

ПРВ ИЗВЕШТАЈ ОД ИНТЕГРИРАНИОТ МОНИТОРИНГ ЗА ИЗБОРИТЕ „МОЈОТ ИЗБОР 2011“



МАКЕДОНСКИ ЦЕНТАР ЗА
МЕЃУНАРОДНА СОРАБОТКА



Институт за демократија
Социетас цивилис - Скопје

МАКЕДОНСКИ МЕДИУМИ
ИНСТИТУТ ЗА

Период опфатен со мониторингот

16 – 30 мај, 2011

Издавачи

Македонски центар за меѓународна соработка (МЦМС)

Институт за демократија Социетас цивилис – Скопје (ИДСЦС)

Македонски институт за медиуми (МИМ)

За издавачите

Сашо Клековски, прв извршен директор на МЦМС

Александар Кржаловски, извршен директор на МЦМС

Владимир Мисев, претседател на ИДСЦС

Билјана Петковска, директор на МИМ

Автори

Миша Поповиќ – делот за кампањата

Илина Мангова – делот за изборната администрација

Весна Никодиноска – делот за медиумите

Петрит Сарачини – делот за медиумите

Подготовка

Јане Стефанов, МИМ

Мислењата што се изразени овде им припаѓаат на авторите и не ги одразуваат ставовите на сите издавачи или донаторите на овој извештај.

МЦМС, ИДСЦС, МИМ

Сите права се задржани, репродуцирањето, копирањето, трансмисијата или преводот на кој било дел од оваа публикација може да се изврши единствено под следните услови: со претходна дозвола на издавачите, заради цитирање во анализа на книгата и под услови изложени во продолжение.

Авторското право на оваа публикација е заштитено, но публикацијата може да се репродуцира на кој било начин и без наплата за едукативни намени. За копирањето во други услови, за употреба во други публикации или пак за превод или адаптација, треба да се обезбеди претходна дозвола од издавачите.

СОДРЖИНА

ВОВЕД	4
КЛУЧНИ НАОДИ.....	5
Изборна администрација	5
Кампања	5
Медиуми.....	6
ИЗБОРНА АДМИНИСТРАЦИЈА	7
ПОЛИТИЧКА КАМПАЊА.....	10
ИЗБОРНИ ИНЦИДЕНТИ.....	13
МОНИТОРИНГ НА МЕДИУМИ	14
1. ЦЕЛ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО	14
2. МЕТОДОЛОГИЈА	14
3. ПРВИЧНИ НАОДИ ОД МОНИТОРИНГОТ НА МЕДИУМИ ЗА ПЕРИОДОТ 23-27 МАЈ, 2011 ГОДИНА	15
Избалансираност и непристрасност	15
Тонот на известувањето.....	17
Употреба на „недоличен“ јазик	17
Злоупотреби на медиумот за пресметки со колеги-новинари	18
Фактите раздвоени од мислењата, а вестите од коментарот	18
Ивестување на медиумите на албански јазик	19

Листа на кратенки

<i>ВМРО-ДПМНЕ</i>	ВМРО - Демократска партија за македонско национално единство
<i>СДСМ</i>	Социјал демократски сојуз на Македонија
<i>ДУИ</i>	Демократска унија за интеграција
<i>ДПА</i>	Демократска партија на Албанците
<i>НД</i>	Нова демократија
<i>ЛДП</i>	Либерал демократска партија
<i>НДП</i>	Национална демократска преобразба
<i>ВМРО-НП</i>	ВМРО - Народна партија
<i>ОМ</i>	Обединети за Македонија
<i>ДИК</i>	Државна изборна комисија
<i>ОИК</i>	Општински изборни комисии
<i>ИО</i>	Избирачки одбори
<i>ДКП</i>	Дипломатско конзуларни претставништва
<i>ИО – ДКП</i>	Избирачки одбори во дипломатско конзуларни претставништва

ВОВЕД

Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС), Институтот за демократија „Социетас Цивилис“ (ИДСЦС) и Македонскиот институт за медиуми (МИМ) во април 2011 г. започнаа повеќе заеднички активности за вонредните парламентарни избори, кои вклучуваат истражувања, набљудувања на изборните програми и кампањи, на медиумите, на изборната администрација и на денот на гласањето. Исто така, како една од главните активности на проектот е изработката на веб- страницата www.mojotizbor.mk, на која можат да се најдат сите релевантни информации поврзани со изборниот процес.

Дел од активностите предвидени со мониторингот се извештаи за текот на изборната кампања, работата на изборната администрација, како и извештај од мониторингот на медиумите. Деловите за изборната администрација и политички кампањи се подготвени од и се одговорност на Институтот за демократија, додека делот за мониторинг на медиумите е подготвен и е одговорност на Македонскиот институт за медиуми.

За потребите на мониторингот на изборната администрација и текот на изборната кампања на територијата на Република Македонија ангажирани се 15 регионални координатори. Регионалните координатори ја следат работата на општинските изборни комисии и избирачките одбори, како и кампањските активности на политичките партии. Регионалните координатори доставија по два неделни извештаи во мониторираниот период и истите покриваат повеќе од 60 општини во државата. На денот на изборите, проектот ќе има распределено околу 200 статични набљудувачи во различни избирачки места кои ќе го следат процесот на гласање и пребројување на гласовите.

На централно ниво, мониторингот ја следи работата на Државната изборна комисија, како и активностите на политичките партии и за таа цел ангажирани се аналитичари за изборна администрација и аналитичар за кампањите на политичките партии.

Во мониторингот на медиумите се вклучени 13 медиуми, од кои седум се комерцијални телевизии на државно ниво - А1, Канал 5, Сител, Телма и Алсат-М (на македонски и на албански јазик), како и два канала на Јавниот сервис МТВ1 и МТВ 2 (програмата на албански јазик). Кај телевизиите се мониторира едно издание на вестите во ударниот термин од 17.00 до 24.00 часот, како и дебатни емисии и интервјуа. Примерокот ги опфаќа и весниците Дневник, Време, Вечер, Нова Македонија, Утрински весник и Коха (на албански јазик). Податоците се собираат преку комбинација на квантитативни и квалитативни истражувачки инструменти. Во истражувањето учествуваат 12 монитори, двајца истражувачи-аналитичари, еден контролор и еден истражувач - лидер на тимот. Истражувањето треба да покаже дали медиумите известуваат непристрасно и избалансирано, дали ги пренесуваат информациите точно и објективно, дали употребуваат или пренесуваат говор на омраза или „недоличен“ јазик, дали мешаат вести и коментар, факти и сопствено мислење. Се мониторира и дали медиумите промовираат култура на говорот и етиката, дали се впуштаат во непримерна комуникација со јавноста и дали го користат медиумот за пресметка со личности, вклучувајќи ги и колегите-новинари.

