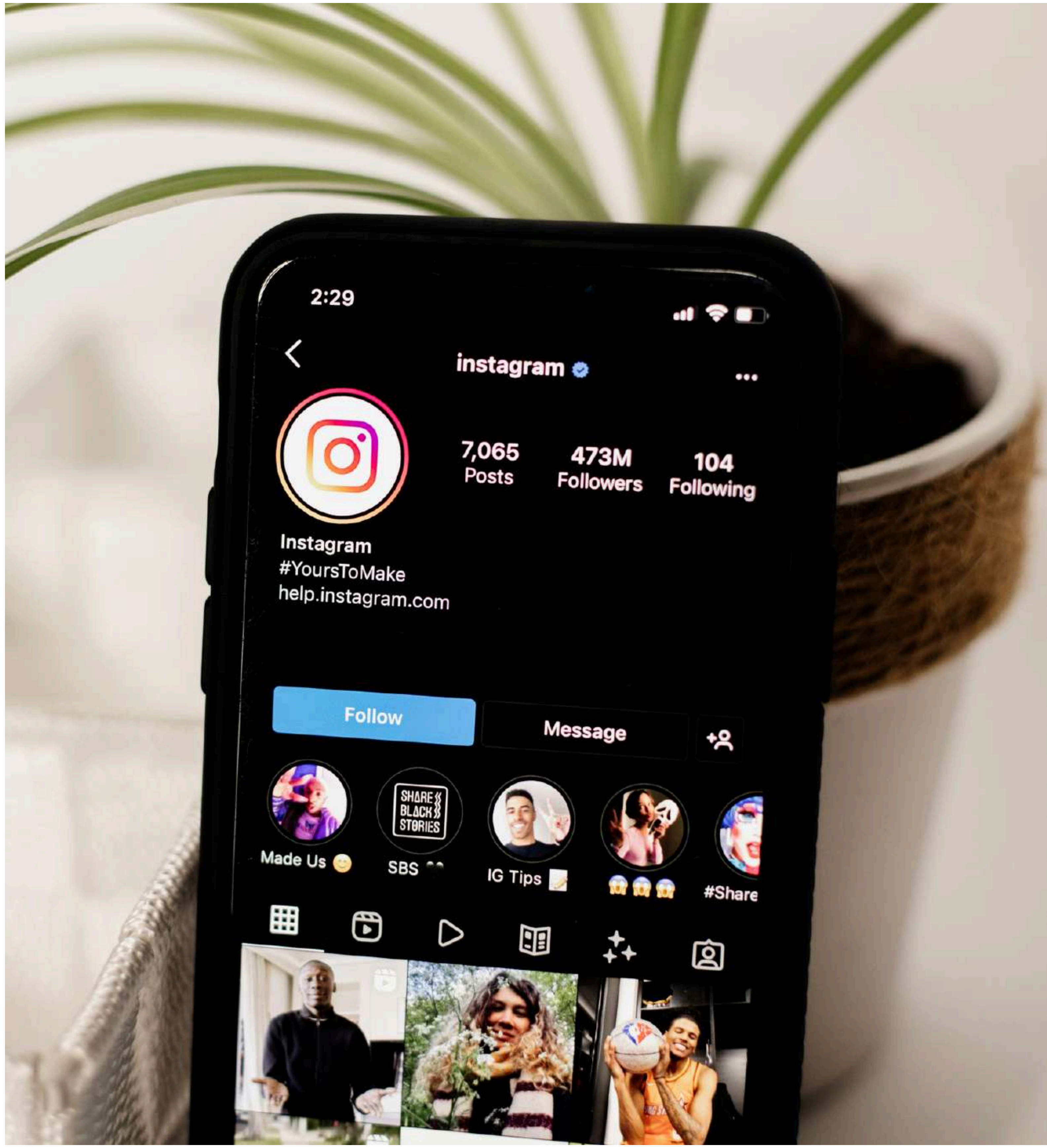
Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

