

Makedonija

Analiza centralnih informativnih emisija MTV i A1

SNAŽAN FOKUS NA POLITIČKIM ZBIVANJIMA

David Vitkov

1. UVOD

1.1. Medijski prostor u Republici Makedoniji

Medijski televizijski prostor u Makedoniji čine nacionalne i lokalne TV stanice. Šest televizija u Makedoniji ima nacionalnu radiodifuznu licencu, i to su: A1, Kanal 5, Sitel, Telma, Alsat M i MTV (Makedonska televizija, u državnom vlasništvu sa tri programa). Najpopularnija televizija je A1, a slijede Sitel, Kanal 5, MTV, Alsat i Telma.

1.2 Vijesti na televizijama u Makedoniji

Vijesti čine glavnicu programa na televizijskim stanicama u Republici Makedoniji. Sve nacionalne televizije emituju vijesti i po nekoliko puta na dan. Istraživanja rejtinga pokazuju da su emisije vijesti među najgledanijim programima na televizijama u Makedoniji.

Na programima nacionalnih televizija centralne informativne emisije emituju se svaku večer u periodu od 17 do 22 časa. Tako se vijesti u ovom vremenskom intervalu mogu gledati bez prestanka na različitim kanalima. Centralne informativne emisije na televizijama Kanal 5, Sitel i A1 se ne poklapaju u vremenu emitovanja (17:00, 18:00 i 19:00 h, po redoslijedu televizija). Udarne vijesti televizija Telma emituje u 18:30 časova, dakle počinju u vrijeme dok vijesti traju na Sitelu, a završavaju se kada centralno informativna emisija počinje na televiziji A1. Makedonska televizija emituje svoje vijesti od 19:30, nakon udarnog bloka vijesti na televiziji A1, ali i u isto vrijeme kada se na televiziji Kanal 5 emituje druga po redu informativna emisija.

1.3 MTV

Makedonska Televizija (MTV) je nacionalni javni radio-difuzni servis. MTV ima svoja tri programa – MTV1, MTV2 (program na kojem se emituju emisije na jezicima manjinskih etničkih i jezičkih zajednica u Makedoniji) i treći program koji je predviđen za prenose skupštinskih zasjedanja i drugih vrsta emisija za period kada Parlament Makedonije ne zasjeda.

Treba naglasiti da su udarne vijesti na MTV1 predmet analize u ovome projektu.

Programski sadržaj MTV1 uglavnom podrazumijeva vijesti, zatim kulturni i informativni program od javnog interesa. Ovaj program bilježi najveću gledanost za vrijeme prenosa fudbalskih utakmica Lige šampiona. Kvalitet prenosa na ovom programu je znatno niži u poređenju sa komercijalnim stanicima u Makedoniji.

Vijesti se na MTV emituju nekoliko puta dnevno počevši sa kratkim izdanjima u periodu od 07:00 do 09:00 časova prije podne. Prvi udarni termin za vijesti je u 12:00 časova, a zatim u 16:00 časova. Centralna informativna emisija na ovom programu emituje se u 19:30 časova, svake večeri, a kratko izdanje vijesti moguće je gledati nešto kasnije, u 22:00 časa.

1.4 A1 Televizija

A1 Televizija, formirana je 1994. godine kao prva privatna televizijska kuća u Makedoniji. Televizija je locirana u Skopju, ali ima mrežu svojih izvještača i saradnika po cijeloj Makedoniji.

Programska sadržina na A1 je dosta raznolika, i uključuje vijesti, zabavu, kontaktne programe, sport, filmove i televizijske serije. A1 Televizija emituje i visokorangirane strane sadržaje a sam kvalitet programske prezentacije je dosta visok.

