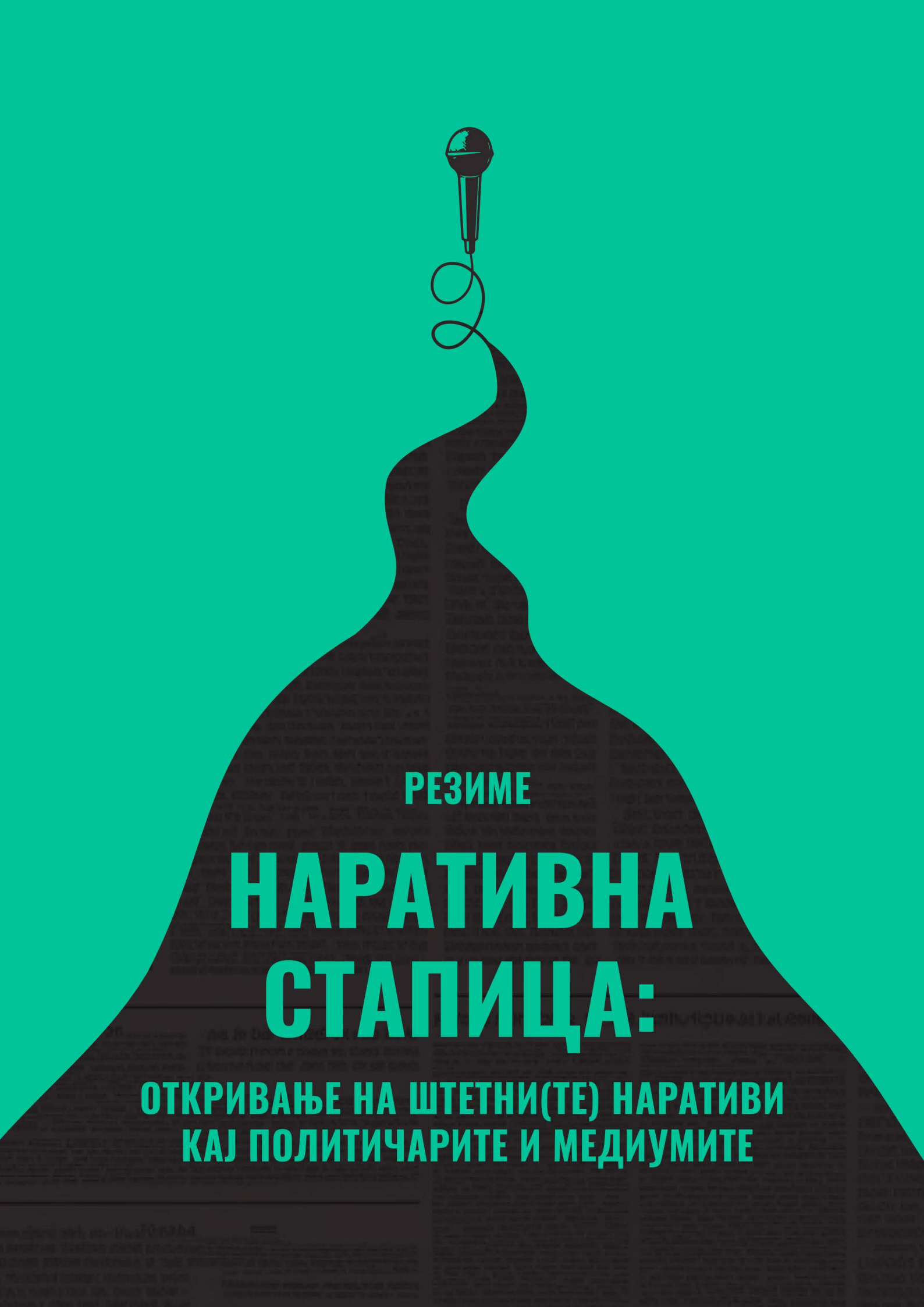


РЕЗИМЕ

НАРАТИВНА СТАПИЦА:

ОТКРИВАЊЕ НА ШТЕТНИ(ТЕ) НАРАТИВИ КАЈ ПОЛИТИЧАРИТЕ И МЕДИУМИТЕ

Наслов на монографијата:
Наративна стапица: Откривање на штетни(те) наративи кај политичарите и медиумите

Издавач:
Институт за комуникациски студии
ул. „Јурај Гагарин“ 17–1–1, Скопје
www.iks.edu.mk