ИНФЛУЕНСЕР(К)ИТЕ И ИЗБОРИТЕ

Анализа на објави на инфлуенсер(к)и за време на Локалните избори 2025



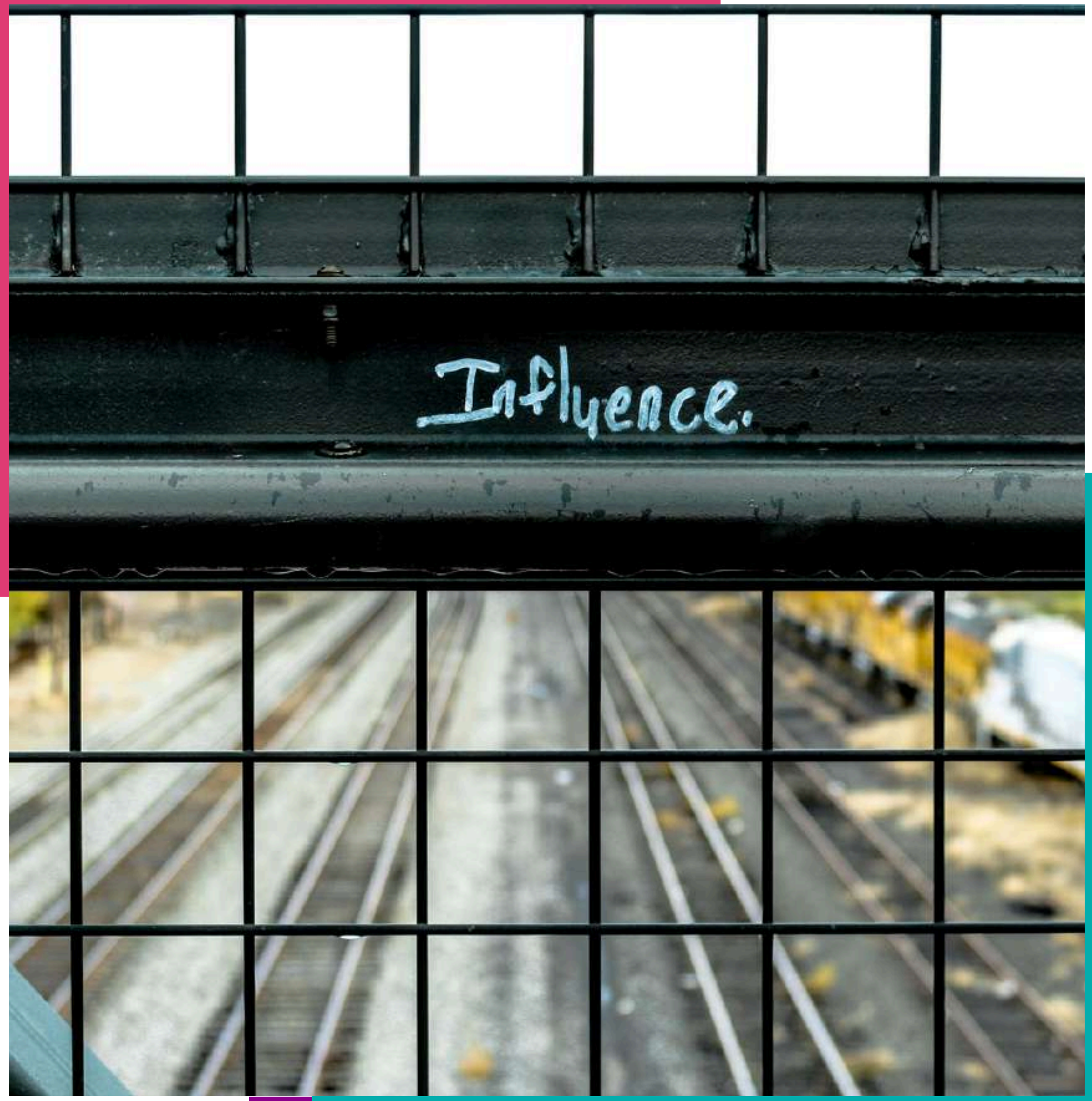
Дигиталните платформи станаа еден од клучните простори за формирање јавно мислење во секое време, вклучувајќи го и изборниот период.

Оваа анализа ги опфати содржините што инфлуенсер(к)ите ги објавуваа за време на **првиот круг** од кампањата за **Локалните избори 2025** година, во периодот од **29 септември** до **19 октомври 2025** година .

Освен политичките содржини, анализава ги опфати и другите теми што ги објавуваа инфлуенсер(к)ите, за да се направи споредба меѓу нивната вообичаена активност и содржините поврзани со изборниот процес.

Во изборниот период особено важно е дали политичките пораки се појавуваат во моменти кога јавната комуникација е законски ограничена - во текот на изборниот молк.

Примерок за анализа



Податоците од профилите/каналите на **Фејсбук, Инстаграм** и **ТикТок** беа собрани со посебен софтвер (scraping), а потоа беа систематизирани и обработени.

Опфатени беа **53 профили** (**50 активни)** избрани согласно критериумите од **Правилникот на Агенцијата за физичките лица даватели на аудиовизуелни медиумски услуги по барање**:

- инфлуенсер(к)и кои имаат профили/канали на Фејсбук, Инстаграм и ТикТок
- имаат над **10.000 следбеници/чки** (повеќето имаат над 30.000)
- имаат економска активност
- редовно објавуваат забавни, информативни или образовни содржини
- носат уреднички одлуки за тоа што ќе објават, креираат или преземат на своите канали/профили

- Од нив, **37 инфлуенсер(к)и** комуницираат со својата публика на **македонски**, а **13 на албански јазик.**

- **29** профили/канали им припаѓаа на **инфлуенсерки**, а **20** на **инфлуенсери***.