Vijesti na A1 Televiziji emituju se nekoliko puta dnevno. U jutarnjim časovima emituju se kratka izdanja vijesti od 07:30 i 09:00 časova (svaki dan od ponedjeljka do petka), dok se u popodnevnom časovima 15-minutne vijesti emituju od 16:00 časova. Udarne informativna emisija na A1 Televiziji na programu je u 19:00 časova. Ova emisija podijeljena je na nekoliko tematskih cjelina: A1 vijesti (u trajanju od 30 minuta), ekonomija (15 minuta), sport (10 minuta) i vrijeme (5 minuta). Iako su teorijski ove cjeline podijeljene tako da čine zasebne blokove, vijesti A1 u 19 časova *de facto* čine jednu jednočasovnu emisiju koju prekidaju blokovi reklama. Kasno izdanje vijesti u trajanju od 30 minuta, emituje se svake večeri u 23 časa.

2. ANALIZA SADRŽAJA

U fokusu ovoga dijela analize biće sadržaji vijesti emitovani u dva monitorisana medija. I to u prizmi teritorijalne distribucije vijesti¹, forme u kojoj su vijesti prezentirane, njihove sadržine ali i pristupa prezentera, kao i dužina medijskih objava svih 16 informativnih emisija koje su monitorisane u periodu od jednog mjeseca. Sve udarne vijesti izabranih medija (jednog privatnog: A1 i jednog javnog: MTV) sadržinski se mogu klasificirati na sljedeće oblasti:

- Vijesti iz domaćeg političkog života,

¹ Za potrebe istraživanja teritorija Republike Makedonije podjeljena je na sedam regiona: Skopje, Pelagonija, Povardarje, Polog, Ohrid, Bregalnicu i Kumanovo.

- Međunarдна politika државе,
- Vijesti iz svijeta,
- Ratni kriminal,
- Vijesti iz ekonomije, finansija i biznisa,
- Socijalna i zdravstvena zaštita,
- Kultura i umjetnost,
- Obrazovanje,
- Nauka,
- Ekologija,
- Religija,
- Mladi i djeca,
- Sport i rekreacija,
- Ostale vijesti,

Generalno, većina vijesti prisutnih na obje televizije bile su iz sfere domaće politike ili iz sfere ekonomije i finansija. Sa druge strane, bio je prisutan i veliki broj vijesti iz svijeta koje su najčešće bile preuzimane od svjetskih agencija. Ostale teme, kao što su socijalna zaštita, kultura, obrazovanje, nauka, ekologija, religija i mladi, bile su prisutne u manjoj mjeri u sklopu udarnih informativnih emisija na makedonskim medijima. Shodno tome, dio analize koji slijedi za glavni predmet analize imaće gore navedene teme.

Također, predmet analize centralnih-informativnih emisija bili su kvalitet sadržaja, aktuelnost, atraktivnost, nivo analitičnog pristupa kao i nivo pismenosti.

2.1 Vijesti iz domaćeg političkog života

Kao što je navedeno u prethodnoj sekciji, vijesti iz domaće politike čine najveći udio sadržaja analiziranih programa udarnih vijesti na monitorisanim medijima². Na primjer, događaji iz Parlamenta Makedonije se najčešće pojavljuju u vijestima na ove dvije televizijske stanice. Nesporazumi između vlasti i opozicije su gotovo uvijek prezentirani, sa naglaskom na parlamentarnu diskusiju. Druge interesantne teme za novinare odnose se na međunarodnu politiku države. Nakon izbora u julu 2006. godine, i promjene vlasti, uslijedile su interne promjene u najvećoj opozicionoj partiji, Socijal-demokratskoj uniji Makedonije (SDSM). Kadrovske promjene na vodećim pozicijama u partiji bile su veoma «vruće» teme za sve medije u Makedoniji. Također, do promjena u liderstvu došlo je i u nekim manjim partijama u ovom periodu, ali je to bilo u senci promjena u vodećim partijama³.

² Ova tvrdnja odnosi se i na druge elektronske medije u Makedoniji, a može se primjeniti i na neke lokalne elektronske medije, kao i printane medije.

³ U aprilu su SDSM i Liberalno demokratska partija (LDP) slavile svoje godišnjice/jubileje, i to su iskoristile da ispred Parlamenta Makedonije organizuju skup sa kojeg su kritikovali vladajuću partiju. Naravno, ovakvi događaji su medijima uvijek zanimljivi.