Финалниот извештај од интегрираниот изборен мониторинг ќе биде објавен во текот на јуни и ќе вклучува оценка за изборниот процес во целина.

КЛУЧНИ НАОДИ

Изборна администрација

- ✓ Државната изборна комисија (ДИК) функционира на јавен и транспарентен начин, но во својата работа е изложена на притисок од страна на политичките партии;
- ✓ Соработката на изборните органи (ДИК и општинските изборни комисији) со набљудувачите се одвива во добра атмосфера;
- ✓ Едукацијата на изборните органи започна подоцна од предвидениот рок и се одвива непречено. Потребно е да се нагласи дека присуството и интересот на членовите на изборните органи на обуките е зголемено во однос обуките од минатите избори;
- ✓ Изборот на членови на избирачките одбори е завршен. Со ова се заокружува процесот на формирање на изборна администрација и се создадени сите неопходни услови за нормално спроведување на изборите. Базата на податоци од која се прави случајниот избор на членови на изборни органи не е целосно прочистена и е препорачливо во неизборниот период навремено да се ажурира и прочисти оваа база;
- ✓ Заради недоследности во законската регулатива ДИК се соочува со одредени потешкотии при организирањето на гласањето во странство. Кратките рокови, како и законските празнини за гласање во странство создадоа низа проблеми при организацијата на ДИК за гласање во ДКП.

Кампања

- ✓ Политичката кампања започна на 16 мај согласно законски предвидениот рок во силно поларизиран политички амбиент. Недоверба помеѓу политичките субјекти остава простор за сомнеж кај дел од гласачите за организирање фер избори.
- ✓ Кампањата се одвива во фер и демократска атмосфера. Политичките партии користат разни инструменти за да допрат до гласачите, меѓу кои кампања „врата до врата“, митинзи, како и ТВ реклами. Според досега поднесените финансиски извештаи, коалицијата предводена од ВМРО –ДПМНЕ има потрошено десеткратно повеќе средства од главниот опонент, коалицијата предводена од СДСМ.
- ✓ Негативната кампања доминира во предизборниот период. Говорот на омраза се појавува во поретки случаи, меѓутоа поларизираната атмосфера резултира со честа употреба на несоодветни квалификации на противниците, но и заплашување на гласачите. Главна тема на митинзите на сите политички партии претставува економијата.
- ✓ Изборни инциденти во кои се уништува рекламен материјал како плакати и билборди се забележани за време на мониторирањето период, но отсуствува нивна раширеност и масовност.

Медиуми

- ✓ Кај голем дел од мониторираните медиуми се забележани прекршувања на професионалните стандарди, со задржани добри практики кај одредени медиуми
- ✓ Во медиумите доминираа меѓупартиските, но и конфронтациите меѓу самите медиуми.
- ✓ Евидентирани се суптилни, но и експлицитни форми на фаворизирање или критикување на одредена политичка опција, со што е нарушен принципот на непристрасност и избалансираност. Се користат различни медиумски алатки за изразување на претерана поддршка или критика, и тоа преку зголемено присуство на ударните страници на весниците со текст, со насловна конструкција и со фотографија, преку позиционирање на прилозите на почетокот од вестите, без консултирање на другата страна, ниту, пак, обезбедување на спротивставени гледишта.
- ✓ Едностраното известување речиси станува практика во медиумското известување во кампањата.
- ✓ Непримерното ниво на комуникација на дел од политичарите со јавноста се рефлектира и преку начинот на комуникација на медиумите со политичарите и со јавноста. Присутни се примери на недолична комуникација со јавноста од страна на некои медиуми, навредлив и вулгарен речник, со лични дисквалификации, многу иронија и цинизам, со што е нарушен принципот за негување на културата на говорот и етиката од страна на новинарите.
- ✓ Евидентирани се примери на злоупотреба на медиумот за пресметка со личности и со колеги новинари, со што е нарушен принципот за чување на угледот и достоинството на новинарската професија, поттикнување взаемна солидарност и различност на ставовите.
- ✓ Повеќето радиодифузни медиуми не се придржуваат кон стандардите за немешање на фактите со личните ставови на новинарот/уредникот. Присутни се примери за непочитување на правилото за одвоеност на коментарите во дневно-информативните емисии како посебни аудио-визуелни целини, како и меланж од жанрови со проткаено сопствено мислење на новинарот и во најавите и во одјавите на ТВ прилозите. Кај весниците, генерално, коментарите се јасно одвоени, иако во новинарските текстови е присутно и мешање на фактите со лични ставови на новинарот или на редакцијата.
- ✓ Кај медиумите на албански јазик се забележува генерално умерено и избалансирано известување за сите политички партии со претежно гласачи од албанско етничко потекло.
- ✓ Партиите со претежно гласачи од македонско етничко потекло се застапени малку во медиумите на албански јазик. Се известува само за најголемите две партии од власта и опозицијата, а помалите партии речиси и да не се застапени. За разлика од МТВ 1, каде дебатите барем во мониторираниот период, за жал изостанаа, албанските политичари од спротивставени политички опции дебатираат меѓу себе на МТВ 2. Меѓутоа, во нив отсутнуваат претставници на „македонските“ партии, што само уште еднаш ја потврдува поделеноста на медиумскиот простор и јавната сфера кај нас. На тој начин се создава и впечатокот како да постојат две „реалности“.

ИЗБОРНА АДМИНИСТРАЦИЈА

Државната изборна комисија (ДИК) ги спроведува подготовките за изборите во рамки на законски предвидените рокови. ДИК е изложена на притисок од страна на политичките партии и двете најголеми политички партии изразуваат недоверба кон членовите на ДИК кои се предложени од спротивставената политичка опција. Работата на ДИК при дискутирање и решавање за прашања кои директно ги засегаат истите политички партии се карактеризира со политизираност и пристрасност кон партиите од кои членовите се предложени. При дискутирање и решавање за прашања од т.н. „стручен“ карактер работата на комисијата се одвива со колегијалност и соработка.

ДИК делува јавно и транспарентно, но во однос на претходните изборни циклуси во намален обем ја информира јавноста за својата работа. ДИК моментално не располага со лице за односи со јавност со што е отежнато информирањето на медиумите и јавноста по прашања од нивен интерес. Вебсајтот на ДИК ги содржи информациите неопходни за информирање за процесот на изборите, но потребно е да се зголеми обемот на информации кои се пласираат на истиот. Исто така, вебсајтот не е стабилен и во неколку наврати не е достапен. Препорачливо е ДИК да го зголеми степенот на информирање на јавноста во однос на активностите што ги презема за реализација на изборниот процес. На 27 мај ДИК ја почна кампањата за информирање и едуцирање на јавноста за начинот на гласање и остварување на гласачкото право.

Соработката со домашните и странски набљудувачи се одвива добро. Службата на ДИК на транспарентен начин ги информира акредитираните набљудувачи за активностите и текот на работата. Досега се акредитирани 7341 домашни и 480 странски набљудувачи и двајца новинари.

За реализација на изборниот процес ДИК побара 405.630.000 денари¹, а од Владата беа одобрени 315.000.000 денари². Задоцнето исплаќање на средствата од страна на Министерството за финансии предизвикува задоцнето плаќање на општинските изборни комисиии (ОИК).

ДИК на работна средба го има финализирано изгледот на гласачкото ливче, но со задоцнување се одвива печатењето и доставувањето на изборниот материјал. Изборниот материјал за 7258 гласачи кои ќе гласаат во дипломатско конзуларните претставништва требаше да бидат доставен во МНР до 29 мај, а изборниот материјал за 1.821.122 гласачи во земјата се доставува до ОИК.

ДИК го комплетираше составот на новите ОИК. Неколкумина членови на ОИК, меѓу кои и претседателката на ОИК Штип³ имаат поднесено оставка од морални и лични причини (роднински врски со кандидатка за пратеник на ВМРО-ДПМНЕ). Се очекува да се види како ДИК ќе постапи во поглед на овие оставки. Изборниот законик не предвидува ваков основ за изземање од функција член на изборен орган⁴, а мнозинството

¹ <http://www.dnevnik.com.mk/default.asp?ItemID=86F0CBAFF0356C429B698331B78CDBF0>

² <http://daily.mk/cluster3/7a7ea7a885449418ba12520553eae56c/702214>

³ <http://www.telma.com.mk/index.php?task=content&cat=1&rub=15&item=8318>

⁴ Член 18 (3) од Изборниот законик пропишува дека „ Лицето избрано за член на изборниот орган може да не

членови на ДИК на седница одржана на 23 мај 2011 година, се изјаснија против изземање од функција врз ваква основа.

Со задоцнување започна едукацијата на членовите на ОИК. Едукацијата е важна, со оглед на тоа што станува збор за голем број новоизбрани членови на ОИК. Забележано е дека едукацијата е подобрена во однос на претходните години, со интерактивност и практични примери. Исто така, забележано е и зголемено присуство на членовите на ОИК на овие сесии во однос на претходните години. И покрај тоа што едукацијата е задолжителна, не се води евиденција и не се санкционира предвремено напуштање на едукативните сесии. Одреден број на учесници не ја следат обуката до крај, што може да резултира во нивно недоволно познавање на изборните процедури. За поефикасно спроведување на изборите ДИК ги има поедноставено обрасците за записници⁵ и дистрибуираше детални прирачници до членовите на ОИК. И покрај тоа што станува збор за нови состави на ОИК, одреден дел од членовите веќе учествувале во изборниот процес во изборни органи на различно ниво.

Членовите на ОИК извршија бирање на членови на избирачки одбори (ИО) по случаен избор во организација и техничка подготовка на ДИК и со помош од Државниот завод за статистика. Некои членови на ОИК вршат субјективно влијание врз изборот на членови на ИО. Ова влијание често е во насока на зголемена ефикасност на случајниот изборот. Имено, поради нецелосна прочистеност на електронската база на вработени во државната, општинската и администрацијата на град Скопје, системот понекогаш предлага лица кои по различен основ не треба да бидат избрани (веќе се членови на изборни органи, станале кандидати за пратеници, одење во пензија или странство, смрт, напуштање на работа и сл.). Членовите на ОИК препознаваат вакви случаи и и укажуваат техничката служба да го повторат процесот на бирање со цел да не се одолговлекува формирањето на изборните органи. Завршени се и дополнителните бирања по случаен избор на дел од ИО кои имаат некомпетиран состав на заменици членови. Препорачливо е во неизборниот период навремено да се ажурира оваа база за да се зголеми ефикасноста на изборната администрација во период на избори.

ДИК за прв пат организира гласање во странство. Поради доцното донесување на измените во Изборниот законик за гласање во странство и недоволна обмисленост на законот во овој поглед, најголемиот дел од активностите на ДИК во изминатиов период се посветени на организација на гласањето во дипломатско конзуларните претставништа (ДКП). Роковникот на ДИК не е соодветно испланиран во делот на спроведување на изборните дејствија за организација на гласање во ДКП. Услови за гласање во странство исполнија во 36 од 48 ДКП. Следствено формирани се 36 избирачки одбори кои ќе спроведат гласање во ДКП на земјата (ИО-ДКП). ИО-ДКП се формирани по ист принцип како и ИО во земјата. Програмата за едукација ИО-ДКП се одржа во рамките на предвидените рокови од страна на стручното тело на ДИК. Членовите на ИО-ДКП се пожалија дека не биле контактирани и не биле информирани за едукативните сесии. Членовите на ИО-ДКП кои се претставници на политичките партии нема да поминат никаква едукативна програма. Поради ова, би било препорачливо ДИК навремено да им испрати едукативни материјали, како и останатите членови на ИО-ДКП по пристигнување во земјата каде ги спроведуваат изборните процеси детално да ги запознаат со изборната процедура.

прифати да ја извршува таа должност само поради здравствени или семејни причини, при што за неприфаќањето на членот одлучува органот кој го избира, врз основа на приложена соодветна документација.“

⁵ Пример: Образецот број 16 каде се заведуваат податоците за гласање, сумирање и утврдување на резултати од ИО е поедноставен и тргнати се недостатоците кои претходно ги имал.

Организацијата на патувањата на членовите на ИО-ДКП е во тек, а заради задоцнето формирање на ИО-ДКП⁶ и поради технички процедури (обезбедување на визи, пасош, и други непредвидени околности), како и поради барања за изземање од членство во ИО-ДКП, веројатно е дека сите членови на ИО-ДКП нема да може да заминат во предвидената земја. Сепак, ова нема да го попречи гласањето се додека мнозинството од членовите во ИО-ДКП се присутни. ДИК презеде низа мерки со цел да ги минимализира нејаснотиите во законот во поглед на реализирање на гласањето на дијаспората. Дел од членовите во ИО-ДКП ќе бидат во можност да го реализираат своето право на глас со навремено враќање на денот на изборите. За членовите на останатите ИО-ДКП, ДИК се обидуваше да најде начин со кој ќе им овозможеше да го остварат правото на глас пред денот на изборите. Сепак, членовите на 16 ИО-ДКП нема да можат да го остварат своето право на глас. Членовите на ДИК се поделија по партиска основа во обид да лоцираат вина за ова. Претседателот на ДИК, кој е предложен од најголемата опозициона партија, укажа дека ова е пропуст на предлагачот на законот и на законодавецот, а членовите предложени од владеачката партија вината за истото ја лоцираа во ДИК.

Набљудувачите на мисијата остварија контакт со ОИК во Битола, Могила, Новаци, Ресен, Кратово, Струга, Кичево, Штип, Росоман, Лозово, Кавадарци, Велес, Охрид, Дебарца, Вевчани, Чучер Сандево, Карпош, Зелениково, Ѓорче Петров и други. Членовите на ОИК редовно се состануваат да ги реализираат обврските во врска со спроведувањето на изборите. Во тек е обуката на членови на ИО од страна на членовите на ОИК. ОИК се задоволни од соработката со ДИК, но понекогаш имаат потешкотии да стапат во комуникација со истата.

⁶ ИО -ДКП се формирани 12 дена подоцна, на 15 мај 2011, а според Роковникот требаше да бидат формирани на 3 мај. Причината за доцнењето е потребата да се утврди етничкиот состав на гласачите во секое избирачко место во дијаспората и соодветствено на тоа да се формираат и ИО-ДКП

ПОЛИТИЧКА КАМПАЊА

Политичката кампања започна на 16 мај согласно законски предвидениот рок. Повеќето партии своите кампањи ги базираат на митинзи и директна агитација, додека пораширена кампања е забележлива кај коалицијата предводена од ВМРО-ДПМНЕ. Во таа смисла, постои видлива непропорционалност во присуството на рекламен простор закупен од нивна страна низ државата, а особено во Скопје.⁷ Според доставените финансиски извештаи, вкупните расходи на коалицијата предводена од ВМРО-ДПМНЕ се 103.054.161 денари наспроти 9.914.603 на коалицијата предводена од СДСМ.⁸

Според изборниот закон, општините се задолжени да обезбедат простор за рекламирање кој ќе биде еднакво достапен за сите учесници во изборниот процес.⁹ Општинската распределба на јавно достапен простор за такво рекламирање не помина со значајни системски нерегуларности туку со неконзистентност во некои општини.¹⁰

Правото на слободно организирање на митинзи се одвива непречено. Исклучоци од ова се случаите во општина Центар каде на коалицијата предводена од СДСМ им беше одбиено барање за одржување на митинг на определена локација. Истовремено, забележливо отстапување е и праксата на локалната самоуправа во општина Охрид да не дозволува собири на градскиот плоштад. И покрај тоа што таквата позиција на општината се однесува на сите партии подеднакво, потребно е допрецизирање на надлежностите на локалните самоуправи во однос на кампањските активности на политичките партии.

Политичката кампања се одвива во изразено поларизираната атмосфера која што постоеше и во предизборниот период во Македонија. Големото ниво на недоверба помеѓу политичките конкуренти создава плодна почва за раширеност на негативна кампања која е евидентна и на медиумски план но и во потесна смисла – на политичките собири и митинзи.

Во голема мерка партиите ја спроведуваат својата кампања преку тезги и штандови поставени на видни локации низ населените места на кои се делат промотивни материјали. Истовремено, на овие избори се доразвива праксата на кампања од „врата до врата“ во која се претставуваат програмата и активностите на партиите преку директен контакт на кандидатите со гласачите. Ваков тип на активности презедоа сите поголеми партии.

На митинзите честопати се посветува значајно време на критика на другите кандидати и политички партии отколку на промоција на сопствените програми и проекти. Говорот на омраза се појавува во ретки случаи, меѓутоа поларизираната атмосфера резултира со честа употреба на несоодветни квалификации на противниците, но и заплашување на гласачите дека ако гласаат за противниците гласаат за уништување на општеството. Таквата состојба на „емергентност“ (да се биде или не) не допринесува кон релаксирана клима во текот на изборите и изборниот ден. Така, во испитувањето во рамки

⁷ Се работи за приватно закупен простор за билборди.

⁸ Извор: финансиски извештаи доставени до ДИК. Извештајот на к.ВМРО-ДПМНЕ се однесува на периодот 16-25.05.2011 додека извештајот на к.СДСМ се однесува на периодот помеѓу 12-23.05.2011.

⁹ Член 78 од Изборниот законик.

¹⁰ Инциденти се нотирани во извештајот на ОБСЕ/ОДИХР за општините Тетово и Гостивар.

на интегрираниот проект за набљудување, остварено помеѓу 13 и 15 мај, испитаниците ги лоцираат партиите како извори на нерегуларности, односно нивната демократска незрелост (29,5% од испитаниците). Во третото истражување на МЦМС, МИМ и ИДСЦС спроведено помеѓу 25 и 28 мај, поголемиот дел од испитаниците ја оценуваат реториката во кампањата како „навредлива“ кон другите партии, а околу една петина од испитаниците сметаат дека кампањата е употребена за промоција на програми или кандидати.

Негативна кампања е присутна и на митинзите и е појава која се забележува кај повеќето политички партии. Негативно конструирани деминутивни имиња се честа пракса на Обединети за Македонија во нивната кампања против ВМРО-ДПМНЕ, а коалицијата предводена од СДСМ на завршните дневни митинзи посветува барем половина од времето на негативна кампања. На сличен начин, и албанските партии посветуваат многу помалку внимание на промоција на сопствената програма.

Медиумското известување, според перцепциите на граѓаните во последното истражување на јавното мислење кое се спроведе во рамки на интегрираниот изборен мониторинг,¹¹ е оценето како необјективно од повеќе од 60% од испитаниците. Скоро една четвртина од испитаниците сметаат дека партиите на власт се тие што се фаворизирани во медиумите а исто толку сметаат дека предност им се дава воопшто на големите партии.

Главна тема на митинзите на сите политички партии претставува економијата. Извештаите на регионалните координатори покажуваат дека тоа е една тема која не варира од типот на местото или од регионот каде митинзите се одржуваат. Тоа е и во линија на очекувањата на граѓаните според тоа што го покажува третото истражување во рамки на „Мојот избор 2011“. Така, 78% од испитаниците сметаат дека економијата е прашање на кое политичките партии треба најмногу да се посветат. Од другите теми кои често се дискутираат во политичката кампања овие избори се европските и НАТО интеграции како и локалниот и рурален развој. Свое место наоѓаат и прашањата за социјално вклучување на групи¹² и борба против сиромаштијата (честопати дел од дискутирањето на економски развој) а во зависност од локалниот контекст се дискутира и за меѓуетничките односи.

Учесниците на изборите доставија финансиски извештаи до надлежните институции¹³ за досегашното кампањско работење. Генерална оценка за финансиските извештаи е дека тие се шути особено на расходната страна. Несоодветниот формулар за прикажување на финансиското работење во кампањата остава простор за злоупотреби и нетранспарентно трошење на средства. Така на пример, нарачка како изработка на политичка кампања и рекламирање се обележува само во една ставка.¹⁴ Тоа ја проблематизира транспарентноста бидејќи се нема увид во износот кој се плаќа одделно за огласување наспроти изработка на рекламни материјали итн. Дополнително, постојат видливи кампањи кои во првиот финансиски извештај на пример не навеле патни трошоци.

Повеќето приходи (донации) доаѓаат неколку денови пред крајниот рок за доставување на финансискиот извештај а дел од партиите дополнително се задолжуваат. Поради поголема транспарентност потребно е да се расчлени формуларот во поситни ставки со што ќе се зголеми и олесни увидот во финансиската работа на изборните

¹¹ Интегриран изборен мониторинг 2011 МЦМС, МИМ и ИДСЦС (25-28 мај 2011) телефонско истражување

¹² Пример: рамноправност на жени или пристап до образование.

¹³ Извештаи се доставуваат до Државната изборна комисија, Комисијата за спречување на корупција и Државен завод за ревизија.

¹⁴ Ставка 7 : издатоци за реклама и пропаганда

кампањи. Државната комисија за спречување на корупцијата веќе излезе со прелиминарна анализа и коментари на доставените извештаи¹⁵. Доколку се доразвие таквата пракса на надлежните институции таквиот механизам ќе обезбеди учесниците на изборите да даваат попрецизни информации за нивното финансиско работење. Мониторингот на финансиското работење и трошење за време на изборната кампања комплетно може да се анализира после изборите кога со законска обврска учесниците на избори се задолжени да поднесат комплетни извештаи.¹⁶

¹⁵ Првичната информација на ДКСК е објавена на нивниот веб сајт на 30.05.2011.

¹⁶ Членови 84 и 85 од Изборниот законик

ИЗБОРНИ ИНЦИДЕНТИ

Пред почетокот на изборната кампања, националната *А1 Телевизија* во новинарски истражувачки прилог објави постоење на списоци кои се подготвуваат од страна на државните службеници. Според наводите, целта на списоците била да се обезбедат гласови за партиите на власт. Списоците со кои располагаше *А1 Телевизија* не беа јавно достапни за во нив да се направи увид, а тие беа доставени до соодветни јавни и приватни институции на проценка на уредникот на телевизијата. Иако јавното обвинителство поведе постапка по случајот, тоа досега не расветли постоење или непостоење на случај. Без разлика на исходот, приоритетот за расветлување на овој случај требаше да биде на највисоко ниво за да се подобри довербата на граѓаните во изборниот процес. Во второто истражување на јавното мнение во рамки на интегрираниот изборен мониторинг, околу 38% од испитаниците мислат дека ќе има нерегуларности. Во услови на такво јавно мислење,¹⁷ државните институции потребно е да ги преземат неопходните мерки за да го зголемат нивото на доверба во изборниот процес.

Во некои кампањски активности останува нејасна дистинкцијата помеѓу јавната и партиската функција. Според документот на ОБСЕ од Копенхаген, потребно е јасно одвојување помеѓу активностите на функционерите од државната и/или локална власт и учесниците во изборната кампања. Оттука, иако одделување на јавните функции од дневната агенда на кандидатите претставува практична потешкотија, искористувањето на службената позиција за време на кампања претставува пример за лоша пракса. Пример за ова се доделувањата на решенија за легализација на дивоградби кое го прават владини министри. Таквите активности се искористуваат за кампања бидејќи не постои видлива потреба таквите решенија да бидат доделувани во форма на настани и тоа директно од највисоките ешалони.¹⁸

За спречување на оваа пракса, Претседателот на Владата на Република Македонија издаде писмено известување на 19 мај во кое се изразува осуда на злоупотребата на јавни функции за партиска дејност. Во истото писмо се најавуваат и остри санкции против оваа пракса. Но покрај оваа силна заложба, писмото е проблематизирано од страна на опозициската СДСМ бидејќи се бара ставање крај на „транзиционите политичари“ што тврдат дека се однесува на нив.

Изборни инциденти во кои се уништува рекламен материјал како плакати и билборди за време на мониторираниот период се забележани но отсуствува нивна раширеност.¹⁹ Регионалните координатори не известуваат за систематски инциденти, туку за инциденти од мал интензитет поврзани со кинење плакати или оштетување на билборди.²⁰ Според МВР најголем број на инциденти поврзани со материјално уништување им се случуваат на опозициските партии како одземање на штандови или оштетување на штабови.

¹⁷ Истото истражување

¹⁸ Такви примери се забележани непосредно пред почетокот на кампањата, но и во текот на кампањата: Гевгелија, Прилеп, Ѓорче Петров.

¹⁹ Пример за ова се билборди на ЛДП во Скопје и случајот на уништување на рекламен материјал на СДСМ во Крива Паланка.

²⁰ Како што е случај со билборди на ОМ во Битола.

МОНИТОРИНГ НА МЕДИУМИ

1. ЦЕЛ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Македонскиот институт за медиуми (МИМ) во периодот од 23 мај до 5 јуни, спроведува мониторинг на 13 национални медиуми (седум телевизии на државно ниво и шест национални дневни весници) со цел да утврди дали тие ги запазуваат професионалните стандарди при известувањето за текот на Парламентарните избори 2011. Истражувањето во втората фаза ќе направи анализа дали и за кои теми и прашања новинарите критички се осврнуваат во известувањето во изборната кампања и во дебатните емисии или интервјуа со кандидатите и со експертите.

Како основа за истражувањето послужија професионалните стандарди пропишани со Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија, а беа земени предвид и меѓународните принципи и стандарди препорачани од страна на ОБСЕ, Венецијанската Комисија, Европската Комисија и Артикал 19. Појдовна основа на истражувањето е членот 14 од Етичкиот кодекс на новинарите, каде конкретно се нормира известувањето на новинарите за време на избори:

„Известувањето од политичките процеси, посебно од изборите треба да биде непристрасно и избалансирано. Новинарот мора да обезбеди професионална дистанца од политичките субјекти.“

Истражувањето треба да покаже дали медиумите известуваат непристрасно и избалансирано, дали ги пренесуваат информациите точно и објективно, дали употребуваат или пренесуваат говор на омраза или „недоличен“ јазик, дали мешаат вести и коментар, факти и сопствено мислење. Се мониторира и дали медиумите промовираат култура на говорот и етиката, дали се впуштаат во непримерна комуникација со јавноста и дали го користат медиумот за пресметка со личности, вклучувајќи ги и колегите-новинари.

2. МЕТОДОЛОГИЈА

Овој извештај се однесува на периодот од 23 до 27 мај 2011 година. Во мониторингот се вклучени вкупно 13 медиуми, од кои седум се комерцијални телевизии на државно ниво - А1, Канал 5, Сител, Телма и Алсат-М (на македонски и на албански јазик), како и два канала на Јавниот сервис МТВ1 и МТВ 2 (програмата на албански јазик). Кај телевизиите се мониторира едно издание на вестите во ударниот термин од 17.00 до 24.00 часот, како и дебатни емисии и интервјуа. Примерокот ги опфаќа и весниците Дневник, Време, Вечер, Нова Македонија, Утрински весник и Коха (на албански јазик).

Целта на овој прелиминарен извештај е да направи пресек на примери во кои се забележани најфлагрантни кршења на професионалните и етичките правила при новинарското известувањето за изборната кампања.

Податоците се собираат преку комбинација на квантитативни и квалитативни истражувачки инструменти.

Во истражувањето учествуваат 12 монитори, двајца истражувачи-аналитичари, еден контролор и еден истражувач - лидер на тимот.

3. ПРВИЧНИ НАОДИ ОД МОНИТОРИНГОТ НА МЕДИУМИ ЗА ПЕРИОДОТ 23-27 МАЈ, 2011 ГОДИНА

Кај голем дел од мониторираните медиуми беа забележани прекршувања на повеќе професионални стандарди во текот на овој период. Наместо повеќе информации за понудите на политичките партии и нивните решенија за иднината на граѓаните и на земјата, во медиумите доминираа меѓупартиските, но и конфронтациите меѓу самите медиуми. Првичната квалитативна анализа покажа дека известувањето на дел од медиумите за изборите е поларизирано и навивачко, а кампањата се одвива во етнички и партиски поделен медиумски амбиент.

Од периодот опфатен со овој извештај може да се констатира дека комуникацијата на политичарите и медиумите со јавноста е спуштена на непримерно ниво, така што „недоличниот јазик“ се јави како доминантен политички и медиумски дискурс. Наместо промовирање на културата на говорот и етиката, толеранција и промовирање/афирмирање на аргументи, некои медиуми се впуштија не само во непристојна комуникација со јавноста, туку и во пресметки со свои колеги и други медиуми.

Индикативно е што кај некои медиуми коишто во сите претходни изборни циклуси важеа за умерени и непристрасни, може да се забележи нарушување на професионалните стандарди и добрите новинарски практики.

Сепак, охрабруваат податоците дека кај дел од мониторираните медиуми не се забележани поголеми отстапувања од професионалните новинарски стандарди. Нова Македонија и телевизијата Телма се најпозитивните примери кога станува збор за известувањето во изборната кампања во мониторираниот период. Имено, од вкупно текстови поврзани со предизборните активности на партиите, во Нова Македонија, како делумно проблематичен е посочен само еден, којшто всушност е авторски текст. Вестите на телевизијата Телма, исто така, ги почитувале новинарските принципи и стандарди во мониторираниот период.

Избалансираност и непристрасност

Наспроти очекувањата за повисока професионалност, кај најголемиот дел медиуми се забележуваат спротивни тенденции. Евидентирани се суптилни, но и експлицитни форми на фаворизирање или критикување на одредена политичка опција. Се користат различни медиумски алатки за изразување на претерана поддршка или критика, и тоа преку зголемено присуство на ударните страници на весниците со текст, со насловна конструкција и со фотографија, преку позиционирање на прилозите на почетокот од вестите, без консултирање на другата страна, ниту, пак, обезбедување на спротивставени гледишта. Едностраното известување речиси станува практика во медиумското известување во кампањата.

Најочигледни примери на претерано фаворизирање и тенденциозно критикување се забележуваат кај телевизиите Сител и А1, подеднакво, како и кај весниците Време и Вечер, подеднакво.

Телевизијата А1 отворено се декларира дека на овие избори ќе застане на страна на целата опозиција, односно на страна на партиите кои што не се на власт, што е сосема спротивно на препораките на Советот на Европа (СЕ), Препорака Р (99) 15, усвоена од

Советот на министри за земјите членки на СЕ на 9-ти септември 1999 год. Така на пример, при известувањето за случајот „Пајажина“, каде централна фигура е сопственикот на А1, Велија Рамковски, постојано се напаѓа судството и Владата и притоа се користат конструкции како „власта и истражните органи направија низа грешки кои само докажуваат дека станува збор за монтиран политички процес, во кој единствена цел е да се задуши слободата на медиумите.“ (Вести во 19:00, 23 мај 2011). Дополнително, визуелно и текстуално се прави манипулација со тоа дека поддршката за наводните преку 700,000 потписи за А1, всушност, е директна поддршка на политичката опција што таа ја застапува.

Од друга страна, пак, во вестите на ТВ Сител од истиот датум, при известувањето за случајот „Пајажина“ новинарот е критички настроен кон семејството Рамковски, кометирајќи дека тој „не издржа, а уште еднаш да не испрати политичка порака како поддршка на Црвенковски и СДСМ: ’5ти јуни изгледа далеку, но јас уште од сега славам,’ рече сопственикот на А1, Време, Шпиц и Коха Е Ре среде судница.“

И весникот Дневник ја пренесува изјавата на Рамковски, потенцирајќи во наслов дека тој „се крсти во изборите“. Доколку споредбено се разгледаат прилозите на А1, Сител, Време, Вечер и Дневник, ќе се забележи дека последната изјава на Рамковски не е пренесена на А1 и во Време, односно е целосно изоставена, што може да се оцени како своевидно цензурирање на јавноста.

Тенденциозно критикување на опозицијата и фаворизирање на власта е забележливо кај Сител телевизијата, особено од страна на поедини уредници-водители на вестите, како и во весникот Вечер. Како пример ќе наведеме дека оваа телевизија кога известува од партиските митинзи во изборниот блок, првиот прилог во мониторираниот период секогаш е поврзан со коалицијата предводена од ВМРО-ДПМНЕ, со директно јавување од местото на настанот и интервју со носителот на листа за определена изборна единица. Другите партии се застапени со пократки извештаи, со изјава на дел од говорниците или со јавување на новинарот.

Кај ТВ Канал 5, овие форми на фаворизирање на владејачката партија се присутни, но поумерени. Така, на пример, во вестите од 24 мај, во прилогот за членството кое ги напушта партиите ОМ и ВМРО-НП и се приклучува кон ВМРО-ДПМНЕ, освен тоа што е пренесена само изјавата на кандидат за пратеник од ОМ, во кајронот оди констатацијата „Љубе и Љубчо остануваат без членство“. Во вестите од следниот ден, поврзано со истата тема, се наведуваат непотврдени бројки за оние кои ги напуштаат двете партии, чиј извор е ВМРО-ДПМНЕ. Кајронот гласи „Љубе и Љубчо и натаму губат членство.“ И во двата прилога информирањето е еднострано.

На МТВ 1 преку зголемување на временската рамка на вестите се настојува да се информира за активностите, митинзите и конференциите за медиуми на партиите. И кај МТВ 1 се забележува отстапување од принципот за избалансираност и непристрасност. Треба да се истакне дека на овој програмски јавен сервис првпат во еден изборен процес отсутуваат дебатните емисии, иако неговата општествена улога е да им овозможи на избирачите да добијат што повеќе информации што ќе им помогнат да се одлучат за гласањето.

Во прилози на МТВ 1 се забележува фаворизирачка тенденција кон владејачката партија ВМРО-ДПМНЕ. Така на пример, прилозите за преминувањата од помалите партии во ВМРО-ДПМНЕ се емитуваат во континуитет, при што новинарот ги опишува помалите партии како „две сателитски партии“ на кои им се „ситни членството“, а ВМРО-ДПМНЕ ја опишува со зборови како „старо јадро“ „вистинска“, „матична“, што го одредува и тонот на известувањето.

Во однос на весникот Дневник, пак, се забележува ситуација кога еден дел од текстовите изразуваат блага наклонетост кон владејачката партија, а во дел, пак, таа се критикува. Од изнесените забелешки не може да се констатира експлицитно пристрасно известување во однос на една или друга политичка опција. Во поединечни случаи е констатирана употреба на непотврдени и непроверени информации.

Тонот на известувањето

Во квалитативна смисла, тонот на известувањето се проценува според застапеноста на повеќе елементи – експлицитна оценка на новинарот за релевантниот субјект, рамката во која се информира за релевантниот субјект, манипулативна употреба на фотографии, звуци, иронија, сарказам итн, изборот на зборови. Типични примери кои го одредуваат негативниот тон на известувањето се прилозите на А1 за „Феудализмот во Кратово“ (24 мај 2011 година) и на Сител со наслов „Дебреште запустено – Велија дарува само пред камери“ (25 мај 2011 година).

Преку избрани кадри (заклучени порти, скршени прозорци и напуштени хали на фабрики), драматична музика во заднина, избор на зборови како-„пустош“, „уништени фабрики, луѓе без работа“, „шокантни изјави“, „скандалозни снимки“, новинарите од А1 создаваат слика за Кратово како за запустен град, со цел да се создаде негативна слика за кандидатот Љубисав Иванов.

На ТВ Сител, пак, во репортажата `` Дебреште запустено - Велија дарува само пред камери“, кадрите се фокусираат на калливи разорани улици, разрушени сиромашни куќи, ѓубришта, искомбинирано со сликите на насмеаниот Рамковски, со испишани црвени бројки врз кадрите кои го означуваат наводниот долг на Рамковски кон државата и драматична музика во заднина. Преку избор на соговорници кои го отсликуваат Рамковски во негативно светло и преку саркастични реченични конструкции на новинарот, се создава негативен контекст за сопственикот на А1.

Во однос на известувањето на Канал 5, најмногу забелешки се евидентирани кај тонот на известувањето, при што, опозициските партии најчесто се претставени во негативен контекст. Во неколку наврати, новинарите изнесуваат заклучоци и (аудио визуелни) конструкции кои се поткрепени со непроверени информации. Од друга страна, владејачките партии се претставени во позитивно светло и им се дава простор за промовирање.

Најголемиот дел забелешки за пишувањето на Утрински весник, исто така, се однесуваат на тонот на известувањето. Владејачките партии најчесто се претставени во негативно светло, а текстовите се базираат на непроверени информации, при што новинарите често известуваат неизбалансирано повикувајќи се на изјави и мислења од експерти блиски до опозицијата.

Употреба на „недоличен“ јазик

Комуникацијата на дел од политичарите со јавноста се одвива на непримерно ниво, што се рефлектира и преку начинот на комуникација на медиумите со политичарите и со јавноста. Кампањата избобилува со навредлив и вулгарен речник, со лични дисквалификации, со многу иронија и цинизам. Според Етичкиот кодекс, новинарот треба да се придржува и до општо прифатените општествени стандарди на пристојност..., а наедно „мора да ја негува негува културата на говорот и етиката. Неспорно со новинарската професија е непримерната комуникација со јавноста.“

Тргувајќи од оваа одредба, најочигледен пример за непримерна комуникација со јавноста во мониторираниот период е текстот во весникот Вечер, со наслов „ДНО: Црвенковски во потполно пијана состојба изјави дека не ги **** жените на стечајците“, објавен на 26 мај 2011 година. Недоличната изјава на поранешниот претседател на државата и актуелен лидер на опозицијата, Бранко Црвенковски, која контекстуално е сексистички вулгарна, но не содржи експлицитни зборови, во Вечер е „преведена“ и поставена на насловната страница. Инаку, веста е преземена од прилогот во вестите на Сител на 25 мај, во кој е пренесена изјавата на Црвенковски во целост. Насловот на прилогот е: „Што им порача Црвенковски на стечајците и на нивните сопруги“, а прилогот е проследен со испишан текст врз замрзнатата слика на Црвенковски: „Овој човек го бара нашиот глас за да биде наша власт. За да може да стигне, бе брат“, при што изјавата се потенцира со повторување двапати во истиот прилог. Оваа изјава на Црвенковски, како најголем гаф на кампањата, Сител телевизија ја користи со повторување и во вестите следниот ден.

Злоупотреби на медиумот за пресметки со колеги-новинари

Новинарската етика вели дека новинарот треба да ги чува угледот и достоинството на својата професија, да ги поттикнува заемната солидарност и различност на ставовите и да не го употребува својот медиум за пресметка со личности, вклучувајќи ги и своите колеги.

Телевизиите А1 и Сител во мониторираниот период започнаа меѓусебна медиумска пресметка во чиј фокус беа напади и одбрана на Велија Рамковски и на Љубисав Иванов Синго. Телевизијата А1, на 24 мај 2011 година го емитуваше прилогот „Феудализам во Кратово“, кој беше драматично најавен „Пустош: уништени фабрики, луѓе без работа. Кратово во 21 век“. Прилогот го обвинува Љубисав Иванов Синго, кој е коалиционен партнер на Никола Груевски во Владата за „пустошот“ во Кратово, со што острилото на критиката е вперено и кон Владата.

Во следните три дена во вестите на А1 се емитуваа прилози поврзани со Иванов и со наводните проблеми направени во овој град („Уцени кон акционерите на Силекс“ (25 мај 2011 година), „Како до кратовскиот водовод?“ (25 мај 2011 година) итн.

Како реакцијата следеше серија прилози на ТВ Сител: за родното место на Рамковски - „Добреште запустено – Велија дарува само пред камери“, „Кои и колку новинари на А1 се на платен список на СДСМ“, „Успешно работат сите фабрики во Кратово“ итн. На 25 мај во вестите на Сител се објавени дури 4 прилози во кои централен лик е Рамковски и новинарите кои работат во неговиот медиум. Новинарот посветува цел еден прилог само за колешката од А1 која заедно со уште еден свој колега, го направи прилогот „Феудализам во Кратово“. Во прилогот е објавена нејзина изјава со обвинување против Рамковски кога ја напуштила редакцијата на весникот Време.

Фактите раздвоени од мислењата, а вестите од коментарот

Во новинарската пракса во земјите членките на ЕУ, коментарите во врска со изборната кампања емитувани во дневно-информативните емисии се одвоени како посебни аудио-визуелни целини, и се означени или со името и презимето на авторот, или како редакциски коментар. Иако тоа го нормира и Правилникот на СРД, повеќето радиодифузни медиуми не се придржуваат кон овие стандарди и добри практики. Генерално, кај весниците, коментарите се јасно одвоени, иако во новинарските текстови е присутно и мешање на фактите со лични ставови на новинарот или на редакцијата.

Од друга страна, кај еден дел од уредниците - водители на вестите на Сител се забележува коментирање во најавата на секој прилог, вклучувајќи ја и генералната најава.

Коментари на темата или за политичките актери во прилозите се забележуваат и по завршувањето на прилозите. Така, во вестите на Сител од 26 мај 2011 година, водителот во генералната најава коментира дека Црвенковски и Рамковски создале „прва конкретна медиумско партиска коалиција за наредните избори“ и дека имаат заеднички интереси – „СДСМ да победи и да се избега од законските постапки за перење пари и друг вид финансиски криминал“. Потоа додава дека граѓаните треба да решат дали ќе гласаат против сопствените закони и за легализација на организиран криминал, објаснувајќи подоцна во најавата што ќе значи ако се гласа за СДСМ. Понатаму, во најавата за самиот прилог, повторно се забележува коментирање од страна на самиот водител, но и од новинарот кој го подготвил прилогот („...љубовен триаголник на партија, медиум и невладин сектор (н.з. Сорос) станува медиумска перверзија која се уште не е видена во Македонија, а секако не е видена во демократска Европа...“ вест на 26 мај, 2011 година)

Меланж од жанрови, со проткаено сопствено мислење на новинарот, се забележува и во повеќе прилози во вестите на МТВ 1 во мониторираниот период, поврзани со недоличната изјава на претседателот на СДСМ Бранко Црвенковски.

Известување на медиумите на албански јазик

Во оваа изборна кампања треба да се истакнат малите, но значајни позитивни поместувања во односот на политичките актери од албанско етничко потекло.. За разлика од минатото, тие имаат далеку поконструктивен пристап во меѓусебните ривалитети и односите кон медиумите.

Во деновите кога се мониторирани вестите на МТВ2 (4 изданија) и на Алсат –М, како и четири броја на весникот Коха, се забележува умерено и избалансирано известување за сите политички субјекти со претежно гласачи со албанско етничко потекло.

Сепак, на МТВ2, во првите прилози и минути на ударните вести доминира известувањето за активностите на носители на државни и јавни функции, пред се од редовите на ДУИ, но и од други министерства, а известувањето за изборите е ставено во втор план. И кај Алсат-М во овој период се забележува известување во првите прилози за претставниците на владата и министерствата. Но, тоа не е во функција на промовирање на властите, туку се претежно изјави на релевантни претставници на државата за европски и регионални настани и процеси (дебатите околу можното враќање на визите за ЕУ, апсењето на Младиќ, можното патување во пограничните области на Косово и Македонија само со лични карти), кои немаат толкав обем за тоа да може да се протолкува како кршење на принципот за пристрасност, затоа што прилозите се коректни и неутрални, и нема претставување на политичките актери од владејачката гарнитура во позитивно светло.

И на двете телевизии, партиите со претежно гласачи од албанско етничко потекло се застапени малку. Се известува само за најголемите две партии од власта и опозицијата, а помалите партии речиси и да не се застапени.

За разлика од МТВ 1, каде дебатите барем во мониторираниот период изостанаа, албанските политичари од спротивставени политички опции дебатираат меѓу себе на МТВ 2. Меѓутоа, во нив отсутнуваат претставници на „македонските“ партии, што само уште еднаш ја потврдува поделената на медиумскиот простор и јавната сфера кај нас. На тој начин се создава и впечатокот како да постојат две „реалности“. Дебатите се присутни и на Алсат-М.

Во весникот Коха, единствено за партијата Нова демократија се известува на критички начин.