, меѓу другото зборува и за изборите, а на 15 март (со реприза на 17 март) за Локалните избори се разговара со претседателот на Комисијата за верификација Томе Аџиевски. Џабир Дерала, претседател на НВО „Цивил“, гостува во „За европска Македонија“ од 16 март.

Дебати: Две изданија на „Гласот на народот“ беа реализирани и во формат на дебата. На 14 март 2013 гостуваат Борче Стефановски, кандидат за градоначалник на Општина Гази Баба од СДСМ и Јордан Бошков, носител на советничка листа на Народното движење за Македонија за Општина Ѓорче Петров. Оваа дебата беше репризирана двапати - на 15 и на 17 март. На 21 март Габриела Арсова – Милошевска, кандидатката за градоначалничка на Скопје од Републиканската алијанса и Александар Ивчевски, носителот на листата за советници за Општина Аеродром од ДОМ дебатираа на тема жената во политиката. Дебатата е репризирана на 22 март 2013 година.

Платено политичко рекламирање: На ТВ Сонце беа емитувани 38 часа 46 минути и 20 секунди платено политичко рекламирање во текот на првиот круг од изборите, од кои, нарачател на 9 минути и 50 секунди е Републиканската алијанса, а на останатото време - ВМРО ДПМНЕ.

Втор круг

Вести: Примерокот за анализата на вестите во 18 и во 22 часот на сателитската ТВ Сонце во вториот круг од Локалните избори опфаќа 2 часа и 55 минути. Коалицијата „За подобра Македонија“ ја има во прилози кои траат 25 минути (изворно пренесени цитати – 11 минути), Коалицијата „Сојуз за иднината“ 13 минути (директни обраќања – 5 минути). Другите партии практично и ги нема, а најголемиот дел од прилозите во дневно – информативните емисии известуваат за активностите на Владата која доби 1 час и 32 минути со 30 минути директен говор на функционерите.

ТВ Сонце – Застапеност на субјектите во вестите		
Политички субјект		Траење
ДИК и други органи		00:10:58
ДПА - Демократска партија на Албанците		00:01:21
Коалиција СДСМ и др.		00:12:59
Други субјекти		00:12:13
Локална самоуправа		00:04:51
Собрание на РМ		00:03:07
Органи на државната управа		00:03:05
Без субјекти		00:03:05
Македонска алијанса		00:05:26
Влада на РМ		01:32:50
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.		00:25:14
		Вкупно = 02:55:08

Всушност, Телевизијата за Изборите во вториот круг известуваше со мал обем и се ограничи на извештаи за активностите на кандидатите за градоначалници на Скопје, Центар и Карпош.

ТВ Сонце – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
ДПА - Демократска партија на Албанците	2	00:00:40

Влада на РМ	36	00:30:40
Коалиција СДСМ и др.	10	00:05:06
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	16	00:11:14
Други субјекти	4	00:06:26
Собрание на РМ	2	00:01:18
ДИК и други органи	2	00:00:44
Локална самоуправа	2	00:00:50
Органи на државната управа	2	00:01:28
		Вкупно = 00:58:26

Интервјуа: На 27 март, во „Низ призма“, за првиот круг од изборите говори професор Јове Кекеновски, а истиот ден репризно е емитувана и емисијата „За Европска Македонија“ со Џабир Дерала, претседателот на НВО „Цивил“. Во „Гласот на народот“ од 1 април (реприза на 2 април) настаните од првиот круг од Локалните избори 2013 ги разгледуваше аналитичарот Сотир Костов. Сашо Клекоски, од НВО МЦМС, гостува во „Низ призма“ од 3 април, а истиот ден во „Гласот на народот“ за изборите се разговараше со Страшо Ангеловски, претседател на ТМРО ВЕП. Обете емисии се репризирани на 4 април.

Дебати: Македонија пред вториот круг од Локалните избори 2013 – ова е темата на која, во „Гласот на народот“ од 3 април, дебатираа Миленко Неделковски и Суад Мисини.

Платено политичко рекламирање: Во текот на кампањата за вториот круг од Локалните избори 2013, ТВ Сонце емитуваше 17 часа 22 минути и 21 секунда платени политички реклами чиј нарачател беше ВМРО ДПМНЕ.

РАДИО АНТЕНА 5Прв круг

Платено политичко рекламирање: На Антена 5 Радио, во првиот круг од Изборите се емитуваше платено политичко рекламирање за ВМРО ДПМНЕ кое траеше 1 час 26 минути и 29 секунди. Оваа радиостаница не беше мониторирана во вториот изборен круг бидејќи првиот дел од кампањата покажа оти изборите не беа присутни на нејзината програма, освен преку помал обем реклами.

РАДИО КАНАЛ 77Прв круг

Вести: Радиото Канал 77 го следеше изборниот процес во двете изданија на вестите (во 14 и во 17 часот) со прилози кои траеја 3 часа и 52 минути. Медиумот известуваше за голем број кандидати при што обезбеди баланс.

РА Канал 77 – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Влада на РМ	00:25:38
Локална самоуправа	00:07:39
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:11:10
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:47:09
Коалиција СДСМ и др.	00:57:34
ДИК и други органи	00:03:49
Собрание на РМ	00:00:42
Виктор Цветковски	00:01:06
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:06:58
Други субјекти	00:17:39
Јорго Огненовски	00:01:27
Либерална партија	00:01:28
Народно движење за Македонија	00:03:10
Српска напредна странка	00:03:04
Демократски сојуз	00:00:27
СДУ - Социјал демократска унија	00:02:53
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:13:58
Без субјекти	00:12:29
Димитар Бузлевски	00:00:44
НДП - Национална демократска преродба	00:10:41
Раман Демиров	00:01:11
ВМРО НП - ВМРО Народна партија	00:00:48
Сојуз на титови леви сили	00:00:53
Вкупно = 03:52:38	

Радиото ги почитуваше професионалните новинарски стандарди со начинот на известување – пренесуваше факти водејќи сметка за тонот, вратувањето и употребата на директното обраќање.

РА канал 77– Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Виктор Цветковски	1	00:00:50
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	4	00:03:05
Влада на РМ	6	00:04:13
Други субјекти	5	00:02:40
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	29	00:15:13
Коалиција СДСМ и др.	35	00:18:37
ДУИ - Демократска унија за интеграции	4	00:02:16
ДПА - Демократска партија на Албанците	9	00:06:36
Јорго Огненовски	1	00:00:45
Локална самоуправа	5	00:02:14
НДП - Национална демократска преродба	8	00:04:14
Српска напредна странка	1	00:00:20
Народно движење за Македонија	1	00:00:27
Раман Демиров	1	00:00:51
ВМРО НП - ВМРО Народна партија	1	00:00:30
Либерална партија	1	00:01:00
Сојуз на титови леви сили	1	00:00:37
		Вкупно = 01:04:28

Интервју: Во текот на изборната кампања пред првиот круг гласање, на Канал 77 беа реализирани две интервјуа. Во емисијата „Радиоактивно интервју“ од 8 март, лидерот на Либералната партија Ивон Величовски објаснуваше зошто Партијата се издвоила од опозицискиот блок, зошто биле против бојкотот на изборите, како и за други општествено – политички теми актуелни во моментот. Во „Стадион“ (16 март), чија примарна цел е да им обезбеди на граѓаните форум за дебата, слушателите имаа можност да го чујат разговорот со Александар Цветковски од Асоцијацијата за граѓанска толеранција и соработка - АГТИС кој ги презентираше резултатите од истражувањето на оваа НВО за веродостојноста на изборните ветувања и програми на партиите и кандидатите. Ова послужи како подлошка за дебатата на публиката на тема: „Дали им верувате на програмите на кандидатите за градоначалници?“

Платено политичко рекламирање: Во првиот изборен круг, на Канал 77 беа емитувани 9 минути и 28 секунди платени политички спотови нарачани од СДСМ.

Втор круг

Вести: Вестите во 14 и во 17 часот на Радио Канал 77 го дадоа примерокот за анализата на известувањето за вториот круг од Изборите. Во нив, изборниот процес и темите поврзани со него зафатија 1 час и 56 минути. На кампањата на Коалицијата на СДСМ и се посветени 20 минути (со 7 минути директно обраќање), а на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ – 18 минути (6 минути директен говор). Се појавуваат и информации за активностите на другите партии, односно независни кандидати за кои се гласаше во вториот круг. За работата на Владата се издвоени 14 минути.

РА Канал 77 – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
ДИК и други органи	00:17:00
Без субјекти	00:07:55
Коалиција СДСМ и др.	00:20:20
Други субјекти	00:14:52
Српска напредна странка	00:00:57
Стево Пивковски	00:01:48
Претседател на РМ	00:02:34
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:02:30
Собрание на РМ	00:02:32
НДП - Национална демократска преродба	00:01:18
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:04:12
Локална самоуправа	00:07:08
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:18:57
Влада на РМ	00:14:54
Вкупно = 01:56:56	

Користејќи го најчесто жанрот извештај, Радиото информираше за кампањите на повеќе субјекти низ целата држава, како и за преземањето на функциите во некои од општините во кои изборот беше направен во првиот круг.

РА канал 77– Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	16	00:06:09
Коалиција СДСМ и др.	14	00:07:39
Стево Пивковски	2	00:00:48
Влада на РМ	5	00:02:22
ДУИ - Демократска унија за интеграции	2	00:00:44
Локална самоуправа	4	00:02:00
Вкупно = 00:19:42		

Дебата: На Канал 77, на 29 март во живо се емитуваше дебатата „Медиумите и изборите: Да се вратиме кон професијата“ на која беа презентирани резултатите од Вториот извештај од Механизмот за набљудување и реакција на медиумското известување при Катедрата на УНЕСКО за медиуми, дијалог и заемно разбирање (3 – 14 март), проект на Високата школа за новинарство и односи со јавноста поддржан од Холандската амбасада и од ОБСЕ.

Во „Стадион“, на 30 април, слушателите ги изнесуваа своите мислења за тоа дали првиот круг од изборите помина фер и демократски.

РАДИО РОС МЕТРОПОЛИС

Прв круг

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Радиостаницата Метрополис во првиот круг емитуваше платено политичко рекламирање, а изборите спорадично беа споменати и во една емисија која не е поврзана со Изборите. Медиумот не беше дел од примерокот за мониторинг во вториот круг поради нефреквентноста на темата – Локални избори 2013 на неговата програма. Во емисијата „Петар за појадок и пауза“ од 22 март, во сатиричен контекст е пренесен

текст од „Утрински весник“ за десетте највпечатливи предизборни ветувања на кандидатите за градоначалници.

Платено политичко рекламирање: Пет часа 15 минути и 31 секунда од радиовремето се закупени за платено политичко рекламирање. Од нив 3 часа 44 минути и 19 секунди за ВМРО ДПМНЕ и 1 час 31 минута и 12 секунди за Српската напредна странка.

ТВ АЛФА СКОПЈЕ³Прв круг

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Следењето на програмата емитувана на ТВ Алфа Скопје во текот на првиот круг, покажа дека изборниот процес не беше присутен на оваа телевизија, освен спорадично преку појавувањето на политичари или претставници на невладини организации во емисии кои не се поврзани со изборите.

Во забавната емисија „Добра мисла“ од 10 март има интервју со Имер Селмани од Нова демократија кој зборува за својот живот од повеќе аспекти, вклучувајќи ја и политиката. Една од содржините на хрониката на денот „Портик“ од 21 март е разговорот со Марија Момировска, координаторка на проект во Асоцијацијата за граѓанска толеранција и соработка – АГТИС, во текот на кој е презентирана брошурата произлезена од проектот „Градоначалникот не е златна рипка“. Обете емисии своите премиерни прикажувања ги имале на сателитската ТВ Алфа.

ТВ АМАЗОНПрв круг

Дебати: Од 7 до 22 март, ТВ Амазон реализираше 12 дебатни емисии, сите во рамки на емисијата со наслов „Прес центар“. Дебатите за централна тема го имаа изборниот процес како сложена општествено-политичка целина, па оттаму своите ставови во врска со таа тековна, најактуелна тема, ги соочија универзитетски професори, политиколози, новинари, комуниколози и политичари. Меѓутоа, единствената дебата која претставуваше непосредно соочување на општинските визии на градоначалнички или на советнички кандидати ја бележиме на 15 март, се однесуваше на скопската Општина Гази Баба, а се водеше меѓу: Гоце Делчев Тодев (СДУ), Александар Бежовски (ЛП) и Сашо Начевски (СДСМ), како заменик за официјалниот градоначалнички кандидат на опозициската Коалиција. На 19 март, пак, организирана е дебатна емисија во непосредна врска со Локалните избори 2013 година, меѓутоа полемиката не се водеше околу различни политички визии за една иста општина, туку своите концепти ги презентираат: Стевчо Јакимовски, градоначалничкиот кандидат на СНС за Општина Карпош, Љупчо Васовски, кандидатот на СДСМ за Општина Кисела Вода, и Борче Стефановски, градоначалничкиот кандидат на СДСМ за Општина Гази Баба.

Интервјуа: Во Првиот изборен круг направени се 6 интервјуа, од кои две во емисијата со наслов „Локални избори 2013“ со кандидати за градоначалници, а другите четири во емисијата „Каде оди Македонија“ со аналитичари на изборниот процес од различна академска провениенција.

Д-р Габриела Арсова Милошевска, кандидатката за градоначалник на Скопје од Републиканската алијанса, своите концепти за главниот град ги изложи преку интервјуте реализирано на 14 март, а Гоце Делчев Тодев, кандидатот на СДУ за градоначалник на Општина Гази Баба, преку оваа новинарска форма беше презентирани на 10 март (реприза на 14 март) и на последниот ден од изборната кампања за првиот круг на изборите - 22 март.

Во емисијата „Каде оди Македонија“, која е ТВ-проект на Димче Јакимовски, претседателот на фондацијата „Балкан без граници“, во првиот изборен круг гостуваа: д-р Билјана Ванковска,

³ Мониторингот на регионалната Телевизија Алфа Скопје, не ги опфати вестите затоа што оваа станица директно ги презема дневно – информативните емисии од ТВ Алфа, па оттаму, наодите за вестите на сателитската телевизија, важат и за скопската.

политичкиот аналитичар Алберт Муслиу, и лидерот на Народното движење за Македонија - Јанко Бачев.

Информативни програми: Од 5 до 21 март, двапати дневно по 5 минути, без утврдени периоди во програмската шема, емитувани се куси информативни прилози за активностите на Жика Стојановски и на Маријан Ѓорчев, тогаш сè уште актуелни градоначалници од редовите на ВМРО ДПМНЕ, во општините Илинден и Кисела Вода. Овие информативни прилози се реализирани без каква било новинарска интервенција во однос на наративниот дел од аудиовизуелната целина, односно, претставуваат само музички илустриран ТВ запис сличен на кус видео спот во промотивна функција на одреден политички настан, проект или зафат во административните или во урбанистичките замисли на споменатите општини, проследен со куса изјава на Стојановски или на Ѓорчев.

Платено политичко рекламирање: Во Првиот изборен круг, во оваа ТВ форма на програмите на ТВ Амазон најзабележливи се градоначалничките кандидати на спротивставените коалиции, предводени од владејачката ВМРО ДПМНЕ - 4 часа 50 минути и 56 секунди, и од опозициската СДСМ - 1 час 10 минути и 18 секунди. Инаку, во вкупната рекламна минутажа од 7 часа 28 минути и 31 секунда, време имаа откупено и СДУ - 56 минути и 51 минута (Гоце Делчев Тодев), потоа Народното движење за Македонија - 12 минути и 59 секунди, СНС (Стевчо Јакимовски) - 9 минути и 9 секунди, ЛП - 2 минути и 5 секунди, и Републиканската алијанса - 6 минути и 13 секунди.

Втор круг

Дебати: Рекапитулацијата на резултатите по првиот изборен круг и очекувањата од вториот, аспектите на човековите права и слободи како суштина на демократскиот квалитет на севкупниот политички процес поврзан со правото на политички избори - тоа беа темите за дебатите во емисијата „Прес центар“, организирани на 29 март и на целата работна недела од април сè до деновите на изборниот молк, а гостуваа универзитетски професори, политички аналитичари и новинари.

Интервјуа: Евидентирано е едно интервју, на 30 март (со реприза на 3 април), во емисијата „Каде оди Македонија“, во кое гостуваше проф. д-р Иван Бабановски, а главната тема беа организациските недоследности на изборниот процес по првиот изборен круг.

Информативни програми: Од 2 до 5 април, во различни временски појаси, емитувана е актуелно-информативната емисија „Инфо Прес“, која е реализирана како едноминутен ТВ-спот насловен „Отчет 2011“ за сработеното во скопската Општина Илинден. На 4 април, истата емисија со слична новинарска реализација, информира за актуелности од работењето на скопската Општина Кисела Вода.

Платено политичко рекламирање: Оваа ТВ форма во вториот круг од гласањето ја искористи само Коалицијата „За подобра Македонија“ обединета од ВМРО ДПМНЕ, со откупени 15 минути и 34 секунди.

ТВ БТР

Прв круг

Вести: Споредбено, како однос на два политички концепта за потесно гласачко тело на локално ниво, видлива е информативната доминација на Сојузот на Ромите (СРМ) наспроти Обединетите демократски сили на Ромите (ОДСР), односно, во првиот изборен круг за првата партија се одвоени - 1 час 5 минути и 12 секунди, а за политичкиот опонент само - 1 минута и 23 секунди. Меѓутоа, важно е да се каже дека ваквиот информативен дисбаланс беше резултат на политичките

недоразбирања уште од самиот почеток на изборната кампања, кога раководството на ОДСР дури и до Советот за радиодифузија го најави својот бојкот кон новинарите на ТВ БТР, а како главна причина за таквата своја одлука ја наведе – наводната пристрасност при известувањето за активностите од изборната кампања. Бојкотот, како што е евидентно и од приложената статистика, продолжи сè до крајот на кампањата. Во однос, пак, на информирањето за изборните активности на спротивставените коалиции на владејачката ВМРО ДПМНЕ и на опозициската СДСМ, јасна е тенденцијата за рамноправен пристап кон нивните градоначалнички и советнички кандидати, затоа што и двете коалиции добиле по четириесетина минути од ударното информативно време на ТВ дневникот во 19:30 часот.

ТВ БТР – Застапеност на субјектите во вестите		
Политички субјект		Траење
Сојуз на Ромите од Македонија		01:05:12
Обединети демократски сили на Ромите		00:01:23
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.		00:45:24
Коалиција СДСМ и др.		00:41:38
Српска напредна странка		00:06:04
ДУИ - Демократска унија за интеграции		00:03:07
НД - Нова демократија		00:00:29
НДП - Национална демократска преродба		00:00:29
Други субјекти		00:06:01
ДИК и други органи		00:05:23
Без субјекти		00:01:31
ДОМ - Демократска обнова на Македонија		00:02:36
Влада на РМ		00:22:33
Претседател на РМ		00:02:01
		Вкупно = 03:23:50

Во структурата на директните обраќања (аудиовизуелните цитати), единствено релевантна минутажа за истакнување е онаа од 13 минути и 58 секунди, отстапена за политичките адути на СРМ, што впрочем ги потврдува тенденциите во новинарскиот пристап кон акцентирањето на предизборните ветувања.

ТВ БТР– Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
Сојуз на Ромите од Македонија	8	00:13:58
Коалиција СДСМ и др.	1	00:00:37
ДИК и други органи	1	00:01:04
Влада на РМ	2	00:01:51
		Вкупно = 00:17:30

Дебати: Поради опишаните политички недоразбирања околу јавната презентација на спротивставените политички кандидати од СРМ и од ОДСР, двете главни партии на Ромите во Република Македонија, за време на првиот изборен круг ТВ БТР реализираше само една дебата меѓу овие политички соперници, одржана на 9 март, а на која, за досегашното работење на Општина Шуто Оризари, непосредно се соочија Сефо Кадри (ОДСР) и Сеат Исмаил (СРМ). Всушност, токму по оваа дебата, одржана на самиот почеток од изборната кампања, го бележиме клучниот раздор во однос на двете политички визии каква треба да биде информативната практика на ТВ БТР при презентирање на предизборните политички понуди, пред сè, во специјализираната емисија „Локални избори“. Оттука натаму, изданијата на оваа емисија беа реализирани главно како (колективни) интервјуа со градоначалничките или со советничките кандидати на СРМ. Втората дебата е реализирана на 19 март, а политичките ставови во врска со Општина Гази Баба ги вкрстија Златко Јордановски (ДОМ) и Гоце Делчев Тодев (СДУ).

Интервјуа: Од 10 до 22 март, во информативната специјализирана емисија „Локални избори 2013 година“, реализирани се десет интервјуа (секое со по една реприза), сите со политички претставници на Сојузот на Ромите од Македонија и неговиот коалициски партнер Демократската партија на Ромите. Темите се фокусирани врз секојдневието на Ромите од општините Шуте Оризари и Чаир, а новинарските прашања пред сè имаат за цел предизборно да ги презентираат политиките на СРМ во однос на решавање локални, тековни прашања и проблеми.

Платено политичко рекламирање: Од вкупно 23 часа 19 минути и 29 секунди платено политичко рекламирање во првиот изборен круг од 4 до 22 март, најмногу рекламен простор има закупено Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ со 18 часа 6 минути и 55 секунди. Според минутажа, редоследот на другите партии кои ги претставуваат своите кандидати преку оваа ТВ-форма е следниов: СРМ – 5 часа 6 минути и 6 секунди, ДОМ – 3 минути и 53 секунди и СДПМ – 2 минути и 35 секунди.

ТВ ЕДО

Прв круг

Вести: Предмет на мониторингот во првиот изборен круг беше ТВ дневникот од 18:30 часот. Вкупното време од 6 часа и 26 минути посветено на изборната кампања и на информациите кои по различни начини се вклопуваа во тој контекст, информативната редакција на ТВ ЕДО ги подели на 20 субјекти, не само од различна политичка провениенција, туку и за активности на Владата на Република Македонија, како и за ДИК и за експертски ставови во врска со ефектите од изборниот процес. Споредбено, со оглед на интензитетот на изборните активности, по минутажа преднички известувањето за изборните активности на Коалицијата „За подобра Македонија“ обединета околу ВМРО ДПМНЕ, со – 2 часа 43 минути и 9 секунди, наспроти 1 час 29 минути и 35 секунди дневни информации за кампањата на опозициската Коалиција „Сојуз за иднината“ обединета околу СДСМ. Обемот на новинарскиот ангажман околу предизборните активности на овие две коалиции, длабоко го засенува известувањето за предизборната кампања на другите политички субјекти кои кандидираа свои претставници за градоначалници и за општински советници.

ТВ ЕДО– Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Коалиција СДСМ и др.	01:29:35
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	02:43:09
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:12:38
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:09:40
Српска напредна странка	00:06:08
НДП - Национална демократска преродба	00:01:41
Либерална партија	00:01:42
ЛДП - Либерално-демократска партија	00:00:26
Без субјекти	00:11:43
Собрание на РМ	00:03:01
Претседател на РМ	00:13:01
Демократски сојуз	00:00:46
ДИК и други органи	00:15:41
Други субјекти	00:04:07
Локална самоуправа	00:03:02
ДУА - Демократска унија на Албанците	00:01:06
Европска партија на Македонија	00:00:24
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:02:34

Влада на РМ	00:44:18
СДУ - Социјал демократска унија	00:01:26
Вкупно = 06:26:11	

Опишаната информативна тенденција се пресликува и во структурата на директните обраќања, во кои предничи обраќањето до гласачкото тело на кандидатите од Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ, со 93 аудио-визуелни цитати односно со минутажа од – 1 час и 33 минути, наспроти 60 аудио-визуелни цитати од кандидатите на Коалицијата на СДСМ со вкупна минутажа од 47 минути и 24 секунди.

ТВ ЕДО– Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	93	01:33:04
Коалиција СДСМ и др.	60	00:47:24
СДУ - Социјал демократска унија	2	00:00:39
Српска напредна странка	6	00:03:26
Претседател на РМ	3	00:02:51
Влада на РМ	18	00:18:37
Демократски сојуз	1	00:00:38
ДИК и други органи	1	00:00:41
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	3	00:02:08
ДУИ - Демократска унија за интеграции	4	00:02:23
Либерална партија	1	00:00:12
Други субјекти	1	00:03:11
Локална самоуправа	1	00:01:07
		Вкупно = 02:56:21

Платено политичко рекламирање: Од вкупно 20 часа 19 минути и 16 секунди платено политичко рекламирање во првиот изборен круг, Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ закупила – 20 часа и 14 минути, а остатокот од 5 минути и 16 секунди претставува платена политичка презентација на Републиканската алијанса.

ТВ ЕРА

Прв круг

Вести: Според застапеноста на организаторите на изборната кампања во анализираното издание на вестите од 19:30 часот на ТВ ЕРА, доминира минутажа на новинарски прилози посветени на предизборните активности на ДУИ, со 1 час и 4 минути, наспроти минорната минутажа која не изнесува повеќе од 5 минути медиумска присутност во склоп на централниот информативен појас на оваа телевизија, отстапена за: ДПА, НДП, владејачката Коалиција предводена од ВМРО ДПМНЕ и опозициската Коалиција предводена од СДСМ.

Во информативната целина од вкупно 5 часа и 15 минути за првиот изборен круг, значително новинарско време им е посветено на редовните активности на Владата на Република Македонија, од – 1 час и 44 минути.

ТВ ЕРА – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	01:04:01
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:04:28
НДП - Национална демократска преродба	00:03:30
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:02:01

Коалиција СДСМ и др.	00:01:10
Српска напредна странка	00:09:11
ДИК и други органи	00:07:25
НД - Нова демократија	00:00:30
Без субјекти	00:11:52
Други субјекти	00:56:34
Обединети демократски сили на Ромите	00:02:08
Сојуз на Ромите од Македонија	00:02:08
Влада на РМ	01:44:02
Бастри Бајрами	00:04:50
Претседател на РМ	00:07:17
Собрание на РМ	00:01:18
Локална самоуправа	00:32:48

Вкупно = 05:15:11

Доминацијата на Демократската унија за интеграции во централниот дневник на ТВ ЕРА се согледува и преку показателите за структурата на директните обраќања кои кандидатите на овој организатор на изборната кампања имале можност да им ги пренесат на гледачите како потенцијално гласачкото тело: градоначалничките и советничките кандидати на ДУИ своите политички поенти ги соопштиле во време од 36 минути и 25 секунди, додека, пак, политичките кандидати за Локалните избори од редовите на Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ и од редовите на Коалицијата на СДСМ воопшто не се појавуваат со аудио-визуелни изјави, а сосем незабележително е времето, кое во овој домен се мери во секунди, што го добиле и ДПА и НДП.

ТВ ЕРА – Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции	21	00:36:25
ДПА - Демократска партија на Албанците	1	00:00:33
НДП - Национална демократска преродба	1	00:00:28
Српска напредна странка	1	00:00:13
Други субјекти	6	00:08:01
Бастри Бајрами	2	00:02:44
Локална самоуправа	13	00:12:33
Влада на РМ	14	00:13:47

Вкупно = 01:14:44

Информативна програма: Во периодот на првиот изборен круг, од 4 до 22 март, информативната програма се сведува на емисиите „Ретро“ и „Општински хроники“, во кои, всушност, се репризираат вестите што биле општествено-политички актуелни во тековната недела на новинарскиот ангажман, па оттаму, и во овој информативен облик се пресликува тенденцијата да се следат пред сè предизборните активности на градоначалничките или на советничките кандидати на ДУИ. Од друга страна, во ретроспективниот збир новинарски проследени општествено-политички настани, се појавуваат и прилози за активностите на Владата на Република Македонија (странски инвестиции, субвенции во земјоделието, реконструкции во здравството и во образованието, и сл.) кои, пак, вака контекстуално врамени, во поширока смисла одат во прилог на изборната кампања.

Платено политичко рекламирање: Во првиот изборен круг, можноста за платено политичко рекламирање ја искористиле ДУИ со закупено ТВ време од 4 часа 39 минути и 32 секунди, и Републиканската алијанса со – 7 минути и 53 секунди.

Весту: Примарен интерес на информативната редакција и во вториот изборен круг беа политичките активности на ДУИ, за кои се отстапени – 26 минути и 44 секунди, наспроти ситната минутажа која не надминува 5 минути за другите организатори на изборната кампања, а кои и по првиот изборен круг останаа во игра со свои кандидати за градоначалник на Скопје, како и за одредени општини низ Републиката: СНС – 5 минути и 12 секунди, ДПА – 2 минути и 34 секунди, опозициската Коалиција на СДСМ – 2 минути и 14 секунди, владејачката Коалиција на ВМРО ДПМНЕ – 3 минути и 52 секунди, и НДП, за која биле отстапени само 1 минута и 50 секунди од ударното информативно време низ кое се известуваше за предизборните активности. Во овој временски сооднос помеѓу партиските и коалициските ангажмани, значително време од 50 минути и 38 секунди е посветено за активностите на Владата на Република Македонија.

ТВ ЕРА – Застапеност на субјектите во вестите		
Политички субјект		Траење
ДУИ - Демократска унија за интеграции		00:26:44
ДПА - Демократска партија на Албанците		00:02:34
Српска напредна странка		00:05:12
Коалиција СДСМ и др.		00:02:14
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.		00:03:52
НДП - Национална демократска преродба		00:01:50
Други субјекти		00:24:23
Претседател на РМ		00:06:06
Органи на државната управа		00:01:52
Локална самоуправа		00:07:46
Собрание на РМ		00:03:10
ОМ - Обединети за Македонија		00:00:51
Влада на РМ		00:50:38
ДИК и други органи		00:15:34
Без субјекти		00:02:50
Вкупно =		02:35:37

Структурата на директните обраќања, покажува дека прилозите за кампањата на ДУИ биле илустрирани со вкупно 15 минути аудио-визуелни цитати, како отворена можност за нејзините кандидати да ги истакнат адутите на својата предизборна програма.

ТВ ЕРА – Структура на директните обраќања		
Политички субјект	Обраќања	Траење
Други субјекти	3	00:03:14
Влада на РМ	6	00:07:25
Локална самоуправа	2	00:02:30
ДУИ - Демократска унија за интеграции	10	00:15:17
Српска напредна странка	2	00:00:59
ДИК и други органи	1	00:01:52
Вкупно =		00:31:17

Информативна програма: Во периодот на вториот изборен круг, од 27 март до 5 април, бележиме две изданија на „Општински хроники“, во кои се репризираат вести во врска со активностите на Изет Меџити и на Беќим Мурати, градоначалничките кандидати на ДУИ за општините Чаир и Сарај, а во еден прилог се известува за предизборните активности на Стевчо Јакимовски, кандидатот на СНС за градоначалник на Општина Карпош.

Платено политичко рекламирање: Предизборни спотови и снимки од митинзи се емитувани само во првиот изборен круг – од 4 до 22 март, а вкупната минутажа изнесува 35 минути и 25 секунди, од кои СДУ откупила 26 минути и 10 секунди, а Коалицијата на СДСМ 9 минути и 15 секунди.

Вести: На регионалната, скопска, телевизија МТМ, предмет на мониторингот беа вестите во 17 часот. При анализата, предвид беше земен фактот дека овој медиум својата дневно – информативна емисија ја именува „Урбани вести“ и редовно, на дневна база, во неа известува за работата на локалната самоуправа, што се одразува со 47 минути прилози за редовните активности на локалната власт (6 минути за директно обраќање), а за Владата 17 минути (2 ипол минути директно обраќање).