Uzimajući u obzir teritorijalnu disperziju i pokrivanje vijesti, većina političkih vijesti i događaja skoncentrisano je u Skopju. Od prošlogodišnjih izbora i kreiranja nove vlasti situacija se malo promjenila. Jednom sedmično ministri posjećuju gradove i sela van Skopja. Kao posljedica, ove posjete su značajno praćene od strane medija, a priloge karakterišu snimljene novinarske izjave sa mjesta događaja⁴.

Analizirajući posebno svaki od monitorisanih medija, javni servis je najviše predstavljao vijesti iz domaćeg političkog života. Shodno tome, ovakve vijesti zauzimaju 25 procenata od totalnog sadržaja vijesti, dok su na udarnim vijestima A1 vijesti koje se odnose na domaću politiku na drugoj poziciji sa 21 posto udjela u ukupnom sadržaju. Analiza sadržaja vijesti, ali i uklona novinara, pokazuje da se prezentacija vijesti u monitorisanim medijima znatno razlikuje⁵. Generalno je zapažanje da MTV u velikoj mjeri, u poređenju sa A1, prezentira vijesti pozitivnog sadržaja i vijesti sa pozitivnim uklonom novinara⁶. Na drugoj strani, A1 većinom prezentira vijesti negativnog ili neutralnog sadržaja koje prati neutralan novinarski uklon. Ovo je jedan od razloga zbog čega se A1 od strane gledalaca smatra znatno objektivnijim i nezavisnijim medijem sa velikim novinarskim profesionalizmom i neutralno orijentiranim vijestima⁷. Po pitanju forme u kojoj se domaće političke vijesti emituju, broj novinarskih objava gotovo je isti na obje televizije. Većina vijesti koje se tiču domaćeg političkog života prezentirane su u formi protokolarnog pokrivanja dnevnog događaja sa snimljenim novinarskim izjavama i, u manjoj su mjeri, ove vijesti tematski obrađene.

Manjinska pitanja⁸ su prisutna u medijima u velikoj mjeri. U toku monitoringa, najveća manjinska partija (albanska – *Demokratska unija za integraciju DUI*) djelovala je van Parlamenta i pregovori oko njenog povratka u aktivni parlamentarni život bili su jako popularni. Mediji su, gotovo nakon svake runde pregovora, izvještavali sa ovih događaja. Razlika dva monitorisana medija u pogledu ovih događaja bila je očigledna. Javni servis je rezultate pregovora predstavljao kao «*korak unaprijed*», dok je, kako je to prezentirao privatni medij, «*proces bio zaglavljen u mjestu*».

Vijesti koje se tiču makedonskih Euro-Atlantskih integracija su, shodno predloženoj metodologiji, trebalo bi da budu uvrštene u međunarodnu politiku države. No, zahvaljujući političkim akterima u zemlji i zahvaljujući medijima, ova je tematika tretirana kao dnevna domaće-politička. Izjave zvaničnika Evropske unije veoma se često interpretiraju na različite načine od strane političkih partija u Makedoniji i različito od strane makedonskih medija. U skladu sa ovim, mora se naglasiti da i jednu i drugu monitorisanu TV stanicu

⁴ Gotovo uvijek su ovi događaji predstavljeni u lokalnim medijima te regije ali i od strane javnog servisa.

⁵ Pogledaj aneks, Tabela: «Poređenje sadržaja vijesti i uklona novinara na MTV i A1»

⁶ Ovo je veoma očigledno kod prezentacije vijesti iz domaće politike i vijesti iz sfere ekonomije, buznisa i finansija.