- Имаше вкупно **810 објави**, од кои **502 објави на албански јазик** а **308 објави на македонски јазик.**

353 објави

319 објави

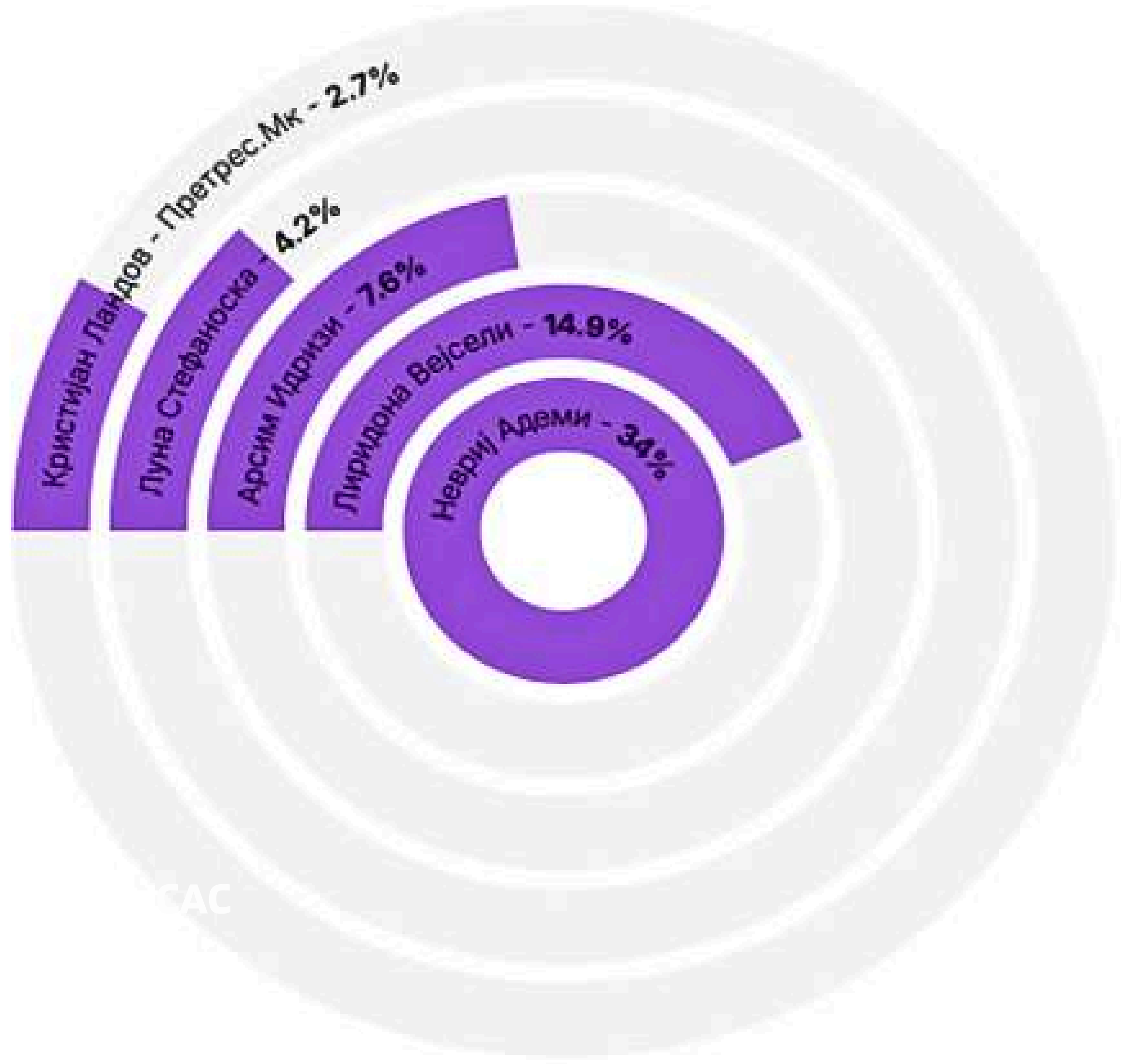
138 објави

*На профилот/каналот Tasty Food and Nature (Вкусна храна и природа) не можеше да се одреди род според името и содржината, но во објавите се јавуваше женски глас.

Невриј Адеми	276	Алмедина Исмајли	6
Лиридона Вејсели	121	Семра Ајети Беџети	6
Арсим Идризи	62	Кристијан Ландов	5
Луна Стефановска	34	Софија Јанева	5
Кристијан Ландов – Претрес.мк	22	Александар Михајловски	4
Васко Ефтов	19	Антониа Гиговска	4
Давор Панчевски	19	Елена Најдоски	4
Tasty Foor and Nature	18	Сандра Кирков	4
Кристијан Станковски	16	Стефанија Кржеска-Патоска	4
Николина Славковска	15	Калтрина Круезиу	3
Миа Костова	11	Марија Илиев-Марис	3
Егзона Јашари	10	Насер Исмаили	3
Лила Филиповска	10	Сања Ристиќ	3
Тијана Скулиќ	10	Аида Зибери	2
Александра Вејсели-Шијакоска	9	Алаудин Мустафа	2
Ана Стојанова	9	Александра Трпеска	2
Драган Тапшанов	9	Биг Мама	2
Марјана Станојковска	9	Бранко Огњановски	2
Стефан Лазаров	9	Викторија Петровска	2
Томислав СТ	9	Мандар	2
Јелена Спенџарска	8	Модернизам и ренесанса	2
Викторија Лоба	8	Стеффонатор	2
Игор Џамбазов	7	Флора Шабани	2
Мухамедин Османи	7	Марта	1
Стефан Николовски	7	Тамара Тодевска	1

Зачестеност на објавите

Најактивни во објавувањето беа профилите/каналите на следните 5 инфлуенсер(к)и:



Застапеност на темите и поттемите во објавите

Избори/Политика			
Политички обвинувања	71	Спортски настани во политички контекст	7
Најави и видеа од настани/митинзи од кампања	37	Повици за излегување на гласање и одзив генерално	5
Саркастични коментари	35	Коментари и анализи на резултати од гласањето во првиот круг	4
Интервјуа со кандидат(к)и за градоначалници/чки и советници/чки	34	Анализи на кампањите и предвидувања за изборните резултати	4
Поддршка и повик за гласање на некој субјект	31	Меѓународни односи/надворешна политика	4
Најави за политички емисии	20	Интервјуа со политичар(к)и	3
Критики кон владини политики	15	Дебати со кандидат(к)и	3
Светска политика	14	Интервјуа со експерт(к)и и аналитичар(к)и	3
Коментари за општествени и локални прашања	14	Делови од програмите на кандидат(к)ите	2
Анкети со граѓан(к)и	13	Активности на Владата/државните институции на локално и национално ниво	2
Постови за нерегуларности/инциденти и за текот на гласањето	9		

Други теми			
Објави за приватен живот	77	Кампањи за општествени прашања	6
Храна/ресторани/рецепти/пијалаци	62	Автомобили/мотори/превозни средства	6
Мода	49	Фотографија	5
Црна хроника	28	Најави за попусти	4
Патувања	27	Миленици	4
Најави за промоции од компании	26	Фитнес	3
Промоција и најави на настани/емисии/поткасти	22	Уметност: претстави/филмови/концерти/книги/музика/серии	3
Спорт	21	Суплементи	2
Хумористични скечеви	20	Забава	2
Дом/мебел/украси/уредување	19	Ментално здравје	2
Техника/алати/апликации	12	Наградни игри и игри на среќа, дарување (giveaway)	2
Општествени прашања	12	Продукти за бебиња	1
Убавина и нега	10	Музика/концерти/настапи	1
Животни совети	7	Здравје	1
Шопинг/пазарење	6	Видеа изработени по сценарио и со продукција	1

Објави на инфлуенсер(к)ите на тема „Избори/Политика“

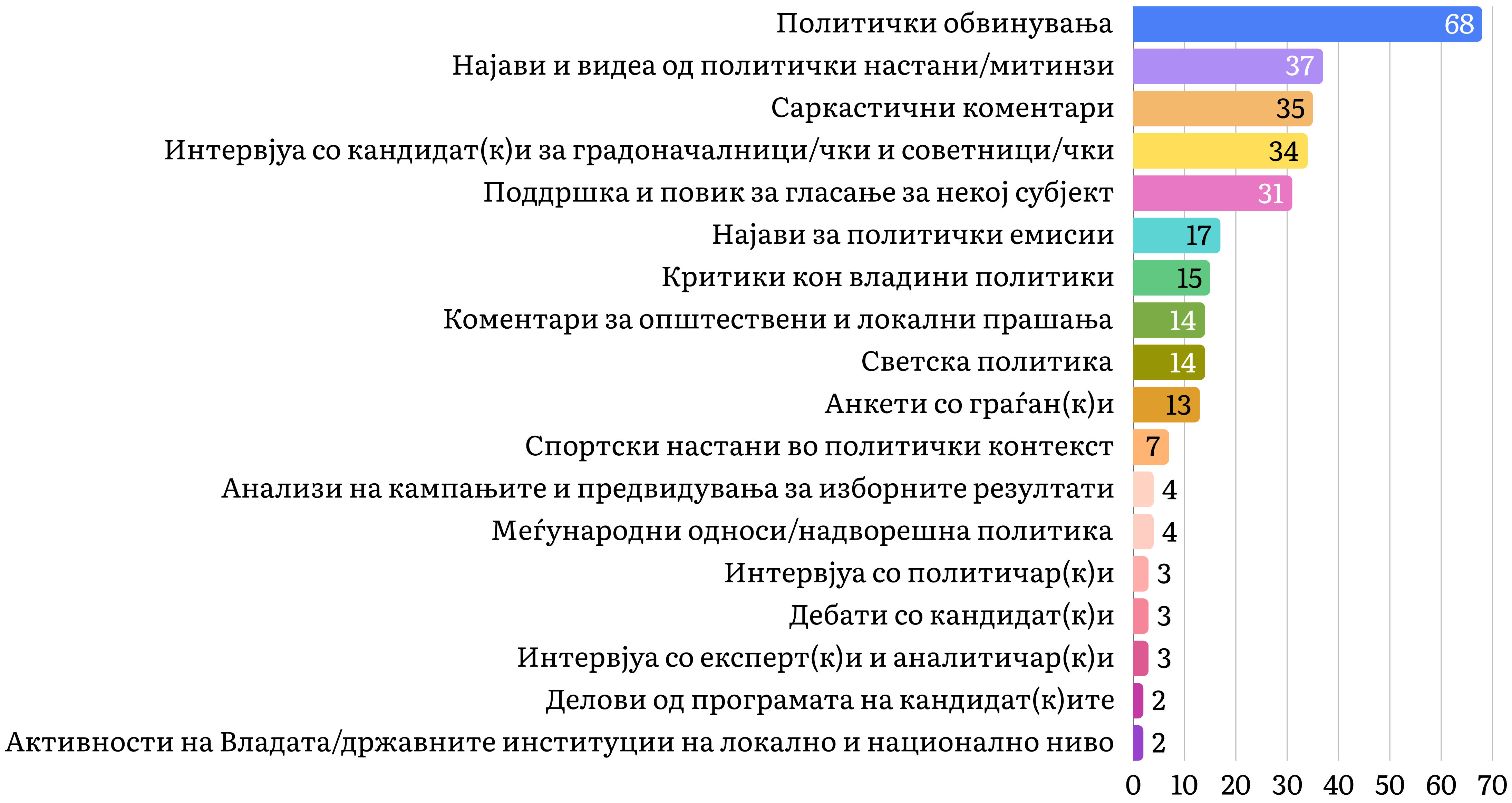
Анализата на објавите на инфлуенсер(к)ите за ЛИ 2025 беше поделена во 2 периода – за време на изборната кампања од првиот круг на изборите **(29 септември – 17 октомври 2025)**, и во текот на првиот изборен молк **(18 и 19 октомври 2025)**.