МТМ – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Без субјекти	00:14:56
Коалиција СДСМ и др.	00:26:59
Локална самоуправа	00:47:41
Српска напредна странка	00:08:27
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	00:01:02
Други субјекти	00:11:09
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:03:16
ДИК и други органи	00:01:31
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:00:36
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:13:11
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	01:02:11
СДУ - Социјал демократска унија	00:06:07
Влада на РМ	00:17:00
Сојуз на титови леви сили	00:01:39
Вкупно = 03:35:45	

Коалицијата „За подобра Македонија“ има 1 час и 2 минути (директен говор 16 минути), Коалицијата „Сојуз за иднината“ има 27 минути (7 минути директни изјави), ДОМ - 13 минути, Српската напредна странка - 8 ипол минути (овие две имаат по околу 2 минути директен говор), СДУ – 6 минути (директниот говор трае околу 3 минути), за ДУИ – 3 минути и има помали минутажи за неколку други партии.

МТМ – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	28	00:16:41
Коалиција СДСМ и др.	12	00:07:05
Српска напредна странка	4	00:02:19
Локална самоуправа	12	00:06:18

Влада на РМ	4	00:02:27
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	5	00:02:19
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	1	00:00:34
ДУИ - Демократска унија за интеграции	1	00:00:32
СДУ - Социјал демократска унија	5	00:03:07
Сојуз на титови леви сили	1	00:00:45
Други субјекти	3	00:03:26
		Вкупно = 00:45:33

Реклами финансирани од буџетот на РМ: На МТМ, на 11, 13 и 15 март, спротивно на Изборниот законик и Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања, беше емитувана реклама на Централниот регистар на Република Македонија за задолжницата, односно кампања финансирана од средства од Буџетот (нарачана од Владата на Република Македонија и од Министерството за финансии).

Втор круг

сВести: Урбаните вести во 17 часот беа анализирани и во вториот круг при што за настаните поврзани со изборите е издвоено малку време - 1 час и 33 минути. Карактеристично во вториот круг е тоа што медиумот ги третираше прилозите за активностите на градоначалничките кандидати кои се бореа за реизбор како дел од изборната кампања, односно во прилозите за новостите во општините не се реферира на локалната самоуправа и оттаму тие не се дел од примерокот за анализа.

МТМ – Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
ДИК и други органи	00:02:08
Коалиција СДСМ и др.	00:19:45
Српска напредна странка	00:06:50
Други субјекти	00:01:52
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	00:00:43
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:02:20
Органи на државната управа	00:01:14
Без субјекти	00:01:19
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:50:13
СДУ - Социјал демократска унија	00:01:22
Влада на РМ	00:05:33
Вкупно = 01:33:20	

Времето за директен говор е вкупно 32 минути што е, методолошки, премногу кусо за да се извлекуваат заклучоци, впрочем како и вкупното време што МТМ го посветила на изборите во вториот круг.

МТМ – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Влада на РМ	2	00:00:56
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	25	00:15:42
Коалиција СДСМ и др.	13	00:09:23
Српска напредна странка	4	00:03:04
СДУ - Социјал демократска унија	2	00:00:31
СДПМ - Социјалдемократска партија на Македонија	1	00:00:15
ДУИ - Демократска унија за интеграции	1	00:02:06
Органи на државната управа	1	00:00:43
		Вкупно = 00:32:40

ТВ ШУТЕЛ

Прв круг

Вести: Политичките недоразбирања помеѓу Обединетите сили на Ромите (ОДСР) и Сојузот на Ромите (СРМ), околу начинот на кој нивните кандидати за Локалните избори 2013 година беа презентирани низ различни новинарски облици на ТВ БТР и на ТВ Шутел, а конечно, беа причина и за меѓусебен бојкот при медиумското претставување, се рефлектираа и врз вестите на ТВ Шутел, но, за разлика од централната информативна емисија на ТВ БТР, во овој случај известувањето оди во полза на – ОДСР. Така, споредбено, изборната кампања на ОДСР во вестите од 19:30 часот (со исклучоци за мониторингот кога централното, сумарно информативно издание беше поместувано за 23 часот) во првиот изборен круг беше покривана со 1 час 20 минути и 41 секунда, наспроти минорните 5 минути и 36 секунди за кампањата на СРМ. Од друга страна, пак, еднаков третман добија кампањите на спротивставените коалиции – на владејачката ВМРО ДПМНЕ – 26 минути и 48 секунди, и – на опозициската СДСМ – 32 минути и 6 секунди. Забележливо е дека медиумот многу помалку информативно место им отстапи на кампањите што ги водеа ДУИ и ДПА за Шито Оризари и за Чаир, чии изборни активности новинарски беа покривани само со незабележителна телевизиска минутажа помала од 10 минути вкупно за двата политички субјекта.

ТВ Шутел - Застапеност на субјектите во вестите	
Политички субјект	Траење
Обединети демократски сили на Ромите	01:20:41
Сојуз на Ромите од Македонија	00:05:36
Коалиција ВМРО ДПМНЕ и др.	00:26:48
Коалиција СДСМ и др.	00:32:06
ДУИ - Демократска унија за интеграции	00:07:49
ДПА - Демократска партија на Албанците	00:02:02
Српска напредна странка	00:02:31
НД - Нова демократија	00:00:16
НДП - Национална демократска преродба	00:00:22
ДОМ - Демократска обнова на Македонија	00:01:53
Раман Демиров	00:00:51
ДИК и други органи	00:02:24
Други субјекти	00:02:12
Локална самоуправа	00:01:15
Без субјекти	00:06:08

Органи на државната управа	00:00:16
Влада на РМ	00:05:49
Вкупно = 02:58:58	

Со аудио-визуелни цитати, во вестите од првиот изборен круг беа релевантно проследени само предизборните ветувања на градоначалничките и на советничките кандидати на ОДСР, точно – 49 минути.

ТВ Шутел – Структура на директните обраќања		
Субјект	Обраќања	Траење
Обединети демократски сили на Ромите	12	00:49:00
Коалиција СДСМ и др.	2	00:04:19
Сојуз на Ромите од Македонија	1	00:00:55
ДУИ - Демократска унија за интеграции	1	00:02:20
		Вкупно = 00:56:34

Дебати: Во првиот изборен круг, на 8 март (со реприза на 9 март) е реализирана единствената дебата меѓу непосредните политички соперници на Локалните избори за Општина Шуто Оризари, а на неа учествуваа: Аднан Мемет (СРМ), Едис Хасан (ОДСР), Халид Исеини (ДПА) и Елвис Фазлиовски (од ПЦЕР, како коалициски партнер на СДСМ).

На 19 март, во студиото на ТВ Шутел е организирана дебата помеѓу неколкумина граѓани од Шуто Оризари, кои токму при крајот на првиот круг од предизборието им даваат актуалитет на секојдневните проблеми со кои во континуитет се соочуваат без разлика на политичките промени во општинската власт.

Интервјуа: Во периодот од 13 до 22 март, евидентирани се шест интервјуа, а сите се направени со припадници на политичката партија – Обединети сили на Ромите, што е, повторно, нагласен контраст на ТВ Шутел наспроти програмската политика на ТВ БТР при презентацијата на кандидатите за градоначалници и за советници во општината Шуто Оризари. Трите интервјуа реализирани на 18 и на 19 март во различни програмски појаси, со Неждет Мустафа, кандидатот на ОДСР за градоначалник на Општина Шуто Оризари, и со Шабан Салиу, претседателот на Партијата, беа обележани како - платена политичка програма, што беше спротивно на Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања.

Информативни програми: На 15 март, емисијата со наслов „Вашето мислење“, им понуди четириесетина минути на гледачите, преку отворен телефон да си го кажат својот став во врска со Локалните избори 2013 година.

Платено политичко рекламирање: Во прегледот на политичките партии и на коалициите кои на програмата на ТВ Шутел закупа вкупно 20 часа 47 минути и 5 секунди рекламno време за спотови и за снимки од митинзи во текот на првиот изборен круг, мониторингот ги бележи: Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ со – 12 часа 38 минути и 59 секунди, Коалицијата на СДСМ – 1 минута и 28 секунди, ОДСР – 7 часа 54 минути и 27 секунди, Сојузот на Титовите леви сили – 1 минута и 17 секунди, Демократската партија на Турците – 1 минута и 5 секунди, и ДУИ со закупени 9 минути и 50 секунди.

90,3 ФМ СПОРТСКО РАДИОПрв круг

Програми што не се непосредно поврзани со изборите: Спортското радио 90,3 ФМ беше мониторирано во првиот круг кога емитуваше мал обем платено политичко рекламирање, а на изборна активност реферираше еднаш со прилог за нов спортски комплекс. Имено, прилог за поставувањето камен темелник на новиот спортски центар „Јане Сандански“ во Општина Аеродром, со изјави од премиерот Никола Груевски, и градоначалниците на Скопје – Коце Трајановски и на Аеродром – Ивица Коневски, беше двапати емитуван во емисијата „Македонска спортска сцена“ (на 11 и на 12 март).

Платено политичко рекламирање: Спортското радио 90,3 ФМ емитуваше 46 минути и 33 секунди платено политичко рекламирање чиј нарачател беше ВМРО ДПМНЕ.

РАДИО АРАЧИНАПрв круг

Платено политичко рекламирање: Рекламните спотови за Басри Бајрами – 33 минути и 41 секунда, независниот кандидат за градоначалник на Општина Арачиново, и рекламните спотови за ДУИ – 2 часа 44 минути и 39 секунди, ја сочинуваат вкупната минутажа од 3 часа 18 минути и 20 секунди емитувана само во првиот изборен круг.

РАДИО БУБА МАРАПрв круг

Платено политичко рекламирање: Методолошки, за мониторинг е земен само првиот изборен круг, од 4 до 22 март, а евидентирани се вкупно 2 часа 47 минути и 9 секунди за платена политичка програма, во чија структура ги бележиме: Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ – 1 час 20 минути и 55 секунди, Српската напредна странка – 45 минути и 10 секунди, Коалицијата на СДСМ – 16 минути и 18 секунди, ДОМ – 14 минути и 42 секунди и Републиканската алијанса со 10 минути и 4 секунди.

РАДИО ВАТПрв круг

Платено политичко рекламирање: Во првиот изборен круг, најголем интерес за платено политичко рекламирање пројавила ДУИ со 12 часа 38 минути и 6 секунди, а мотивиран од потенцијалното гласачкото тело во реонот на скопско Нерези, кој потпаѓа под Општина Карпош, рекламно време од 53 минути и 7 секунди откупил и Стевчо Јакимовски, кандидатот на Српската напредна странка. Свој дел од 13 минути и 19 секунди, во вкупната минутажа од 14 часа 27 минути и 37 секунди, имала и НДП.

Втор круг

Платено политичко рекламирање: Вкупната рекламна минутажа од 43 минути и 5 секунди, во вториот круг се состои од времето за рекламните спотови на ДУИ – 25 минути и 26 секунди и на Стевчо Јакимовски (СНС) – 17 минути и 39 секунди.

РАДИО ЗОНА М-1

Прв круг

Платено политичко рекламирање: Целото евидентирано време за платено политичко рекламирање од 3 часа 19 минути и 15 секунди, во првиот изборен круг било закупено од Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ.

РАДИО РОСА АБ

Прв круг

Платено политичко рекламирање: Предизборието беше опфатено само преку оваа медиумска форма, со вкупно – 5 часа 10 минути и 53 секунди, од кои најмногу рекламное време има откупено Коалицијата „За подобра Македонија“ – 4 часа 32 минути и 35 секунди, а следуваат Српската напредна странка со 32 минути и 51 секунда и Републиканската алијанса со 5 минути и 27 секунди.

РАДИО СИТИ

Прв круг

Платено политичко рекламирање: Во првиот изборен круг емитувани се вкупно 8 часа 33 минути и 42 секунди, а ова време за комерцијални политички пораки било откупено од Коалицијата „За подобра Македонија“ предводена од ВМРО ДПМНЕ – 7 часа 24 минути и 10 секунди, и од Српската напредна странка – 1 час 9 минути и 32 секунди.

РАДИО СКАЈ

Прв круг

Платено политичко рекламирање: На програмата на Скај Радио, мониторирана во периодот од 4 до 22 март, три организатори на изборна кампања на почетокот вкупно 7 часа 1 минута и 17 секунди платено политичко рекламирање. Притоа, 6 часа 54 минути и 56 секунди се од ВМРО ДПМНЕ, 3 минути и 30 секунди од Српската напредна странка, а 2 минути и 51 секунда од ДОМ.

Битола**ТВ ТЕРА**Прв круг

Вестите и платеното политичко рекламирање се двете форми на изборно медиумско претставување застапени на програмата на овој телевизиски програмски сервис.

Вести: Во анализираниите изданија на централните вести на ТВ Тера се емитувани вкупно 6 часа и 9 минути информации кои се однесуваат на изборниот процес во целина. Две третини од тоа време е отстапено за активностите на локално ниво на двете големи коалиции, владејачката „За подобра Македонија“ предводена од ВМРО ДПМНЕ (2 часа и 22 минути) и опозициската „Сојуз за иднината“ предводена од СДСМ (1 час и 52 минути). Со нешто позначително време следуваат известувањата од кампањите на независните кандидати за градоначалник на Битола, Јорго Огненовски (18 минути) и Зоран Лазаровски (14 минути). За активностите на локалната самоуправа, редовни или во функција на изборна кампања, медиумот одделил 20 минути.

Платено политичко рекламирање: Простор за платено политичко претставување пред гледачите закупиле два организатора на изборна кампања, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (18 часа 25 минути и 30 секунди) и Коалицијата предводена од СДСМ (1 час 56 минути и 50 секунди) или вкупно 20 часа 22 минути и 20 секунди.

Втор круг

Истите облици на изборно медиумско претставување, застапени на програмата на ТВ Тера во првиот круг, се регистрирани и во вториот: вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Повторно две третини од вкупното време посветено на изборниот процес (2 часа и 41 минута) во вториот круг е отстапено за активностите на кандидатите за градоначалници од битолскиот регион на двете коалиции коишто влегоа во вториот круг, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (1 час и 3 минути) и Коалицијата предводена од СДСМ (42 минути). Значаен простор во вестите (33 минути) е отстапен за разговорите што медиумот на тема избори ги реализирал со политички аналитичари, универзитетски професори и новинари, со цел да се слушне нивниот став за изборниот процес. За активностите на актуелниот градоначалник на Битола, редовни и во функција на изборите, и на владините претставници како поддршка на неговата кампања, се одвоени 12 минути во анализираното централно дневно-информативно издание.

Платено политичко рекламирање: Двата организатора на изборна кампања што продолжија со свои кандидати за градоначалници во вториот круг, имаа интерес кандидатите и нивните програми, преку платен политички маркетинг, да ги претстават на гласачите. Емитувани се вкупно 6 часа 41 минута и 45 секунди платено политичко рекламирање, од кои 6 часа 16 минути и 40 секунди на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ и 25 минути и 5 секунди на Коалицијата предводена од СДСМ.

Четири облици на изборно медиумско претставување беа застапени на програмата на ТВ Орбис: дневно-информативни емисии (вести), интервјуа, информативна програма и платено политичко рекламирање.

Вести: Телевизијата доминантно известуваше за активностите на Коалицијата „За подобра Македонија“ (2 часа и 58 минути) што е повеќе од 2/5 од вкупното време во вестите посветено на изборниот процес – 6 часа и 45 минути. За предизборните активности на „Сојузот за иднината“ се одвоени 24 минути. ТВ Орбис известуваше од кампањите на три независни кандидати, двајца за градоначалник на Битола, Јорго Огненовски (25 минути) и Зоран Лазаровски (17 минути), и еден носител на независна листа за советници во општина Битола, Илија Стојанов (12 минути). За активностите на локалната власт, редовни и во функција на изборна кампања, Телевизијата одвои 40 минути.

Интервјуа: Реализирани се 3 интервјуа со претставници на Коалицијата „За подобра Македонија“, со вкупно времетраење од 3 часа и 59 минути. Гости во студиото на ТВ Орбис беа: Ѓоко Стрезовски, кандидат за градоначалник на Ресен, Лазар Котевски, кандидат за градоначалник на општина Новаци и во една емисија заедно гостуваа кандидатите за градоначалници на Битола и Новаци, Владимир Талески и Славко Велевски. Интервјуата со Стрезовски и Котевски се репризирани.

Информативна програма: Во емисијата *Локални дијагонали*, емитувана за време на викенд кога нема централна дневно-информативна емисија на програмата, телевизијата поместува настани кои претходно ја одбележале неделата и кои биле дел од вестите. Во анализираниот период се емитувани вкупно 2 часа и 33 минути информативна програма, посветени пред сè на изборните случувања.

Платено политичко рекламирање: Два организатора на изборна кампања закупиле термини за презентација на своите изборни програми: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (12 часа 54 минути и 48 секунди) и Илија Стојанов, носител на независна листа за советници, со незначителни 48 секунди.

Четири облици на изборно медиумско претставување беа присутни на програмата на ТВ Орбис и во текот на изборната кампања од вториот круг: вести, интервјуа, информативна програма и платено политичко рекламирање.

Вести: Во анализираниите прилози од вестите, чиешто времетраење е 2 часа и 26 минути, доминираат извештаите за активностите на кандидатите за градоначалници од битолскиот регион коишто влегоа во вториот изборен круг од редовите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (1 час и 39 минути). За кампањите на противкандидатите од редовите на Коалицијата предводена од СДСМ се одвоени 8 минути. Околу 16% од времето на прилозите поврзани со изборниот процес, или 23 минути, се однесуваат на редовните активности, но и на оние во функција на изборна кампања на актуелниот градоначалник на Битола, Владимир Талевски.

Интервју: Гостин во студиото на ТВ Орбис, во рамки на емисијата *ТВ Објектив*, беше новинарот Миленко Неделковски.

Информативна програма: Емитовано е премиерно и репризно издание на емисијата *Локални дијагонали*, со акцент на изборните активности во текот на неделата на актуелниот градоначалник на Битола и кандидат на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, Владимир Талевски.

Платено политичко рекламирање: Коалицијата „За подобра Македонија“ е единствената што закупи платен простор на оваа битолска телевизија, во траење од 5 часа 23 минути и 13 секунди.

РАДИО АКТЕУЛ

Прв круг

Емитувана е информативна програма и платено политичко рекламирање.

Информативна програма: Снимка од прес-конференција на кандидатот за градоначалник на Битола од редовите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, Владимир Талевски, е емитувана како информативна програма.

Платено политичко рекламирање: Простор директно да се обратат до слушателите, со вкупно траење од 3 часа 54 минути и 51 секунда, закупија четири организатори на изборна кампања: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (3 часа 16 минути и 17 секунди), Коалицијата предводена од СДСМ (31 минута и 23 секунди) и двајцата независни кандидати за градоначалник на општина Могила, Стево Пивковски (5 минути и 2 секунди) и Љубе Простиженовски (2 минути и 9 секунди).

РАДИО 106

Прв круг

Понудата на радиото за **платено политичко рекламирање** ја искористија двете големи коалиции и независниот кандидат за градоначалник на Битола, Зоран Лазаровски. Коалицијата „За подобра Македонија“ на програмата на Радио 106 комерцијално беше застапена со 13 минути и 24 секунди, Коалицијата „Сојуз за иднината“ со 12 минути и 50 секунди и Зоран Лазаровски со 3 минути и 9 секунди, или трите субјекти вкупно закупи 29 минути и 23 секунди од програмата.

РАДИО Б-97

Прв круг

Платеното политичко рекламирање е единствениот облик на изборно медиумско претставување застапен и на ова битолско радио. Времето од 1 час 13 минути и 50 секунди им припаѓа на два политички субјекта: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (1 час 3 минути и 49 секунди) и Коалицијата предводена од СДСМ (10 минути и 1 секунда).

РАДИО ДЕЛФИН

Прв круг

Не емитуваше програма поврзана со изборите.

БЕРОВО

РАДИО СКАЈ

Прв круг

Емитиран е мал обем програма поврзана со изборите, вкупно 14 минути и 10 секунди, претставена преку два облика на изборно медиумско претставување: информативна програма и платено политичко рекламирање.

Информативна програма: Редакцијата, без некој посебен новинарски ангажман да реализира информативна емисија, во текот на програмата, во два наврата од по 5 минути, информира за локациите на избирачките места во Берово и околните населени места.

Платено политичко рекламирање: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ е единствениот политички субјект со закупен рекламен простор на програмата на Скај радио, во траење од 4 минути и 10 секунди.

ТОП ТВ

Не емитуваше програма за време на изборите.

БАЛАНДОВО

ТВ ВТВ

Прв круг

Платеното политичко рекламирање е единствениот облик на изборно медиумско претставување застапено на програмата на ТВ ВТВ, со вкупно времетраење од 12 часа 38 минути и 14 секунди. Два организатора на изборна кампања се одлучија преку етерот на овој медиум да ги промовираат своите програми пред гледачите: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (11 часа 59 минути и 54 секунди) и Демократската обнова на Македонија – ДОМ (38 минути и 20 секунди).

РАДИО БАЛАНДОВО

Прв круг

Три политички субјекта, учесници во изборната трка, имаат закупено простор за **платено политичко рекламирање** на програмата на ова валандовско радио: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (52 минути и 20 секунди), Коалицијата предводена од СДСМ (1 минута) и носителот на независна листа за советници Љупчо Мешков (2 минути и 15 секунди), или севкупно 55 минути и 35 секунди.

ТВ ЗДРАВКИН

Прв круг

Два облика на изборно медиумско претставување до гледачите понуди оваа велешка телевизија на својата програма за време на кампања во првиот изборен круг: вести и платено политичко рекламирање.

Вести: За активностите на двете коалиции во анализираното издание на вестите на ТВ Здравкин се одвоени 4/5 од вкупно емитуваното време поврзано со избори (1 час и 38 минути). Половина од вкупното време е отстапено за известување од изборните активности на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (50 минути), а 31 минута се одвоени за кампањата на Коалицијата предводена од СДСМ. Позначително време е емитувано уште за активностите што на локално ниво ги имала ДОМ (10 минути) во врска со презентацијата на сопствената листа со кандидати за советот на општина Велес.

Платено политичко рекламирање: Двете големи коалиции ја користат програмата на ТВ Здравкин, преку платено политичко претставување да ја придобијат довербата на гледачите, својот глас да го дадат за нивните кандидати. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ закупила 20 часа 34 минути и 24 секунди, наспроти Коалицијата предводена од СДСМ - 2 часа 32 минути и 14 секунди, или вкупно емитувани се 23 часа 6 минути и 38 секунди платено политичко рекламирање.

Втор круг

Двата облика на изборно медиумско претставување од првиот круг, се дел од програмата и во вториот изборен круг: вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Релативно е мал обемот на емитувани информации (45 минути) поврзани со изборниот процес. Главно се однесуваат на активностите на двајцата кандидати за градоначалник на Велес од двете коалиции во пресрет на гласањето од вториот круг, Коалицијата „За подобра Македонија“ (23 минути) и Коалицијата „Сојуз за иднината“ (16 минути).

Платено политичко рекламирање: Времето од 10 часа 5 минути и 6 секунди е распределено меѓу двете коалиции, за промоција на кандидатите за градоначалник и нивните програми. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ закупила 7 часа 24 минути и 46 секунди, а опозициската коалиција 2 часа 40 минути и 20 секунди.

ТВ КАНАЛ 21

Прв круг

Покрај за вести и платено политичко рекламирање, најчесто застапените облици на изборно медиумско претставување на телевизиските програмски сервиси, ТВ Канал 21 на својата програма отстапи простор и за интервјуа.

Вести: Вкупно четири организатори на изборна кампања беа присутни со нивните активности во централното дневно-информативно издание на оваа телевизија. Повеќе од половина од вкупното време во вести одвоено за изборниот процес (1 час и 37 минути) заземаат информациите коишто се однесуваат на активностите на владејачката коалиција предводена од ВМРО ДПМНЕ (57 минути). Според застапеноста потоа следуваат: Коалицијата предводена од СДСМ (28 минути),

ДОМ (10 минути) со активностите на локално ниво, независно од Коалицијата „За подобра Македонија“ и Сојузот на титови леви сили (2 минути) коишто имаа кандидат за градоначалник и своја листа со советници во Велес.

Интервјуа: Реализирани се две интервјуа со претставници од Коалицијата „За подобра Македонија“ (вкупно 1 час и 32 минути). Гости во студиото на ТВ Канал 21 беа пратениците на ВМРО ДПМНЕ од овој град, Илија Димовски и Ѓорѓи Коџабашиев.

Платено политичко рекламирање: Понудениот простор на Телевизијата за директен пристап до публиката го користат 4 политички субјекта, закупувајќи вкупно 19 часа 17 минути и 14 секунди. Најголем обем платено политичко рекламирање е емитувано на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (18 часа 35 минути и 3 секунди), потоа на Коалицијата предводена од СДСМ (39 минути и 51 секунда), а на ДОМ и на Сојузот на титови леви сили по 1 минута и 10 секунди.

Втор круг

И овој радиодифузер си останал доследен кога се во прашање облиците на изборно медиумско претставување емитувани во првиот и во вториот изборен круг. Повторно дел од неговата изборна понуда се информации во вести, интервјуа и платено политичко рекламирање.

Вести: Четириесет и седум минути од вкупно емитуваните 51 минута информации во анализираниите вести поврзани со изборниот процес, се однесуваат на активностите на двајцата кандидати коишто влегоа во трка за градоначалничката функција на Велес во вториот изборен круг, Славчо Чадиов од Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (25 минути) и Аце Коцевски од Коалицијата предводена од СДСМ (22 минути). Преостанатите минути се одвоени за реакции на некои од помалите партии, кои на локално ниво беа дел од изборниот процес во првиот круг, како и на други субјекти.

Интервју: Гостин во студиото на ТВ Канал 21, во рамки на емисијата „Во фокусот“, беше уште еден пратеник од редовите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, Влатко Ѓорчев.

Платено политичко рекламирање: Коалицијата „За подобра Македонија“ има закупено 6 часа 47 минути и 32 секунди, а Коалицијата „Сојуз за иднината“ - 39 минути и 17 секунди, или вкупно заедно - 7 часа 26 минути и 49 секунди.

РАДИО ГОЛДИ

Прв круг

Една од ретките радиостаници што покрај платено политичко рекламирање во текот на кампањата емитуваше централна дневно-информативна емисија (вести) и интервјуа.

Вести: Во анализираното издание на вестите на Радио Голди е информирано за активностите на три политички субјекта. Повеќе од половина од вкупното време што се однесува на изборниот процес (2 часа и 39 минути) е отстапено за известување од митинзите, средбите со граѓаните, прес-конференциите на Коалицијата предводена од СДСМ (1 час и 27 минути). За кампањата на владејачката коалиција „За подобра Македонија“ се одвоени 55 минути или 1/3 од вкупното време во вестите посветено на изборите. ДОМ е третиот политички субјект којшто добил простор во вестите (7 минути), за активностите на кандидатите од листата на советници, со којашто оваа политичка партија настапи во Велес, независно од владејачката коалиција, иако е дел од неа. Во вестите биле следени и активностите на општинската изборна комисија (7 минути).

Интервјуа: Кандидатите за градоначалници на Велес од двете големи коалиции, едната предводена од ВМРО ДПМНЕ, другата од СДСМ, гостуваа по еднаш на програмата на радиото. Временски интервјуата се избалансирани, двајцата кандидати Славчо Чадиев и Аце Коцевски имаат добиено по 36 минути од програмата.

Платено политичко рекламирање: Трите организатора на изборна кампања коишто добија простор во вестите на Радио Голди, имаат закупено простор за платено политичко рекламирање (вкупно 3 часа 31 минута и 15 секунди). Комерцијално најприсутна е Коалицијата предводена од СДСМ (2 часа 11 минути и 35 секунди), потоа Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (1 час 8 минути и 55 секунди) и ДОМ (10 минути и 45 секунди).

Втор круг

Трите облици на изборно медиумско претставување, Радио Голди ги задржува и во текот на кампањата од вториот изборен круг: вести, интервјуа и платено политичко рекламирање.

Вести: Преовладуваат информациите за кампањите на двајцата кандидати за градоначалник на Велес, Славчо Чадиев и Аце Коцевски, коишто заземаат 93% од вкупното време на информациите посветени на изборите (1 час и 29 минути). Доминираат прилозите од митинзите, средбите, прес-конференциите на кандидатот за градоначалник на Коалицијата предводена од СДСМ (51 минута), а за активностите на кандидатот на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ се одвоени 31 минута.

Интервју: Реализирано е едно интервју, со Радмила Шеќеринска од Коалицијата предводена од СДСМ кое, спротивно на изборната регулатива, е означено како платено политичко рекламирање.

Платено политичко рекламирање: Коалициите што стојат зад кандидатурите на двајцата кандидати за градоначалник, коишто учествуваа во вториот изборен круг, закупиле вкупно 1 час 40 минути и 56 секунди простор за платено политичко рекламирање – „Сојуз за иднината“ (56 минути и 16 секунди), „За подобра Македонија“ (44 минути и 40 секунди).

РАДИО ЦЕ-ДЕ

Прв круг

Двата облика на директен пристап до публиката, бесплатното политичко претставување и платеното политичко рекламирање, се застапени на програмата на оваа радиостаница.

Бесплатно политичко претставување: Двете коалиции добиле приближно еднакво време за бесплатно обраќање до слушателите на Радио Це-Де. Отстапеното време го користат кандидатите за градоначалник на Велес Славчо Чадиев од Коалицијата „За подобра Македонија“, Аце Коцевски од „Сојузот за иднината“ и Благој Коларов, носител на листа за советници од Коалицијата предводена од СДСМ. Другите организатори на изборна кампања, учесници во изборниот процес на локално ниво, не добиле простор за бесплатно претставување.

Платено политичко рекламирање: Преку платен политички маркетинг директно до слушателите се обратиле двете коалиции, „Сојузот за иднината“ (1 час и 55 минути) и „За подобра Македонија“ (31 минута и 46 секунди). Вкупно биле емитувани 2 часа 26 минути и 46 секунди платено политичко претставување.

РАДИО МЕРАК 5 ФМ

Прв круг

Единствен од велешките медиуми што одвои простор само за **платено политичко рекламирање**. Термини закупиле два организатора на изборна кампања: Коалицијата предводена од СДСМ (1 час 55 минути и 29 секунди) и Сојузот на титови леви сили (11 минути и 19 секунди) или вкупно 2 часа 6 минути и 48 секунди.

Виница

РАДИО ЛА КОСТА

Прв круг

Речиси и да нема програма поврзана со изборите. Емитован е само еден спот, како **платено политичко рекламирање**, на кандидатот за градоначалник на Виноградница од редовите на Коалицијата предводена од СДСМ, со траење од 3 минути и 17 секунди.

ГЕВГЕЛИЈА

ТВ НОВА

Прв круг

За изборниот процес телевизијата информираше во рамки на вестите (вкупно 1 час и 12 минути), а отстапи простор и за платено политичко рекламирање.

Вести: Главно се следени активностите на кандидатите за градоначалник и за членови на советот на општина Гевгелија од двете коалиции. Владејачката коалиција е присутна со 33 минути во анализираното централно издание на вестите, а Коалицијата предводена од СДСМ со 26 минути. Само еден прилог е посветен на кампањата на кандидатите од листата за советници на ДОМ (1 минута). За тековните ангажмани на локалната власт и за оние во функција на изборна кампања се одвоени 8 минути во вестите, а за општинската изборна комисија 2 минути.

Платено политичко рекламирање: Четири организатори на изборна кампања имаат закупено вкупно 16 часа 29 минути и 55 секунди простор за платено политичко рекламирање. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ 14 часа 14 минути и 15 секунди, Лилјана Карајанова, носителка на независна листа за членови на совет 1 час 36 минути и 40 секунди, ДОМ 27 минути и Коалицијата предводена од СДСМ 12 минути.

РАДИО ТАЈМ

Прв круг

Емитовани се 1 час 11 минути и 47 секунди **платено политичко рекламирање** на следниве субјекти: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (31 минута), Лилјана Карајанова, носителка на

независна листа за членови на совет (20 минути и 15 секунди), СДУ (12 минути и 20 секунди), ДОМ (5 минути и 12 секунди) и Коалицијата предводена од СДСМ (3 минути).

ГОСТИВАР

ТВ ДУЕ

Прв круг

Вкупно 15 часа 57 минути и 31 секунда програма поврзана со изборите (вести и платено политичко рекламирање) е емитувана на ТВ Дуге во текот на кампањата пред првиот круг гласање.

Вести: Во анализираното издание на вестите, вкупното времетраење на информациите поврзани со изборите е 1 час и 57 минути. Околу 60% од тоа време е посветено на активностите на трите партии од албанскиот политички блок, НДП, ДУИ и ДПА, а 22% на двете коалиции од македонскиот политички блок. За активностите на првите три партии временски е известувано приближно еднакво – НДП 26 минути, ДУИ 23 минути и ДПА 20 минути. По 13 минути присутност во вестите добија Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ и Коалицијата предводена од СДСМ.

Платено политичко рекламирање: Директен пристап до гледачите, преку платено политичко рекламирање, остварија три организатора на изборна кампања, закупувајќи вкупно 14 часа и 31 секунда од програмата на телевизијата. Партијата на Руфи Османи (НДП) закупила 9 часа 54 минути и 22 секунди од платеното политичко рекламирање, ДУИ 2 часа 37 минути и 12 секунди и ДПА 1 час 28 минути и 57 секунди.

Втор круг

Информации во вести и платено политичко рекламирање се емитувани и во вториот изборен круг.

Вести: Емитован е мал обем информации поврзани со изборите во анализираното издание на вестите, вкупно 33 минути. За кампањите на двајцата кандидати коишто влегоа во вториот круг од изборите, Руфи Османи од НДП и Невзат Бејта од ДУИ, медиумот речиси и да не известувал. Емитувани се само 2-3 информации (6 минути) за активностите на НДП, а за активностите на ДУИ на локално ниво не се емитувани прилози. Медиумот при известувањето во текот на вториот круг повеќе простор отстапи за активностите и оценките на други субјекти на изборниот процес и за работата на ДИК, а во кратки црти известуваше и за случувањата во некои од градовите каде што албанските политички партии имаа свои кандидати за градоначалници.

Платено политичко рекламирање: Двете партии што во вториот круг се натпреваруваа за градоначалничката функција во Гостивар, НДП и ДУИ, закупија вкупно 2 часа 46 минути и 43 секунди простор за платено политичко рекламирање. За партијата на Руфи Османи се емитувани 2 часа 8 минути и 32 секунди, а за ДУИ 38 минути и 11 секунди платена политичка програма.

РАДИО ПРО ФМ

Прв круг

Два облика изборно медиумско претставување беа застапени на програмата на Радио Про ФМ, вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Емитувани се 1 час и 22 минути прилози во вестите коишто се однесуваат на изборниот процес. Речиси една третина од тоа време е посветено главно на активностите на партијата на Руфи Османи и на коалицијата на НДП со Демократската партија на Турците, околу заедничкиот настап што го имаа на локално ниво (26 минути). Другите две партии од албанскиот политички блок, ДУИ и ДПА, и двете коалиции од македонскиот политички блок добија временски приближно еднаков третман во анализираното издание на вестите. Коалицијата предводена од СДСМ е застапена со 11 минути, ДУИ со 10 минути, ДПА со 9 минути, а Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 7 минути.

Платено политичко рекламирање: НДП е единствениот политички субјект кој закупи термини за платен маркетинг на програмата на Радио Про ФМ. За овој организатор на изборна кампања беа емитувани 1 час и 55 минути платено политичко рекламирање.

Втор круг

Емитувани се само мал обем информации во **вести** (17 минути). Не се следени активностите на двајцата кандидати за градоначалник на Гостивар, Руфи Османи и Невзат Бејта, коишто учествуваа во вториот круг од изборите. Претежно се емитувани општи информации кои се поврзани со изборите (активности на ДИК, невладини организации, државни институции, гласачкото тело).

РАДИО КОМЕТА

Прв круг

Емитовано е само **платено политичко рекламирање** на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, во траење од 2 часа 49 минути и 15 секунди.

ТВ ЧЕГРАНИ МЕДИА

Прв круг

Не емитуваше програма поврзана со изборите.

ДЕБАР

ТВ ДИБРА

Прв круг

Три организатори на изборна кампања имаат закупено вкупно 2 часа 56 минути и 2 секунди од времето на Телевизијата за **платено политичко рекламирање**: ДУИ (1 час 38 минути и 50 секунди), ДПА (44 минути и 4 секунди) и независниот кандидат за градоначалник на Дебар, Ибраим Колари (33 минути и 8 секунди).

РАДИО МЕРЛИН

Прв круг

Не емитуваше програма поврзана со изборите.

ТВ КАНАЛ ТРИ

Прв круг

Два облика на изборно медиумско претставување беа застапени на програмата на ТВ Канал 3, вести и платено политичко рекламирање. Поради одредени технички проблеми при реализацијата на мониторингот, Советот за радиодифузија располага со нецелосни податоци за емитуваниот обем информации во рамки на вестите и за обемот и структурата на платеното политичко рекламирање, и од тие причини не може да ги објави податоците за овој медиум.

ДЕЛЧЕВО

ТВ Д 1

Прв круг

Информациите во вести поврзани со изборната кампања и платеното политичко рекламирање се облиците на изборно медиумско претставување за коишто овој медиум одвои вкупно 17 часа 34 минути и 17 секунди.

Вести: Времетраењето на информациите што се однесуваат на изборниот процес е 2 часа 11 минути и 40 секунди. Слично како и поголемиот број локални медиуми, и ТВ Д1 најголем дел од тоа време отстапи за активностите на двете коалиции, без некој посебен новинарски ангажман да се одвои место за помалите учесници во изборната трка и за независните кандидати. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ беше најзастапена во анализираното централно дневно-информативно издание со време од 49 минути. Двојно помалку простор е отстапен за активностите на Коалицијата предводена од СДСМ (24 минути). Народното движење за Македонија, коешто имаше свој кандидат за градоначалник, и независниот кандидат за градоначалник на Делчево Зоран Македонски, добија по 3 минутен простор за нивните активности. За редовните и активностите во функција на изборна кампања на локалната самоуправа и Владата заедно, одвоени се 16 минути од вестите.

Платено политичко рекламирање: Повикот на медиумот за платено политичко претставување го користат три организатора на изборна кампања, со вкупно закупени 15 часа 22 минути и 37 секунди: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (14 часа 33 минути и 57 секунди), Народно движење за Македонија (46 минути) и Коалицијата предводена од СДСМ (2 минути и 40 секунди).

Втор круг

Во вториот круг се емитувани само информации во **вестите** поврзани со изборниот процес, 1 час и 11 минути. Значително поголем простор е посветен на кампањата што во вториот круг ја водеше владејачката коалиција, со учество и на владини претставници, за промоција на нивниот кандидат за градоначалник на Делчево (46 минути) во споредба со времето одвоено за активностите на кандидатот на опозицијата (7 минути).

РАДИО ЗОРА

Прв круг

Трите организатора на изборна кампања коишто закупија простор за **платено политичко рекламирање** на делчевската телевизија во првиот круг, истото го сторија и на локалната радиостаница. Временски и тука најмногу простор закупи Коалицијата „За подобра Македонија“ (2 часа 39 минути и 10 секунди), потоа следува Коалицијата „Сојуз за иднината“ (1 час 55 минути и 16 секунди) и Народното движење за Македонија (1 час и 18 минути) или вкупно е емитувано 5 часа 52 минути и 26 секунди платено политичко рекламирање.

Втор круг

Во вториот круг, Радио Зора не емитуваше програма поврзана со изборите.

КАВАДАРЦИ

ТВ КТВ

Прв круг

Како и поголемиот број телевизиски програмски сервиси на локално ниво, и ТВ КТВ емитуваше два облика на изборно медиумско претставување, еден со информативен предзнак – вести, и платено политичко рекламирање, како облик на директен пристап до публиката.

Вести: Во текот на 19 дена изборна кампања, во анализираното издание на вестите се емитувани вкупно 6 часа и 41 минута информации поврзани со изборниот процес. Повеќе од една третина од тоа време е отстапено за следење на активностите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (2 часа и 23 минути), а за кампањата на Коалицијата предводена од СДСМ, 1 час и 19 минути. Во вестите е известувано и за активностите на дел од независните кандидати за градоначалник на Кавадарци и на носителите на независни листи за членови на општинскиот совет. Меѓу ни, во најмногу простор во вестите доби независниот кандидат за градоначалник на Кавадарци Панчо Минов (29 минути), па следат Борис Давидов (8 минути) и Зоранчо Бојковски (3 минути), а од независните листи за членови на советот информирано е само за активностите на листата предводена од Ѓорѓи Бебеџаков (11 минути). Значително време од анализираните вести е одвоено за редовните активности на локалната власт и за оние во функција на изборна кампања, 1 час и 2 минути.

Платено политичко рекламирање: Речиси 80% од вкупно емитуваното платено политичко рекламирање (16 часа 26 минути и 26 секунди) на програмата на ТВ КТВ е на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (13 часа и 16 секунди). Преостанатото време е закупено од шест организатора на изборна кампања: Коалицијата предводена од СДСМ (2 часа и 6 минути) и Либералната партија (3 минути), двајца независни кандидати за градоначалник на Кавадарци, Панчо Минов (26 минути) и Борис Давидов (15 минути) и двајца носители на независни листи за членови на совет, Ташо Радњански (31 минута и 10 секунди) и Златко Јованов (5 минути).

Втор круг

Покрај време за вести и платено политичко рекламирање, Телевизија одвои простор и за бесплатно претставување на програмите на двајцата кандидати за градоначалник на Кавадарци што влегоа во вториот изборен круг.

Вести: Две третини од вкупното време во вестите (2 часа и 45 минути) се посветени на кампањите на двете коалиции за промоција на нивните кандидати за градоначалник на Кавадарци и на програмите што ги нудат. Повеќе простор е одвоен за активностите на кандидатот на Коалицијата предводена од СДСМ Бетиан Китев (1 час и 11 минути), во однос на кандидатот на владејачката коалиција Александар Панов (40 минути), на којшто, како актуелен градоначалник, дополнително му се припишуваат и минутите кадешто медиумот ги следел неговите активности како прв човек на општината, редовни или во функција на изборна кампања, често теренски поткрепени од некој владин претставник (вкупно 20 минути). Преостанатото време во вестите го комплетираат обраќањата до гласачите на помалите политички партии и независните кандидати коишто учествуваа на изборите во првиот круг, изразувајќи поддршка за некој од кандидатите за градоначалник.

Бесплатно претставување: Понудената можност, од страна на медиумот, за бесплатно претставување на своите визии за иднината на општина Кавадарци ја користат двајцата кандидати за градоначалник. Временски им беше отстапен подеднаков простор, по 45 минути.

Платено политичко рекламирање: Двете коалиции закупајат термини за платено политичко претставување, вкупно 4 часа и 50 минути, од кои Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ - 4 часа и 15 минути, а Коалицијата предводена од СДСМ - 35 минути.

ТВ ТИКВЕШИЈА

Прв круг

Два облика на изборно медиумско претставување, вести и платено политичко рекламирање, се застапени на програмата на ТВ Тиквешаја.

Вести: Соодносот на емитираните информации коишто се однесуваат на активностите на двете коалиции, процентуално е речиси идентичен со оној кај ТВ КТВ од првиот изборен круг. Една третина од вкупниот обем информации емитирани во вестите за изборите (5 часа и 33 минути) се однесуваат на кампањата на владејачката коалиција „За подобра Македонија“ (1 час и 50 минути). За кампањата на Коалицијата предводена од СДСМ се одвоени 56 минути, а со мал обем информации се следени активностите на помалите партии коишто имале свои кандидати за градоначалник на Кавадарци или соседните општини: СДУ (3 минути), Народно движење за Македонија (2 минути), како и активностите на локално ниво на помалите партии кои се дел од двете коалиции (СПМ 4 минути, ДОМ 3 минути и ВМРО НП 3 минути). ТВ Тиквешаја во рамки на централното анализирано издание на вестите информираше и од средбите со граѓаните на независните кандидати за градоначалник или носители на листа за советници. Меѓу тројцата независни кандидати за градоначалник на Кавадарци, најголем обем информации се емитирани за Зоранчо Бојковски (23 минути), па следат Борис Давидов (13 минути) и Панчо Минов (9 минути), а од активностите на носителите на независни листи за членови на совет - простор е отстапен за кампањите на Ѓорѓи Бебеџаков (11 минути), Олијана Крстева (5 минути) и еден прилог за Ристо Сакалиев. За редовните активности на локалната самоуправа и на владините претставници, какои и за оние во функција на изборна кампања, одвоени се вкупно 51 минута, односно 15% од времето во вестите.

Платено политичко рекламирање: Простор за платен политички маркетинг закупиле шест организатора на изборна кампања со вкупно времетраење од 12 часа 6 минути и 49 секунди. Приближно 90% од тоа време се политички спотови и снимки од митинзи на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (10 часа 44 минути и 9 секунди). Следуваат Коалицијата предводена

од СДСМ (53 минути и 10 секунди), независните кандидати за градоначалник на Кавадарци, Зоранчо Бојковски (11 минути и 40 секунди) и Борис Давидов (6 минути и 20 секунди), носителот на независна листа за членови на совет Ѓорѓи Бебеџаков (8 минути) и Либерална партија (3 минути и 30 секунди).

Втор круг

Покрај вести и платено политичко рекламирање, во вториот круг е емитувано и бесплатно претставување.

Вести: Најголем дел од информациите, повеќе од 2/3 од вкупното време во вестите посветено на изборите (2 часа и 34 минути), се однесуваат на кампањите на двајцата кандидати за градоначалник на Кавадарци кои учествуваа во вториот круг, Александар Панов од Коалицијата „За подобра Македонија“ и Бетиан Китев од Коалицијата „Сојуз за иднината“. И ТВ Тиквешија повеќе простор одвои за кампањата на Бетиан Китев (1 час), во однос на кампањата на Александар Панов - 49 минути, којшто како актуелен градоначалник доби уште 4 минути медиумско време за неговите редовни активности и за оние во функција на изборна кампања. Преостанатото време во вестите го комплетираат обраќањата до гласачите на помалите политички партии и независните кандидати коишто учествуваа на изборите во првиот круг, изразувајќи поддршка за некој од кандидатите за градоначалник.

Бесплатно претставување: Двајцата кандидати за градоначалник на Кавадарци добија подеднакво време за бесплатна промоција пред гледачите, по 25 минути.

Платено политичко рекламирање: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ закупи 4 часа и 8 минути простор за платено политичко претставување, а Коалицијата предводена од СДСМ 37 минути, или вкупно на програмата на ТВ Тиквешија биле емитувани 4 часа и 45 минути ППР.

РАДИО КАВАДАРЦИ

Прв круг

Дури 13 организатори на изборна кампања закупиле простор за **платено политичко рекламирање** на програмата на Радио Кавадарци со вкупно времетраење од 2 часа 20 минути и 36 секунди. Двете големи коалиции на програмата на оваа радиостаница, комерцијално се присутни речиси подеднакво: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (39 минути и 25 секунди), а Коалицијата предводена од СДСМ (38 минути и 51 секунда). Уште пет политички партии, тројца независни кандидати за градоначалник на Кавадарци и тројца носители на независни листи за членови на општинскиот совет се промовирале преку платено политичко рекламирање: Народно движење за Македонија (4 минути и 40 секунди), СДУ (5 минути и 10 секунди), СДПМ (2 минути), Либерална партија (5 минути и 30 секунди), Сојуз на титови леви сили (2 минути), Зоранчо Бојковски (5 минути и 45 секунди), Борис Давидов (8 минути), Панчо Минов (1 минута и 30 секунди), Ташо Радњански (10 минути), Ѓорѓи Бебеџаков (12 минути) и Ристо Сакалиев (5 минути и 45 секунди).

РАДИО ГАЛАКСИ 2002

Прв круг

Емитувано е само **платено политичко рекламирање**, со вкупно времетраење од 2 часа 19 минути и 10 секунди, на три организатора на изборна кампања - за Коалицијата предводена од

СДСМ 2 часа 2 минути и 10 секунди, независниот кандидат за градоначалник на Кавадарци, Борис Давидов 13 минути и Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ 4 минути.

КИЧЕВО

ТВ УСКАНА

Прв круг

Вкупно 12 часа 14 минути и 24 секунди програма поврзана со изборите е емитувана на оваа кичевска телевизија, распределена во 5 облици на изборно медиумско претставување, четири со информативен предзнак: вести (2 часа и 27 минути), интервјуа (1 час и 47 минути), дебатни емисии (27 минути) и информативна програма (2 часа и 10 минути), и платено политичко рекламирање како облик на директен пристап до публиката (5 часа 23 минути и 24 секунди).

Вести: Околу 58% од прилозите во анализираните вести се однесуваат на кампањата на ДУИ (1 час и 25 минути). Во вестите е известувано и од активностите на другите политички субјекти коишто имаа свои кандидати за градоначалник на Кичево, но со значително помал обем од времето отстапено за ДУИ. За активностите на коалицијата што ја формираа ВМРО ДПМНЕ и СДСМ на локално ниво за општина Кичево, беа одвоени 11 минути, а ДПА и НДП беа застапени со по 5 минути во вестите.

Интервјуа: Емитувани се три интервјуа, едно со лидерот на ДУИ Али Ахмети, второто со кандидатот за градоначалник на Кичево од оваа партија, Фатмир Дехари и третото со Беким Кадриу, универзитетски професор.

Дебата: Реализирана е една дебатна емисија со претставници од трите големи партии на Албанците во Македонија - ДУИ, ДПА и НДП.

Информативна програма: Во трите изданија на емисијата „Кичево преку неделата“, емитувана за време на викендите, телевизијата поместува настани кои претходно ја одбележале неделата и кои биле дел од вестите. Поголем дел од настаните се однесуваат на изборните активности на ДУИ и на нејзиниот кандидат за градоначалник на Кичево.

Платено политичко рекламирање: Три организатора на изборна кампања закупиле вкупно 5 часа 23 минути и 24 секунди од програмата на ТВ Ускана за платено политичко презентирање на своите изборни програми. Најголем дел од тоа време е на ДУИ (4 часа 32 минути и 51 секунда), а значително помалку простор за политички маркетинг имаат НДП (38 минути и 11 секунди) и ДПА (12 минути и 22 секунди).

ТВ ГУРПА

Прв круг

Во текот на изборната кампања, емитувани се вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Вкупно се емитувани 3 часа и 27 минути информации поврзани со изборниот процес во анализираното издание на вестите. Најголем дел од информациите се однесуваат на кампањата на ДУИ (2 часа и 9 минути), што е околу 63% од вкупното време на вестите. Застапеноста на другите политички субјекти, коишто имаа свои кандидати за градоначалници на Кичево, во вестите

на ТВ Гурра е минимална. Одвоени се вкупно 19 минути за активностите на три организатора на изборна кампања: коалицијата меѓу ВМРО ДПМНЕ и СДСМ за општина Кичево (7 минути), НДП (7 минути) и ДПА (5 минути).

Платено политичко рекламирање: ДУИ е единствената политичка партија со закупен простор на програмата на ТВ Гурра, со времетраење од 1 час 13 минути и 2 секунди.

ТВ БОЕМ

Прв круг

Емитовано е само **платено политичко рекламирање**, на еден организатор на изборна кампања - Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (2 часа 11 минути и 42 секунди).

РАДИО АКОРД

Прв круг

Политички огласи и соопштенија, како форми на **платено политичко рекламирање**, со вкупно траење од 24 минути и 1 секунда, се емитувани за два политички субјекта: ВМРО НП (22 минути и 49 секунди) и на Коалицијата предводена од СДСМ (1 минута и 12 секунди).

РАДИО АЛЕКСАНДАР МАКЕДОНСКИ

Прв круг

Поздрави и честитки на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ по повод 8 Март, Денот на жената, означени соодветно како **платено политичко рекламирање**, во траење од 9 минути, се единствената содржина емитувана на програмата на оваа радиостаница за време на изборната кампања.

РАДИО УСКАНА ПЛУС

Прв круг

Емитувани се само информации во **вести** поврзани со изборниот процес, со вкупно времетраење од 1 час и 4 минути. Скоро 2/3 од тоа време се однесува на активностите на ДУИ (40 минути). За кампањите на другите две партии од албанскиот политички блок, ДПА и НДП, вкупно се одвоени незначителни 30 секунди. Нешто поголем простор е отстапен за активностите што на локално ниво ги имала коалицијата меѓу ВМРО ДПМНЕ и СДСМ (8 минути).

РАДИО МЕДИСОН

Прв круг

Не емитуваше програма поврзана со изборите.

Припаѓа на малата група медиуми коишто емитуваа повеќе облици на изборно медиумско претставување: вести, бесплатно политичко претставување, дебатни емисии, информативна програма и платено политичко рекламирање.

Вести: Простор во вестите е отстапен за активностите на двете коалиции и минимално за кампањата што ДОМ ја водеше на локално ниво, независно од Коалицијата „За подобра Македонија“, на којашто припаѓа. Половина од вкупното време на анализираниите прилози коишто се однесуваат на изборниот процес (2 часа и 25 минути), е резервирано за двете големи коалиции. За кампањата на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ се одвоени 41 минута, за Коалицијата „Сојуз за иднината“ 30 минути, а за ДОМ 4 минути. За кандидатурите на дел од другите учесници во изборите на локално ниво со свои листи за членови на кочанскиот совет, во вестите на ТВ Канал 8 е одвоена само 1 минута (СДПМ, Народното движење за Македонија и независниот носител на листа за советници Рами Велинов). За активностите на локалната самоуправа, било да се редовни или во функција на изборна кампања, посветени се 22 минути.

Дебатни емисии: Реализирани се две дебатни емисии со кандидатите за градоначалници на општините Зрновци и Кочани од редовите на двете големи коалиции. Во дебатната емисија посветена на општината Зрновци, поканети се и кандидатите за градоначалник од СДПМ и СДУ, но не присуствуваа, за што медиумот уредно извести во текот на програмата. Во втората емисија, посветена на Кочани, гости во студиото биле Ратко Димитровски и Миле Андонов, кандидати за градоначалничката функција од Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, односно Коалицијата предводена од СДСМ.

Информативна програма: Во рамки на емисијата „Версус“, емитувани се три прилога – разговори со претседателите на општинските изборни комисии од Кочани, Зрновци и Чешиново-Облешево, околу нивната подготвеност за Локалните избори. Емисијата и разговорите се дополнително репризирани.

Бесплатно претставување: Можноста за бесплатно обраќање до гласачите ја искористи само кандидатот за градоначалник на општина Зрновци од редовите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ. Медиумот извести дека понуда за бесплатно политичко претставување им била дадена и на другите кандидати, но не ја искористиле.

Платено политичко рекламирање: Емитувани се 7 часа 11 минути и 37 секунди на двете коалиции: Коалицијата „За подобра Македонија“ (4 часа и 24 минути) и Коалицијата „Сојуз за иднината“ (2 часа 47 минути и 37 секунди).

Во вториот круг се емитувани само информации во **вести**, со вкупно времетраење од 54 минути. Информирано е од активностите на двете коалиции, за двајцата кандидати за градоначалник на Кочани коишто се натпреваруваа во вториот изборен круг, Ратко Димитровски од Коалицијата „За подобра Македонија“ (18 минути) и Миле Андонов од Коалицијата „Сојуз за иднината“ (14 минути). За активностите на градоначалниците од кочанскиот регион, редовни или во функција на изборна кампања, се посветени 5 минути, а за предизборните активности на владините претставници, коишто посетата на овој регион ја искористија најчесто во функција на изборна кампања, 8 минути.

ТВ КОЧАНИ ЛД

Прв круг

На програмата и на оваа кочанска телевизија одвоен е простор за повеќе облици на изборно медиумско претставување (четири): вести, дебатни емисии, интервјуа и платено политичко рекламирање, а вкупно се емитувани 15 часа и 17 минути програма поврзана со изборниот процес.

Вести: Над 90% од информациите во вестите коишто се однесуваат на изборите, се поврзани со кампањите на двете коалиции. Информации за други организатори на изборна кампања, коишто имаа свои кандидати за градоначалници на Кочани или на некоја од соседните општини, како и листи за членови на советите, не се емитувани. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ во вестите е двојно позастапена во однос на Коалицијата предводена од СДСМ. За активностите на владејачката коалиција е одвоени 1 час и 1 минута, а за „Сојузот за иднината“ 27 минути.

Дебата: Реализиран е дуел меѓу Ратко Димитровски и Миле Андонов, кандидати за градоначалник на Кочани од Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, односно Коалицијата предводена од СДСМ.

Интервју: Гостин во студиото на ТВ Кочани ЛД, во рамки на емисијата „Отворено со политичарите“, беше пратеникот од редовите на ВМРО ДПМНЕ, Влатко Ѓорчев, со којшто беше разговарано на тема избори.

Платено политичко рекламирање: Двете коалиции застапени во вестите имаат закупено простор и за платен политички маркетинг, со вкупно времетраење од 10 часа 33 минути и 40 секунди. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ закупила 9 часа 58 минути и 35 секунди, а Коалицијата предводена од СДСМ, 35 минути и 5 секунди.

Втор круг

Три облици на изборно медиумско претставување понуди Телевизијата во вториот изборен круг: вести, интервјуа, платено политичко рекламирање.

Вести: Емитуван е мал обем информации поврзани со изборите (39 минути) што е методолошки неподатливо за анализа.

Интервју: И во вториот круг од изборите, гостин на програмата на ТВ Кочани ЛД, беше пратеникот од редовите на ВМРО ДПМНЕ, Влатко Ѓорчев.

Платено политичко рекламирање: Единствено Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ закупи простор за платено политичко промовирање, со траење од 3 часа 38 минути и 47 секунди.

РАДИО КОЧАНИ ФМ

Прв круг

Единствен од кочанските медиуми којшто не понудил повеќе облици на изборно медиумско претставување, освен **платено политичко рекламирање**. Простор за платена самопромоција и тука закупија двете коалиции, „За подобра Македонија“ (14 минути и 45 секунди) и „Сојуз за иднината“ (7 минути и 35 секунди), или вкупно 22 минути и 20 секунди.

КРАТОВО

ТВ СИТЕЛ 2

Прв круг

Платеното политичко рекламирање е единствениот облик на изборно медиумско претставување застапен на програмата на овој телевизиски програмски сервис. Интерес за платена промоција пројави само еден организатор на изборна кампања, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (4 часа 52 минути и 15 секунди).

КРИВА ПАЛАНКА

ТВ ЗЛАТЕН КАНАЛ

Прв круг

Три облици на изборно медиумско претставување се застапени на програмата на Телевизијата: вести, интервју и платено политичко рекламирање.

Вести: Во анализираното централно издание на вестите, вкупно се емитувани 1 час и 18 минути информации поврзани со изборниот процес. Следени се кампањите на три учесника во изборната трка: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (31 минута), Коалицијата предводена од СДСМ (8 минути) и на ДОМ (4 минути), со нејзините активности на локално ниво околу листата за советници, поднесена независно од владејачката коалиција, на којашто и припаѓа. Една третина од вкупниот обем емитувани информации поврзани со изборите се однесуваат на активностите на локалната самоуправа, редовни или во функција на изборна кампања.

Интервју: Од телевизија Сител 3 преземено е едно издание од емисијата „Јади бурек“, во коешто гостин во студиото е новинарот Драган Павловиќ – Латас, а тема на разговор се локалните избори.

Платено политичко рекламирање: Емитуваните 14 часа 47 минути и 13 секунди платена политичка програма се на два организатора на изборна кампања, доминантно на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (14 часа 45 минути и 52 секунди) и минимално на Коалицијата предводена од СДСМ (1 минута и 21 секунда).

КУМАНОВО

ТВ ХАНА

Прв круг

Во текот на изборната кампања, емитувани се два облика на изборно медиумско претставување: вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Емитуван е мал обем информации поврзани со изборниот процес во рамки на анализираното централно дневно-информативно издание. Вкупно се емитувани 34 минути

посветени на изборните кампањи на 5 политички субјекта: Демократската унија за интеграции (16 минути), ДПА (9 минути), Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (5 минути) и по две минути се одвоени за активностите на Коалицијата предводена од СДСМ и за НДП.

Платено политичко рекламирање: Демократската унија за интеграции е единствениот организатор на изборна кампања што закупи платен простор на програмата на ТВ Хана, во траење од 2 часа 21 минута и 55 секунди.

ТВ ФЕСТА

Прв круг

Информации во вести, дебатна емисија и платено политичко рекламирање се застапени на програмата на оваа кумановска телевизија.

Вести: Малиот обем активности што го имаа на локално ниво организаторите на изборна кампања од албанскиот политички блок, покрај во вестите на ТВ Хана се потврдува и преку емитуваниот обем информации на програмата на ТВ Феста, вкупно 31 минута посветени на изборниот процес. Следени се активностите на истите 5 политички субјекти: Демократската унија за интеграции (13 минути), ДПА (8 минути), НДП (6 минути) и по 2 минути се отстапени на активностите на двете коалиции, „За подобра Македонија“ и „Сојуз за иднината“.

Дебата: Соочување на ставовите во студиото на ТВ Феста имаше меѓу кандидатите за градоначалник на Куманово од следниве политички опции: ДУИ (А. Арифџи), Коалицијата предводена од СДСМ (З. Дамјановски), ДПА (Х. Куртиши) и независниот кандидат Виктор Цветковски. Водителот напоменува дека кандидатот на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, Зоран Ѓорѓиевски, кој бил поканет, нема да учествува во дебатата.

Платено политичко рекламирање: Понудениот простор на медиумот за платена презентација го користат три политички субјекта: ДУИ (2 часа 37 минути и 28 секунди), НДП (30 минути и 1 секунда) и ДПА (9 минути), или вкупно биле емитувани 3 часа 16 минути и 29 секунди платено политичко рекламирање.

ТВ ДАЛГА КРТ

Прв круг

Два облика на изборно медиумско претставување понуди телевизијата во текот на изборната кампања: вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Емитувани се 1 час и 48 минути информации во анализираните вести коишто се однесуваат на изборниот процес. Следени се исклучиво активностите што Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (1 час и 29 минути) ги имала на локално ниво и активностите на владините претставници, што во насока на изборната кампања, ги имале во општина Куманово (10 минути). Информации за другите организатори на изборна кампања, политички субјекти и независни кандидати, коишто учествуваа со свои кандидати за градоначалници во општините од кумановскиот регион или со листи за советници, не се емитувани во анализираното дневно-информативно издание на ТВ Далга Крт.

Платено политичко рекламирање: Само Коалицијата „За подобра Македонија“ има закупено простор за платена промоција во траење од 20 часа 37 минути и 47 секунди.

Покрај вести и платено политичко рекламирање, во вториот круг е емитувано и едно интервју на програмата на ТВ Далга Крт.

Вести: Во рамки на вестите и изборната хроника, се емитувани информации само за кампањата на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ и за нејзиниот кандидат за градоначалник на Куманово (1 час и 20 минути). За опозициската коалиција и за нејзиниот кандидат кој учествуваше во вториот круг од изборите, не се емитувани прилози.

Интервју: Реализирано е едно интервју, со кандидатот за градоначалник од редовите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ Зоран Ѓорѓиевски.

Платено политичко рекламирање: Само владејачката коалиција закупи термини за платено политичко рекламирање – 7 часа 6 минути и 30 секунди.

ТВ НОВА

Прв круг

Емитувани се вкупно 16 часа 11 минути и 6 секунди програма поврзана со изборите, распределена во три облици на изборно медиумско претставување, два со информативен предзнак (вести и дебатни емисии) и платено политичко рекламирање, како облик на директен пристап до публиката.