⁷ Prema posljednjem istraživanju medija makedonskog Instituta za demokratiju A1 se smatra najnezavisnijim medijem sa prosječnom ocjenom 4,11 (od 5). Za dalje informacije pogledati: <http://www.idscs.org.mk/upload/news>

⁸ Koristimo se terminom *manjina* jer je široko prihvaćen, iako je u Makedoniji ovaj termin zamjenjen terminom *zajednica*.

karacteriše manjak profesionalnosti u prezentiranju ovako tematiziranih vijesti, zatim vezano za riječnik i terminologiju EU institucija kao i za imena stranih političara. Ovo bi trebalo da bude od najvećeg značaja za medije iz zemlje, imajući na umu da će ove vijesti u predstojećem periodu zauzimati sve značajnu poziciju u njihovim programima.

2.2 Međunarodna politike države

Vezano za ovu pod-sekciju analize, ovdje se mogu predstaviti tri generalne teme koje su prezentirane u monitoringu medija:

- Makedonska manjina u susjednim zemljama,
- pitanje Kosova,
- Makedonija i Euro-Atlanske integracije.

Vanjska i međunarodna politika zemlje u velikoj mjeri je pokrivena javnim TV stanicama (14 % u centralnim vijestima), dok je na TV A1, taj udio samo 4 %. Primjerice, događaj u Ohridu, gdje su bili prisutni lideri zemalja regiona, na javnom servisu dobio je gotovo 10 minuta prostora, dok je ista priča na privatnim televizijama emitirana u manje od tri minute.

Budući status Kosova i posjeta makedonskih političara tom području je još jedna interesantna tema za medije u zemlji. Uzimajući u obzir političke okolnosti u Makedoniji, gdje živi veliki broj Albanaca, očito je zašto je ova tema praćena u medijima. Drugi razlog za praćenje događaja na Kosovu je da su direktno povezani za stabilnost regiona, posebice za Makedoniju.

Strateški cilj makedonske Vlade - pridruživanje institucijama Europske unije, dobija veliki dio prostora u udarnim vijestima. Ove teme obično su prezentirane na dva načina: ili su to događaji povezani sa događajima u zemlji, ili su se dogodili izvan zemlje.

Generalno, za ove tipove vijesti, može se zaključiti sljedeće:

- većina prezentiranih vijesti sadrže snimljene izjave dnevnog događaja ili tematski pristup događaju (zadnji zaključak je relevantan sam za MTV),
- Stav novinara u javnom servisu, u pogledu ovih tema, je generalno pozitivan, kao i sadržaj vijesti, dok je udio vijesti negativnog konteksta na ovoj tv stanici znatno manji (MTV).

2.3. Zbivanja u svijetu

Vijesti o događajima iz svijeta u obje analizirane TV emisije su odvojene od ostalih vijesti, emitiraju se u jednom bloku, koji se zove „vijesti iz svijeta“. Generalno, nekoliko zaključaka vezano za to se može izvući:

- Gotovo svi događaji iz svijeta dogodili su se u drugim zemljama (samo jedan od 69 događaja iz svijeta koji se emitiraju u vijestima, a tijekom perioda monitoringa, se dogodio u Makedoniji)⁹,
- Većina emitiranih vijesti preuzete su sa svjetskih agencija, a u manjen omjeru, novinari su bili prisutni na događaju i snimili izjave,
- Većina prezentiranih vijesti u oba medija imale su negativan sadržaj (nesreće, tragedije, bombaški napadi, itd.), dok je stav novinara bio, generalno, neutralan.

2.4 Biznis, finansije, ekonomske vijesti

Za vijesti iz područja biznisa, financija ili ekonomije, može se reći da je to nov pozitivan trend koji se razvija u makedonskim udarnim vijestima. Iako su se ove vijesti prezentirale u medijima u dužem periodu, očito je da su TV stanice u zadnjih nekoliko godina značajno poboljšale kvalitet informacija, razinu znanja i profesionalizma novinara, kao i vrijeme koje je dodijeljeno ovim vijestima.