Карактеристики на објавите во текот на првиот круг од изборната кампања (29 септември – 17 октомври 2025)

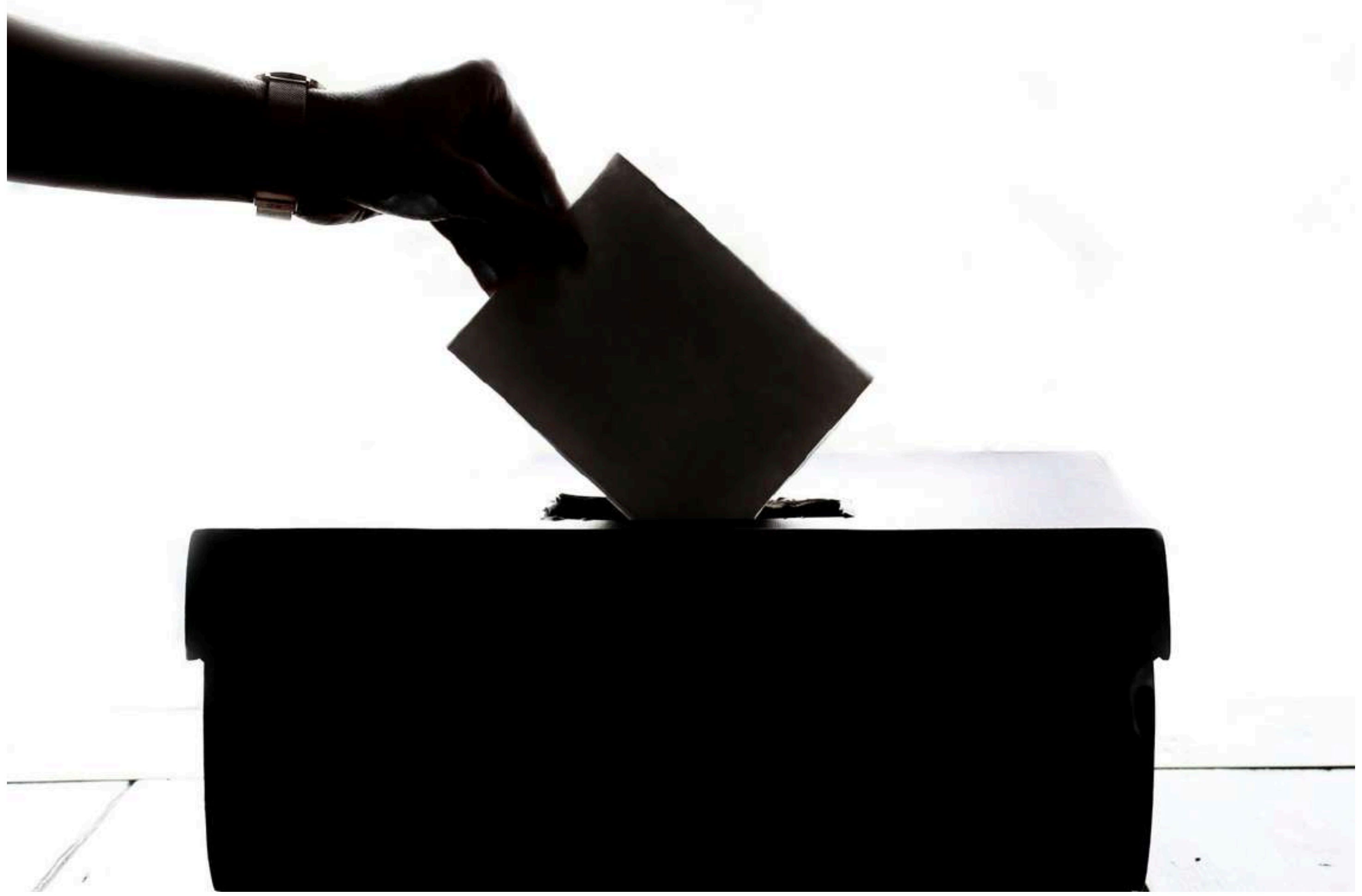
Во овој период, во категоријата „Избори/Политика“ имаше вкупно **306 објави** - категоризирани во **18 поттеми.**

Објавите на овие теми според платформите на објавување, беа распоредени на следниот начин:

- Facebook: 237 објави
- Instagram: 53 објави
- TikTok: 16 објави



Објави на инфлуенсер(к)ите на тема „Избори/Политика“



Неврij Адеми на Фејсбук и Инстаграм

Во периодот од првиот круг кампања за ЛИ 2025, најактивен беше Неврij Адеми (на својата Фејсбук-страница и Инстаграм-профилот).

217 објави на тема „Избори/Политика“

5 најзастапени поттеми:

- Политички обвинувања - **57**
- Видеа или најави за/од политички настани или митинзи - **37**
- Саркастични коментари - **32**
- Повици за поддршка и гласање за некој субјект - **29**
- Спотови/фотографии со платено политичко рекламирање (ППР) - **16**

Тој беше активно вклучен во коментирање на кампањата, со фокус на општините во северозападниот дел од земјата, со отворена поддршка за партиите од Коалицијата „Национална алијанса за интеграција“ (НАИ) и, еднакво отворено, против Коалицијата ВЛЕН/ВРЕДИ.

Врамување на политичките субјекти

Коалицијата **ВЛЕН/ВРЕДИ** и нејзините претставници/чки, **90 пати** беа врамени **негативно**, **еднаш позитивно** и **2 пати неутрално**. Коалицијата **НАИ (особено ДУИ)** беше претставена **57 пати во позитивна рамка**, **11 пати во негативна** и **8 пати во неутрална**.

Лиридона Вејсели на Фејсбук, Инстаграм и ТикТок

Во периодот на првиот круг од изборната кампања, инфлуенсерката Лиридона Вејсели имаше вкупно **117 објави** од кои вкупно **45** на теми кодирани како **„Избори/Политика“.**

45 објави на тема „Избори/Политика“

5 најзастапени поттеми:

- Критики кон владини политики - **13**
- Интервјуа со кандидати за градоначалници - **12**
- Политички обвинувања - **7**
- Коментари за општествени и локални прашања - **5**
- Интервјуа со аналитичари - **2**

Се појави и една објава со повик и поддршка за гласање во форма на ППР.

Врамување на политичките субјекти

Во објавите на г-ѓа Вејсели, за политичарите од Коалицијата **ВЛЕН/ВРЕДИ** имаше **еднаков број објави со позитивен и со негативен тон – по 10**, и **2 со неутрален тон**. За Коалицијата **НАИ** имаше **12 објави** со **негативен тон**, **2** со **позитивен** и **4** со **неутрален тон**.

Кристијан Ландов - Претрес.мк на Инстаграм

На овој профил се наоѓаат 5 најави и 16 извадоци од интервјуа со градоначалнички кандидат(к)и, оригинално емитувани во поткастот „Претрес“ кој се емитува на Јутјуб-каналот на ПРВАТВ.МК. Тоа се вкупно 21 објава на темата „Избори/Политика“.

21 објава на тема „Избори/Политика“

5 најави и 16 извадоци од интервјуа со градоначалнички кандидат(к)и:

- Митко Јанчев од Коалицијата Твоја Македонија - **6**
- Курто Дудуш од Унија на Ромите (Коалиција НАИ) - **5**
- Амар Мециновиќ од Левица - **5**
- Максим Димитриевски од ЗНАМ - **4**
- Каја Шукова од Коалицијата за Локалните избори 2025 - 1

Обележје на тонот што го користи Ландов во интервјуата е критичкиот однос, со поставување остри и „незгодни“ прашања.

Врамување на политичките субјекти

Во **19** од објавите **рамката беше неутрална**, додека во **две** од објавите со **Максим Димитриевски** беше **негативна**.

Васко Ефтов на Фејсбук

Васко Ефтов имаше **17 објави** во кои, преку својот канал на Фејсбук ја најавуваше емисијата „Во центар“ која може да се гледа на неговиот канал на Јутјуб. Најавите беа или фотографии/монтажи со линк до Јутјуб-локацијата на емисијата **(9)** или куси видеа во кои тој ја најавуваше емисијата **(8).**

17 објави на тема „Избори/Политика“

Поттеми во 8-те куси видеа со најави на емисијата: општествени прашања **(4 објави),** политички обвинувања **(3 објави)**, анализа на кампањата за ЛИ 2025 **(1 објава)**.

Врамување на политичките субјекти

Во **9 објави** неговиот однос кон темите и субјектите беше **неутрален** (новинарски прашања и критики), во **6 објави** беше забележан **негативен тон** (по 1 објава за Митко Јанчев и Али Ахмети а 4 објави за Панче Тошковски), а во 2 објави не можеше да се определи тонот на известување.

Мухамедин Османи на Фејсбук

Мухамедин Османи имаше вкупно четири објави на албански јазик на тема **„Избори/Политика“**.