Вести: Повеќе од половина (54%) од вкупното време посветено на изборите во рамки на анализираното централно издание на вестите (7 часа и 5 минути) се однесува на активностите што двете големи коалиции ги имале во кумановскиот регион. Точно 2 часа се одвоени за известување од митинзите, средбите со граѓаните, прес-конференциите организирани од страна на Коалицијата предводена од СДСМ, за промоција на нејзиниот кандидат за градоначалник на Куманово и листата со кандидати за советници. Нешто помалку време (1 час и 51 минута) е отстапено во вестите за предизборните активности на владејачката Коалиција „За подобра Македонија“. Меѓу независните кандидати за градоначалник на Куманово или за советници, најмногу простор е отстапен за кандидатот за градоначалник Виктор Цветковски. Речиси 1/5 од времето во вестите (1 час и 17 минути) се посветени на активностите на овој независен кандидат. Другите независни кандидати, било за градоначалник било за советници, не добиле простор во вестите. За разлика од другите кумановски телевизии, ТВ Нова во вестите ги следеи и активностите на помалите политички субјекти коишто имаа свои кандидати и одвои простор согласно нивните активности. Известувано е и од кампањите на следниве организатори на изборна кампања: Српска напредна странка (34 минути), СДПМ (28 минути), ДОМ (21 минута), Сојуз на титови леви сили (13 минути), ЛДП (6 минути), ДУИ (3 минути), НДП (3 минути) и по еден прилог (по 1 минута) за ДПА, за Сојуз на Ромите, за ВМРО НП и за СДУ.

Дебата: Реализирана е едночасовна дебатна емисија во којашто своите програми ги сопоставиле кандидатите за градоначалник на Куманово: Фатри Салиу од ДПА, Предраг Божовиќ од Српска напредна странка, Виктор Цветковски, независен кандидат за градоначалник и Зоран Дамјановски од Коалицијата предводена од СДСМ. Медиумот извести дека кандидатот за градоначалник од Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ Зоран Ѓорѓиевски, поради здравствени причини, го откажал учеството во дебатата.

Платено политичко рекламирање: Пет организатори на изборна кампања закупија вкупно 8 часа 6 минути и 6 секунди од програмата на ТВ Нова за платено политичко рекламирање. Најмногу простор за платено промовирање има Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (5 часа и 38 секунди), а потоа следуваат: Коалицијата предводена од СДСМ (1 час 54 минути и 21 секунда),

независниот кандидат за градоначалник Виктор Цветковски (53 минути и 48 секунди), Српска напредна странка (11 минути и 19 секунди) и ДОМ (6 минути).

Втор круг

Два облика изборно медиумско претставување се застапени на програмата на ТВ Нова во вториот изборен круг: вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Еден час и триесет и две минути информации посветени на изборниот процес, се емитувани во рамки на анализираните вести. Следени се активностите на двете коалиции и на нивните кандидати за градоначалник на Куманово, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (56 минути) и Коалицијата предводена од СДСМ (32 минути). Преостанатите 4 минути се прилози од прес-конференциите на коалиционите партнери на СДСМ - ВМРО НП и ЛДП.

Платено политичко рекламирање: Двете коалиции купија вкупно 44 минути за платено политичко претставување, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ 29 минути и Коалицијата предводена од СДСМ 15 минути.

РАДИО АЉБАНА

Прв круг

Емитувана е само едночасовна **дебатна емисија** со шефовите на изборните штабови на ДУИ и на ДПА. Медиумот информираше дека бил поканет и шефот на изборниот штаб на НДП, но тој не присуствува на дебатата.

РАДИО БРАВО

Прв круг

Платеното политичко рекламирање е единствениот облик на изборно медиумско претставување емитувано на програмата на ова кумановско радио. Простор за платена себепрезентација купи само Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, со траење од 15 минути.

РАДИО ЈЕХОНА

Не емитуваше програма поврзана со изборите.

РАДИО КМР

Не емитуваше програма поврзана со изборите.

МАКЕДОНСКИ БРОД

РАДИО МОРИС ПЛУС

Не емитуваше програма поврзана со изборите.

ПЛАСНИЦА

ТВ АНИСА

Прв круг

Телевизијата исклучиво во рамки на вестите информираше за активностите на организаторите на изборна кампања и на кандидатите за градоначалници.

Весту: Во анализираното дневно-информативно издание на ТВ Аниса се емитувани вкупно 29 минути информации кои се однесуваат на изборите. Од ова време најмногу се информира за активностите на ДУИ (11 минути), за активностите на Демократска партија на Турците на Македонија (6 минути) и за Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (5 минути), додека преостанатото време од 7 минути се однесува на општи информации за Изборите без да бидат наведени субјекти.

РАДИО МИС 2008

Прв круг

Активностите на организаторите на изборна кампања и на кандидатите за градоначалници се застапени во многу мал обем (методолошки неподатлив за анализа) и тоа исклучиво во вестите на радио Мис 2008.

МАКЕДОНСКА КАМЕНИЦА

РАДИО МАКЕДОНСКА КАМЕНИЦА

Не емитуваше програма поврзана со изборите.

НЕГОТИНО

РАДИО ПРОДУКЦИЈА ЛГН

Прв круг

Неготинското радио, Радио Продукција ЛГН, кое во етерот се јавува под името Енерџи радио, во текот на предизборната кампања главно го користеше платеното политичко претставување за запознавање на слушателите со кандидатите за Локалните избори. Иако радиото емитува кратки вести, податоците кои се добиени и краткото времетраење на прилозите поврзани со изборите не даваат можност за соодветна анализа.

Платено политичко рекламирање: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ најмногу ја користи можноста преку платена политичка програма на Радио Продукција ЛГН, да ја добие довербата на гласачите и има закупено 3 часа 4 минути и 54 секунди. Останатите политички субјекти се одлучија за помал обем платено политички реклами, и тоа по следниот редослед: Народно движење за Македонија со 1 час 33 минути и 29 секунди, Коалицијата предводена од СДСМ еден час една минута и една секунда, кандидатката Маја Митрова - Стевановиќ 16 минути и 18 секунди и СДУ 13 минути и 41 секунда.

РАДИО ПУЛС

Прв круг

Платеното политичко рекламирање е единствениот облик на изборно медиумско претставување застапен и на ова неготинско радио. Вкупното времетраење од 1 час 49 минути и 10 секунди е распределено на еден политички субјект и еден независен кандидат: Коалицијата предводена од СДСМ со 1 час 36 минути и 10 секунди и независниот кандидат Ташо Радњански со 13 минути.

ОХРИД

ТЕЛЕВИЗИЈА ТВМ

Прв круг

Програмата поврзана со изборите емитувана на ТВМ изнесува вкупно 14 часа 37 минути и 44 секунди, претставена преку три облика на изборно медиумско претставување: информативна програма, интервјуа и платено политичко рекламирање.

Вести: Содржините во вестите на ТВМ, кои се поврзани со изборите, имаат вкупно времетраење од 4 часа и 24 минути. Во тоа време најмногу застапени се Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 1 час и 59 минути и Коалицијата предводена од СДСМ со 1 час и 28 минути. Со значително помало време во вестите се застапени Социјалдемократската унија, Демократската обнова на Македонија, како и самостојните кандидати Павел Поповски, Александар Станкоски, Кујтим Усејни и Зоран Стевоски. Потребно е да се одбележи дека застапеноста на двете коалиции во вестите се однесува и на нивниот неформален заеднички настап, кога се информира за општината Струга.

Интервјуа: Овој вид програма е емитувана со вкупно времетраење од 2 часа и 28 минути. Всушност, се работи за три емисии, од кои првата со времетраење од 42 минути е со учество на кандидатите од Коалицијата предводена од СДСМ: Александар Петрески, кандидат за градоначалник на Охрид, Јован Стојаноски, носител на советничката листа на СДСМ и на Томислав Тунтев, кандидат за советник од СДСМ. Втората емисија е со времетраење од 42 минути и е претставен д-р Никола Бакрачески - кандидат за градоначалник на Охрид од страна на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ. Во третата емисија со времетраење 52 минути, гостин е Владимир Пешевски - вицепремиер во Владата на Република Македонија.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење на платеното политичко рекламирање изнесува 7 часа 45 минути и 44 секунди. Од вкупното времетраење најголемо е учеството на Коалиција предводена од СДСМ, кое изнесува 6 часа 48 минути и 59 секунди. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ учествува со 47 минути и 20 секунди, додека со мало времетраење се застапени самостојните кандидати Павел Поповски - 7 минути и 55 секунди и Александар Станкоски - 1 минута и 30 секунди.

РАДИО ЛАВ

Прв круг

Радио Лав емитуваше вкупно 3 часа и 38 минути програмски содржини поврзани со изборите. Радиото емитуваше платено политичко рекламирање во текот на кампањата и неколку интервјуа.

Интервјуа: Емитувани се две интервјуа, првото со независниот кандидат поддржан од СДУ Васил Ристески со времетраење од 13 минути и второто со кандидатот за градоначалник од Коалицијата предводена од СДСМ, Александар Петрески со времетраење од 32 минути.

Платеното политичко рекламирање беше застапено со вкупно 2 часа 53 минути и 9 секунди. Значително учество има реализирано за самостојниот кандидат Павел Поповски 2 часа 9 минути и 8 секунди. За Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има 27 минути и 10 секунди, за СДУ 13 минути и 10 секунди и за Коалицијата предводена од СДСМ 3 минути и 41 секунди.

ТВ МОРИС

Прв круг

Политичкото претставување на кандидатите за локалните избори беше реализирано преку платеното политичко претставување и преку вестите на Телевизијата Морис и изнесуваше вкупно 17 часа 53 минути и 58 секунди.

Вести: За активностите на двете коалиции во анализираното издание на вестите на ТВ Морис одвоено е повеќе од половината од вкупно емитуваното време поврзано со избори (1 час и 45 минути). Известување од изборните активности на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ е застапено со 41 минута, а 25 минути се одвоени за кампањата на Коалицијата предводена од СДСМ. Позначително време е одвоено уште за активностите што на локално ниво ги имала СДУ во времетраење од 20 минути.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење на платеното политичко рекламирање изнесува 16 часа и 56 минути. Од политичките субјекти со истакнати кандидати за Локалните избори во оваа општина, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ најмногу ја искористи програмата на ТВ Морис, преку платена политичка програма, да ја добие довербата на гледачите. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ закупи вкупно 14 часа 50 минути и 9 секунди. Останатите политички субјекти се одлучија за многу помал обем платено политичко рекламирање и

тоа по следниот редослед: кандидатот Павел Поповски - 23 минути и 8 секунди, Коалицијата предводена од СДСМ - 17 минути и 20 секунди, СДУ - 8 минути и 45 секунди, Александар Станкоски - 8 минути и 26 секунди, ДОМ - 4 минути, Зоран Стевоски - 6 минути и 16 секунди и Љупчо Настоски - 2 минути и 52 секунди.

ТВ НТВ

Прв круг

Политичкото претставување на кандидатите за локалните избори беше реализирано преку платеното политичко рекламирање и преку вестите на Телевизија НТВ и изнесуваше вкупно 17 часа 50 минути и 50 секунди.

Вести: Вкупното времетраење на прилозите во вестите на ТВ НТВ, кои беа анализирани за време на изборната кампања, изнесува 5 часа 50 минути и 50 секунди. За активностите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ во анализираното издание на вестите на ТВ НТВ одвоено е повеќе од 60 проценти од вкупно емитуваното време поврзано со изборите или 3 часа и 31 минути. Известување од изборните активности на Коалицијата предводена од СДСМ е застапено со 20,76 проценти од времето и изнесува 1 час 12 минути и 50 секунди. Останатото време, помалку од 20 проценти, е отстапено за известување за локалната самоуправа, други субјекти или без споменување на субјекти, за активностите на Партијата за европска иднина, Социјалдемократската партија на Македонија, Демократска обнова на Македонија и Социјалдемократска унија, како и за независните кандидати Васил Радиноски, Павел Поповски, Александар Станкоски и Зоран Стевоски. Во структурата на вестите доминираат прилозите за активностите на организаторите на изборна кампања и на кандидатите со речиси 90 проценти. Остатокот од структурата на вестите се другите теми поврзани со изборите, активностите на ДИК и на други органи, редовните активности на органите на власта и активностите на органите на власта во функција на изборната кампања.

Платено политичко рекламирање: Вкупното време одвоено за политичко рекламирање на ТВ НТВ изнесуваше 12 часа. Можноста преку платено политичко рекламирање да се мотивираат и добијат гласовите на гледачите на оваа телевизија најмногу ја искористи Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 8 часа и 50 минути. На второто место е Коалицијата предводена од СДСМ со 1 час и 40 минути. Трет е кандидатот Павел Поповски со 45 минути. Со помалку платено рекламирање се појавуваат кандидатот Васил Радиноски со 20 минути, ДОМ со 15 минути и СДУ со 10 минути.

РАДИО МХ

Прв круг

На програмата на Радио МХ беа за време на изборната кампања се користеа два облика изборно медиумско претставување: вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Во анализираното издание на вестите на МХ Радио е информирано за активностите на повеќе политички субјекти, меѓутоа во несразмерен сооднос. Повеќе од 88 проценти од информациите во вестите се однесуваат на Коалицијата предводена од ВМРО – ДПМНЕ, или со вкупно времетраење од 3 часа 34 минути и 30 секунди, додека пак на Коалицијата предводена од СДСМ посветени и се 19 минути и 30 секунди или само 8 проценти, од вкупното времетраење. Сосема незначително време е отстапено на независните кандидати Александар Станкоски и Павел Поповски и на Демократската унија за интеграции. Скоро целото време на вестите, што се однесува на изборниот процес (4 часа и 2 минути) е отстапено за известување за активностите на организаторите на изборната кампања и на кандидатите и се известува од митинзите, средбите со граѓаните, прес-конференциите, а помалку од еден процент претставуваат прилози за активности

на органите на власта во функција на изборна кампања и други теми поврзани со изборниот процес.

Платено политичко рекламирање: Три организатори на изборна кампања имаат закупено простор за платено политичко рекламирање на МХ Радио со вкупно времетраење од 9 минути и 20 секунди. Трите субјекти времето го поделиле на следниот начин: Коалицијата предводена од СДСМ - 4 минути, потоа Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ - 3 минути и 20 секунди и Павел Поповски - 2 минути.

СУПЕР РАДИО

Прв круг

Оваа радио станица за изборните активности на организаторите на изборна кампања информираше исклучиво во рамките на вестите.

Вести: Супер Радио емитуваше вкупно 2 часа и 43 минути прилози во рамките на вестите, кои според тематската структура, над 90 проценти претставуваат известување за активностите на организаторите на изборната кампања и на кандидатите. Во структурата на вестите според политички субјекти, најмногу е застапена Коалицијата предводена од ВМРО – ДПМНЕ со 52,76 проценти од вкупното времетраење, или со 1 час и 26 минути. За Коалицијата предводена од СДСМ регистрирани се 43 минути, односно 26,38 проценти од вкупното времетраење. Помалку време е издвоено за активностите на локалната самоуправа, за активности на Владата на Република Македонија, Социјалдемократска партија на Македонија, за независните кандидати Александар Станкоски, Павел Поповски и Зоран Стевоски.

РАДИО ОХРИД

Прв круг

На програмата на ова радио забележани се три облици на претставување на кандидатите: вести, интервјуа и платено политичко рекламирање.

Вести: Анализираниот дел на вестите на Радио Охрид вкупно изнесува 1 час 47 минути и 50 секунди, а активностите на организаторите на изборна кампања и на кандидатите како тематска структура на вестите претставуваат 83,31 проценти од тоа време. Во структурата на вестите според политички субјекти, предничи Коалицијата предводена од ВМРО – ДПМНЕ со 48,27 проценти од вкупното времетраење, или со 53 минути и 30 секунди, зад неа е Коалицијата предводена од СДСМ со вкупно времетраење од 34 минути и 20 секунди, односно 30,98 проценти од вкупното времетраење. Помалку време е издвоено за активностите на следните субјекти предадено редоследно: СДУ, кандидатите Љупчо Настоски и Павел Поповски, по нив ДПА, кандидатот Васил Радиноски и Либералната партија.

Интервју: Емитовано е едно интервју со д-р Никола Бакрачески, кандидат за градоначалник од редовите на Коалицијата предводена од ВМРО – ДПМНЕ, во кое дава оценка за предизборната кампања, ја образложува својата програма и ги најавува проектите кои би ги реализирал како иден градоначалник. Интервјуто е со времетраење од 30 минути.

Платеното политичко рекламирање како облик на изборно медиумско претставување беше застапено многу малку на програмата на Радио Охрид со вкупно времетраење од 5 минути и 19 секунди. Преку Радиото, платено се промовирале: Коалицијата предводена од ВМРО – ДПМНЕ (2 минути и 54 секунди), Коалицијата предводена од СДСМ (една минута и 43 секунди) и независниот кандидат Павел Поповски (42 секунди).

ПРИЛЕП

ТВ ВИЖН БМ

Прв круг

Вести и платено политичко рекламирање се емитувани на програмата на оваа телевизија од Прилеп, дополнети со интервју за изборите и изборните кампањи со претставник на невладината организација АГТИС.

Вести: За активностите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ во анализираното издание на вестите на ТВ Вижн БМ се одвоени 68 проценти од вкупно емитуваното време поврзано со избори (3 часа и 31 минути). По ова следуваат активностите на Коалицијата предводена од СДСМ (37 минути и 27 секунди), а потоа следува локалната самоуправа со 23 минути. Во вестите со помало времетраење одбележани се активностите и на следните субјекти: Народно движење за Македонија, Либерална партија, Социјалистичка партија на Македонија, Македонска алијанса, ПОДЕМ - Партија на обединети демократи за Македонија, ДОМ и Социјалдемократска унија.

Интервју: Реализирано е едно интервју од триесет минути со претставник на невладината организација АГТИС, Александар Цветкоски, кое е емитувано два пати на програмата. Темата на интервјуто е: изборите и изборните кампањи, односно политичките програми на партиите за изборите и триковите кои ги користат за привлекување гласачи.

Платено политичко рекламирање: Вкупното време за платено политичко рекламирање изнесува 12 часа 7 минути и 8 секунди. Најголемата зачестеност на емитување платена политичка програма на оваа телевизија ја има Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ и изнесува 10 часа 26 минути и 8 секунди. Коалицијата предводена од СДСМ учествува со 41 минути, потоа следуваат Социјалдемократската унија со 23 минути, НДП со 19 минути и ДОМ со 18 минути платено политичко рекламирање.

РАДИО 5 ЧОКИ

Прв круг

Радиото емитуваше само кратки агенциски вести. Анализата покажува дека во содржината на вестите не се покриени активностите на организаторите на изборна кампања.

РАДИО МЕФФ

Прв круг

Радио станицата емитуваше кратки вести и мал обем платено политичко рекламирање.

Вести: Во анализираното издание на вестите на Радио Мефф е информирано за активностите на организаторите на изборна кампања и на кандидатите за локалните избори, за други теми поврзани со изборите и на активностите на ДИК и на други органи, но времето е премногу кусо за да биде методолошки оправдано да се извлекуваат оценки

Платено политичко рекламирање: Три организатора на изборна кампања закупа простор за платено политичко рекламирање (вкупно 18 минути). Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има 10 минути, а останатото времето со по 4 минути, го поделиле Коалицијата предводена од СДСМ и независниот кандидат Љубе Прстиженовски.

РАДИО ХОЛИДЕЈ

Прв круг

Радио станицата емитува вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Активностите на организаторите на изборна кампања и на кандидатите за локалните избори, тематски доминираат во содржината на вестите на радио Холидеј. Информирањето во најголем дел се однесува на активностите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ – 1 час 28 минути и 34 секунди, со две третини од информациите, а радиото исто така информира и за активностите на Коалицијата предводена од СДСМ – 25 минути и 49 секунди и за Народното движење за Македонија- 1 минута и 58 секунди. Во вестите е информирано и за активностите на локалната самоуправа.

Платено политичко рекламирање: Вкупното време за оваа намена изнесува 1 час и 54 минути. Преку платен политички маркетинг директно до слушателите на ова радио се обратиле двете коалиции, „Сојузот за иднината“и „За подобра Македонија“. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има со 1 час 50 минути и 30 секунди, додека преостанатите 3 минути и 30 секунди се на Коалицијата предводена од СДСМ.

РАДИО ТЕРНИПЕ

Прв круг

Радиото не емитуваше програма поврзана со активностите на организаторите на изборна кампања и на кандидатите за локалните избори. На програмата на Радио Тернипе се појавуваат само соопштенија од Граѓанското здружение на ромите „Романо вази“ со вкупно времетраење од 22 минути.

Долнени

ТЕЛЕВИЗИЈА ЛАЖАНИ

Телевизијата во периодот опфатен со мониторингот не емитуваше програма поврзана со изборите.

ЦРНИЛИШТЕ

РАДИО БЕСА

За време на изборната кампања, Радиото емитуваше исклучиво музичка програма без содржини поврзани со изборите.

ПЕХЧЕВО

РАДИО ПЕХЧЕВО

Прв круг

Радио Пехчево се определи исклучиво да го емитува платеното политичко рекламирање.

Платено политичко рекламирање: Директен пристап до слушателите, преку платено политичко рекламирање, остварија три организатора на изборна кампања, закупувајќи вкупно 3 часа 11 минути и 25 секунди од програмата на Радио Пехчево. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има 2 часа 12 минути и 33 секунди, следува Коалицијата предводена од СДСМ со 56 минути и 58 секунди и кандидатот Борис Капушевски со една минута и 54 секунди.

ПРОБИШТИП

ТВ ПРОТЕЛ

Прв круг

На програмата на ТВ Протел во периодот опфатен со мониторингот забележани се информации во вестите и платено политичко рекламирање, како облици на изборно медиумско претставување.

Вести: Според застапеноста на субјектите во вестите, на ТВ Протел најмногу информации се презентирани за активностите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 43,80 од времетраењето на вестите или вкупно еден час. Следува Коалицијата предводена од СДСМ со 24,82 проценти од вкупното времетраење или 34 минути и Социјалдемократската унија со 3 минути.

Платено политичко рекламирање: Времето наменето за платено политичко рекламирање на оваа телевизија е распределено помеѓу истите субјекти како и информирањето во рамки на вестите. Вкупното времетраење на платеното политичко рекламирање изнесува 21 часа 2 минути и 52 секунди. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има закупено 20 часа 24 минути и 25 секунди, Коалицијата предводена од СДСМ - 36 минути, а Социјалдемократската унија - 2 минути и 27 секунди.

РАДИО ЕКО

Прв круг

Радио Еко, во текот на предизборното претставување на кандидатите за Локалните избори, од облиците на медиумско претставување на организаторите на политичка кампања емитуваше вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Вестите се куси што не остава простор за научно методолошки заснована анализа

Платено политичко рекламирање: Времето наменето за платено политичко рекламирање на оваа телевизија изнесува 7 минути и 11 секунди. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ закупила 1 минута, а Коалицијата предводена од СДСМ 6 минути и 11 секунди.

РАДОВИШ

ТВ КО-БРА

Прв круг

Информациите во вести поврзани со изборната кампања, дебата и платеното политичко рекламирање се облиците на изборно медиумско претставување за коишто овој медиум одвои вкупно 20 часа 16 минути и 25 секунди.

Вести: Времетраењето на информациите што се однесуваат на изборниот процес е еден час 49 минути и 23 секунди. Околу пет и пол проценти се однесува на активностите на ДИК, а остатокот се информации за активностите на организаторите на изборната кампања и на кандидатите. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ беше најзастапена во анализираното централно дневно-информативно издание со време од еден час 4 минути и 42 секунди. Половина помалку време е отстапено за активностите на Коалицијата предводена од СДСМ (38 минути и 41 секунди).

Дебата: На програмата на ТВ Ко-Бра е организирана една дебатна емисија во времетраење од 42 минути со учество на кандидатите од листите за советници на Локалните избори за Советот на општината Радовиш.

Платено политичко рекламирање: Медиумот за платено политичко претставување го користат двете Коалиции, коишто вкупно закупиле 17 часа 45 минути и 2 секунди: Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има 15 часа 52 минути и 19 секунди и Коалицијата предводена од СДСМ има еден час 52 минути и 43 секунди.

ТВ ЕМИ

Прв круг

На програмата на ТВ Еми се емитуваа вести, интервју и платеното политичко рекламирање. Сите овие облици на изборно медиумско претставување од програмата на Телевизијата заземаат вкупно 23 часа 30 минути и 46 секунди.

Вести: Од вкупното времетраење на информациите што се однесуваат на изборниот процес (два часа 30 минути и 5 секунди) најмногу време е отстапено на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (еден час 37 минути и 13 секунди), а помал дел за Коалицијата предводена од СДСМ (40

минути и 54 секунди), се информира и за активностите на ДИК и на Демократска партија на Турците на Македонија.

Интервју: На програмата на ТВ Еми, во рамки на емисијата насловена како „Очи во очи“ емитирано е интервју во времетраење од 52 минути и 45 секунди со Зоран Коњановски, заменик - министер за земјоделство, во кое тема се случувањата во областа на земјоделството во Република Македонија.

Платено политичко рекламирање: Медиумот за платено политичко претставување го користат двете Коалиции, коишто вкупно закупиле 20 часа 7 минути и 56 секунди. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (19 часа 4 минути и 56 секунди) и Коалицијата предводена од СДСМ (еден час и 8 минути).

РОСТУШЕ, ЖИРОВНИЦА

РАДИО ЕМИ

Радиото не емитувало програма поврзана со изборите.

СВЕТИ НИКОЛЕ

ТВ СВЕТ

Прв круг

Медиумот за информирање на гледачите издвои сосема скромна дел во рамки на вестите, а емитуваше и платено политичко рекламирање.

Вести: Времетраењето на информациите што се однесуваат на изборниот процес е само 9 минути и 24 секунди. Ова не обезбедува доволна податливост за да се направи анализа на вестите на ТВ Свет.

Платено политичко рекламирање: Медиумот за платено политичко претставување во целост го користела Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (18 часа 57 минути и 31 секунди).

РАДИО МОДЕА

Прв круг

Радио Модеа исклучиво се определи да го користи платеното политичко рекламирање како облик на изборно медиумско претставување.

Платено политичко рекламирање: Медиумот емитира платено политичко претставување на двете Коалиции и на независниот кандидат Ристе Андонов. Вкупното времетраење на платеното политичко рекламирање на ова радио изнесува 53 минути и 46 секунди. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има закупено 28 минути и 13 секунди, Коалицијата предводена од СДСМ - 13 минути и 12 секунди, а независниот кандидат Ристе Андонов - 12 минути и 21 секунда.

РАДИО СВЕТИ НИКОЛЕ

Прв круг

Како и конкурентното Радио од истиот град, Радио Свети исто така емитуваше исклучиво платеното политичко рекламирање за претставување на организаторите на политичка кампања и кандидатите за локалните избори.

Платено политичко рекламирање: Платеното политичко претставување на медиумот го користи Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ која, за својот кандидат Зоран Тасев, закупува време од 57 минути и 4 секунди.

СТРУГА

ТВ АРТ КАНАЛ

Прв круг

Медиумот емитува платено политичко рекламирање.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење за платено политичко претставување во најголем дел го искористила ДУИ со еден час 9 минути и 15 секунди. Како корисници на платеното политичко претставување на оваа телевизија се појавуваат и НДП - 6 минути и 55 секунди и ДПА - 15 секунди.

ТВ КАЛТРИНА

Прв круг

Облиците на изборно медиумско претставување, за коишто овој медиум одвоил вкупно 2 часа и 38 минути, се сосема мал дел вести и дебата.

Вести: Темите поврзани со изборите во вестите на ТВ Калтрина се премногу кратки (вкупно 5 минути) за да се извлечат податоци за посуштинска анализа.

Дебата: На програмата на ТВ Калтрина организирана и емитувана е дебата помеѓу кандидатите за градоначалници на општина Струга: Зијадин Села, кандидат на ДПА, и Арбен Лабуништа, кандидат на ДУИ. Дебатата е реализирана со времетраење од 2 часа и 20 минути и не е репризирана.

РАДИО КИКИ

Прв круг

Радиото кое порано во етерот се идентификуваше како Радио Кики, а сега со името Радио Бипи, во текот на изборната кампања не емитуваше програма поврзана со изборите.

РАДИО ДИ – ЦЕЈ

Радиото во текот на изборната кампања емитуваше исклучиво музичка програма, односно не емитуваше програмски содржини поврзани со изборите.

РАДИО МИ НИ

Радиото Ми Ни, порано познато и под името Радио Плеј или Play FM, во текот на изборната кампања не емитуваше програмски содржини поврзани со изборите.

РАДИО ЕНЕРЏИ (ЕНЕРГУ)

Според резултатите од мониторингот, Радио Енерџи емитуваше исклучиво музичка програма, односно во текот на изборната кампања не можат да се најдат облици на изборно медиумско претставување.

ВЕЛЕШТА

РАДИО РАПИ

Прв круг

Радио Рапи за информирање на гледачите во време на изборната кампања за активностите на кандидатите одвои сосема мало време во вестите, а емитуваше и платено политичко рекламирање.

Вести: Анализираниот дел на вестите е сосема краток, изнесува 4 минути и 39 секунди, и не може да послужи како основа за анализа.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење за платено политичко претставување изнесува 5 часа 13 минути и 56 секунди. Повеќе од две третини од тоа време искористила ДУИ - 3 часа 43 минути и 51 секунди. Потоа следуваат НДП со 55 минути и 56 секунди, Скендер Бектеши со 28 минути и 39 секунди, Борис Капушевски со 5 минути и ДПА со 30 секунди.

ТВ СПЕКТРА

Прв круг

Информациите во вести поврзани со изборната кампања, интервјуто и во најголем дел платеното политичко рекламирање се облиците на изборно медиумско претставување за коишто овој медиум одвоил вкупно 10 часа 25 минути и 33 секунди.

Вести: Вестите на ТВ Спектра учествуваат многу малку во вкупното времетраење како облик на изборно медиумско претставување. Вкупното времетраење на делот на вестите поврзан со изборите изнесува 40 минути и 42 секунди, што методолошки не е доволно за анализа.

Интервју: На програмата на ТВ Спектра емитувано е едно 22 - минутно интервју со кандидатот за градоначалник од редовите на ДУИ Арбен Лабуништа, кој ја претставил својата програма и визија за работа на општината. Интервјуто во текот на кампањата е прикажано репризно, уште во еден термин.

Платено политичко рекламирање: Медиумот издвојува најмногу време за платено политичко претставување како облик на изборно медиумско претставување со вкупно времетраење од 9 часа 1 минута и 51 секунда. Најголем дел од тоа време искористила ДУИ - 4 часа 32 минути и 41 секунда, следува Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ - 3 часа 35 минути и 25 секунди, па ДПА - 53 минути и 45 секунди.

Втор круг

Вести: Вкупната минутажа која ТВ Спектра им ја посветила на Изборите во вториот изборен круг изнесува 16 минути и 25 секунди. Со оглед на мошне ограничениот информативен капацитет, оваа минутажа не е податлива за попродабочена методолошка анализа.

Дебати: Во вториот изборен круг за градоначалник на Струга одржана е една дебата, на 5 април, помеѓу Владимир Кочоски, заедничкиот кандидат на ВМРО ДПМНЕ и на СДСМ, и Зијадин Села, кандидатот на ДПА. Полемички, емисијата се задржува на инфраструктурните проблеми и на урбанистичките визии за развој на Општината.

Платено политичко рекламирање: Од 30 март до 5 април, колку што траеше вториот изборен круг, од програмата на ТВ Спектра се откупени 1 час 6 минути и 35 секунди за платена политичка реклама, а закупувачи на комерцијален простор се Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ – 49 минути и 40 секунди, и Коалицијата на СДСМ – 16 минути и 55 секунди.