Poslovne vijesti na A1 su na prvom mjestu u dodjeli vremena, u odnosu na cjelokupne udarne vijesti, i zauzimaju oko 37 % ukupnog centralno-informativnog programa. Ova stanica ima tim novinara koji su na razini stručnjaka za ta područja. Veoma su analitični i kritički orijentirani, što naravno povećava razinu kvalitete prezentirane informacije. S druge strane, poslovne teme na javnom servisu imale su pozitivan sadržaj i prezentirane su sa pozitivnim uklonom novinara. Izvještavanje MTV-a o ekonomiji uglavnom se svodi na predstavljanje pozitivnih koraka Vlade, na primjer, u dovođenju stranih investicija itd. To se najbolje vidi na primjeru izvještavanju o zabrani izvoza na Kosovo jednoj od najvećih makedonskih naftnih kompanija (OKTA). Ova vijest sa implicitno negativnim sadržajem i enormnom važnošću za makedonsku ekonomiju, na makedonskom javnom servisu, je prezentirana u samo 15 sekundi i plasirana u sredini emisije. S druge strane, A1 je ovu temu istakao u najavi za vijesti, a dalje je proširena u ekonomskom dijelu centralne informativne emisije. MTV kao da željela da nešto prikrije, dok A1 da razjasni.

2.5 Kultura, socijalna i zdravstvena zaštita, obrazovanje i religijske vijesti

U ovom dijelu analize, fokus će biti na druge kategorije vijesti zabilježene u metodologiji, ali one koje ne zauzimaju značajan dio cjelokupnih centralnih vijesti. Kumulativno, u oba medija, ove teme čine oko 15 % vijesti.

A1 i MTV, manje-više, posvećuju jednako vrijeme ovim vijestima. Posebice, vijesti koje se odnose na socijalnu i zdravstvenu zaštitu imaju najveći udio, kao i vijesti iz kulture. Na javnom servisu postoji poseban blok vijesti koji se zove „kultura“ i u kojem su predstavljene vijesti iz te oblasti, najviše povezane sa kulturom Makedonije. S druge strane, A1 ima kampanju, jer je medijski pokrovitelj prezentacije i promocije jedne od najznačajnijih makedonskih povijesnih ličnosti, Krste Petkov-MisirkovA i njegove knjige

⁹ Samit na vrhu država regiona koji se održao u Ohridu

„O makedonskim stvarima“. Ovo je pozitivan trend razvijen na A1, kao i na javnom servisu, za promicanje kulturnih aktivnosti i događaja u zemlji. Gotovo uvijek, vijesti iz kulture imaju pozitivan sadržaj i novinari imaju pozitivan stav, osim u jednom slučaju koji su prenijele obje tv postaje, kada je sadržaj bio negativan¹⁰. To je bila priča o osobi koja je našla statu iz perioda antike i tražila ogroman novac kako bi je predala nadležnim institucijama. Ipak, ove vijesti su ocijenjene kao vijesti sa negativnim sadržajem i imale negativan uklon od strane novinara.

2.6 Ostale vijesti

Sekcija „ostale vijesti“ neočekivano ima veliki udio u centralnim vijestima. U postotku, 13 % ukupnog vremena potrošenog na vijesti, odlazi na ove vijesti. Vijesti o kriminalu ili nesrećama načešće su u ovoj sekciji. Nažalost, ovo je negativan trend prisutan u regionu, koji je zaživio i u Makedoniji. Senzacionalizam i vijesti koje šokiraju mogu se naći i u prvih pet minuta udarnih vijesti i u najavama za vijesti. A1 u većem opsegu prezentira takve vijesti, dok je javni servis selektivniji u odabiru. Ipak, generalno, ove vijesti prati negativan ili neutralan stav novinara¹¹.

3. TRENDOVI

3.1 Broj presentera

Broj presentera tijekom emitiranja centralnih vijesti varira na obje TV stanice. Na MTV su dva voditelja, dok A1 ima samo jednog.

3.2 Spolna struktura voditelja/presentera

Spolna struktura voditelja vijesti na MTV sastoji se od jednog muškarca/voditelja i žene/voditeljice koji zajedno prezentiraju vijesti. Ovo je novi format predstavljen na MTV-u prošle godine. Prije toga, vijesti je vodio samo jedan voditelj, a uglavnom se rotiralo između žene i muškarca.

Suprotno tome, A1 televizija ima jednu osobu koja prezentira vijesti. Ova TV stanica rotira između dvije žene/voditeljice u cijelom tjednu. To je na TV stanici predstavljeno ove godine. Ranije je postojala grupa presentera, muškaraca i žena, koji su rotirali tijekom cijelog sedmice.

Treba napomenuti da ekonomski i financijski dio vijesti na A1 uvijek prezentira isti voditelj ili voditeljica. Na taj način A1 pokušava izgraditi lojalnost gledatelja, kojima poznata osoba uvijek čita vijesti.

¹⁰ Centralne vijesti A1 i MTV od 21. aprila 2007. godine

¹¹ Za više informacija pogledati Aneks 1.

3.3 Reklame kao dio otvaranja vijesti ili kao dio same emisije vijesti

Vijesti su važan dio programa centralnih dnevnika na A1 televiziji. Postoji kontinuirana struktura koja se ponavlja tijekom svakog emitiranja. Nakon najava glavnih vijesti, emitira se prvi blok reklama. Sljedeći blok reklama najčešće se emitira nakon otprilike deset minuta, odnosno u sredini vijesti. Reklame se emitiraju nakon zaključka 30-minutnih vijesti i prije početka vijesti iz ekonomije. Isto se događa prije početka vijesti iz sporta.

Zanimljivo je da je oglas inkorporiran u uvodnu špicu vijesti prije 19:00. Ima formu sata, u 18:59:30. gdje se vidi logo kompanije. Evidentno je da svrha sata nije da informira gledatelje o vremenu, nego da omogući kompanijama da kupe vrijeme za oglašavanje u «prime time»-u.

Na MTV nema reklama tijekom emitiranja vijesti. Ipak, treba naznačiti da, iako je MTV javni servis, reklame se pojavljuju tijekom emitiranja drugih programa.

3.4 Nema ekstremnih devijacija od etičkih i profesionalnih normi

Nisu zabilježene ekstremne devijacije od etičkih ili profesionalnih normi. Ipak, kao što je već spomenuto, A1 televizija je promovirala događaje koje je organizirala «Ramkovski fondacija». «Ramkovski» je vlasnik A1 televizije i uključen sa fondacijom u aktivnosti koje se u najvećoj mjeri odnose na kulturu i filantropiju. Vijesti koje se tiču ove organizacije nisu emitirane na drugim kanalima, uključujući javnog emitera MTV1 tokom perioda monitoringa.

3.5 Kvalitet prezentacije

Kvalitet prezentacije na A1 je veoma visok. Prezenter su elokventni, uredni i profesionalno obučeni. A1 je također vodeća postaja kada je riječ o grafici. Reporter su elokventni i profesionalni u svom pristupu. Tako je i na javnom servisu, no mora se reći da kvalitet emitiranja na MTV nije tako visok kada se poredi sa A1. Grafike, stil i prezentacija su nedavno poboljšani i bolji su nego prije, ali estetski gledano, A1 ima „ispoliraniju” prezentaciju.

3.6 Hijerarhija vijesti tijekom informativnog programa

Hijerarhija priloga tijekom vijesti je sličnog formata i na javnom servisu i na komercijalnim postajama. Počinje sa glavnim vijestima, za kojima slijede vijesti iz svijeta, pa ekonomske vijesti i sport, te na kraju vrijeme (iako zadnja dva bloka nisu dio vijesti). Ovaj format je malo drugačiji na MTV, gdje su ekonomske vijesti ponekad plasirane prije vijesti iz svijeta.

3.7 Teritorijalna distribucija – dominiraju vijesti iz Skopja

Iako manje od polovice populacije Makedonije živi u Skopju, više od pola svih vijesti odnosi se na događaje u Skopju. Glede teritorijalne distribucije, oko 77 % svih priloga u

vijestima su iz Skopja. To je razumljivo, uzimajući u obzir da je Skopje politički, kulturni i društveni centar zemlje, pa je prirodno da se većina priloga snima u ovom gradu. Ipak, ovo ne bi trebalo značiti da vijesti iz drugih dijelova zemlje trebaju biti zapostavljene i emitirane u većem opsegu nego trenutačnih 13 %.