4 објави на тема „Избори/Политика“:

- Саркастични коментари - **3**
- Интервјуа со кандидати за градоначалници - **1**

Врамување на политичките субјекти

Бројот на објави беше мал, но можеше да се забележи тенденција за **позитивно врамување на Коалицијата ВЛЕН/ВРЕДИ** (**3 позитивни** и **едно неутрално**), во **две објави** имаше **негативно врамување** за **НАИ**, а **една** беше **негативна** кон **Неврij Адеми.**

Кристијан Станковски на Инстаграм

Кристијан Станковски, во текот на изборната кампања за првиот круг имаше **2 објави** на темата „Избори/Политика“.

2 објави на тема „Избори/Политика“:

- Поддршка и повик за гласање на некој субјект - **1**
- Коментари на општествени/локални прашања - **1**

Врамување на политичките субјекти

Во едната објава беше забележано **позитивно врамување на кандидатот Орце Ѓорѓиевски** од **Коалицијата Твоја Македонија**, а во втората објава не можеше да се определи тонот.

Објави на инфлуенсер(к)ите на „Други теми“

Од вкупно 810 објави од 50 активни канали и профили, **410** влегоа во категоријата **„Други теми“**. Овие 410 објави пак, произлегоа од **каналите и профилите на 48 инфлуенсер(к)и**. Половината од нив н**е содржеа комерцијална комуникација (205)**, додека оние кои содржеа комерцијална комуникација беа распределени на следниот начин: **објави со реклами – 177**, **објави со спонзорство – 18** и **објави со пласирање производи – 10**.

Во категоријата **„Други теми“** во време на **изборниот молк** влегоа **31 објава**, од кои **14** беа **реклами**, **11 објави не содржеа комерцијална комуникација** и **6** беа објави со **спонзорство.** Како и во предизборниот период, тие беа најбројни на платформата **Инстаграм.**

Карактеристики на објавите за време на изборниот молк во првиот круг од Локалните избори 2025 година (18 и 19 октомври 2025)

Според Изборниот законик, изборниот молк трае 24 часа пред денот на гласање и до затворање на гласачките места на денот на гласање.

„Избори/Политика“

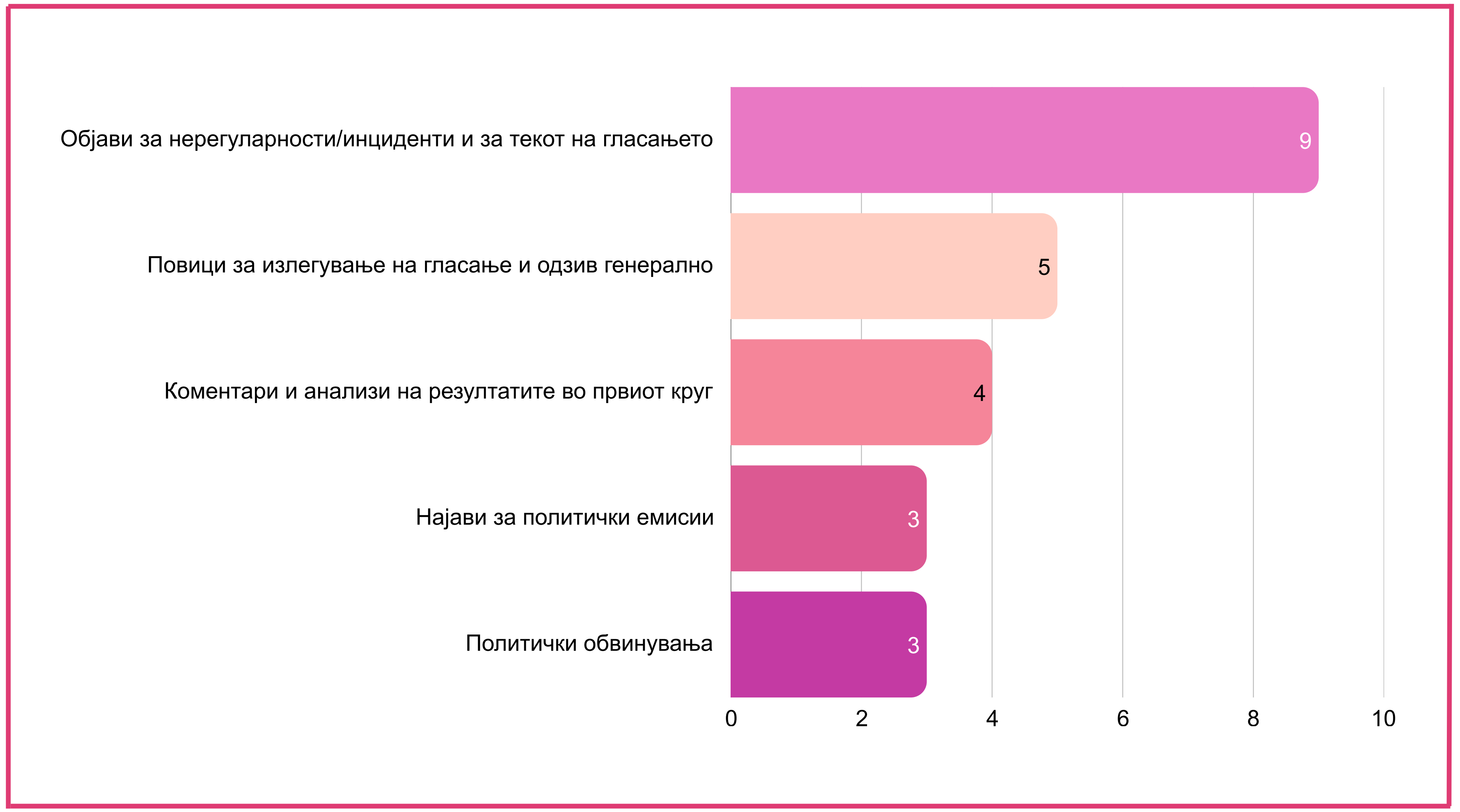
Во оваа категорија влегоа **24 објави** кои беа кодирани во 5 поттеми.