СТРУМИЦА

ТВ ИНТЕЛ

Прв круг

Вкупната застапеност на облиците на изборно медиумско претставување на програмата на ТВ Интел изнесуваат 34 часа 5 минути и 17 секунди. Ова време е распределено со повеќе од две третини за платено политичко рекламирање и околу една третина за вестите.

Вести: Вкупното времетраење на содржините во централното издание на вестите поврзани со изборите на ТВ Интел изнесува 10 часа 30 минути и 50 секунди. Најзастапени се информациите за активностите на двете најголеми коалиции, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 5 часа 25 минути и 50 секунди и Коалицијата предводена од СДСМ со 4 часа и 17 минути. Покрај тоа, медиумот одвои време и за информации за следните организатори на изборни кампањи: Народно движење за Македонија и ДОМ. Во вестите се застапени и активности на ДИК, редовните активности на органите на власта и на локалната самоуправа.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење за платено политичко претставување изнесува 23 часа 34 минути и 27 секунди. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ ја искористила можноста за добивање поддршка од гласачите преку оваа форма со доминантно присуство во делот на платеното политичко рекламирање. Вкупното времетраење на платеното политичко рекламирање за кое како нарачател стои Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ изнесува 19 часа 38 минути 27 секунди. Коалицијата предводена од СДСМ оваа можност ја користела во многу помал обем, односно 3 часа и 56 минути.

ТВ ВИС

Прв круг

Од програмски содржини емитувани на ТВ Вис во време на предизборната кампања анализирани се вкупно 10 часа 40 минути и 9 секунди. Од облиците на изборно медиумско претставување застапени се вестите, интервју и платено политичко рекламирање.

Вести: Анализираните содржини во централното издание на вестите изнесува 7 часа 13 минути и 54 секунди. Информациите за активностите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ изнесуваат 3 часа 36 минути и 58 секунди, а за Коалицијата предводена од СДСМ 3 часа и 14 минути. Медиумот информирал и за активности на локалната самоуправа и за редовни активности на Владата на Република Македонија.

Интервју: Медиумот отстапил време за организација на дебата помеѓу кандидатите на двете водечки Коалиции, но во студиото на медиумот присуствувал само кандидатот на Коалицијата предводена од СДСМ Зоран Заев. Од таа причина, оваа програмска содржина има карактер на интервју. За оваа форма на изборно медиумско претставување ТВ Вис има издвоено 1 час и 10 минути и таа е емитувана само еднаш.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење за платено политичко претставување изнесува 2 часа 16 минути и 15 секунди. Ова време е поделено помеѓу двете најголеми коалиции. Коалицијата предводена од СДСМ, за да се претстави преку платено политичко рекламирање искористила 1 час 37 минути и 15 секунди на Телевизија Вис, додека Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ закупила 39 минути од времето наменето за платено политичко рекламирање.

РАДИО ЕКСПРЕС

Прв круг

Анализата покажа дека Радио Експрес во мал обем ги користи облиците на изборно медиумско претставување, односно дека исклучиво е користено платеното политичко рекламирање.

Платено политичко рекламирање: Вкупното време одвоено за платено политичко претставување на Радио Експрес е многу кратко и изнесува 14 минути и 15 секунди и се емитира само неколку дена пред крајот на кампањата. Присутни се двете коалиции, Коалицијата

предводена од СДСМ со времетраење од 4 минути и 5 секунди и Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 10 минути и 10 секунди.

РАДИО ХИТ

Прв круг

Во структурата на анализираната програма на Радио Хит влегуваат едно издание од вестите и платеното политичко рекламирање.

Вести: Анализираните содржини на вестите се со кратко времетраење кое изнесува 11 минути и 30 секунди – методолошки недоволно за анализа.

Платено политичко рекламирање: Вкупното време одвоено за платено политичко претставување на Радио Хит изнесува 3 часа и 36 минути. Интерес политички да се рекламира на оваа радио пројавила исклучиво Коалицијата предводена од СДСМ и таа го искористила тоа време во целост.

ТЕТОВО

ТВ АРТ

Прв круг

Анализираната програма на ТВ Арт изнесува вкупно 14 часа и 37 минути и 51 секунда, програмски содржини поврзани со изборите. Телевизијата, во текот на кампањата, емитуваше платено политичко рекламирање, вести и една дебатна емисија.

Вести: Застапеноста на организаторите на политичка кампања во централното дневно издание на ТВ Арт е следната: најзастапени се информациите кои се однесуваат на активностите на ДУИ – 2 часа 13 минути и 18 секунди, потоа следуваат информациите за активностите на ДПА – 1 час 14 минути и 30 секунди и на НДП – 29 минути и 17 секунди. Со помалку информации во вестите се опфатени Коалиција предводена од СДСМ (11 минути и 30 секунди), Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (10 минути и 17 секунди), како и Сојузот на Ромите од Македонија, ДИК и други органи, Владата и органите на државната управа (со мали минутиажи).

Дебата: Емитувана е една дебатна емисија насловена „Во фокус“ со тројца кандидати за градоначалници во Тетово: Садри Беџети (ДПА), Теута Арифи (ДУИ) и Изет Зеќири (НДП). Дебатата е со времетраење од 50 минути и 30 секунди и е емитувана само еднаш.

Платеното политичко рекламирање беше застапено со вкупно 9 часа и 18 секунди. За платено политичко рекламирање на оваа телевизија интерес покажале два субјекти. ДУИ е застапена 5 часа 55 минути и 42 секунди, а ДПА со 3 часа 4 минути и 36 секунди.

Втор круг

Вести: Тетовската ТВ Арт, во вториот круг на Изборите, се фокусираше врз изборните политички активности на албанските партии, а сумарната минутажа од 1 час и 10 минути, според увидот во структурата на застапеноста на политичките субјекти во вестите, покажува дека извесна предност ѝ е дадена на ДУИ, со информативно време од 24 минути, наспроти 11-те минути за политичкиот

опонент ДПА, додека организираниот предизборен настап на третиот албански политички субјект – НДП е третиран со минорни 1 минута и 17 секунди. Преостанатото време претставува преглед на тековни општински и владини активности.

Платено политичко рекламирање: Вкупното време од 39 минути и 53 секунди е откупено од ДУИ.

ТВ КИСС

Прв круг

Вкупното времетраење на анализираната програма на Телевизија Кисс изнесува 21 час 12 минути и 24 секунди. Анализирано е едно издание на вестите и платеното политичко рекламирање.

Вести: Во анализираното дневно-информативно издание на ТВ Кисс отстапено е најмногу простор за информирање за активностите на двете најголеми коалиции. За Коалицијата предводена од СДСМ - 2 часа 36 минути и 50 секунди, а за Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ - 2 часа 10 минути и 24 секунди. Значаен простор е отстапен и за активностите на ДПА - 55 минути и 14 секунди и за ДУИ - 35 минути и 7 секунди. Со помалку време Телевизијата информирала за активностите на НДП, ОМ, ДОМ и Обединети демократски сили на Ромите. Преостанатото време се однесува на општи информации за изборите без да бидат наведени субјекти, односно за активности на Владата и на локалната самоуправа .

Платено политичко рекламирање: Вкупното време одвоено за платено политичко претставување на Телевизија Кисс изнесува 13 часа 56 минути и 1 секунда. Најголем дел од времето е закупено од Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, вкупно 11 часа 10 минути и 23 секунди, следуваат ДПА со 56 минути и 49 секунди, ДУИ со 56 минути и 29 секунди и Коалицијата предводена од СДСМ со 52 минути и 20 секунди.

Втор круг

Вести: Од вкупно 1 час и 44 минути вести за вториот круг од изборната кампања за градоначалник на Тетово, најмногу минутажа ѝ е посветено на Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ – 45 минути и 43 секунди. Еднаков третман во квантитативна смисла добиле изборните активности околу градоначалничките кандидатури на: ДПА – 16 минути и 25 секунди, на ДУИ – 12 минути и 26 секунди, и Коалицијата на СДСМ – 14 минути и 9 секунди.

Интервју: Во вториот круг на изборната кампања реализирано е едно интервју, на 3 април, со Руфи Османи, лидерот на НДП, а во кусата минутажа од 18 минути направен е преглед на потенцијалите на Општина Тетово, понуден е кус опис на административно-урбанистичката визија на партијата, и даден е поширок политички коментар во врска со актуелните политички констелации.

Платено политичко рекламирање: Во вкупната минутажа од 3 часа 51 минута и 26 секунди, преднички рекламното време откупено од ДУИ – 2 часа и 41 секунда, а остатокот е распореден на следниов начин: ДПА – 37 минути и 45 секунди, Коалицијата на СДСМ – 34 минути и 40 секунди, НДП – 29 минути и 20 секунди, и Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ – 9 минути.

ТВ МЕНАДА

Прв круг

ТВ Менада се определила од облиците на изборно медиумско претставување да ги користи вестите и платеното политичко рекламирање.

Вести: Во дневно-информативно издание на ТВ Менада постои куриозитет, застапеноста на информациите кои се однесуваат на двете најголеми коалиции Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ и Коалицијата предводена од СДСМ се идентично застапени. Двете коалиција во рамките на вестите се присутни 33,80 проценти од анализираното вкупно времетраење или двете со точно по 1 час и 12 минути. Значаен простор за информирање е отстапен и за активностите на ДПА - Демократска партија на Албанците, 25 минути и 30 секунди и на ДУИ - Демократска унија за интеграции, 14 минути и 30 секунди. Потоа следуваат ОМ - Обединети за Македонија и ДОМ - Демократска обнова на Македонија со по 6 минути. Општи информации за изборите, односно за активности на Владата и на локалната самоуправа на вестите на ТВ Менада се многу малку застапени.

Платено политичко рекламирање: Платеното политичко претставување на Телевизија Менада е реализирано со вкупно времетраење од 12 часа 20 минути и 10 секунди. За платено политичко рекламирање на оваа телевизија во најголем обем се определила Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ, вкупно 11 часа 25 минути и 50 секунди или со повеќе од 92 проценти од вкупното времетраење, следуваат Коалицијата предводена од СДСМ со времетраење од 43 минути и 20 секунди и ДОМ - Демократска обнова на Македонија, со 11 минути.

ТВ КОХА

Прв круг

Програмата поврзана со изборите емитувана на ТВ Коха изнесува вкупно 23 часа 38 минути и 30 секунди, претставена преку два облика изборно медиумско претставување: вести и платено политичко рекламирање.

Вести: Содржините во вестите на ТВ Коха, кои се поврзани со изборите имаат вкупно времетраење од 7 часа 46 минути и 7 секунди. Од тоа време, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има 1 час 53 минути и 27 секунди, Коалицијата предводена од СДСМ има 1 час 48 минути и 32 секунди, следува ДУИ со 1 час 34 минути и 55 секунди, ДПА со 1 час 24 минути и 34 секунди и НДП со 51 минута и 8 секунди.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење на платеното политичко рекламирање изнесува 15 часа 52 минути и 24 секунди, од кое најмногу време има закупено ДПА - 7 часа 1 минута и 25 секунди. ДУИ има 6 часа 7 минути и 53 секунди, следува НДП 2 часа 39 минути и 26 секунди. Со помало времетраење во платеното политичко рекламирање застапени се и Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 1 минута и 31 секунди, ДУА со 1 минута и 12 секунди и СДПМ со 7 секунди.

Втор круг

Вести: Кај овој медиум, вестите се единствениот новинарски ангажман околу вториот изборен круг за градоначалник на Тетово, а обемот информации за политичката кампања изнесува – 1 час и 8 минути, во кои главна тема се активностите на ДПА – 16 минути и 30 секунди, и на ДУИ – 21 минута и 46 секунди. Другата информативна минутажа е распоредена вака: за Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ – 2 минути и 32 секунди, за Коалицијата СДСМ - 1 минута и 6 секунди, а од останатите

политички субјекти со свој интерес на ова локално подрачје ги бележиме ЛДП со 2 минути и 4 секунди и НДП со 4 минути и 52 секунди.

Платено политичко рекламирање: Најмногу време има откупено ДПА – 54 минути и 34 секунди, а во времето од 1 час 4 минути и 45 секунди се појавуваат и Коалицијата на СДСМ со 3 минути и 25 секунди, и ДУИ со 6 минути и 46 секунди.

РАДИО БЛЕТА

Прв круг

Според резултатите добиени од мониторингот на Радио Блета за време на изборната кампања на програмата на ова радио исклучиво се емитувала музичка програма и не е забележан ниту еден од облиците на изборното медиумско претставување на организаторите на изборната кампања.

РАДИО КИСС

Прв круг

Радио Кисс емитуваше вкупно 8 часа 16 минути и 25 секунди програмски содржини поврзани со изборите. Радиото емитуваше платено политичко рекламирање во текот на кампањата и вести. Значајно е да се одбележи дека вкупното времетраење на анализираниите содржини, од едно централно дневно издание на вестите на ова радио изнесува вкупно 6 часа 7 минути и 30 секунди, што е реткост кај радијата да се појави продукција на вести во толкав обем.

Вести: Во вестите на Радио Кисс најзастапени се информациите за активностите на двете најголеми коалиции, онаа на ВМРО ДПМНЕ и онаа на СДСМ, со речиси изедначен простор. Првата има 2 часа и 9 минути, а втората 2 часа и 30 секунди. Радиото информирало за активностите на ДПА – 52 минути и 30 секунди, за ДУИ – 32 минути и 30 секунди, НДП – 13 минути, а со ситни минутажи присутни се и ОМ и ДОМ.

Платеното политичко рекламирање: На Радио Кисс, платеното политичко рекламирање е застапено со вкупно 2 часа 8 минути и 55 секунди. Значително учество има ДПА - 1 час 17 минути и 45 секунди. Следуваат Коалицијата предводена од СДСМ со 21 минути и 35 секунди, ДУИ со 19 минути и 5 секунди и Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ со 10 минути и 30 секунди.

Втор круг

Вести: Според застапеноста на темите во вестите, како основна информативна алатка за покривање на актуелните општествени случувања, централна тема во периодот од 30 март до 5 април биле партиските активности во Тетово. Во вкупно време за оваа мониторирана ставка од – 1 час 41 минута и 17 секунди, предничат информациите за активностите на Коалицијата „За подобра Македонија“ обединета околу ВМРО ДПМНЕ – 45 минути и 5 секунди. Од другите субјекти ги бележиме порелевантните минутажи на: ДПА – 15 минути и 32 секунди, ДУИ – 11 минути и 38 секунди, и Коалицијата на СДСМ – 14 минути и 9 секунди.

Платено политичко рекламирање: Најголем интерес, преку откуп на рекламno време да ја искористи програмската понуда на РА Кисс за промоција на својот градоначалнички кандидат, покажа ДУИ со откупени 1 час 50 минути и 24 секунди. Во остатокот на вкупната политичка рекламна минутажа од 2 часа 48 минути и 44 секунди ги бележиме: ДПА – 25 минути и 21 секунда, Коалицијата на СДСМ – 20 минути и 16 секунди, и Коалицијата на ВМРО ДПМНЕ – 12 минути и 43 секунди.

РАДИО ПЛУС ФОРТЕ

Прв круг

Радио Плус Форте се одлучи да емитува исклучиво платено политичко рекламирање.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење на платеното политичко рекламирање на радио Плус Форте изнесува вкупно 55 минути и 15 секунди. Како огласувачи се појавуваат Коалицијата предводена од СДСМ со 51 минути и 55 секунди и ДОМ со 3 минути и 20 секунди.

РАДИО ФАМА

Прв круг

Според резултатите добиени од мониторингот на Радио Фама за време на изборната кампања на програмата на ова радио не е забележан ниту еден од облиците на изборното медиумско претставување на организаторите на изборната кампања.

ТВ СУПЕР СКАЈ

Прв круг

Мониторингот на ТВ Супер Скај покажа дека на ова радио не се забележани програми кои се категоризираат како облици на изборно медиумско претставување на организаторите на изборната кампања.

РАДИО ФОКУС

Прв круг

Од емитуваната програма на Радио Фокус, вкупното времетраење на анализираната програма изнесува 2 часа и 30 минути, а ја сочинуваат вестите и платеното политичко рекламирање како облици на изборно медиумско претставување на организаторите на изборната кампања.

Вести: Од избраното издание на вестите за анализа, содржините поврзани со активностите за изборите изнесуваат 2 часа и осум минути. Најзастапен политички субјект во вестите на Радио Фокус е ДУИ со 54 минути и 30 секунди, следуваат ДПА со 29 минути и 30 секунди и НДП со 22 минути. Во помал обем забележани се информации и за Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ (пет ипол минути), Коалицијата предводена од СДСМ (21 ипол минута) и ЛДП (една минута).

Платеното политичко рекламирање: На програмата на ова радио, платеното политичко рекламирање е застапено во многу мал обем или со вкупно 2 минути и 30 секунди. Интерес покажала ДУИ.

ТВ ИРИС

Прв круг

Вкупната застапеност на облиците на изборно медиумско претставување на програмата на ТВ Ирис изнесуваат 23 часа 27 минути и 4 секунди. Ова време е распределено најмногу за платено политичко рекламирање, а има и едно издание на вестите и интервјуа.

Вести: Вкупното времетраење на анализираниите содржини во дневно - информативното издание, поврзани со изборите, на ТВ Ирис изнесува 2 часа и 6 минути. Најзастапени се информациите за активностите на двете најголеми коалиции, Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има 1 час 9 минути и 30 секунди, а Коалицијата предводена од СДСМ има 37 минути и 30 секунди. Покрај тоа медиумот има одвоено време и за информации за следните организатори на изборни кампањи: ДОМ (5 минути), Либералната партија (4 минути) и кандидатот Раман Демиров (една минута). Во вестите се застапени и информации за активностите на ДИК и за други теми поврзани со текот на изборниот процес.

Интервјуа: ТВ Ирис отстапи време за интервјуа во две емисии: „Став“ и „Агора“. Во рамки на емисијата „Агора“ емитувано е 30 - минутно интервју со Здравко Коцев, кандидат на Коалицијата предводена од СДСМ, кој ги претстави своите планови и проекти за развој на Општината. Во рамките на емисијата „Став“ емитувано е 30 - минутно интервју со Никола Мицевски, носителот на советничката листа од ВМРО ДПМНЕ во Штип, кој зборува за работата на ЈП „Исар“ и за плановите за работа на советот. Во „Став“ емитувано е и 35 - минутно интервју со Илчо Захариев, кандидатот за градоначалник од редовите на ВМРО ДПМНЕ.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење за платено политичко претставување изнесува 19 часа 46 минути и 4 секунди. Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ ја користи можноста за добивање поддршка од гласачите преку оваа форма со доминантно присуство во делот на платеното политичко рекламирање. Вкупното времетраење на платеното политичко рекламирање за кое како нарачател стои Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ изнесува 19 часа 36 минути и 14 секунди. Коалицијата предводена од СДСМ, оваа можност ја користи во многу помал обем, односно 9 минути и 50 секунди.

ТВ СТАР

Прв круг

Од програмски содржини емитувани на ТВ Стар во време на предизборната кампања анализирани се вкупно 22 часа 56 минути и 10 секунди. Од облиците на изборно медиумско претставување застапени се вестите, информативната програма и платеното политичко рекламирање.

Вести: Анализираниите содржини во едно, дневно издание на вестите изнесуваат 1 час 58 минути и 30 секунди. Информациите за активностите на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ изнесуваат 53 минути и 14 секунди, а за Коалицијата предводена од СДСМ 27 минути и 26 секунди. Медиумот информира и за активности на други субјекти: ДОМ (6 минути и 20 секунди), Либералната партија (4 минути), Демократската партија на Турците во македонија (2 минути) и Раман Демиров, носител на независна листа на граѓани (2 минути).

Информативна програма: ТВ Стар емитува три емисии „Во центар“ на Васко Ефтов, кои се определуваат како информативна програма. Вкупното времетраење на овие емисии изнесува 2 часа и 53 минути. Првата емисија е на тема „Политички судир помеѓу Стевче Јакимовски и Андреј

Петров“. Во рамки на емисијата се направени интервјуа со Игор Ивановски, Виктор Грозданов, Стевче Јакимовски кандидат за градоначалник на Карпош, Павле Трајанов претседател на Демократски сојуз, Мирослав Вуиќ, адвокат и Виолета Дума, претставничка од ДИК. Втората и третата емисија се посветени на темата: „Изборните резултати и начини за манипулација“.

Платено политичко рекламирање: Вкупното времетраење за платено политичко претставување на ТВ Стар изнесува 18 часа 4 минути и 40 секунди. Од ова време Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ има 18 часа 1 минута и 10 секунди, а Коалицијата предводена од СДСМ - 3 минути и 30 секунди.

РАДИО ЕНЦЕЛС

Прв круг

Структурата на мониторираната програма на Радио Енцелс, поранешно Радио Черенџа, покажува дека за време на изборната кампања е емитувана исклучиво музика и не се забележани ниту еден од облиците на изборно медиумско претставување.

ПРИЛОЗИ

ИЗБОРЕН ЗАКОНИК (ПРЕЧИСТЕН ТЕКСТ)
„СЛУЖБЕН ВЕСНИК НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА“, БР. 54 ОД 14.04.2011 ГОДИНА

- ИЗВАДОК -

VI. ИЗБОРНА КАМПАЊА

1. Организатор на изборната кампања

Член 69-а

- (1) За изборна кампања се смета јавно собирање и други јавни настани организирани од страна на организаторот на кампањата, јавно истакнување на плакати, видео презентации на јавни места, изборно медиумско и интернет претставување, дистрибуирање на печатени материјали и јавно претставување на потврдените кандидати од надлежните изборни органи и нивните програми.
- (2) Изборната кампања започнува 20 дена пред денот на изборите и во првиот и вториот круг на гласање не смее да трае 24 часа пред денот на изборите и на денот на изборите.

2. Медиумско претставување

Член 75

- (1) Советот за радиодифузија по претходно прибавено мислење од Државната изборна комисија донесува Правилник за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборната кампања и Правилник за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања, и ги објавува во „Службен весник на Република Македонија“.
- (2) Со Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборната кампања се пропишуваат содржини кои се сметаат за изборно медиумско претставување и кои не се дозволени во периодот пред започнување на изборната кампања, како и начинот на однесување на радиодифузерите од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања.
- (3) Со Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања се пропишуваат облиците на изборно медиумско претставување за време на изборната кампања, начинот на обезбедување на рамноправен пристап во претставувањето на учесниците во изборниот процес во сите облици на изборно медиумско претставување и начинот на известување за време на изборниот молк во програмите на радиодифузерите.
- (4) Радиодифузерите се должни да постапуваат согласно со прописите од ставот (1) на овој член.
- (5) Радиодифузерите се должни на нивните програми да обезбедат рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес во согласност со Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања.

Член 75-а

- (1) За време на изборната кампања, радиодифузерите кои ги покриваат изборите можат да емитуваат 15 минути дополнително време за рекламирање на реален час емитувана програма, исклучиво наменети за платено политичко рекламирање, од кои за еден учесник во изборната кампања можат да одвојат најмногу 10 минути.

- (2) Радиодифузерите и печатените медиуми се должни во рок од пет дена од денот на распишување на изборите да утврдат ценовници за платено политичко рекламирање на изборните програми и на кандидатите на учесниците во изборниот процес.
- (3) Во периодот од утврдување на ценовниците до започнување на изборната кампања, медиумите се должни најмалку двапати, јавно да ги објават ценовниците од ставот (2) на овој член, на своите програми, односно во своите печатени изданија.
- (4) Ценовниците не смеат да се менуваат во текот на изборната кампања.
- (5) Печатените медиуми се должни ценовниците од ставот (2) на овој член да ги достават до Државната изборна комисија и Државниот завод за ревизија во рокот утврден од ставот (3) на овој член, а радиодифузерите и до Советот за радиодифузија на Република Македонија.
- (6) Радиодифузерите и печатените медиуми во Република Македонија се должни на сите учесници во изборниот процес да обезбедат рамноправен пристап за платено политичко рекламирање.

Член 76

- (1) Платеното политичко рекламирање мора да биде соодветно и видливо означено како „платено политичко рекламирање“ и јасно одвоено од другите содржини на медиумите.
- (2) Во сите облици на платеното политичко рекламирање нарачателот на рекламирањето мора да биде јасно означен.
- (3) Не е дозволено учество на малолетници во платено политичко рекламирање.
- (4) Радиодифузерите не смеат да емитуваат платено политичко рекламирање во вести, посебни информативни програми, образовни и програми за деца, и во преноси од верски, спортски, културни, забавни и други настани.
- (5) Јавниот радиодифузен сервис не смее да емитува платено политичко рекламирање.

3. Медиумско следење

Член 76-а

- (1) Јавниот радиодифузен сервис е должен, без надоместок, во соработка со Државната изборна комисија да ги информира граѓаните за начинот и техниката на гласање и да емитува други информации поврзани со изборниот процес.
- (2) За време на изборната кампања, Јавниот радиодифузен сервис е должен да емитува бесплатно политичко претставување на учесниците во изборниот процес во согласност со Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања.

Член 76-б

- (1) Советот за радиодифузија е должен да го следи изборното медиумско претставување и програмскиот сервис на радиодифузерите во Република Македонија од денот на распишувањето на изборите до завршувањето на гласањето на денот на одржувањето на изборите.
- (2) Советот за радиодифузија е должен, по утврдувањето на неправилностите, да покрене прекршочна постапка пред надлежниот суд против радиодифузерот кој ги повредил одредбите од овој законик.

4. Испитување на јавното мислење

Член 77

- (1) Резултати од испитувањата на јавното мислење поврзани со учесниците во изборниот процес се објавуваат најдоцна пет дена пред денот определен за одржување на изборите.
- (2) При објавување на резултатите од испитувањата на јавното мислење поврзани со учесниците во изборниот процес, медиумите се должни да наведат податоци за името на нарачателот кој го побарал и го платил испитувањето, институцијата што го извршила испитувањето, применетата методологија, големината и структурата на испитаниот примерок и периодот во кој е спроведено испитувањето.

Врз основа на член 75 од Изборниот законик (Пречистен текст), објавен во „Службен весник на Република Македонија“ бр. 54/2011, Советот за радиодифузија, на второто продолжение од 9-та седница, одржано на 21 април 2011 година, донесе

ПРАВИЛНИК ЗА ОДНЕСУВАЊЕТО НА РАДИОДИФУЗЕРИТЕ ВО ПЕРИОДОТ ПРЕД ЗАПОЧНУВАЊЕ НА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА

I ОПШТИ ОДРЕДБИ

Член 1

Со овој Правилник се пропишуваат содржините кои се сметаат за изборно медиумско претставување и кои не се дозволени во периодот пред започнување на изборната кампања, како и начинот на однесување на радиодифузерите од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања.

Поимник

Член 2

Одредени поими во овој Правилник го имаат следново значење:

1. **Изборно медиумско претставување** е промовирање (непосредно или посредно) на ставови, програми, платформи, достигнувања, активности и др. на политички партии, коалиции, групи избирачи и нивни претставници.
2. **Дневно-информативни емисии** се сите изданија на радио и на телевизиските вести и дневници;
3. **Посебни информативни програми** се информативно - политички програми жанровски реализирани како интервјуа, дебати или ТВ/радио соочувања, актуелно - информативни програми, актуелно - информативни програми со документаристички пристап и тематски специјализирани информативни програми.

Член 3

Радиодифузерите се самостојни, независни и одговорни при создавањето на програмите и креирањето на уредувачката политика.

Член 4

Радиодифузерите пред почетокот на изборната кампања не смеат да емитуваат изборно медиумско претставување.

Од денот на распишување на изборите до започнувањето на изборната кампања сите информации поврзани со подготовките за избори, односно за изборните активности пред започнувањето на изборната кампања на политичките партии, коалиции, групи избирачи и нивни претставници можат да се емитуваат само во дневно-информативните емисии.

Член 5

Уредници, новинари, водители на програма и презентери, ангажирани во подготвување програми на радиодифузерите, не смеат да учествуваат во предизборни активности на политички партии, коалиции, групи избирачи и нивни претставници за промовирање ставови, програми, платформи, достигнувања, активности и др.

Доколку се определат да учествуваат во вакви активности, нивниот ангажман во програмите на радиодифузерите треба да мирува од денот на распишување на изборите до нивното завршување.

Член 6

Радиодифузерите се должни да го снимаат излезниот сигнал на својата програма од денот на распишување на изборите до завршувањето на изборната кампања, а снимките од целокупната програма да ги чуваат најмалку 30 дена по завршување на изборите.

На барање од Советот за радиодифузија, радиодифузерите се должни најдоцна во рок од 48 часа од добивањето на барањето, на Советот да му достават снимки од бараната програма, како и други документи, податоци и информации наведени во барањето.

Член 7

На програмските сервиси на радиодифузерите не е дозволено емитување огласи и реклами на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, финансирани од Буџетот на Република Македонија, од буџетите на општините и на градот Скопје од денот на распишување на изборите до нивното завршување.

II НАЧИН НА ИЗВЕСТУВАЊЕ

Дневно-информативни емисии

Член 8

При информирањето за подготовките за избори, односно за изборните дејствија што се случуваат пред започнувањето на изборната кампања во дневно-информативните емисии, радиодифузерите се должни да обезбедат:

- политички плурализам, односно застапеност на информации за политички партии, коалиции и групи избирачи;
- отвореност за различни политички мислења и гледишта;
- објективно и непристрасно прикажување на активностите на политичките партии, коалициите, групите избирачи и нивните претставници или на други субјекти со еднаков третман на нивните гледишта и мислења за да се овозможи слободно оформување на мислењето на публиката;
- гарантирање на правото на одговор и исправка.

Член 9

Радиодифузерите треба да ги почитуваат следниве принципи:

- негување и развој на хуманите и моралните вредности на човекот и заштита на приватноста и достоинството на личноста;
- еднаквост на слободите и правата независно од полот, расата, националното, етничкото и социјалното потекло, политичкото и верското убедување, имотната и општествената положба и друг статус на човекот и граѓанинот;
- поттикнување на духот на толеранцијата, заемното почитување и разбирање меѓу индивидуите од различно етничко и културно потекло и почитување на достоинството и правата на припадниците на маргинализираните заедници; и
- поттикнување на меѓународното разбирање и соработка, чувството на јавноста за правичност и за одбрана на демократските слободи.

Член 10

При известувањето за дејствијата во врска со изборите, а имајќи ја предвид специфичноста на активностите на политичките субјекти поврзани со него, радиодифузерите особено внимание треба да му посветат на тоа дека во своите програми не смеат да емитуваат содржини што се насочени кон насилно уривање на уставниот поредок на Република Македонија или кон поттикнување или повикување на воена агресија или на разгорување на национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост.

Доколку се појават ситуации од став 1 на овој член, радиодифузерите можат да го остварат своето право на информирање на јавноста така што ќе се оградат од тие содржини,

односно за нив ќе обезбедат дополнителен фактички, критички контекст со што ќе се намалат негативната конотација или обвинението содржани во нив.

Член 11

Коментарите во врска со подготовките за избори, односно за изборните дејствија што се случуваат пред започнувањето на изборната кампања, емитувани во дневно-информативните емисии треба да бидат одвоени како посебни прилози, и да бидат означени или со името и презимето на авторот, или како редакциски коментар.

Член 12

Известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект.

Член 13

При објавување резултати од испитувања на јавното мислење радиодифузерите се должни да обезбедат доволно информации врз основа на кои јавноста ќе може да ја процени веродостојноста на испитувањето, и тоа:

- да го наведат името на нарачателот кој го побарал и го платил испитувањето;
- да ја наведат институцијата што го извршила истражувањето;
- да ја наведат применетата методологија;
- да посочат показатели за големината и за структурата на испитаниот примерок;
- да го наведат датумот, односно периодот во кој е спроведено истражувањето.

Радифузерите не смеат да објавуваат резултати од ненаучни и од нерепрезентативни испитувања на јавното мислење, како што се гласање на гледачи или на слушатели преку телефон (телевоутинг), анкети спроведени на Интернет и слично.

Посебни информативни емисии

Член 14

Радифузерите изборите како тема можат да ги третираат и во посебните информативни емисии.

Во посебните информативни емисии кои вклучуваат разговори или изјави на соговорници, како и во емисиите реализирани во форма на соочувања (дебати) со претставници на политички партии, коалиции и групи избирачи, радиодифузерите треба да овозможат рамноправна застапеност на политичките субјекти и од власта и од опозицијата.

Во посебните информативни емисии не смеат да учествуваат потврдени кандидати од страна на надлежните изборни органи.

III ПЛАТЕНО ПОЛИТИЧКО РЕКЛАМИРАЊЕ

Член 15

Од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања радиодифузерите не смеат да емитуваат платено политичко рекламирање.

Исклучок од забраната од став 1 на овој член се огласите и соопштенијата за собирање потписи за поддршка на кандидатурата на независните кандидати.

Член 16

Огласите и соопштенијата од член 15 став 2 на овој Правилник треба да се емитуваат само во означени рекламни блокови во рамките на дозволеното време за рекламирање на еден реален час емитувана програма (вкупно 12 минути), при што наредителот треба да биде јасно означен.

Овие огласи и соопштенија треба да содржат само основни податоци - за кого се собираат потписи, на кои места граѓаните можат да го дадат својот потпис и во кој временски период од денот. Тие не смеат да содржат дополнителни квалификации за кандидатите, а кај телевизиските сервиси не треба да бидат проследени со снимки или фотографии од кандидатите.

Член 17

Кампањите на Државната изборна комисија и на невладините организации за едукација на гласачите за остварување на избирачкото право и за фер и демократски избори не се сметаат за платено политичко рекламирање. Тие треба да бидат издвоени од другиот дел од програмата и нивниот наредител да биде јасно означен.

Член 18

Радиодифузерите се должни во рок од пет дена од денот на распишување на изборите да утврдат ценовници за платено политичко рекламирање за време на изборна кампања.

До започнување на изборната кампања, радиодифузерите се должни најмалку двапати да ги објават ценовниците од ставот 1 на овој член на своите програми.

Ценовниците не смеат да се менуваат од моментот на нивното донесување па сè до завршувањето на изборната кампања.

Радиодифузерите се должни до почетокот на изборната кампања да ги достават ценовниците до Државната изборна комисија, до Државниот завод за ревизија и до Советот за радиодифузија.

IV ЗАВРШНИ ОДРЕДБИ

Член 19

Измени и дополнувања на овој Правилник се прават во писмена форма.

Член 20

Овој Правилник влегува во сила наредниот ден од денот на објавувањето во „Службен весник на Република Македонија“.

Бр. 01 – 1596/1
21.04.2011 година
Скопје

Совет за радиодифузија на РМ
Претседател,

Зоран СТЕФАНОВСКИ

Врз основа на член 75 од Изборниот законик (Пречистен текст), објавен во „Службен весник на Република Македонија“ бр. 54/2011, Советот за радиодифузија, на второто продолжение од 9-та седница, одржано на 21 април 2011 година, донесе

**ПРАВИЛНИК
ЗА РАМНОПРАВЕН ПРИСТАП ВО МЕДИУМСКОТО
ПРЕТСТАВУВАЊЕ ЗА ВРЕМЕ НА ИЗБОРНА КАМПАЊА**

I ОСНОВНИ ОДРЕДБИ

Член 1

Со овој Правилник се пропишуваат облиците на изборно медиумско претставување за време на изборна кампања, начинот на обезбедување рамноправен пристап во претставувањето на учесниците во изборниот процес во сите облици на изборно медиумско претставување и начинот на известување за време на изборниот молк во програмите на радиодифузерите за време на изборните кампањи за избор на:

- претседател на РМ;
- пратеници во Собранието на РМ;
- членови на Советите на општините и Советот на градот Скопје и градоначалници на општините и градоначалник на градот Скопје.

Правилникот не навлегува во уредувачката политика, во самостојноста и во независноста на радиодифузерите.

Поимник

Член 2

Одредени поими во овој Правилник го имаат следново значење:

1. Организатори на изборна кампања се кандидати, политички партии, коалиции или групи избирачи кои ја организираат и/или учествуваат во изборната кампања;
2. Облици на изборно медиумско претставување се: дневно-информативните емисии, програмите што им овозможуваат директен пристап на организаторите на изборната кампања до публиката/гласачите, и посебните информативни емисии;
3. Дневно-информативни емисии се сите изданија на радио и на телевизиските вести и дневници;
4. Директен пристап до публиката/гласачите се облиците на бесплатно политичко претставување и на платено политичко рекламирање, преку кои организаторите на изборна кампања слободно ги промовираат своите програми, ставови и кандидати;
5. Бесплатно политичко претставување е директен пристап на организаторите на изборната кампања до публиката/гласачите, преку кој слободно и без паричен надоместок се промовираат изборните програми, ставовите и кандидатите;
6. Платено политичко рекламирање е директен пристап на организаторите на изборна кампања до публиката/гласачите, преку кој за паричен надоместок се промовираат изборните програми, ставовите и кандидатите. Видови платено политичко рекламирање се: огласи, соопштенија, политички изборни спотови, музички спотови што функционираат како химни на организаторите на изборната кампања, преноси или снимки од митинзи, средби и други настапи на организаторите на изборна кампања;
7. Посебни информативни програми се:
 - а) програми наменети за информирање на граѓаните за начинот и за техниката на гласањето и за остварувањето на избирачкото право; и

- б) информативно-политички програми жанровски реализирани како интервјуа, дебати или тв/радио соочувања:
- актуелно-информативни програми,
 - актуелно-информативни програми со документаристички пристап,
 - тематски специјализирани информативни програми.

Општи принципи

Член 3

Јавниот радиодифузен сервис, и оние трговски радиодифузни друштва што одлучиле да ги покриваат изборите, должни се тоа да го прават на правичен, на избалансиран и на непристрасен начин во својата вкупна програма.

Член 4

Без оглед на јазикот на кој го емитуваат својот програмски сервис, радиодифузерите се должни за време на изборната кампања на организаторите на кампањата да им овозможат подеднакви услови за пристап до сите облици на изборно медиумско претставување, во согласност со овој Правилник.

Член 5

Покрај облиците на изборно медиумско претставување наведени во овој Правилник, радиодифузерите имаат уредувачка слобода и други свои програми да користат во функција на изборите. Во таков случај, мора да го почитуваат принципот на избалансираност, и на сите организатори на изборната кампања да им обезбедат рамноправен медиумски пристап.

Од ова правило се изземаат програмите наменети за малолетната публика.

Член 6

Радифузерите ќе овозможат избалансирано покривање на изборите во сите облици на изборно медиумско претставување на следниов начин:

1. За претседателските избори, во согласност со принципот на еднаквост за сите кандидати за претседател и во првиот и во вториот круг од изборите.

2. За парламентарните избори, во согласност со принципот на пропорционалност според бројот на потврдени листи на кандидати за пратеници.

3. За локалните избори:

- за избор на градоначалник, во согласност со принципот на еднаквост за сите кандидати за градоначалници и во првиот и во вториот круг од изборите;

- за избор на членови на советите на општините и на градот Скопје, за радиодифузерите на државно и регионално ниво во согласност со принципот на пропорционалност според бројот на потврдени листи на кандидати за членови на советите на општините и на градот Скопје, а за радиодифузерите на локално ниво во согласност со принципот на еднаквост.

Од принципот на пропорционалност, односно еднаквост, се иззема платеното политичко рекламирање.

Член 7

За време на изборната кампања и во периодот на изборниот молк, радиодифузерите не смеат да емитуваат огласи и реклами финансирани од Буџетот на Република Македонија, од буџетите на општините и на градот Скопје, и на сите други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања.

Член 8

Уредници, новинари, водители на програма и презентери, ангажирани во подготвување програми на радиодифузерите, не смеат да учествуваат во подготовки и во реализирање на изборна кампања.

Доколку се определат за активност во функција на нечија изборна кампања, нивниот ангажман во програмите на радиодифузерите треба да мирува сè до завршувањето на изборната кампања, како и во деновите на изборниот молк.

Член 9

Радифузерите во своите програми не смеат да емитуваат содржини што се насочени кон насилно уривање на уставниот поредок на Република Македонија или кон поттикнување или повикување на воена агресија или на разгорување на национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост.

Доколку се појават ситуации од став 1 на овој член, радиодифузерите можат да го остварат своето право на информирање на јавноста така што ќе се оградат од тие содржини, односно за нив ќе обезбедат дополнителен фактички, критички контекст со што ќе се намалат негативната конотација или обвинението содржани во нив.

Член 10

Радифузерите се должни да го снимаат излезниот сигнал на својата програма за време на изборната кампања, за време на изборниот молк и на денот на одржување на изборите, а снимките од целокупната програма да ги чуваат најмалку 30 дена по завршување на изборите.

На барање на Советот за радиодифузија, радиодифузерите се должни најдоцна во рок од 48 часа од добивањето на барањето, на Советот да му достават снимки од бараната програма, како и други документи, податоци и информации наведени во барањето.

Времетраење на изборната кампања

Член 11

Изборната кампања започнува 20 дена пред денот определен за одржување на изборите.

Изборната кампања завршува 24 часа пред денот на изборите.

МРТ

Член 12

Јавниот радиодифузен сервис (МРТ) е должен да ја следи изборната кампања, односно да објавува информации за целината на изборниот процес, за законската регулатива за изборите, за активностите на сите учесници во изборната постапка, како и за текот на гласањето и за резултатите од изјаснувањето на граѓаните.

Јавниот радиодифузен сервис е должен без надоместок во соработка со ДИК да ги информира граѓаните за начинот и техниката на гласање.

МРТ има обврска да обезбеди редовно информирање за изборниот процес и за лицата со оштетен слух.

II ОБЛИЦИ НА ИЗБОРНО МЕДИУМСКО ПРЕТСТАВУВАЊЕ

1. ДНЕВНО-ИНФОРМАТИВНИ ЕМИСИИ

Член 13

Воден од професионалните новинарски принципи и стандарди при известувањето од изборната кампања радиодифузерот е должен во дневно-информативните емисии да обезбеди

избалансирано покривање на активностите на организаторите на изборна кампања, согласно со принципите на пропорционалност, односно еднаквост утврдени во член 6 од овој Правилник.

При утврдувањето на избалансираноста на покривањето на изборите ќе се има предвид интензитетот на активностите во рамките на кампањите на организаторите на изборна кампања.

Член 14

Коментарите во врска со изборната кампања емитувани во дневно-информативните емисии треба да бидат одвоени како посебни прилози, и да бидат означени или со името и презимето на авторот, или како редакциски коментар.

Член 15

Известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект.

2. ДИРЕКТЕН ПРИСТАП ДО ПУБЛИКАТА/ГЛАСАЧИТЕ

Член 16

Во директниот медиумски пристап до публиката/гласачите не е дозволено учество на малолетници.

Член 17

Радифузерите мора да одбијат емитување директен медиумски пристап до публиката/гласачите, доколку е насочен кон насилно уривање на уставниот поредок или кон поттикнување или повикување на воена агресија, или кон разгорување национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост, или доколку во директниот пристап до публиката/гласачите учествуваат малолетници.

2.1. Бесплатно политичко претставување

Член 18

Јавниот радиодифузен сервис е должен да емитува бесплатно политичко претставување така што ќе обезбеди избалансирано време за организаторите на изборната кампања, согласно со принципите на пропорционалност, односно еднаквост утврдени во член 6 од овој Правилник.

Трговските радиодифузни друштва кои ќе одлучат да емитуваат бесплатно политичко претставување, должни се на организаторите на изборната кампања да им обезбедат избалансирано време за бесплатно политичко претставување, согласно со принципите на пропорционалност, односно еднаквост утврдени во член 6 од овој Правилник.

Член 19

Бесплатното политичко претставување мора да биде соодветно и видливо означено како „бесплатно политичко претставување“ во текот на целото времетраење на емитувањето.

Член 20

Датумот и редоследот за емитување бесплатно политичко претставување на организаторите на изборната кампања се утврдува со ждрепка.

2.2. Платено политичко рекламирање

Член 21

Јавниот радиодифузен сервис не смее да емитува платено политичко рекламирање.

Член 22

Трговските радиодифузни друштва можат да емитуваат 15 минути платено политичко рекламирање на еден реален час со тоа што, од нив најмногу две третини, односно 10 минути на еден реален час можат да одвојат за еден учесник во изборната кампања.

Поимот - реален час - го означува времето што изминува од почетокот до крајот на еден час сметано според часовникот.

Член 23

Времето за платено политичко рекламирање не може да се собира и да се емитува наеднаш, во континуитет, како вкупно дозволено време за платено политичко рекламирање.

Дозволеното време за рекламирање на еден реален час емитувана програма согласно член 93 став 3 од Законот за радиодифузната дејност не може да се користи за платено политичко рекламирање.

Член 24

Платеното политичко рекламирање треба да биде соодветно и видливо означено како „платено политичко рекламирање“ во текот на целото времетраење на емитувањето, и со најавна и со одјавна шпица треба да биде јасно издвоено од другиот дел на програмата и од другите рекламни спотови, од телешопинг спотовите и од другите облици на рекламирање.

Член 25

Цените за платено политичко рекламирање што ќе ги утврдат трговските радиодифузни друштва мора да бидат еднакви за сите организатори на изборна кампања и не смеат да се менуваат во текот на кампањата.

Член 26

Во сите облици платено политичко рекламирање нарачателот мора да биде јасно означен.

Член 27

Платено политичко рекламирање не смее да се емитува во:

- вести и други дневно-информативни програми;
- детски, училишни и образовни програми;
- директни преноси од верски, спортски, културни, забавни и други настани;
- посебни информативни програми.

3. ПОСЕБНИ ИНФОРМАТИВНИ ПРОГРАМИ

Член 28

Во ден од професионалните новинарски принципи и стандарди при медиумското покривање на изборите, радиодифузерот кој ќе реализира посебни информативни емисии, треба да обезбеди рамноправен медиумски третман за сите организатори на изборната кампања, а времето за овој вид претставување пред публиката/гласачите треба да го избалансира согласно со принципите на пропорционалност, односно еднаквост утврдени во членот 6 од овој Правилник.

Член 29

Со цел публиката/гласачите објективно да се информираат за текот на изборната кампања, и заради заштита на новинарската професија од какво било политичко влијание за време на изборното медиумско претставување, посебните информативни емисии не смеат да се користат како облик на платено политичко рекламирање.

III ОБЈАВУВАЊЕ РЕЗУЛТАТИ ОД ИСПИТУВАЊА НА ЈАВНОТО МИСЛЕЊЕ

Член 30

При објавување резултати од испитувања на јавното мислење, радиодифузерите се должни да обезбедат доволно информации врз основа на кои јавноста ќе може да ја процени веродостојноста на испитувањето:

- да го наведат името на нарачателот кој го побарал и го платил испитувањето;
- да ја наведат институцијата што го извршила истражувањето;
- да ја наведат применетата методологија;
- да посочат показатели за големината и за структурата на испитаниот примерок;
- да го наведат датумот, односно периодот во кој е спроведено истражувањето.

Член 31

Резултати од испитување на јавното мислење се објавуваат најдоцна 5 дена пред денот определен за одржување на изборите.

Резултати од испитувања на јавното мислење спроведени на самиот ден на изборите не смеат да се објавуваат пред 19:00 часот, односно пред затворањето на избирачките места.

Член 32

Радифузерите не смеат да објавуваат резултати од ненаучни и од нерепрезентативни испитувања на јавното мислење, како што се гласање на гледачи или на слушатели преку телефон (телевоутинг), анкети спроведени на Интернет и слично.

IV ИЗБОРЕН МОЛК

Член 33

За време на изборниот молк, кој започнува 24 часа пред денот на изборите, а завршува во 19:00 часот на денот на изборите, односно со затворањето на избирачките места, престануваат сите облици на изборно медиумско претставување на организаторите на изборна кампања.

Член 34

Радифузерите и за време на изборниот молк продолжуваат да известуваат за изборите.

При известувањето во деновите на изборниот молк, ќе се смета дека радиодифузерите го прекршиле изборниот молк доколку емитуваат: информации и аудио и аудио-визуелни материјали во функција на нечија изборна кампања, или рекламни пораки преку кои се претставуваат партиски програми и партиски симболи, при што:

а) Под „информации и аудио и аудио-визуелни материјали во функција на нечија изборна кампања“ се подразбираат:

- Какви било информации и аудио и аудио-визуелни материјали во врска со кој било кандидат во изборниот процес, односно со кој било организатор на изборна кампања и на нивните изборни штабови;
- Информации и аудио и аудио-визуелни материјали во врска со политичари, со претставници на органите на власта, со државните институции и организации, и со правни и други лица на кои законски им е доверено вршење јавни овластувања, како и во врска со

други субјекти чиј медиумски настап е во функција на изборната кампања и може да влијае врз одлуката на избирачите;

- Какви било облици на медиумско известување кои се, отворено или прикриено, во функција на изборната кампања, и можат да влијаат врз одлуката на граѓаните;
- Партиски ознаки, симболи или друг пропаганден материјал, насочени за или против кој било организатор на изборна кампања, односно претставник на органите на власта, на државните институции и организации и на правните и на другите лица на кои законски им е доверено вршење јавни овластувања;
- Изјави и соопштенија дадени од или во функција на: кандидат во изборниот процес, организатор на изборна кампања или политичка партија;
- Посебни информативни програми во кои учествуваат кандидати во изборниот процес, односно организатори на изборна кампања (политички партии, коалиции или групи избирачи со потврдени листи на кандидати), претставници на органите на власта, на државните институции и организации и на правните и на другите лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања и други субјекти, поврзано со изборната кампања или во функција на изборна кампања;
- Снимени програми или програми во живо, неповрзани со изборите, а во кои учествуваат или се појавуваат кандидати во изборниот процес, односно организатори на изборна кампања и/или претставници на органите на власта, на државните институции и организации и на правните и на другите лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања;
- Музички нумери, спотови или друг вид медиумски настапи на уметници кои во исто време се и кандидати во изборниот процес.

б) Под „рекламни пораки преку кои се претставуваат партиски програми и партиски симболи“ се подразбираат:

- Сите облици директен пристап на организаторите на изборна кампања до публиката/гласачите без оглед дали е без надомест т.е. бесплатно политичко претставување и/или со надомест т.е. платено политичко рекламирање во кое спаѓаат: огласи, соопштенија, политички изборни спотови, музички спотови што функционираат како химни на организаторите на изборна кампања, преноси или снимки од митинзи, средби и други настапи на организаторите на изборна кампања.

Член 35

Радиодифузерите можат да известуваат и за неправилности при гласањето како и за евентуални инциденти направени во или надвор од одредено гласачко место, при што:

- Објавуваат само проверени информации од официјални извори;
- Оние елементи на информациите од официјалните извори кои претставуваат прекршување на молкот (на пример: откривање идентитет на политички субјекти и/или на поединци вклучени во изборен инцидент) не смеат да се објавуваат до затворањето на избирачките места, односно до 19:00 часот;
- Кандидатите во изборниот процес, односно организаторите на изборна кампања, нивните набљудувачи и нивните штабови - не се сметаат за официјални извори;
- Радиодифузерите треба да внимаваат на можните злоупотреби, односно да не бидат самите искористени за вршење кампања на денот на изборите, преку известување за конструирани и за неосновани меѓусебни обвинувања од страна на кандидати во изборниот процес, од организатори на изборна кампања, од политички партии, од изборни штабови и од други субјекти;
- Доколку за одреден настан постојат изјави и соопштенија добиени од кандидати во изборниот процес, од организатори на изборната кампања, од набљудувачи, од изборни штабови или од претставници на политички партии, тие изјави треба да се емитуваат по затворањето на избирачките места, односно по 19:00 часот.

Член 36

На денот на гласањето, пред 19 часот, односно пред затворањето на избирачките места, радиодифузерите не смеат да емитуваат:

- Изјави на кандидати во изборниот процес, односно на организатори на изборната кампања, на лидери на политички партии, на носители на функции во органи на власта и на политичари;
- Изјави на граѓани и на други субјекти во функција на изборна кампања.

Член 37

Одредбите за почитувањето на изборниот молк се однесуваат и на објавувањето содржини на телетекстот, на РДС-от или на веб-страниците на радио и на телевизиските програмски сервиси.

V ЗАВРШНИ ОДРЕДБИ

Член 38

Измени и дополнувања на овој Правилник се прават во писмена форма.

Член 39

Овој Правилник влегува во сила наредниот ден од денот на објавувањето во „Службен весник на Република Македонија“.

Со неговото влегување во сила престанува да важи Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања („Службен весник на Република Македонија“ бр.7/09).

Бр. 01 – 1597/1
21.04.2011 година
Скопје

Совет за радиодифузија на РМ
Претседател,

Зоран СТЕФАНОВСКИ

- ЛОКАЛНИ ИЗБОРИ 2013 -
КОНЦЕПТ ЗА МОНИТОРИНГ НА РАДИО И ТЕЛЕВИЗИСКИТЕ ПРОГРАМСКИ СЕРВИСИ ОД
ПОЧЕТОКОТ НА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА ДО ЗАВРШУВАЊЕТО НА ГЛАСАЊЕТО
- ПРВ И ВТОР КРУГ -

Напомена: Мониторингот на изборите во првиот и во вториот круг на Локалните избори 2013 година се реализира според Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања донесен во 2011 година. Методологијата за мониторинг е разработена и комплетирана низ изминатите изборни процеси и резултатите до кои е доаѓано со нејзината примена секогаш биле позитивно оценувани од Мисијата на ОБСЕ/ОДИХР. Оттаму, во неа е интервенирано само онолку колку што е потребно за таа да се прилагоди на специфичностите на локалните избори: определување на опфатот и примероците за првиот и вториот круг, принципите за обезбедување избалансираност кои се различни за различни типови изборни процеси, бројот на соработници и сл.

Периоди

ПРВ КРУГ

- ☞ Изборната кампања започнува на 4 март 2013 година во 00:00 часот и завршува на 22 март 2013 година во 24:00 часот.
- ☞ Изборниот молк започнува на 23 март 2013 година во 00:00 часот и завршува на 24 март 2013 година во 19:00 часот.
- ☞ Резултати од испитувањата на јавното мислење поврзани со учесниците во изборниот процес не смеат да се објавуваат по 24:00 часот на 18 март 2013 година (односно, почнувајќи од 00:00 часот на 19 март 2013 година).

ВТОР КРУГ

- ☞ Во вториот изборен круг, изборната кампања завршува на 5 април 2013 година во 24:00 часот.
- ☞ Изборниот молк започнува на 6 април 2013 година во 00:00 часот и завршува на 7 април 2013 година во 19:00 часот.
- ☞ Резултати од испитувањата на јавното мислење поврзани со учесниците во изборниот процес не смеат да се објавуваат по 24:00 часот на 1 април 2013 година (односно, почнувајќи од 00:00 часот на 2 април 2013 година).

Опфат

За време на изборната кампања и изборниот молк за **првиот круг** од Локалните избори 2013, мониторингот на Советот за радиодифузија ќе ги опфати сите телевизиски и радио сервиси, и тоа:

- Три телевизиски и два радио сервиси на Јавниот радиодифузен сервис – МРТ, (согласно искуствата и резултатите од мониторинзите на претходните изборни процеси, примерокот не ги опфаќа Втората програма на Македонското радио – Радио

два, и програмите на ромски, српски, влашки и бошњачки на радиото и на телевизијата, бидејќи обемот на информации е премногу мал за да се извечат оценки за избалансираност и главно не се забележани прекршувања);

- Четири ТВ и три радио терестријални сервиси на државно ниво;
- Шест сателитски ТВ сервиси на државно ниво;
- Девет ТВ и десет комерцијални радио сервиси на регионално ниво (радијата Класик ФМ, Џез ФМ, Клуб ФМ, Лајф, Спортско радио канал 4, РФМ и Универзитетското радио Студент ФМ 92,9 не се опфатени во примерокот бидејќи некои од нив, низ претходни избори не емитувале изборно медиумско претставување, некои имале само многу мал обем политичко рекламирање, а за последните две не се очекува да следат избори);
- Четириесет и шест локални ТВ станици;
- Педесет и девет локални радио станици (не се опфатени непрофитните универзитетски радија УКЛО ФМ 90,8 од Битола и УГД ФМ од Штип).

За примерокот за мониторинг во текот на **вториот круг** од Локалните избори 2013, изборот падна на 27 радиодифузери и тоа:

- Два телевизиски и два радио сервиси на Јавниот радиодифузен сервис;
- Четири ТВ и еден радио терестријален сервис на државно ниво;
- Пет сателитски ТВ сервиси на државно ниво;
- Четири телевизиски и еден комерцијален радио сервиси на регионално ниво;
- Седумнаесет локални ТВ станици од Битола, Велес, Гостивар, Делчево, Кавадарци, Кочани, Куманово, Струга и Тетово;
- Четири локални радио станици од Велес, Гостивар, Делчево и Тетово.

Предмет на мониторингот

Предмет на мониторингот ќе биде вкупната емитувана програма на радиодифузерите, во периодот од почетокот на изборната кампања до завршувањето на гласањето. Со анализата ќе бидат опфатени облиците на изборно медиумско претставување кои се дефинирани во *Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања*. Во нив спаѓаат: вестите, облиците на директен пристап на организаторите на изборна кампања до граѓаните (бесплатно политичко претставување и платено политичко рекламирање) и посебните информативни емисии, какви што се програмите за информирање на граѓаните за начинот и техниката на гласањето и за остварувањето на избирачкото право и информативно-политичките програми жанровски реализирани како интервјуа, дебати или ТВ/радио соочувања.

Цели на мониторингот

Имајќи предвид дека *Правилникот за рамноправен пристап...* ги утврдува правилата по кои треба да работат радиодифузерите за време на изборната кампања и во време на изборниот молк генералните цели на мониторингот се да се следи дали и колку електронските медиуми:

- Ќе им овозможат на политичките партии и кандидати подеднакви услови за пристап до сите облици на медиумско претставување за време на изборната кампања;
- Ќе обезбедат правично, избалансирано и непристрасно медиумско претставување;
- Ќе ги почитуваат правилата за емитување платено политичко рекламирање и, воопшто, правилата утврдени со Изборниот законик и со *Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања*.

Анализата на емитуваните програми во однос на параметрите од одредбите за медиумско покривање на изборната кампања, треба да одговори на следниве конкретни прашања:

1. Дали во дневно-информативните емисии радиодифузерите обезбедуваат избалансирано известување за активностите на организаторите на изборната кампања?
2. Дали при известувањето во дневно-информативните емисии радиодифузерите ги почитуваат и другите правила утврдени во законската регулатива: за начинот на известување за редовните активности на органите на власта, за објавувањето резултати од испитувања на јавното мислење, за одвојувањето и означувањето на коментарите и за

забраната за емитување 'говор на омраза', односно за неговото контекстуализирање?

3. Дали во посебните информативни емисии посветени на изборите радиодифузерите обезбедуваат избалансираност, еднаков пристап и рамноправен медиумски третман на кандидатите и на претставниците на организаторите на изборна кампања?
4. Дали радиодифузерите ги почитуваат правилата за емитување на облиците на директен пристап до публиката/гласачите т.е. за бесплатното претставување и платеното политичко рекламирање?

Начин на реализација

Во текот на мониторингот, програмите емитувани од радиодифузерите ќе се снимаат или ќе се регистрираат во посебни обрасци. Добиените резултати ќе се анализираат и од нив ќе се извлекуваат заклучоци кои ќе се објавуваат во извештаи, заедно со регистрираните прекршувања и изречените мерки.

Примерок

Кај телевизиите на државно ниво (кои емитуваат терестријално и преку сателит) ќе се анализира програмата емитувана од 6 часот наутро до 1 часот по полноќ. Од дневно-информативните емисии ќе се анализираат по две изданија емитувани меѓу 16:00 и 24:00 часот, во кои се очекува да бидат концентрирани најмногу информации за изборната кампања. Кај радио програмските сервиси на државно ниво ќе се анализира периодот од 6:00 до 20:00 часот, со исклучок на Првиот сервис на Македонско радио, каде ќе се анализира периодот до 24:00 часот. Во зависност од содржината на програмата, ќе се анализираат по две изданија на вести на РА Канал 77 и на Првата програма на Македонско радио, односно по едно издание на програмата на Македонско радио на јазиците на етничките заедници.

Регионалните и локалните телевизиски сервиси ќе се анализираат од 16:00 до 24:00 часот, а регионалните радио станици ќе се анализираат во периодот од 6:00 до 18:00 часот, а и локалните од 9:00 до 18:00. Од дневно-информативните емисии ќе се следи централното издание (доколку има). Радиодифузерите на локално и дел од радијата на регионално ниво ќе се анализираат со посебен инструмент – образец кој ќе го пополнуваат надворешни соработници.

Метод

Истражувањето ќе се реализира преку техниката анализа на содржина, која ќе обезбеди квантитативни и квалитативни показатели за медиумското покривање на кампањата за изборите. Ќе се анализираат содржините на облиците на изборно медиумско претставување, односно:

- 1) Дневно - информативните емисии;
- 2) Посебните информативни емисии (интервјуа, дебати, дуели, актуелно-информативни емисии и актуелно-информативни емисии со документаристички пристап, програми за информирање на граѓаните за начинот и техниката на гласањето и за остварувањето на избирачкото право);
- 3) Бесплатното политичко претставување и платеното политичко рекламирање (програми што овозможуваат директен пристап на организаторите на изборна кампања до публиката, односно гласачите).

Исто така, ќе се анализира содржината и на емисиите што не се поврзани со изборите, а во кои ќе учествуваат или ќе се појават организатори на изборна кампања и/или претставници на органите на власта, на државните институции и организации и на правните и на другите лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања.

ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ИЗБОРНАТА КАМПАЊА ВО ДНЕВНО - ИНФОРМАТИВНИТЕ ЕМИСИИ

Мониторингот на известувањето за изборната кампања во дневно-информативните емисии ќе биде сосредоточен на неколку прашања кои се регулирани со изборната регулатива.

Првото прашање е избалансираноста во известувањето која има квантитативен и квалитативен аспект. Квантитативниот аспект се однесува на обемот или времето што

радиодифузерот го одвојува во вестите за активностите на некој кандидат или организатор на изборна кампања, а квалитативниот на приодот или 'тонот на известувањето'.

Другите прашања се однесуваат на: начинот на известување за редовните активности на органите на власта, објавувањето резултати од испитувања на јавното мислење, одвојувањето и означувањето на коментарите и за евентуалното емитување 'говор на омраза'.

Методи за анализа на избалансираноста во дневно-информативните емисии

Избалансираноста во известувањето ќе се оценува од квантитативен и од квалитативен аспект. Квантитативната анализа подразбира мерење и категоризирање (кодирање) на прилозите поврзани со изборната кампања и на прилозите за активностите на органите на власта во периодот на изборната кампања и нивно внесување во посебен софтвер за обработка на податоците. По контролата на внесените податоци, се применуваат постапки на статистичка анализа со цел да се добијат вкрстени податоци за времето што радиодифузерите го одвоиле за различните кандидати, односно организатори на изборна кампања.

Во методот на анализа, како основа за оценка на избалансираноста ќе бидат земени пред сè прилозите во вестите кои се однесуваат на кампањата - конвенции, митинзи, средби, прес-конференции и сл.