3.8 Odabir glavnih vijesti

Glavni prilozima u vijestima uvijek su se odnosili na domaće događaje. Niti jednom vijest iz svijeta nije otvorila vijesti. Na A1 glavne vijesti su po pravilu domaće političke vijesti ili poslovne te prilozima o korupciji. Na MTV glavne vijesti su gotovo uvijek domaće političke teme.

4. ZAKLJUČCI

Domaće političke vijesti i vijesti iz ekonomije su dvije najdominantnije teme u informativnim emisijama na televizijama A1 i MTV. Domaća politika zauzima 21 procenta sadržaja centralnih informativnih emisija na komercijalnoj televiziji A1, dok je na javnom servisu taj procenat veći (25 posto prostora). Generalni stav, kada su u pitanju ovi sadržaji, na A1 Televiziji kreće se od negativnog prema neutralnom, i to važi za oba slučaja – novinarski uklon i sadržaj vijesti, dok je na vijestima javnog servisa generalni stav neutralan. Vijesti koje se tiču ekonomije i finansija zauzimaju, također, značajni dio sadržaja informativnih emisija, i kada je u pitanju komercijalna A1 učešće ovih tema je 37 procenata.

Jedna od tema koja se u izdanjima vijesti redovno pojavljuje jeste makedonska međunarodna politika. Tri su teme, kada je u pitanju javni servis Republike Makedonije, bile dominantne tokom analiziranog perioda – makedonska manjina u susjednim zemljama, teme vezane za Kosovo i Makedonija u euro-atlantskim integracijama. Međunarodna politika je na javnom servisu činila 14 procenata od ukupnog sadržaja emitovanih vijesti, dok je ta brojka na A1 Televiziji bila 5 procenata.

Druge teme koje su, sa vremena na vrijeme, bile pokrивane u vijestima su kultura, socijalna i zdravstvena zaštita, obrazovanje i religija. U totalu ove su teme činile 15 procenata od ukupnog sadržaja na obje analizirane televizije. Priče iz kulture su generalno bile prezentirane na pozitivan način i u smislu sadržaja ali i u smislu novinarskog uklona. Važno je pomenuti da su vijesti kategorisane pod sekciju «ostalo» činile značaj dio monitorisanih emisija. Izraženo u procentima, 13 posto ukupnog vremena bilo je utrošeno na ovakve vijesti, koje su se uglavnom odnosile na kriminal i na saobraćajne nesreće.

U kontekstu trendova, način prezentacije vijesti se razlikuje ukoliko poredimo A1 i MTV. A1 Televizija ima jednu prenterku, dok na javnoj televiziji vijesti vodi muško-ženski prenterski par. Reklame su značajn deo vijesti na komercijalnoj A1, dok ih uopšte nema tokom emitovanja centralne informativne emisije na MTV. Kvalitet prezentacije je viši na

A1 nego na makedonskom javnom servisu, mada je u posljednje vrijeme ovaj segment značajno poboljšan i na MTV.

Tokom analize nisu primjećene nikakve ekstremne devijacije niti kršenja etičkih i profesionalnih normi.

Na kraju, mora da se istakne potreba za ravnomjernijom teritorijalnom distribucijom vijesti. Imajući na umu činjenicu da je centar političkog, kulturnog i društvenog života Skopje, logično je i da se najveći broj vijesti odnosi na glavni grad Makedonije. No, to ne znači da vijesti koje se odnose na druge dijelove zemlje ne bi trebalo da budu češće i da ih ne treba biti više nego što je to slučaj u ovom trenutku.

**STATISTIČKI PREGLED DOSTUPAN JE U PDF VERZIJI ENGLLESKE VERZIJE
TEKSTA**