Објавите на овие теми според платформите на објавување, беа распоредени на следниот начин:

21 објава 3 објави

Од вкупно 24 објави во оваа категорија, **10** беа со **неутрален тон**, **5** со **негативен** и **3** со **позитивен тон**. Кај другите 6 објави не можеа да се детектираат субјекти и тон.

Објавите со негативен тон беа насочени кон: Билал Касами, Блерим Сејдиу, Артан Груби, Али Ахмети, Бујар Османи, Фатмир Дехари и Лиридона Вејсели. Оние со позитивен беа кон Изет Меџити, Мухамед Елмази и Суат Шаќири.



Најголемиот број од објавите со политички теми и темите поврзани со изборниот процес произлегоа од профилот/каналот на **Неврij Адеми – 16.** Во **7** од нив имаше **неутрален тон**, во **3** објави тонот беше **негативен**, а во **2** беше **позитивен (**во другите 4 не можеше да се детектира ниту субјект ниту тон). Најголемиот дел од постовите со **негативен тон** кај Неврij Адеми беа насочени кон кандидатот **Билал Касами.** Објавите, пак, со **позитивен тон** беа насочени кон кандидатите **Изет Мециti**, **Мухамед Елмази** и **Суат Шаќири.**

Две објави на македонски јазик имаше **Васко Ефтов** – и обете беа најави за неговата наредна емисија „Во центар".

Четири објави беа на **Лиридона Вејсели**, **2** беа **информации за резултати од гласањето**, а **1** беше **повик да се излезе на гласање -** сите со **неутрален тон. Четвртата** беше **политичко обвинување** во кое имаше негативен тон кон Фатмир Дехари и кон г-ѓа Вејсели - ситуација на **двојно реобјавување**: најпрвин Фатмир Дехари објавил пост во кој ја нападнал Вејсели, оваа објава ја реобјавил Ел Чека со критика кон Фатмир Дехари, а г-ѓа Вејсели го реобјавила постот на Ел Чека.

Мухамедин Османи имаше **1 објава** во која, на **Коалицијата ВЛЕН/ВРЕДИ** (Изет Мецити) **ѝ ја честиташе победата** во општина Чаир, а притоа во неа имаше н**егативен тон** кон **Али Ахмети, Бујар Османи и Артан Груби**.

Една објава имаше и **Кристијан Ландов** на **Претрес.мк - најава за емисијата** во која, по завршувањето на гласањето, ќе известува за резултатите од првиот круг на изборите.

Прекршувања на изборниот молк

Евидентирани беа **6 објави кои ги прекршија правилата на изборниот молк - 5** објавени на каналот на **Неврij Адеми**, а 1 на каналот на **Лиридона Вејсели**, кои влегоа во следните поттеми:

Објави за нерегуларности/инциденти и текот на гласањето

- објава за коалицијата НАИ со неутрален тон, во видеото се гледаше транспарент на ДУИ - индиректна промоција за време на изборен молк
- објава за Блерим Сејдиу од ВЛЕН/ВРЕДИ дека го прекршил изборниот молк
- објава за оштетувањето на водоводната мрежа во С. Лешница, со изјава дека ниту Билал Касами ниту Бајрам Реџепи не се одговорни за ситуацијата

Политички обвинувања

- 2 објави на Неврij Адеми со негативен тон кон Билал Касами, со обвинувања за злоупотреба на јавни средства
- реобјава на каналот на Лиридона Вејсели со фотографија со текст од Ел Чека во која тој го критикува Фатмир Дехари затоа што ја напаѓал Лиридона Вејсели

Препораки

Инфлуенсер(к)ите — особено оние со поголем број следбеници/чки — имаат потенцијал да влијаат врз јавното мислење во текот на изборните процеси. Во таа насока, при идни измени на изборната регулатива, потребно е да се разгледа можноста за нивно соодветно опфаќање, барем во делот на транспарентноста и означувањето на платеното политичко рекламирање, како и почитувањето на правилата за изборен молк.

Исто така, тие имаат одредено влијание врз обликувањето на потрошувачките навики на нивната публика. Во тој контекст, би било корисно нивните следбеници/чки да бидат јасно и транспарентно информирани за евентуалното присуство на комерцијални комуникации (како што се рекламирање, спонзорство или пласирање производи).

Препорачливо е да се посвети поголемо внимание на јакнењето на одговорноста и свесноста кај инфлуенсер(к)ите за влијанието што нивните објави можат да го имаат врз обликувањето на мислењата и ставовите на нивните следбеници/чки. Оттаму, соодветно е да се поттикнуваат практики што придонесуваат кон поодговорно и транспарентно комуницирање.