Организаторите на изборната кампања, кандидатите и одделни политички партии може да се појават како субјекти и во други медиумски прилози кои не се однесуваат на нивна активна кампања, туку претставуваат редакциски осврти на изборната кампања, редакциски прилози и куси коментари во кои се критикуваат кандидатите, политичките партии или претставниците на власта, прилози со анкети од испитување на јавно мислење и др.

Со мониторингот ќе биде опфатено и медиумското покривање на активностите на органите на власта (Претседателот на РМ, Собранието, Владата и локалната власт). Прилозите во кои се појавуваат претставниците на власта ќе бидат поделени во две категории: редовни активности на органите на власт и активности на органите на власт кои се во функција на изборната кампања.

Во методот на анализа ќе биде вклучена и оценка на 'тонот на известувањето', како квалитативен аспект на анализата кој ќе се мери на скала од три степени: позитивен, неутрален и негативен. Оваа оценка ќе се употребува само во случаите кога новинарот или уредникот ќе користи експлицитни зборови или реченици за да изрази очигледен позитивен или негативен став кон конкретен политички субјект.

Како квалитативен аспект на избалансираноста, ќе се мерат и бројот и вкупното времетраење на директните обраќања што радиодифузерот ќе им ги овозможи на организаторите на изборна кампања, на кандидатите или на претставниците на власта.

Другите квалитативни аспекти на известувањето (употребата на коментари во вестите, начинот на известување за резултатите од анкети на јавното мислење, употребата на 'говор на омраза' и др.), исто така, ќе се оценуваат со помош на постапки на квалитативна анализа на содржина.

Квантитативни аспекти на избалансираноста

Квантитативниот аспект на избалансираноста во дневно-информативните емисии се пропишува во членот 13 од *Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања*, според кој радиодифузерот е должен во дневно-информативните емисии да обезбеди избалансирано покривање на активностите на организаторите на изборна кампања. Избалансираност за локални избори се обезбедува преку комбинација од двата принципи – на еднаквост и на пропорционалност - како што е утврдено во член 6 од овој *Правилник*. Поконкретно:

- за избор на градоначалник, радиодифузерите обезбедуваат избалансираност во согласност со принципот на еднаквост за сите кандидати за градоначалници и во првиот и во вториот круг од изборите;

- за избор на членови на советите на општините и на градот Скопје, радиодифузерите на државно и на регионално ниво треба да обезбедат избалансираност во согласност со принципот на пропорционалност според бројот на потврдени листи на кандидати за членови на советите на општините и на градот Скопје, а радиодифузерите на локално ниво - во согласност со принципот на еднаквост. Притоа, се има предвид интензитетот на активностите во рамките на кампањите.

Операционализирано на ниво на радиодифузери со различен опфат, ваквата дефиниција на избалансираноста подразбира дека:

а. Радиодифузерите на национално ниво кои ќе одлучат да ја покриваат изборната кампања во дневно-информативните емисии, треба да известуваат за активностите на сите организатори на изборна кампања во сите изборни единици. Притоа, на изборите за градоначалници треба на кандидатите чии кампањи имаат приближно ист интензитет да им обезбедат приближно еднаква временска застапеност, а на изборите за советници треба да им обезбедат приближно иста застапеност на организаторите на изборна кампања кои имаат ист број на потврдени листи со кандидати и водат кампања со приближно ист интензитет.

б. Радиодифузерите на регионално ниво кои ќе ја покриваат изборната кампања во дневно-информативните емисии, треба да известуваат за активностите на сите организатори на изборна кампања кои имаат поднесено листи во Градот Скопје и во општините во негов состав. Притоа, на кандидатите за градоначалници чии кампањи имаат приближно ист интензитет треба да им обезбедат приближно еднакво време, а приближно еднаква застапеност треба да им обезбедат и на организаторите на изборни кампањи кои имаат потврдени листи со кандидати за членови на советите на скопските општини и на Градот Скопје, а чии кампањи имаат приближно ист интензитет.

в. Радиодифузерите на локално ниво кои ќе ја покриваат изборната кампања во дневно-информативните емисии, треба да известуваат за активностите на сите организатори на изборна кампања кои имаат поднесено листи во изборната единица што ја покрива конкретниот радиодифузер. На градоначалничките кандидати и на организаторите на кампања со потврдени листи со кандидати за советници, чии кампањи имаат приближно ист интензитет, треба да им обезбедат приближно еднакво време.

Важно е да се нагласи и дека од радиодифузерите не се очекува да обезбедат избалансираност во известувањето за различните политички субјекти во секоја одделна дневно-информативна емисија, туку во текот на подолг временски период (односно за време на изборната кампања). Во Објаснувачкиот меморандум на Препораката Р (2007) 15 на Советот на Европа, за мерките поврзани со медиумското покривање на изборните кампањи се утврдува дека „...овој принцип треба да се мери во однос на целиот програмски сервис на радиодифузерот, во текот на определен временски период, а не во секоја одделна емисија. Радиодифузерите треба да обезбедат избалансираност и да ги претставуваат различните политички гледишта во текот на целиот период на кампањата.“

Известување за активностите на претставниците на власта

Друг мошне важен аспект во мерењето на избалансираноста е времето што радиодифузерите го издвојуваат за редовните активности на претставниците на власта во периодот на изборната кампања. Во Препораката Р (2007) 15 на Советот на Европа, за мерките поврзани со медиумското покривање на изборните кампањи се утврдува дека „радиодифузерите не смеат да им даваат привилегиран третман на претставниците на власта во текот на дневно-информативните емисии.“

Кога една партија е дел од власта вообичаено е да добива поголемо медиумско внимание, бидејќи обврска на медиумите е да ги информираат граѓаните за редовните активности на власта, кои можат да вклучуваат официјални настани, седници на Владата или спроведување на политиката. Сепак, ваквите настани „...можат да бидат вистински и релевантни (како што се национални прослави или годишнини), вистински и маргинални (како што е отворање на јавни објекти - училишта, здравствени објекти и сл.) и псевдо-настани (намерно создадени прилики од страна на власта со цел да се привлече поголемо медиумско внимание)⁴.

Претставниците на власта работат во интерес на целата држава, но од друга страна тие се и претставници на политичките партии. Овој 'двоен идентитет' особено доаѓа до израз за време на изборните кампањи, поради два значајни аспекти: (1) како да се обезбеди баланс меѓу остварувањето на правото на кандидатите и организаторите на изборна кампања на еднакви

⁴ Насоки за медиумска анализа во текот на мисиите за набљудување на изборите изработени во 2005 година од страна на Канцеларијата за демократски институции и човекови права на ОБСЕ (ОДИХР), Директоратот за човекови права и Комисијата за демократија преку правото (Венецијанска комисија) на Советот на Европа и Европската комисија, достапно на [http://www.venice.coe.int/docs/2005/CDL-EL\(2005\)043-e.asp](http://www.venice.coe.int/docs/2005/CDL-EL(2005)043-e.asp)

можности за пристап до медиумското претставување и правото и обврската на медиумите да известуваат за активностите на власта; и (2) како да се обезбеди еднаков медиумски третман на кандидатите и организаторите на изборна кампања, ако се знае дека контекстот на известувањето за активностите на власта најчесто е позитивен поради самиот карактер на настаните за кои се известува (на пример, значаен меѓународен настан, официјални средби, седници и сл.).

Покрај тоа, според искуството од набљудувачките мисии на ОБСЕ/ОДИХР, „...претставниците на власта може да се обидуваат да ја прикријат изборната кампања или политичката пропаганда во рамките на нивните институционални активности или кампањи за информирање на јавноста. Не е ретко, во текот на изборните кампањи, да се видат министри кои отвораат јавни објекти, држат говори пред студенти, организираат меѓународни собири или промовираат нови програми за зависници од дрога со цел да привлечат дополнително медиумско внимание.“

Поради тоа, медиумите треба да бидат упорни и конзистентни во обидот да ги разликуваат редовните активности на претставниците на власта од активностите што тие ги водат како претставници на политичките партии во текот на изборната кампања. Според насоките дадени во европските документи, во изборната регулатива на земјите-членки треба да се внесат одредби со кои ќе се обезбеди на претставниците на власта да не им се дава привилегиран третман во медиумското известување. Со ваквите одредби треба да се предвидат мерки како што се: забрана за известување од официјални свечености во периодот на изборна кампања, овозможување право на одговор на опозициските партии на 'информации од јавен интерес', воспоставување соодветни пропорции во известувањето за власта, за партиите на власт и за опозициските партии во рамките на вестите и информативните програми и сл.

Во *Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања* е внесена одредба (член 15) во која се утврдува дека во дневно-информативните емисии, емитувани за време на изборната кампања и во периодот на изборниот молк, „известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект.“ Ова значи дека медиумите за време на изборната кампања можат да известуваат за редовните активности на органите на власта, но притоа да внимаваат начинот на известување да не биде во функција на изборната кампања на партиите во власта. Исто така, ова подразбира дека имаат и право и обврска да ги селектираат и да ги исклучуваат т.н. 'псевдо-настани' од известувањето.

Тргувајќи од наведените европски насоки, во мониторингот на дневно-информативните емисии ќе се мери и вкупното време што медиумите ќе го издвојат за сите активности на власта, со цел да се добие целосна слика за тоа во кој обем е власта присутна во дневно-информативните емисии. Прилозите во кои се појавуваат претставници на власта, во основа се делат во две категории: редовни активности на органите на власт и активности на органите на власт искористени во функција на изборната кампања на партиите во власта. Советот, во досегашните изборни процеси постапувал во ситуациите кога при известувањето за активностите на власта, јасно се забележувал 'фаворизирачки' или 'позитивен' тон на медиумот.

Квалитативни аспекти на избалансираноста

Собирањето податоци за квантитетот на известувањето посветено на различни политички субјекти не дава целосна слика за плурализмот што го претставуваат медиумите. Јавната претстава за политичките партии, кандидати или лидери не се обликува само преку обемот на времето што им се доделува, туку и преку начинот на кој тие се претставени. Во *Насоките за покривање на изборите од страна на радиодифузните медиуми во транзиционите демократии* на „Артикл 19“⁵, меѓународната организација која води глобална кампања за слобода на изразувањето, се вели: „Најчест проблем во врска со покривањето на изборите (од страна на радиодифузните медиуми) во транзиционите демократии е неизбалансираното известување за

⁵ Guidelines for Election Broadcasting in Transitional Democracies, Articl 19, Global Campaign for Free Expression, достапно на <http://www.article19.org/pdfs/tools/electionbroadcastingtrans.pdf>

политичките партии и кандидатите како во квантитативна, така и во квалитативна смисла. Мошне често се случува владејачката партија да добие значително повеќе време од опозициската. Во исто време, владејачката партија може да биде претставена во диспропорционално фаворизирачка светлина, додека опозицијата е претставена негативно.“ (стр. 35).

Исто така, во Насоките на Артикал 19 се нагласува и следново: „Во некои случаи степенот на неизбалансираност во известувањето подразбира свесен обид на медиумите да влијаат врз исходот на изборната кампања. Ова е најочигледно кога стандардите за објективно известување се прекршуваат до степен што вестите и информативните програми се користат за манипулирање со мислењето на гласачите.“ (стр.36).

Тргувајќи од ова, во мониторингот на известувањето во дневно-информативните емисии ќе бидат анализирани и одделни квалитативни аспекти на избалансираноста. Елементите врз основа на кои ќе се извлекува оценка за квалитетот на известувањето се преземени од *Насоките за медиумска анализа во текот на мисиите за набљудување на изборите* изработени во 2005 година од страна на Канцеларијата за демократски институции и човекови права на ОБСЕ (ОДИХР), Директоратот за човекови права и Комисијата за демократија преку правото (Венецијанска комисија) на Советот на Европа и Европската комисија.

Овие елементи во мониторингот ќе бидат операционализирани на следниов начин:

- Експлицитна оценка на новинарот за релевантниот субјект;
- Рамката во која се информира за релевантниот субјект. Рамката ја претставува вредноста на новинарскиот прилог во кој се известува за субјектот, односно контекстот на известувањето. Поимот за 'врамувањето' не е поврзан со вистинитоста или неистинитоста на контекстот, туку со светлината што тој контекст ја фрла врз субјектот. Постојаното известување за еден политички субјект во проблематичен контекст (на пример настани со насилство, покренати постапки за корупција итн.) во текот на изборната кампања може да укажува на намера субјектот да и се претстави на јавноста во негативен контекст;
- Манипулативната употреба на филмови, слики и звуци: Се однесува на конзистентно користење на агол на снимање со кој толпата луѓе присутни на собирите на одделни партии или кандидати се прикажува да изгледа поголема отколку што реално е, додека пак со аголот на снимање на собирите на други организатори на кампања се прикажува да изгледа дека се присутни помалку луѓе. Други слични примери се: емитување филмски снимки што не кореспондираат со настанот за кој се известува, со цел да се фаворизираат одделни партии или кандидати; користење придружни музички или визуелни ефекти кои му даваат предупредувачки, сатиричен, патриотски или оптимистичен тон на прилогот; и употреба на манипулативни тонови на гласот или сарказам од страна на новинарите и презентерите;
- Изборот на зборови (или реченици) кога се известува за политичките субјекти или кога се презентираат информациите. На пример, провладините медиуми може во прилогот да го пуштат премиерот со директна изјава за нешто, додека претставникот на опозицијата само да го цитираат;
- Почитувањето на основните професионални новинарски стандарди при известувањето; и
- Тонот на известувањето кој се мери на скала од три вредности (позитивен, неутрален, негативен).

Други квалитативни аспекти на известувањето

Објективно и точно известување. Оценка на 'тонот' на известувањето покажува дали ставот на медиумот кон конкретниот политички субјект е позитивен, негативен или неутрален. Меѓутоа, ова не е доволно за да се оцени дали медиумот известува објективно и точно. Континуираното неточно известување е еден од најсериозните недостатоци во медиумското покривање на кампањата што може да се утврди само со помош на сеопфатна квалитативна анализа, која подразбира посложени методолошки постапки (на пример, споредба на известувањето со реалните настани или следење на известувањето на еден ист настан на повеќе медиуми).

Објективното известување спаѓа во темелните принципи на професионалното новинарско известување и, како такво, не е предмет на законската регулатива за покривање на изборите. Овие аспекти навлегуваат во етичките и професионалните стандарди и затоа се регулираат со новинарските кодекси односно со саморегулативата. Оттаму, иако со мониторингот на Советот за радиодифузија можат да се добијат извесни квалитативни сознанија за објективноста во известувањето, тие не можат да се користат како основа за постапување на Советот за радиодифузија, туку само како дополнителна индикација при градењето на оценките за избалансираноста во известувањето.

Коментари во дневно-информативните емисии. Со член 3 од *Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување* се утврдува дека радиодифузерите кои ја покриваат кампањата се должни „...тоа да го прават на правичен, на избалансиран и на непристрасен начин во својата вкупна програма“. Покрај тоа, во член 14 од *Правилникот* се утврдува дека „коментарите во врска со изборната кампања емитувани во дневно-информативните емисии треба да бидат одвоени како посебни прилози, и да бидат означени или со името и презимето на авторот, или како редакциски коментар“. Една новинарска вест или извештај треба да се состои од факти и податоци, додека редакцискиот коментар подразбира изнесување на мислењето, идеите и ставовите на редакцијата, уредникот или новинарот. Оваа дистинкција е особено важна во известувањето за изборната кампања за да може публиката јасно да разликува што е информација, а што коментар.

Известување за анкетите на јавното мислење. Известувањето за анкетите на јавното мислење поврзани со рејтингот на партиите и кандидатите и можноста за победа на претстојните избори е прашање од посебно значење во периодот на изборната кампања. Емитувањето на прилозите во кои се објаснуваат резултати од анкетите може некогаш да има за цел манипулирање со мислењето на гласачите, особено кога анкетите се наредени или спроведени од организации кои се пристрасни. Поради тоа, анкетите на јавното мислење врз основа на кои се утврдуваат рејтинзи и се прават проекции за исходот од изборите треба да се спроведени на научна основа, врз основа на репрезентативен примерок од испитаници, од страна на независни истражувачки организации или институти. Известувањето за резултатите од анкетите мора да биде објективно и непристрасно и да ги содржи сите неопходни елементи за да може публиката да ја процени нивната веродостојност.

Врз основа на меѓународните стандарди и правила, во членовите 30, 31 и 32 од *Правилникот за рамноправен пристап...* се утврдени условите под кои медиумите можат да објавуваат резултати од испитувања на јавното мислење. Во член 30 се утврдува дека радиодифузерите се должни да го наведат следното: името на нарачателот кој го побарал и го платил испитувањето, институцијата која го извршила истражувањето, применетата методологија, показателите за големината и структурата на испитаниот примерок и датумот, односно периодот во кој е спроведено истражувањето. Во членот 31 се утврдува дека резултатите од анкетите можат да се објавуваат најдоцна пет дена пред денот определен за одржување на изборите и дека резултатите од анкетите спроведени на денот на изборите не можат да се објавуваат до завршувањето на гласањето, односно пред 19:00 часот. Исто така, радиодифузерите не смеат да објавуваат резултати од „ненаучни и од нерепрезентативни испитувања на јавното мислење, како што се гласање на гледачи или на слушатели преку телефон (телевоутинг), анкети спроведени на Интернет и сл.“ (член 32 од *Правилникот*).

Говор на омраза. Во текот на мониторингот предмет на набљудување ќе биде и појавата на евентуален 'говор на омраза' во известувањето за изборната кампања. Воздржувањето од употребата на каков било говор на омраза спаѓа во основните новинарски стандарди, но исто така, е регулирано и со меѓународните стандарди и делумно, со одредбите од Законот за радиодифузната дејност.

Општите принципи со кои се дефинира говорот на омраза се јасно утврдени во меѓународните конвенции и повелби. Во Препораката Р(97) 20 на Советот на Европа, со терминот 'говор на омраза' се опфатени „...сите форми на изразување, што шират, поттикнуваат, промовираат или оправдуваат расна омраза, ксенофобија, антисемитизам или други форми на омраза, засновани врз нетрпеливост, вклучувајќи и нетрпеливост изразена преку агресивен национализам и етноцентризам, дискриминација и непријателство кон малцинствата, емигрантите и лицата со емигрантско потекло.“ Оттаму, директните повикувања на насилни дејствија треба

експлицитно да се забранат во законската регулатива на секоја земја. Иако одговорноста за ваквите изјави во крајна линија е на поединецот или политичкиот субјект кој ја дава изјавата, сепак медиумот треба да известува професионално, односно да ја смести изјавата во соодветен контекст и јасно да покаже дека не ја поддржува. Ова значи дека медиумите треба да се сметаат за одговорни тогаш кога ги емитуваат ваквите изјави без да ги врамнотежат така што ќе го обезбедат и спротивставено гледиште, ќе се оградат или ќе дадат соодветно контекстуално објаснување кое ќе го намали нивниот ефект. Имајќи го предвид ова, „медиумите би требало да ја одбијат секоја отворена или прикриена изјава на нетолеранција и внимателно да размислат дали објавувањето на таа изјава може да води кон навреда и потсмев засновани врз полово, расна, јазична, верска, национална, етничка, социјална или друга припадност.“⁶

Законските одредби за говорот на омразата треба да се утврдени имајќи ја предвид специфичната ситуација на секоја земја: на пример, во пост-конфликтните подрачја можат да се наложат построги ограничувања со цел да се избегнат нови тензии меѓу заедниците. Според тоа, при дефинирањето на говорот на омразата треба да се има предвид конкретниот општествен контекст и потенцијалното влијание на пораката врз публиката.

Одредби со кои се забранува 'говорот на омразата' се вградени и во член 69 од Законот за радиодифузната дејност според кој: „...не се дозволени програми што се насочени кон насилно уривање на уставниот поредок на Република Македонија или кон поттикнување или повикување на воена агресија или на разгорување национална, расна, полово или верска омраза и нетрпеливост.“

Еден од најголемите проблеми во текот на изборните кампањи е мерата во која треба да се забрани говорот на омразата. Се препорачува да се постават минимални граници за индивидуалната слобода на изразување, бидејќи изборната кампања е момент кога е неопходно да се чујат најразлични мислења и гледишта, па дури и кога се изразени на поагресивен начин. Ова отстапување од редовните правила во поглед на 'говорот на омразата' се оправдува со кусото траење на изборната кампања и фундаменталното значење на слободата на политичката дебата како услов за слободни и фер избори. Оттаму, се препорачува медиумите да бидат ослободени од одговорност за оној 'говор на омраза' кој е составен дел на кампањата што ја водат политичките субјекти, но кој не претставува директно повикување на насилство или на рушење на уставниот поредок, или поттикнување на национална, расна, полово или верска омраза и нетрпеливост. Препораката медиумите да бидат ослободени од одговорноста за емитувањето различни видови меѓусебни обвинувачки пораки на политичките субјекти (навреда, клевета и сл.) се засновува врз досегашното искуство и судската пракса според кои употребата на вакви изјави се смета за адекватна во политичкиот контекст, а особено поради постоењето на можноста да се оствари правото на одговор или исправка на ваквите изјави.

Во член 9 од *Правилникот* се повторува забраната дека не смеат да се емитуваат содржините забранети со член 69 од Законот за радиодифузната дејност, но им се остава простор на радиодифузерите „да го остварат своето право на информирање на јавноста така што ќе се оградат од тие содржини, односно за нив ќе обезбедат дополнителен фактички, критички контекст со што ќе се намалат негативната конотација или обвинението содржани во нив.“

Оценката на овој квалитативен аспект на известувањето ќе се гради врз основа на суптилна квалитативна анализа на конкретната содржина (изјава, порака или сл.), при што ќе се имаат предвид контекстот во кој е искажана, меѓународните стандарди и одредбите утврдени во изборната регулатива и во Законот за радиодифузната дејност.

ПОКРИВАЊЕ НА КАМПАЊАТА ВО ПОСЕБНИТЕ ИНФОРМАТИВНИ ПРОГРАМИ

Во *Правилникот за рамноправен пристап...*, како посебни информативни програми се дефинирани:

⁶ Насоки за медиумска анализа во текот на мисиите за набљудување на изборите изработени во 2005 година од страна на Канцеларијата за демократски институции и човекови права на ОБСЕ (ОДИХР), Директоратот за човекови права и Комисијата за демократија преку правото (Венецијанска комисија) на Советот на Европа и Европската комисија, достапно на [http://www.venice.coe.int/docs/2005/CDL-EL\(2005\)043-e.asp](http://www.venice.coe.int/docs/2005/CDL-EL(2005)043-e.asp)

1) програмите наменети за информирање на граѓаните за начинот и техниката на гласањето и за остварувањето на избирачкото право, и

2) информативно-политичките програми (интервјуа, дебати и ТВ/радио соочувања), односно актуелно-информативни програми, актуелно-информативни програми со документаристички пристап и тематски специјализирани информативни програми.

Емитирањето на првата категорија информативни програми е посебна обврска на Јавниот радиодифузен сервис што произлегува од одредбите на Законот за радиодифузната дејност (членови 80, 120, 121 и 122) и од член 12 на *Правилникот за рамноправен пристап*....

За интервјуата, дебатите и соочувањата важи обврската за обезбедување еднакви услови за пристап, избалансираност и еднаков медиумски третман утврдени во членовите 4, 6 и 28 од *Правилникот*. Притоа, обврската за еднаков пристап и за избалансираност не се однесуваат на секоја поединечна емисија, туку на серијата интервјуа, дебати емисии или соочувања што радиодифузерот ќе ги организира во текот на изборната кампања. За локални избори, еднаквиот пристап и избалансираноста треба да се обезбедат врз основа на веќе погоре објаснетата примена на принципите за еднаквост за градоначалничките кандидати во сите општини и советите на локално ниво, односно според принципот на пропорционалност согласно бројот на потврдени листи на кандидати за членови на советите на општините и на градот Скопје, за радиодифузерите на државно и регионално ниво. Доколку радиодифузерот уредно ги поканил кандидатите односно претставниците на организаторите на изборна кампања да учествуваат во програмата, а тие самите не го искористиле правото на пристап, медиумот треба тоа јасно да го нагласи во текот на емитирањето на ваквите информативни програми. Во овие случаи се очекува извесен дисбаланс за кој радиодифузерот не се смета за одговорен. Исклучок се случува кога ваквата ситуација се користи за да се реализираат и репризираат многу посебни информативни емисии само со претставници на една опција на изборите со што самите медиуми креираат дисбаланс.

Согласно член 29 од *Правилникот*, посебните информативни програми, односно интервјуата, дебатите и соочувањата не смеат да се користат како облик на платено политичко рекламирање. Посебните информативни програми се облици на медиумско претставување кои се под уредувачка контрола на радиодифузерот и, оттаму, не смеат да се користат во форма на платено политичко рекламирање првенствено поради професионалните и етичките аспекти на новинарството. Во новинарските форми на покривање на кампањата улогата на новинарот не може да се сведе на формална улога на 'презентер' или 'модератор', во интерес на одреден политички субјект, а особено ако тие форми се платени. Напротив, улогата на новинарот е, имајќи ги предвид интересите на граѓаните, ставовите на тие политички субјекти да ги разоткрива и да ги изложува на критичкото око на јавноста.

ОБЛИЦИ НА ДИРЕКТЕН ПРИСТАП ДО ПУБЛИКАТА/ГЛАСАЧИТЕ

За облиците на директен пристап до гласачите (бесплатно политичко претставување и платено политичко рекламирање) е карактеристично тоа што кандидатите или претставниците на организаторите на изборна кампања директно ги соопштуваат своите политички пораки до гласачите без уредувачка интервенција на новинарот или радиодифузерот. Правото на директен пристап до медиумите „...е суштествен аспект на слободата на политичка комуникација во контекст на огромното влијание што радиото и телевизијата го имаат врз јавното мислење.“⁷ Согласно насоката број 9 на Артикал 19, времето за директен пристап на политичките партии и кандидатите треба да се доделува врз „...фер и недискриминаторна основа“.

Во *Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања*, правилата за емитирањето на облиците на директен пристап се уредени со одредбите од член 16 до член 27:

- Во облиците на директен пристап не е дозволено учество на малолетници;

⁷ Guidelines for Election Broadcasting in Transitional Democracies, Article 19, Global Campaign for Free Expression, достапно на <http://www.article19.org/pdfs/tools/electionbroadcastingtrans.pdf>

- Во облиците на директен пристап не се дозволени пораки насочени кон насилно уривање на уставниот поредок, поттикнување на воена агресија, или разгорување национална, расна, полова или верска омраза или нетрпеливост;
- Јавниот сервис е должен да обезбеди бесплатно претставување согласно принципот на еднаквост за кандидатите за градоначалници и согласно принципот на пропорционалност за организаторите на изборна кампања со еднаков број потврдени листи со кандидати за членови на советите, утврдени во членот 6 од *Правилникот*;
- Трговските радиодифузни друштва се должни да го почитуваат истите принципи, доколку се определат да емитуваат бесплатно политичко претставување;
- Датумот и редоследот на емитувањето на бесплатното претставување радиодифузерите треба да го утврдат со ждрепка;
- Бесплатното политичко претставување мора да биде соодветно и видливо означено;
- Јавниот радиодифузен сервис не смее да емитува платено политичко рекламирање;
- Трговските радиодифузни друштва можат да емитуваат најмногу 15 минути платено политичко рекламирање (ППР) на еден реален час, при што на еден организатор на кампања смеат да му доделат најмногу 10 минути; радиодифузерите не смеат да го собираат ова време и да го емитуваат во големи блокови;
- Времето за економски маркетинг е дозволено согласно Законот за радиодифузната дејност не може да се пренамени во време за ППР;
- ППР не смее да се емитува во дневно-информативни емисии, детски, училишни и образовни програми, директни преноси од верски, спортски, културни, забавни и други настани, и во посебни информативни програми;
- ППР мора да биде соодветно и видливо означено;
- Во рамките на сите облици на ППР мора јасно да биде наведен нарачателот;
- Цените на радиодифузерите за времето за ППР мора да бидат еднакви за сите организатори на изборна кампања.

ИЗБОРЕН МОЛК

За време на изборниот молк ќе се снимаат и набљудуваат програмите на сите анализирани медиуми. Прашањето за прекршување на изборниот молк е детално разработено во *Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања* (од член 33 до член 37), но генерално – „ќе се смета дека радиодифузерите го прекршиле изборниот молк доколку емитуваат: информации и аудио и аудио-визуелни материјали во функција на нечија изборна кампања, или рекламни пораки преку кои се претставуваат партиски програми и партиски симболи“ (член 34 став 2). За сторените прекршувања на изборниот молк, Советот ќе поведе прекршочни постапки пред надлежниот суд.

Човечки ресурси за реализација на мониторингот

За потребите на овој мониторинг се ангажираа вработените во Стручната служба на Советот и 84 надворешни соработници во првиот, односно 25 во вториот круг од изборите. Основни услови за избор на соработници се: да имаат завршено најмалку средно образование, да не се членови на политичка партија и да не се вработени во електронски медиум (што го потврдуваат со изјава), а оние кои работат од дома треба и да поседуваат опрема за аудио/видео снимање на програмите. Пред започнување на кампањата, за избраните соработници е организирана обука за *Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања* и за Образецот за мониторинг на медиумското претставување за Локалните избори во 2013 година.

Информација⁸
во врска со упатени укажувања, спроведени постапки за порамнување и
поведени прекршочни постапки кон радиодифузерите за време на
Локалните избори во 2013 година

Советот за радиодифузија на Република Македонија, согласно член 76-б став 1 и 2 од Изборниот законик, е должен да го следи изборното медиумско претставување и програмскиот сервис на радиодифузерите во Република Македонија од денот на распишувањето на изборите до завршувањето на гласањето на денот на одржувањето на изборите, и по утврдување на неправилности да покрене прекршочна постапка пред надлежниот суд против радиодифузерот кој ги повредил одредбите од Изборниот законик.

Согласно член 178-а од Изборниот законик, Советот за радиодифузија, пред поднесувањето барање за поведување прекршочна постапка пред надлежниот суд, е обврзан да спроведе постапка за порамнување согласно одредбите од Законот за прекршоците.

За време на Локалните избори во 2013 година, поради повреда на Изборниот Законик и подзаконските акти донесени врз основа на истиот, Советот кон радиодифузерите ги презеде следните активности:

I. За прекршување на Изборниот Законик и Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања:

- упатени се **25 (дваесет и пет) укажувања** (наведени во Прилог бр.1).

II. За прекршување на Изборниот Законик и Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања:

1. упатени се **27 (дваесет и седум) укажувања** (наведени во Прилог бр.2),

2. спроведени се **33 (триесет и три) постапки за порамнување**, од кои:

- **20 (дваесет)** постапки за порамнување завршија **успешно** (наведени во Прилог бр.3)

- поведени се **13 (тринаесет) прекршочни постапки** (наведени во Прилог бр.4).

III. За прекршување на Изборниот Законик – необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес, во согласност со Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања:

1. спроведени се **8 (осум) постапки за порамнување**, од кои:

- **2 (две)** постапки за порамнување завршија **успешно** (наведени во Прилог бр.5).

- поведени се **6 (шест) прекршочни постапки** (наведени во Прилог бр.6).

⁸ Прегледот на мерките даден во оваа информација и во табелите кои ја придружуваат, го покажува статусот на прекршочните постапки заклучно со 2 септември 2013 година.

**УПАТЕНИ УКАЖУВАЊА ОД СРД ДО РАДИОДИФУЗЕРИТЕ
ЗА ПРЕКРШУВАЊА НА ОДРЕДБИТЕ ОД
ИЗБОРНИОТ ЗАКОНИК И ПРАВИЛНИКОТ ЗА ОДНЕСУВАЊЕТО НА РАДИОДИФУЗЕРИТЕ
ВО ПЕРИОДОТ ПРЕД ЗАПОЧНУВАЊЕ НА ИЗБОРНА КАМПАЊА
ЗА ЛОКАЛНИТЕ ИЗБОРИ НА РМ ВО 2013 ГОДИНА**

Бр.	Назив на радиодифузерот (ТРД/јавен радиодифузен сервис)	Дата на изрекување (седница)	Архивски број на укажувањето	Член од Изборниот законик/ Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Опис на прекршувањето
1.	Јавно радиодифузно претпријатие Македонска радиотелевизија – Скопје, Прв телевизиски програмски сервис, МТВ 1	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-446/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
2.	Јавно радиодифузно претпријатие Македонска радиотелевизија – Скопје, Втор телевизиски програмски сервис, МТВ 2	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-447/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
3.	Јавно радиодифузно претпријатие Македонска радиотелевизија – Скопје, Собраниски канал	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-448/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
4.	Трговско радиодифузно друштво “ТЕЛЕВИЗИЈА МАКПЕТРОЛ” ДООЕЛ Скопје	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-449/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје

5.	Трговско радиодифузно друштво "ТЕЛЕВИЗИЈА СОНЦЕ" ДООЕЛ Прилеп	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-450/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
6.	Радиодифузно трговско друштво "СКАЈ НЕТ-Манчев" ДОО Скопје	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-451/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
7.	Трговско радиодифузно друштво "ТВ БТР НАЦИОНАЛ" ДООЕЛ Скопје	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-452/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
8.	Трговско радиодифузно друштво "ТВ МТМ ДАСТО" ДООЕЛ Скопје	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-453/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
9.	Трговско радиодифузно друштво "ТВ СКОПЈЕ" ДООЕЛ Скопје	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-454/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
10.	Трговско радиодифузно друштво "РАДИО КАНАЛ 77" ДООЕЛ Штип	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-455/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје

11.	Трговско радиодифузно друштво "ТВ МТМ" ДОО Скопје	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-456/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 12 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект
12.	Трговско радиодифузно друштво "ТВ ЕРА" ДОО Скопје	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-457/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 12 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект
13.	Трговско радиодифузно друштво "ТВ АМАЗОН" ДОО Скопје	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-458/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 12 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско

					претставување на ниту еден политички субјект
14.	Трговско радиодифузно друштво "ТВ 24 ВЕСТИ" ДОО Штип	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-459/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 12 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект
15.	Трговско радиодифузно друштво "ТЕЛЕВИЗИЈА СОНЦЕ" ДООЕЛ Прилеп	04-та седница одржана на 22.01.2013	03-460/2 од 22.01.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 12 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект
16.	Трговско радиодифузно друштво "КЛУБ ФМ" ДОО Скопје	07-та седница одржана на 01.02.2013	03-593/1 од 01.02.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје
17.	Трговско радиодифузно друштво "СИТИ РАДИО" ДООЕЛ Скопје	07-та седница одржана на 01.02.2013	03-594/1 од 01.02.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Емитувани се реклами на државни и органи на градот Скопје финансирани од Буџетот на РМ и буџетот на градот Скопје

18.	Трговско радиодифузно друштво "ТВ АМАЗОН" ДООЕЛ Скопје	07-та седница одржана на 01.02.2013	03-592/1 од 01.02.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 12 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Известувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите, во периодот од денот на распишување на изборите до денот определен за започнување на изборната кампања не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект
19.	Трговско друштво за радио – дифузна дејност "ТВ ШУТЕЛ" ДООЕЛ Скопје	Првото продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1204/1 од 15.03.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 5 од Правилникот за однесување на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборната кампања	Уредници, новинари, водители на програма и презентери, ангажирани во подготвување програми на радиодифузерите, не смеат да учествуваат во предизборни активности на организатори на изборна кампања
20.	ТРД КАНАЛ 5 ДООЕЛ Скопје	Првото продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1205/1 од 15.03.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 14 став 3 од Правилникот за однесување на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Во посебните информативни емисии не смеат да учествуваат потврдени кандидати од страна на надлежните изборни органи
21.	Трговско радиодифузно друштво КАНАЛ 5 ПЛУС	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1206/1 од 15.03.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 14 став 3 од Правилникот за однесување на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Во посебните информативни емисии не смеат да учествуваат потврдени кандидати од страна на надлежните изборни органи

22.	ТРД АЛСАТ - М ДОО Скопје	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1203/1 од 15.03.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 14 став 3 од Правилникот за однесување на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Во посебните информативни емисии не смеат да учествуваат потврдени кандидати од страна на надлежните изборни органи
23.	Трговското радиодифузно друштво Телевизија СИТЕЛ 3 ДООЕЛ Скопје	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1202/1 од 15.03.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 14 став 3 од Правилникот за однесување на радиодифузерите во периодот пред започнување на изборна кампања	Во посебните информативни емисии не смеат да учествуваат потврдени кандидати од страна на надлежните изборни органи
24.	ЈП Македонска радио телевизија Скопје, Прв програмски сервис на МТВ	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1200/1 од 15.03.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 4 став 1 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнувањето на изборната кампања	Радиодифузерите пред почетокот на изборната кампања не смеат да емитуваат изборно медиумско претставување
25.	ТРД Телевизија Макпетрол ДООЕЛ Скопје	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1201/1 од 15.03.2013	Член 75 став 2 од Изборниот законик и член 4 став 1 од Правилникот за однесувањето на радиодифузерите во периодот пред започнувањето на изборната кампања	Радиодифузерите пред почетокот на изборната кампања не смеат да емитуваат изборно медиумско претставување

УПАТЕНИ УКАЖУВАЊА
ДО РАДИОДИФУЗЕРИТЕ ЗА ПРЕКРШУВАЊА НА ОДРЕДБИТЕ ОД
ИЗБОРНИОТ ЗАКОНИК И ПРАВИЛНИКОТ ЗА РАМНОПРАВЕН ПРИСТАП ВО МЕДИУМСКОТО ПРЕТСТАВУВАЊЕ ЗА ВРЕМЕ НА ИЗБОРНА КАМПАЊА
ЗА ЛОКАЛНИТЕ ИЗБОРИ ВО РМ ВО 2013 ГОДИНА

Бр.	Назив на радиодифузерот (ТРД/јавен радиодифузен сервис)	Дата на изрекување (седница)	Архивски број на укажувањето	Член од Изборниот законик/ Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Опис на прекршувањето
1.	Трговско радиодифузно друштво „ТЕЛЕВИЗИЈА СИТЕЛ“ ДООЕЛ Скопје	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1196/1 од 15.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 24 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање кое не е означено со „платено политичко рекламирање“ во текот на целото времетраење на емитирањето
2.	Трговско радиодифузно друштво „ТЕЛЕВИЗИЈА СИТЕЛ“ ДООЕЛ Скопје	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1197/1 од 15.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање чиј нарачател не е јасно означен
3.	Трговско радиодифузно друштво „АЛСАТ - М“ ДОО Скопје	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1199/1 од 15.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 24 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање кое не е за целото времетраење означено како „платено политичко рекламирање“

4.	Трговско радиодифузно друштво „АЛСАТ - М“ ДОО Скопје	Прво продолжение на 12-та седница одржана на 13.03.2013	03-1198/1 од 15.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање без јасно означен нарачател
5.	Трговско радиодифузно друштво „ДИБРА ТВ“ ДООЕЛ Дебар	15-та седница одржана на 21.03.2013	03-1257/2 од 22.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 24 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање кое не е означено со „платено политичко рекламирање“ и не е одвоено со најавна и со одјавна шпица
6.	Трговско радиодифузно друштво „АЛФА ТВ“ ДООЕЛ Скопје	15-та седница одржана на 21.03.2013	03-1263/2 од 22.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање чиј нарачател не е јасно означен
7.	Трговско радиодифузно друштво „ВИЖН-БМ“ ДООЕЛ Прилеп	15-та седница одржана на 21.03.2013	03-1251/2 од 22.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање чиј нарачател не е јасно означен
8.	Трговско радиодифузно друштво „Телевизија Сител“ ДООЕЛ Скопје	Прво продолжение на 15-та седница одржано на 27.03.2013	03-1392/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 30 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	При објавувањето резултати од испитувања на јавното мислење радиодифузерот не обезбеди доволно информации врз основа на кои јавноста ќе може да ја процени веродостојноста на испитувањето

9.	Јавно претпријатие МРТ, Македонско радио – РАДИО Скопје	Прво продолжение на 15-та седница одржано на 27.03.2013	03-1405/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 30 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	При објавувањето резултати од испитување на јавното мислење радиодифузерот не обезбеди доволно информации врз основа на кои јавноста ќе може да ја процени веродостојноста на испитувањето
10.	Јавно претпријатие МРТ, Македонско радио – Радио Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1407/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 31 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитувани се прилози со податоци од испитување на јавното мислење по законски дозволениот рок, во периодот од 5 (пет) дена пред денот определен за одржување на изборите.
11.	Јавно претпријатие МРТ, Македонско радио – програма на турски јазик	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1406/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 31 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Објавени резултати од испитување на јавното мислење по законски дозволените рок, во периодот од 5 (пет) дена пред денот определен за одржување на изборите.
12.	Јавно претпријатие Македонско радио МРТ 2 – програма на турски јазик	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1408/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 31 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Објавени резултати од испитување на јавното мислење по законски дозволените рок, во периодот од 5 (пет) дена пред денот определен за одржување на изборите.
13.	ЈП МРТ, Прв програмски сервис на МТВ	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1409/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 31 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитуван е прилог со податоци од испитување на јавното мислење по законски дозволените рок, во периодот од 5 (пет) дена пред денот определен за одржување на изборите.
14.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ ЕМИ“ ДООЕЛ Радовиш	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1399/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 24 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското	Емитувано е платено политичко рекламирање кое не е соодветно и видливо означено како „платено политичко рекламирање“ во текот на

				претставување за време на изборна кампања	целото времетраење на емитувањето
15.	Трговско радиодифузно друштво „Телевизија МАКПЕТРОЛ“ ДООЕЛ Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1410/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање чиј нарачател не е јасно означен
16.	Трговско радиодифузно друштво „РАДИО ЗОНА М-1“ ДООЕЛ Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1395/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање чиј нарачател не е јасно означен
17.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ ШУТЕЛ“ ДООЕЛ Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1398/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 29 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Посебни информативни програми реализирани во форма на интервју, се емитувани како платено политичко рекламирање
18.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ ШУТЕЛ“ ДООЕЛ Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1397/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 24 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање кое не е соодветно и видливо означено како „платено политичко рекламирање“ во текот на целото времетраење на емитувањето
19.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ АМАЗОН“ ДООЕЛ Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1396/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање чиј нарачател не е јасно означен

20.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ НОВА“ ДОО Гевгелија	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1400/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 26 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање чиј нарачател не е јасно означен
21.	Трговско радиодифузно друштво „РАДИО ВАТ“ ДОО Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1402/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 31 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Објавени резултати од испитување на јавното мислење по законски дозволен рок, во периодот од 5 (пет) дена пред денот определен за одржување на изборите.
22.	Трговско радиодифузно друштво „РАДИО ВАТ“ ДОО Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1403/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 35 став 1 алинеи 2 и 3 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	За време на изборен молк, во вести објавени се информации за неправилности констатирани во текот на гласањето во кои се повикува на партиски набљудувачи, односно на организатори на изборна кампања, а од изјавите на официјалните извори на информации парафразирани се и делови што претставуваат прекршување на изборниот молк (се открива идентитетот на политичкиот субјект).
23.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ ЕРА“ ДОО Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1404/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 35 став 1 алинеја 3 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	За време на изборен молк емитован е прилог за текот на гласањето и за констатирани неправилности при што како официјални извори на информации ги користи лидерите на неколку политички партии, односно организатори на изборна кампања вклучени во изборниот процес
24.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ Коха“ Меваип ДООЕЛ Тетово	16-та седница одржана на 27.03.2013	03-1401/1 од 28.03.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 24 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитовано е платено политичко рекламирање кое не е означено со „платено политичко рекламирање“ и не е одвоено со најавна и со одјавна шпица

25.	Трговско радиодифузно друштво „РАДИО ВАТ“ ДОО Скопје	18-та седница одржана на 10.04.2013	03-1788/1 од 11.04.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 35 став 1 алинеја 2 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Во вестите е објавена информација за неправилности констатирани на денот на гласањето во која се открива идентитетот на политички субјект, што претставува прекршување на изборниот молк
26.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ АРТ Артан“ ДООЕЛ Тетово	18-та седница одржана на 10.04.2013	03-1787/1 од 11.04.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 36 став 1 алинеја 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитувани се прилози од гласањето на кандидатите за градоначалници со нивно директно обраќање: Сади Беџети – кандидат на ДПА за градоначалник на Тетово, Теута Арифи – кандидат на ДУИ за градоначалник на Тетово и Невзат Бејта – кандидат на ДУИ за градоначалник.
27.	Трговско радиодифузно друштво „ГОЛДИ Илија Чадиев“ ДООЕЛ Велес	18-та седница одржана на 10.04.2013	03-1786/1 од 11.04.2013	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 29 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Емитувана е посебна информативна програма – интервју, означена како платено политичко рекламирање

**УСПЕШНО СПРОВЕДЕНИ ПОСТАПКИ ЗА ПОРАМНУВАЊЕ
КОН РАДИОДИФУЗЕРИТЕ ЗА ПРЕКРШУВАЊА НА ОДРЕДБИТЕ ОД
ИЗБОРНИОТ ЗАКОНИК И ПРАВИЛНИКОТ ЗА РАМНОПРАВЕН ПРИСТАП ВО МЕДИУМСКОТО ПРЕТСТАВУВАЊЕ
ЗА ВРЕМЕ НА ИЗБОРНА КАМПАЊА ЗА ЛОКАЛНИТЕ ИЗБОРИ НА РМ ВО 2013 ГОДИНА**

Бр.	Назив на радиодифузерот (ТРД/јавен радиодифузен сервис)	Дата на поведување прекршочна постапка (седница)	Архивски број на записникот за констатиран прекршок	Член од Изборниот законик/ Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Основ за плаќање по порамнување (Платен налог) со рок за плаќање
1.	Трговско радиодифузно друштво РАДИО ВАТ ДОО, Скопје	13-та седница одржана на 13.03.2013 година	03-1152/1 од 13.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 27 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1152/4 од 15.3.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 26.03.2013 година.
2.	Трговско радиодифузно друштво АПСАТ – М ДОО Скопје	13-та седница одржана на 13.03.2013 година	03-1224/1 од 18.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 27 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1224/4 од 18.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, на 19.03.2013 година, односно на 22.03.2013 година.
3.	Трговско радиодифузно друштво ТВ БТР НАЦИОНАЛ Зоран ДООЕЛ Скопје	13-та седница одржана на 13.03.2013	03-1150/1 од 13.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1150/4 од 15.3.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 25.03.2013 година.
4.	Трговско друштво за радио – дифузна дејност ТВ ШУТЕЛ ДООЕЛ Скопје	13-та седница одржана на 13.03.2013	03-1151/1 од 13.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1151/4 од 15.3.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, на 26.03.2013 година,

				претставување за време на изборна кампања	односно на 27.03.2013 година.
5.	Трговско радиодифузно друштво АЛФА ТВ ДООЕЛ Скопје	13-та седница одржана на 13.03.2013	03-1148/1 од 13.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1148/4 од 15.3.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 18.03.2013 година.
6.	Трговско радиодифузно друштво АЛФА ТВ ДООЕЛ Скопје	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1290/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1290/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 05.04.2013 година.
7.	Трговско радиодифузно друштво „ВИЖН-БМ“ ДООЕЛ Прилеп	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1299/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1299/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 02.04.2013 година.
8.	Трговско радиодифузно друштво „НОВА“ ДООЕЛ Куманово	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1296/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1296/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 10.04.2013 година.
9.	Трговско радиодифузно друштво ТВ МТМ ДООЕЛ Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013 година	03-1374/1 од 27.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1374/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 04.04.2013 година.

10.	Трговско радиодифузно друштво „КАНАЛ 5“ ДООЕЛ Скопје	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1294/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1294/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 08.04.2013 година.
11.	Трговско радиодифузно друштво „Телевизија КОБРА“ ДООЕЛ Радовиш	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1301/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1301/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 08.04.2013 година.
12.	Трговско друштво за радиодифузна дејност „ТВ ШУТЕЛ“ ДООЕЛ Скопје	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1292/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1292/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 10.04.2013 година.
13.	Трговско друштво за радиодифузна дејност „ТВ ШУТЕЛ“ ДООЕЛ Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013 година	03-1375/1 од 27.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 27 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1375/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 10.04.2013 година.
14.	ТРД „Телевизија СИТЕЛ 3“ Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013 година	03-1414/1 од 29.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1414/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 08.04.2013 година.
15.	ТРД „ДАЛГА КРТ“ Гордана ДООЕЛ Куманово	16-та седница одржана на 27.03.2013 година	03-1413/1 од 29.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-1413/4 од 29.03.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 11.04.2013 година за одговорниот уредник и на 15.04.2013

				кампања	година за правното лице.
16.	ТРД „СПЕКТРА“, општина Лабуништа ДООЕЛ	16-та седница одржана на 27.03.2013 година	03-1415/1 од 29.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03- 1415/4 од 29.03.2013 година, дел од глобите се платени во предвидениот рок, односно на 11.04.2013 година, а останатиот износ е доплатен на ден 02.05.2013 година.
17.	ТРД „Телевизија СИТЕЛ 2“ ДООЕЛ Скопје	17-та (јавна) седница одржана на 05.04.2013 година	03-1656/1 од 05.04.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03- 1656/4 од 09.04.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 17.04.2013 година.
18.	ТРД „ТВ ГУРРА“ ДОО Кичево	17-та (јавна) седница одржана на 05.04.2013 година	03-1651/1 од 05.04.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03- 1651/4 од 09.04.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 10.04.2013 година.
19.	ТРД „Телевизија СИТЕЛ “ ДООЕЛ Скопје	17-та (јавна) седница одржана на 05.04.2013 година	03-1657/1 од 05.04.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03- 1657/4 од 09.04.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 23.04.2013 година.
20.	ТРД „Телевизија КОЧАНИ- ЛД “ ДООЕЛ Кочани	17-та (јавна) седница одржана на 05.04.2013 година	03-1654/1 од 05.04.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03- 1654/4 од 09.04.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 17.04.2013 година.

**НЕУСПЕШНО СПРОВЕДЕНИ ПОСТАПКИ ЗА ПОРАМНУВАЊЕ/ПОКРЕНАТИ ПРЕКРШОЧНИ ПОСТАПКИ
 КОН РАДИОДИФУЗЕРИТЕ ЗА ПРЕКРШУВАЊА НА ОДРЕДБИТЕ ОД
 ИЗБОРНИОТ ЗАКОНИК И ПРАВИЛНИКОТ ЗА РАМНОПРАВЕН ПРИСТАП ВО МЕДИУМСКОТО ПРЕТСТАВУВАЊЕ
 ЗА ВРЕМЕ НА ИЗБОРНА КАМПАЊА ЗА ЛОКАЛНИТЕ ИЗБОРИ НА РМ ВО 2013**

Бр.	Назив на радиодифузерот (ТРД/јавен радиодифузен сервис)	Дата на поведување прекршочна постапка (седница)	Архивски број на Записникот за констатиран прекршок	Кој член од Изборниот законик/ Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Резултат од постапката
1.	Радифузно трговско друштво ТЕЛЕВИЗИЈА СОНЦЕ ДООЕЛ Прилеп	13-та седница одржана на 13.03.2013	03-1153/1 од 13.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 27 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Поведена е прекршочна постапка , до Основен суд Прилеп. Донесена е Првостепена пресуда на Основен суд Прилеп ПРК-О-107/13 од 28.05.2013 година, со која на обвинетото правно лице му се изрече глоба во износ од 1.000 евра, а на обвинетиот одговорен уредник, се изрече прекршочна санкција – опомена.
2.	Трговското радиодифузно друштво „ТВ АМАЗОН“ ДООЕЛ Скопје	15-та седница одржана на 21.03.2013	03-1303/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Одговорните лица, и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1303/1 од 21.03.2013 г., и Покани бр. 03-1303/2 и бр. 03-1303/3 од 27.03.2013 г., дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат ллатен налог, но во утврдениот термин не ги платија глобите, со што постапката за порамнување не успеа . Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Скопје I.

3.	Радиодифузно трговско друштво „Телевизија СОНЦЕ“ ДООЕЛ Прилеп, со подружница Студио 2 Скопје	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1291/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Поведена е прекршочна постапка , до Основен суд Прилеп. Донесена е Првостепена пресуда на Основен суд Прилеп ПРК-О-108/13 од 28.05.2013 година, со која на обвинетото правно лице му се изрече глоба во износ од 1.000 евра, а за обвинетиот одговорен уредник, прекршочна санкција опомена.
4.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ ЕМИ“ ДООЕЛ Радовиш	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1293/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Поведена е прекршочна постапка , до Основен суд Радовиш. Донесена е Првостепена пресуда на Основен суд Радовиш Пр.бр.269/13 од 09.05.2013 година, со која на обвинетото правно лице му се изрече глоба во износ од 1.500 евра, а за обвинетиот одговорен уредник, се одбива барањето за поведување на прекршочна постапка, бидејќи обвинетиот ја платил глобата.
5.	Трговско радиодифузно друштво „ВИЖН-БМ“ ДООЕЛ Прилеп	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1306/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 7 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Одговорните лица, и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1306/1 од 21.03.2013 г., и Покани бр. 03-1306/2 и бр. 03-1306/3 од 27.03.2013 г., дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, но се изјаснија дека не се согласуваат со констатираното прекршување, со што постапката за порамнување не успеа . Поведена е прекршочна постапка , до Основен суд Прилеп.
6.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ БТР НАЦИОНАЛ“ Зоран ДООЕЛ, Скопје	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1304/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 27 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Одговорните лица, и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1304/1 од 21.03.2013 г., и Покани бр.03-1304/2 и бр. 03-1304/3 од 27.03.2013 г., не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, со што постапката за порамнување не успеала .

					Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Скопје I.
7.	Трговско радиодифузно друштво „КАНАЛ 21“ ДООЕЛ Велес	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1297/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Одговорните лица,и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1297/1 од 21.03.2013 г., и Покани бр. 03-1297/2 и бр. 03-1297/3 од 27.03.2013 г., не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка , до Основен Суд Велес.
8.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ АРТ Артан“ ДООЕЛ Тетово	15-та седница одржана на 21.03.2013 година	03-1300/1 од 21.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Одговорните лица,и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1300/1 од 21.03.2013 г., и Покани бр. 03-1300/2 и бр. 03-1300/3 од 27.03.2013 г., дојдоа во Советот во утврдениот термин но не подигнаа платен налог, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка , до Основен Суд Тетово.
9.	Трговско радиодифузно друштво „ТВ БТР НАЦИОНАЛ“ Зоран ДООЕЛ, Скопје	16-та седница одржана на 27.03.2013 година	03-1373/1 од 27.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Одговорните лица,и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1373/1 од 27.03.2013 г., и Покани бр. 03-1373/2 и бр. 03-1373/3 од 28.03.2013 г., не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, со што постапката за порамнување не успеала. Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Скопје I.
10.	Трговско радиодифузно друштво „РАДИО ПРО-ФМ“ ДООЕЛ Гостивар	16-та седница одржана на 27.03.2013 година	03-1412/1 од 29.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Одговорните лица,и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1412/1 од 29.03.2013 г., и Покани бр. 03-1412/2 и бр. 03-1412/3 од 29.03.2013 г., не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог,

					со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка , до Основен суд Гостивар.
11.	ТРД „РАДИО КАНАЛ 77“ ДООЕЛ Штип	16-та седница одржана на 27.03.2013 година	03-1411/1 од 29.03.2013 година	Член 75 став 3 од Изборниот законик и член 27 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Одговорните лица,и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1411/1 од 29.03.2013 г., и Покани бр. 03-1411/2 и бр. 03-1411/3 од 29.03.2013 г., не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, и во утврдениот рок не ги платија глобите, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка , до Основен суд Штип.
12.	ТРД „ТВ НОВА“ ДОО Гевгелија	17-та (јавна) седница одржана на 05.04.2013 година	03-1655/1 од 05.04.2013 година	член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања	Одговорните лица,и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-1153/1 од 13.03.2013 г., и Покани бр. 03-1153/2 и бр. 03-1153/3 од 14.03.2013 г., дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, но во утврдениот рок не ги платија глобите, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Гевгелија.
13.	ТРД „ДИБРА ТВ“ ДООЕЛ Дебар	17-та (јавна) седница одржана на 05.04.2013 година	03-1653/1 од 05.04.2013 година	член 75 став 3 од Изборниот законик и член 22 став 1 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања	Поведена е прекршочна постапка , до Основен суд Дебар. Донесена е Првостепена пресуда на Основен суд Дебар Прк.бр.0-158/13 од 14.06.2013 година, со која на обвинетото правно лице и на обвинетиот одговорен уредник, им се изрекува прекршочна санкција опомена.

**УСПЕШНО СПРОВЕДЕНИ ПОСТАПКИ ЗА ПОРАМНУВАЊЕ
КОН РАДИОДИФУЗЕРИТЕ ЗА ПРЕКРШУВАЊА НА ОДРЕДБИТЕ ОД
ИЗБОРНИОТ ЗАКОНИК И ПРАВИЛНИКОТ ЗА РАМНОПРАВЕН ПРИСТАП ВО МЕДИУМСКОТО ПРЕТСТАВУВАЊЕ
ЗА НЕОБЕЗБЕДУВАЊЕ РАМНОПРАВЕН ПРИСТАП ВО ИЗБОРНОТО МЕДИУМСКО ПРЕТСТАВУВАЊЕ
ЗА ВРЕМЕ НА ИЗБОРНА КАМПАЊА ЗА ЛОКАЛНИТЕ ИЗБОРИ НА РМ ВО 2013 ГОДИНА**

Бр.	Назив на радиодифузерот (ТРД/јавен радиодифузен сервис)	Дата на поведување прекршочна постапка (седница)	Архивски број на записникот за констатиран прекршок	Член од Изборниот законик, во согласност со Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Основ за плаќање по порамнување (Платен налог) со рок за плаќање
1.	ТРД „ТВ ЕРА“ ДОО Скопје	21-ва седница одржана на 30.04.2013 година	03-2136/1 од 07.05.2013 година	Член 75 став 5 од Изборниот законик Необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-2136/4 од 08.05.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 21.05.2013 година.
2.	ТРД „Телевизија МАКПЕТРОЛ“ ДООЕЛ Скопје	21-ва седница одржана на 30.04.2013 година	03-2132/1 од 07.05.2013 година	Член 75 став 5 од Изборниот законик Необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес	Врз основа на издадениот Платен налог бр.03-2132/4 од 08.05.2013 година, глобите се платени во предвидениот рок, односно на 17.05.2013 година.

**НЕУСПЕШНИ СПРОВЕДЕНИ ПОСТАПКИ ЗА ПОРАМНУВАЊЕ/ПОКРЕНАТИ ПРЕКРШОЧНИ ПОСТАПКИ КОН РАДИОДИФУЗЕРИТЕ
ЗА ПРЕКРШУВАЊА НА ОДРЕДБИТЕ ОД
ИЗБОРНИОТ ЗАКОНИК И ПРАВИЛНИКОТ ЗА РАМНОПРАВЕН ПРИСТАП ВО МЕДИУМСКОТО ПРЕТСТАВУВАЊЕ
ЗА НЕОБЕЗБЕДУВАЊЕ РАМНОПРАВЕН ПРИСТАП ВО ИЗБОРНОТО МЕДИУМСКО ПРЕТСТАВУВАЊЕ
ЗА ВРЕМЕ НА ИЗБОРНА КАМПАЊА ЗА ЛОКАЛНИТЕ ИЗБОРИ НА РМ ВО 2013 ГОДИНА**

Бр.	Назив на радиодифузерот (ТРД/јавен радиодифузен сервис)	Дата на поведување постапка за порамнување (седница)	Архивски број на Записникот за констатиран прекршок	Член од Изборниот законик, во согласност со Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања	Резултат од постапката
1.	Трговско радиодифузно друштво КАНАЛ 5 ДООЕЛ Скопје	21-ва седница одржана на 30.04.2013 година	03-2135/1 од 07.05.2013 година	Член 75 став 5 од Изборниот законик -необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес	Одговорните лица, и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-2135/1 од 07.05.2013 г., и Покани бр. 03-2135/2 и бр. 03-2135/3 од 07.05.2013 г, не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Скопје I
2.	ЈП Македонска радио телевизија, Втор програмски сервис на Македонската телевизија	21-ва седница одржана на 30.04.2013 година	03-2130/1 од 07.05.2013 година	Член 75 став 5 од Изборниот законик -необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес	Одговорните лица, и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-2130/1 од 07.05.2013 г., и Покани бр. 03-2130/2 и бр. 03-2130/3 од 07.05.2013 г, не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Скопје I.
3.	ЈП Македонска радио телевизија, Прв програмски сервис на Македонската телевизија	21-ва седница одржана на 30.04.2013 година	03-2131/1 од 07.05.2013 година	Член 75 став 5 од Изборниот закони -необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите	Одговорните лица, и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-2131/1 од 07.05.2013 г., и Покани бр. 03-2131/2 и бр. 03-2131/3 од 07.05.2013 г, не дојдоа во Советот во

				учесници во изборниот процес ПРОДОЛЖЕН ПРЕКРШОК	утврдениот термин за да подигнат платен налог, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Скопје I.
4.	ЈП Македонска радио телевизија, Прв програмски сервис на Македонското радио	21-ва седница одржана на 30.04.2013 година	03-2137/1 од 07.05.2013 година	Член 75 став 5 од Изборниот законик - необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес ПРОДОЛЖЕН ПРЕКРШОК	Одговорните лица, и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-2137/1 од 07.05.2013 г., и Покани бр. 03-2137/2 и бр. 03-2137/3 од 07.05.2013 г, не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Скопје I.
5.	Трговско радиодифузно друштво Телевизија СИТЕЛ ДООЕЛ Скопје	21-ва седница одржана на 30.04.2013 година	03-2133/1 од 07.05.2013 година	Член 75 став 5 од Изборниот законик - необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес ПРОДОЛЖЕН ПРЕКРШОК	Одговорните лица, и покрај уредната достава на Записникот за констатиран прекршок бр. 03-2133/1 од 07.05.2013 г., и Покани бр. 03-2133/2 и бр. 03-2133/3 од 07.05.2013 г, не дојдоа во Советот во утврдениот термин за да подигнат платен налог, со што постапката за порамнување не успеа. Поведена е прекршочна постапка до Основен суд Скопје I.
6.	Радифузно Трговско друштво Телевизија СОНЦЕ ДООЕЛ Прилеп	21-ва седница одржана на 30.04.2013 година	03-2134/1 од 07.05.2013 година	Член 75 став 5 од Изборниот законик - необезбедување рамноправен пристап во изборното медиумско претставување за време на изборната кампања на сите учесници во изборниот процес	Поведена е прекршочна постапка , до Основен суд Прилеп. Донесена е Првостепена пресуда на Основен суд Прилеп ПРК-О-175/13 од 20.06.2013 година, со која на обвинетото правно лице му се изрече глоба во износ од 1.000 евра , а на обвинетиот одговорен уредник, се изрече прекршочна санкција – опомена.

Издава:
СОВЕТ ЗА РАДИОДИФУЗИЈА
НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

бул. „ВМРО“ бр.3, 1000 Скопје
тел. 3103-400
факс. 3103-401
[http: www.srd.org.mk](http://www.srd.org.mk)
е-пошта: sovet@srd.org.mk

За издавачот:
д-р Зоран Трајчевски, претседател на Советот

Изработиле:
м-р Емилија Јаневска
м-р Емилија Петреска - Каменџарова
м-р Виктор Шиков
м-р Сашо Богдановски
Рубин Талески

Скопје,
2013 година