За издавачот:
вон. проф. д-р Жанета Трајкоска

Едиција:
ResPublica

Авторки:
проф. д-р Елеонора Серафимовска, м-р Јорданка Черепналкова-Трајкоска, вонр. проф. Жанета Трајкоска, ас. м-р Теа Конеска-Василевска, вонр. проф. д-р Мери Каранфиловска, Александра Теменугова, проф. д-р Симона Груевска-Маџоска, м-р Јордана Шемко-Георгиевска и Вјоса Таипи

Уредник:
вон. проф. д-р Жанета Трајкоска

Рецензент:
проф. д-р Весна Шопар

Јазична редакција:
проф. д-р Симона Груевска-Маџоска

Графички дизајн:
Ивана Темелкоска

Техничко уредување:
Дејан Јовески

Година:
2025

Место:
Скопје

СОДРЖИНА

ВОВЕД 5

КОНЦЕПТУАЛНА И ТЕОРИСКА РАМКА 7

Наративите во политиката 7

Улогата на емоциите во наративите 8

Политичките актери и штетните наративи. 9

Медиумите и штетните наративи 9

Неологизмите во политичките наративи 10

Политичките наративи низ призма на теориите 11

Релевантни истражувања 12

МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО 17

Предмет, цели, истражувачки прашања 17

Варијабли, индикатори за штетните наративи 17

Методолошки техники, инструменти, примерок, диманика на истражувањето 20

ПОЛИТИЧКИТЕ ШТЕТНИ НАРАТИВИ НИЗ БРОЈКИ 22

Штетните наративи креирани од политичките актери 22

Медиумското известување за политичките штетни наративи 23

КЛУЧНИ ПОРАКИ ОД АНАЛИЗАТА НА ПОЛИТИЧКИТЕ АКТЕРИ И МЕДИУМИТЕ 27

Политичарите креираат, медиумите поддржуваат ширење на штетни наративи 27

Штетните наративи - главна комуникациска алатка на изборните кампањи. 27

Медиумите ги прекршуваат основните професионални стандарди на известување 28

Штетното влијание на наративите врз граѓаните 28

УЛОГАТА НА ЗБОРОВИТЕ ВО КОНСТРУКЦИЈА НА ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ 30

Вокабуларот на штетните политички наративи од политичките актери 30

Вокабуларот на политички штетните наративи во ТВ-станиците 31

Вокабуларот на политичките штетни наративи во онлајн медиумите 31

Клучни пораки на користените зборови со емоционален набој 32

НЕОЛОГИЗМИТЕ КАКО ДЕЛ ОД ПОЛИТИЧКИТЕ ШТЕТНИ НАРАТИВИ 34

Клучни пораки од комуникациско-лингвистичката анализа 34

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА 36

Штетната реторика на политичките субјекти 36

Медиумското известување за штетната реторика 37

Последиците од штетните наративи 38

Теориски и научни импликации. 39

ПРЕПОРАКИ И ИДНИ ЗАЛОЖБИ 42

Препораки за политичките актери 42

Препораки за Владата и јавните службеници 42

Препораки за медиумите 43

ВОВЕД

Во светот на политиката, од памтивека до денес, јавно изреченият збор имал тежина како „планина“. Во антиката политичкото беседништво се сметало за наука, а денес се апострофира како вештина. За политичарите тоа е „привилегија“ не/посредно да ѝ се обратат на јавноста, но и „одговорност“ како ќе настапат, што и како ќе им кажат на граѓаните, оние кои ги избрале да ги водат, да владеат со државата. Политичките актери креираат и користат наративи за да го обликуваат јавното мислење со што влијаат врз политичкото однесување и донесувањето одлуки. Притоа, тие ги користат и медиумите за да ги промовираат своите наративи. Целта на медиумите е да ја информираат, едуцираат јавноста, да обезбедат плурализам на мислења, ставови и веродостојни факти за сите општествени процеси. Злоупотребата на јавниот комуникациски простор со потенцијално штетни содржини и наративи со дезинформации, лажни, злонамерни информации, говор на омраза, ја контаминира политичката „арена“ и е сериозна закана за демократијата. Комуниколошката, политиколошката, психолошката наука постојано предупредуваат, развиени се бројни теории и донесени редица закони, декларации, кодекси за „одбрана на вистината“. Со подемот на информациско-комуникациските технологии предизвикот е уште поголем. Кругот сè повеќе се шири, вклучени се сите облици и методи на јавна политичка комуникација и сите субјекти, од граѓани до највисоките политички структури во државата, а со тоа и потенцијалните штетни содржини и информации.

Македонската политичка сцена ги „живее“ истите премрежија, особено изразено во дваесеттите години од 21 век. Период обременет со сериозни прашања клучни за развојот на државата: промена на името на државата, влез на РС Македонија во НАТО, започнување/стагнирање на преговорите за членство во ЕУ, промена на Уставот, пораст на евроскептицизмот, односите со Бугарија и Грција, смена на власта (претседателски и парламентарни избори 2024), судски реформи, корупциски скандали во бројни општествени сфери. Овој општествено-политички контекст е „податлив“ за креирање штетни приказни на политичките актери поделени на „патриоти“ и „предавници“, „чесни“ и „криминалци“. Постои длабока политичка поларизираност, медиумската и информациската писменост се слабо развиени, онлајн просторот е недоволно регулиран, а јавната комуникациска сфера е сè позагадена со дезинформации, неточни и злонамерни информации, пропаганда и говор на омраза. Секојдневие се нападите, етикетирањата и навредите кон „другиот“, без аргументи и факти, а различното мислење не се слуша ниту перципира. Активирани се сите форми на политичка комуникација преку традиционалните медиуми, социјалните мрежи, алтернативните платформи, приватните групи за разговор, ехо-коморите како „сопатници“ за политичките пораки да стигнат до граѓаните.

Во отсуство на длабински истражувања што ги разоткриваат обемот, изворите, обрасците на штетни содржини кои го „контаминираат“ јавниот комуникациски простор, нужно е да се одговори на неколку клучни прашања: кои се субјектите креатори и кои се субјектите трансмитери на политичките штетни наративи, каква е природата, зачестеноста и контекстот на политичките штетни наративи, кои и какви се реторичките

стратегии и техники во нивната комуникација со јавноста и кои се прекршувањата на стандардите на јавната комуникација. Одговорите на сите овие прашања ги дава истражувањето „Мерење на политички штетни наративи“ (ШТЕТ-НА) спроведено во периодот од септември 2023 до мај 2024 година, емпириски опсервирајќи ги штетните политички наративи – главниот истражувачки проблем – операционализирани преку низа индикатори. Целата монографија може да ја видите тука.

КОНЦЕПТУАЛНА И ТЕОРИСКА РАМКА

НАРАТИВИТЕ ВО ПОЛИТИКАТА

Политичките наративи се структурирани прикази (лични и колективни) на политичките настани кои обезбедуваат рамки преку кои поединците и групите го разбираат светот, ги толкуваат нивните улоги во политичкиот живот и им доделуваат значење на политичките и општествените настани. Тие им помагаат на поединците и на групите да ја сфатат политичката реалност. Политичките актери ги користат за да ги прикажат настаните на одреден начин, да ги легитимираат своите акции и да го поттикнат колективниот идентитет. Тие влијаат како се перципираат политичките прашања, ги поврзуваат со поширокатa приказна, која може да вклучува елементи на историја, идеологија или културни вредности. Всушност, преку повторувано раскажување приказни, групите и поединците воспоставуваат заедничко чувство за припадност и континуитет, цели и вредности кои помагаат да се одржи политичката кохезија (Patterson and Monroe, 1998; Shenhav, 2006).

Политичките наративи освен што ја обликуваат и ја рефлектираат, понекогаш и ја искривуваат политичката реалност. Нивната улога во политиката е да служат како суштински алатки за конструирање значење и организирање сложени политички реалности (Patterson and Monroe, 1998; Shenhav, 2006). Со врамување на настани и прашања преку раскажување приказни, политичките актери ѝ помагаат на публиката да ги интерпретира настаните на начини усогласени со нивните агенди и заложби. Тие се динамични и приспособливи и како што се менуваат политичките контексти, така се менуваат и наративите, дозволувајќи им на политичките актери ефективно да одговорат на променливите реалности. Тоа им овозможува да останат релевантни и актуелни, со приспособување на нови информации или промени во политичкиот пејзаж. Нивната моќ не е само во опишување туку и во конструирање на политичката реалност, со што се влијае на перцепцијата и однесувањето на јавноста. Тие се разликуваат во содржината и во целите. Се користат за позитивни цели, промовирање граѓански ангажман и непристрасно информирање на јавноста, но и негативно за манипулативни цели, искривувајќи ги фактите, зајакнувајќи ги стереотипите за поделби, поттикнувајќи предрасуди и непријателство кон одредени групи, создавајќи и поддржувајќи негативни перцепции за политички цели. Вторите се дефинираат како штетни политички наративи и можат да ја зголемат поларизацијата, поделбите, да ја нарушат довербата во институциите, што пак доведува до социјален и политички конфликт (Wodak, 2015; Sokol & Sarajlić, 2023). Особено брзо се шират во ерата на социјалните медиуми, „информативните меури“ и „ехо-коморите“ и можат да бидат моќно оружје во рацете на разни актери кои имаат цел да ја дестабилизираат демократијата и да ја укинат хуманоста. Најчесто дискутирани, анализирани и истражувани аспекти на политичките наративи се: врамувањето (соодветен избор на зборови, слики, метафори), пораката (усогласени со политичката агенда и постојано повторувани), емоцијата и идентитетот,

едноставноста и пристрасноста (лесно „сварливи“ за полесно прифаќање), доследноста (конзистентност), медиумите и каналите за комуникација (говори, дебати, социјални медиуми, реклами за „покривање“ на вестите), наративната еволуција (приспособливост на времето и на околностите) и ефектите (влијание врз јавното мислење и јавната перцепција, мобилизација на гласачкото тело).

УЛОГАТА НА ЕМОЦИИТЕ ВО НАРАТИВИТЕ

Емоциите имаат клучна улога во раскажувањето приказни бидејќи ја зголемуваат вклученоста, ангажираноста на слушателите, помагаат за задржување на содржината во меморијата и влијаат на ставовите и однесувањата на публиката. Емоционално „наполнетите“ приказни привлекуваат внимание и поттикнуваат врска меѓу раскажувачот и публиката. Предизвикувањето емоции како радост, тага или страв, создава единствено искуство што доведува до подлабока вклученост на индивидуата. Оваа емоционална резонанца е суштинска за ефективна комуникација и убедување (Bruner, J. 1991). Добро изработените наративи обично следат структура на тензија и резолуција, предизвикувајќи емоции и доведувајќи до катарзично искуство за публиката (Scully, Seger, 2003). Емоцијата во раскажувањето може да ги обликува ставовите и однесувањата на публиката преку создавање емпатија за ликовите или ситуациите. Кога публиката емотивно се идентификува со приказната, поголема е веројатноста за промена на верувањата или преземањето акција врз основа на презентираниот наратив (Green & Brock, 2000).

Посебно е значењето на зборовите со емоционален набој како носачи на значење, носители на чувства и катализатори на промени. Еден збор може да поттикне бура од емоции, ја менува насоката на разговорот, меѓучовечките односи, дури и животот. Тоа се изрази, фрази обременети со потконтекстно значење и дополнителен пакет од емоции кој оди подалеку од нивната семантика. На разговорот или пишаниот текст му додаваат интензитет и не само што се слушаат и читаат, тие влијаат и на мислите и на емоциите. Повлијателни се од неутралните зборови затоа што предизвикуваат емоционални реакции со цел манипулација на јавното мислење и за определена агенда. Политичарите често при подготовката на говорите и пораките обрнуваат посебно внимание на овие моќни зборови за да ги привлечат емоциите на јавноста (D'Ambrosio, 2022). Нивната ефективност е во јазикот кој е повеќе од средство за комуникација, алатка за влијание, убедување, инспирација. Во човечката интеракција зборовите се нишки што нè поврзуваат меѓу себе (Tausczik, Pennebaker, 2010). Како секоја алатка, и тие можат да се искористат за конструктивни и за деструктивни цели. Како што имаат моќ да утешат и да поврзат, можат да бидат и оружје за манипулација, повреда или поделба. Оттаму, не изненадува што лидерите, маркетинг-професионалците и комуникациските специјалисти внимаваат на емоционалната резонанца на нивниот јазик за да создадат определени реакции кај публиката, суптилно манипулирајќи со чувствата и со мислењето. Но, претераното користење на овие зборови во политиката може да ја замагли границата меѓу вистината и перцепцијата.

ПОЛИТИЧКИТЕ АКТЕРИ И ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ

Политичките актери како креатори, конструктори и произведувачи на политичките наративи ги обликуваат и ги врамуваат приказните/наративите кои ги дефинираат прашањата, настаните, политиките и политичките идентитети. