

МЕДИУМСКО ОГЛЕДАЛО

Локални избори 2013

**ВЛАСТА И ПРОВЛАДИНИТЕ МЕДИУМИ - ВО
КАМПАЊА ПРЕД КАМПАЊА**

МАРТ 2013



Вовед

НВО Инфоцентарот, во рамките на програмата за мониторинг на медиумите „Медиумско огледало“, во периодот од 11 до 15 февруари 2013 година (16 дена пред официјалниот почеток на изборната кампања), го анализираше информирањето на медиумите за активностите на државните и на општинските власти, во контекст на претстојните Локални избори 2013.

Во мониторингот беа вклучени шест дневни весници („Утрински весник“, „Дневник“, „Вест“, „Вечер“, „Нова Македонија“, „Фокус“), и централните информативни емисии на седум телевизии со национална и сателитска концесија („24 Вести“, „Канал 5“, „Сител“, „Телма“, „МРТ1“, „Алфа“ и „АлсатМ“).

Во рамките на мониторингот беа анализирани новинарските текстови и прилози кои беа посветени на активности, инвестиции и проекти на државните и на локалните власти, без притоа да бидат земени предвид текстовите кои се однесуваат директно на локалните избори и на кандидатите за градоначалници и советници. Целта на овој мониторинг беше да се детектира евентуалното присуство на скриено пропагандистичко информирање, во функција на локалните избори и промоција на определени политички субјекти.

Во периодот од пет дена, во печатените медиуми беа објавени дури 117 прилози (или во просек по 4 текстови дневно, во секој од мониторираните весници) посветени на активностите на државните и на локалните власти. Најмногу текстови беа објавени во „Дневник“ (34), потоа во „Вечер“ (28), во „Утрински весник“ (21) и во „Нова Македонија“ (16). На телевизиите, пак, беа објавени вкупно 47 прилози, и тоа најмногу на „Сител“ и на „24 Вести“ по 10 прилози, 9 прилози на „Алфа“, по 7 прилози на МРТ1 и на „Канал 5“.

Во периодот од 1 до 20 февруари 2013, во рамките на мониторингот беше следено и објавувањето огласи од страна на државните и јавните институции. Во овој период беа објавени дури 7 огласи на Агенцијата за вработување на Република Македонија.

Десетина владини проекти – за само пет дена

Во само пет дена, медиумите информираа за дури десетина Владини политики (во просек, беа промовирани по две владини политики дневно):

1. Сите невработени ќе ги остварат своите социјални права, дури и пасивните баратели на вработување;
2. Зголемување на субвенционирањето од 50 на 75 отсто во ратата за првите пет години, за оние кои сакаат да изградат куќа во рамките на владиниот проект „Купи куќа – купи стан“;
3. Нови владини мерки за поддршка на ликвидноста на стопанството преку отпишување на долговите на фирмите за здравствено и пензиско осигурување;
4. Владата до крајот на февруари 2013 ќе му го врати заостанатиот долг на стопанството врз основа на ДДВ;
5. Со новите промени во Законот за работни односи ќе се казнуваат работодавачите кои вработуваат на црно;
6. Најдобрите земјоделци ќе бидат субвенционирани;

7. Владата ќе финансира отворање на сопствени бизниси во руралните и селски средини со покривање до 50% од инвестициите;
8. Поддршка на туризмот односно бенефицирани субвенции за повеќе туристи;
9. Кампања за вработување на маргинализираните лица односно ранливите групи на граѓани.

Речиси сите медиуми објавија информации за најавените владини проекти. Начинот на којшто провладините медиуми информираа за политиките на државните власти е исклучиво афирмативен, па дури и пропагандистички. За овие медиуми не само што не е спорно тоа што во време кога се распишани избори, Владата најавува и реализира невообичаено голем број проекти и инвестиции, туку позитивно ги оценуваат активностите и одат до таму што во своите прилози детално ги набројуваат владините проекти. И не само тоа, тие не се воздржуваат да ја пофалат Владата дека ја остварува својата агенда и покрај политичката криза во која се наоѓа земјата и индиректно да ја критикуваат опозицијата. Оттаму, во овие медиуми се сретнуваат прилози и наслови од типот: „45 дена, 50 проекти на Владата, додека опозицијата блокира улици“ (13.02.2013, „Сител“); „Владината агенда отпорна на политичките тензии / Конкретни економски проекти врват покрај опозиционерските блокади“ (12.02.2013, „Дневник“).

Во провладините медиуми нема ни збор критика за власта. Во „Нова Македонија“, единствено беше објавена изјавата на претседателот на Комората за северозападна Македонија, Мендерес Кучи за радио „Слободна Европа“ дека и централната власт и локалните власти вршат притисоци врз стопанствениците односно бараат „рекет“ за добивање тендери, како и дека стопанствениците не се задоволни од динамиката на враќање на долгот што Владата го има спрема бизнис заедницата во Македонија.

Малиот број критички медиуми имаа поинаква диоптрија за активностите на Владата. На пример, весникот „Фокус“¹ покрај тоа што ја објави изјавата на Кучи, објави и текстови во кои се критикуваат некои политики на Владата, како на пример, најавата дека ќе им бидат простени долговите на фирмите за пензиско и здравствено осигурување и дека Владата на оние кои ќе конкурираат за куќа во рамки на проектот „Купи куќа – купи стан“ ќе им даде 75% државна помош. Според весникот, Владата со овие политики ги казнува редовните плаќачи на пензиско и здравствено осигурување, како и тоа дека оние кои први се јавиле да купат стан или куќа се дискриминирани бидејќи на почеток Владата давала помош од 50% наместо сегашните 75%. „Фокус“ ја објави и информацијата дека Јавното претпријатие за државни патишта се задолжува 50 милиони евра кај Европската банка за обнова и развој.

Локални теми - од игла до локомотива

Додека проектите на Владата предизвикаа голем интерес кај сите медиуми, локалните теми главно доминираа во информирањето на дневните весници. Анализата покажа дека овие медиуми особено оние блиски до власта, покажуваат невообичаено голем интерес за активностите и проектите на локалните власти и тоа на оние кои припаѓаат на владејачката коалиција. Во над стотина текстови речиси и да нема каква било информација за активност или случување во општина, во која

¹ 12.02.2013, „Фокус“

градоначалникот и припаѓа на опозицијата. Наспроти тоа, константно и интензивно беа објавувани информации за активности и инвестиции во Град Скопје, Центар, Аеродром, Кисела Вода, Ѓорче Петров, Гази Баба, Прилеп, Велес, Демир Хисар, Старо Нагоричане, Илинден, Винаца, Сарај, Гевгелија. Распонот на локалните активности за кои информираа провладините медиуми е „од игла до локомотива“. Овие медиуми, во прв ред „Дневник“ и „Вечер“, информираа за поправање шахти, за менување бетонски столбови, за менување патокази, за учење кинески јазик, за користење штедливи светилки, за поставување нови клупи, за реновирање училиници за деца со посебни потреби, за завршување на барокните фасади, за градање сообраќајници, за проекти за самовработување, за промена на урбанистички планови, за градење на училишта, за изградба на водоводни мрежи, за градење трафостаници, за изградба на депонии и др.

Речиси сите објавени информации во провладините медиуми се афирмативни. Ниту една информација од локално ниво не се однесува на некаков проблем во функционирањето на општината. Доколку, пак, станува збор за некаков проблем тој се спомнува само во функција на тоа дека со определена активност на локалната власт тој е надминат или наскоро ќе се надмине. Ваквиот начин на информирање создава слика за беспрекорно функционирање и ажурност на локалните власти.

Медиумите со критички однос спрема власта, објавија многу помалку информации посветени на теми и активности од локалните заедници. За нив, од аспект на предизборниот период, поважно е поведението на државните и на локалните власти односно евентуалната (зло)употреба на функциите во партиски и изборни цели. Така, весникот „Фокус“ објави текст во кој ги критикува, и премиерот и министрите за злоупотреба на службените возила и службеното обезбедување за партиски предизборни активности и промоции.²

Огласи за вработување

Во периодот од 1 до 20 февруари 2013 година, во дневните весници, беа објавени неколку огласи на државни и јавни институции. Агенцијата за вработување на Република Македонија³ објави: Јавен оглас до невработените лица за финансиска поддршка преку Програмата за самовработување на Владата на РМ; Јавен оглас до невработените млади лица до 29 години за вклучување во програмата за Практиканство како прво работно искуство до вработување; Јавен оглас до работодавачите за вклучување во програмата за Практиканство како прво работно искуство до вработување; Јавен оглас до евидентираните невработени лица за вклучување во програмата Обука кај познат работодавач; Јавен оглас до работодавачите за вработување на евидентирани невработени лица со обука кај познат работодавач; Јавен оглас до евидентираните невработени лица за вклучување во програмата Обука кај познат работодавач со субвенционирање; Јавен оглас до работодавачите за вработување на евидентирани невработени лица со обука кај познат работодавач со субвенционирање.

² 15.02.2013, „Фокус“

³ 11.02.2013 и 18.02.2013, „Вечер“

Агенцијата за катастар на недвижности објави оглас⁴ за консултантски услуги, за стручно лице – дипломиран правник; Министерството за финансии објави Втор јавен повик⁵ во 2013 година, за пријавување на граѓани за добивање субвенциониран станбен кредит во периодот од 16 февруари до 31 март 2013 година; Директорот на ООУ „Гоце Делчев“ од Василево објави конкурс⁶ за вработување на 15 наставници, еден библиотекар и еден хигиеничар; Јавен оглас⁷ за избор на директор во основно училиште „Браќа Рибар“, село Табановце.

Заклучоци

Анализата на информирањето на медиумите за активностите на државните и на локалните власти, покажа дека власта со поддршка на поголемиот дел од медиумите е веќе влезена во изборна кампања односно во поддршка на своите партиски кандидати за градоначалници и советници на претстојните локални избори.

Во периодот на мониторинг од само пет дена беа најавени и промовирани десетина владини мерки и политики. Иако, овие владини мерки и политики се претставени како економски антикризни мерки, сепак, фактот што тие интензивно се најавуваат во време кога се распишани локални избори, не може, а да не наведе на констатација дека Владата се става во функција на претстојните избори и со помош на провладините медиуми ја засилува поддршката на своите партиски кандидати за градоначалници и советници. Во прилог на оваа констатација оди и информацијата објавена во провладините медиуми дека Владата за само 45 дена, најавила над 50 проекти. Едновремено, како што информираат критичките медиуми, загрижува и практиката на државните и локалните функционери да ги користат службените ресурси (на пример, возила, обезбедување и др.) за партиски цели односно за предизборни партиски активности.

Ваквото поведение на централните и на локалните власти, доколку продолжи и се интензивира и за време на изборната кампања, сериозно ќе го наруши изборниот процес и нема да обезбеди фер и рамноправно учество на сите политички субјекти.

Имајќи го предвид и тоа дека за време на парламентарните избори во 2011, мониторингот покажа дека *„Владините институции и владините претставници интензивно и директно учествуваа во изборната кампања. Тие ги компензираа партиите на власт и создадоа дисбаланс на присуството во медиумите во корист на владејачките партии. Ова, исто така, укажува на висок степен на слеаност на владејачките партии со државните институции и секако, на злоупотреба и инструментализација на државните функции во корист на партиски цели и интереси.“*⁸, препорачуваме државните и локалните власти за време на изборната кампања да се воздржат од каква било (зло)употреба на својата функција во партиски изборни цели.

Анализата покажа дека провладините медиуми, кои доминираат со медиумската сцена во Македонија, претставуваат продолжена рака на пропагандата на државните

⁴ 14.02.2013, „Дневник“

⁵ 15.02.2013, „Дневник“

⁶ 14.02.2013, „Нова Македонија“

⁷ 20.02.2013, „Нова Македонија“

⁸ „Медиумско огледало – мониторинг на Избори 2011“, <http://www.nvoinfocentar.org.mk/event.asp?site=mm&menu=&lang=mak&id=1421>

и на локалните власти во контекст на изборите. Тие афирмативно, пристрасно и некритички информираат за активностите на власта. Од друга страна, нивниот однос спрема опозицијата е или селективен и игнорирачки, или критички. Имајќи го предвид ова, како и фактот дека и за време на Парламентарните избори 2011, „*медиумите се претворија во инструмент на партиските пропаганди*“⁹, опасноста ваквото поведење на провладините медиуми да продолжи и за време на изборната кампања е реално и многу веројатно.

Во пресрет на изборната кампања за Локалните избори 2013 година, препорачуваме државните и локалните власти да се воздржат од директно вклучување во изборниот процес, а медиумите да ги почитуваат професионалните стандарди за навремено, објективно и непристрасно информирање.

⁹ „Медиумско огледало – мониторинг на Избори 2011“, <http://www.nvoinfocentar.org.mk/event.asp?site=mm&menu=&lang=mak&id=1421>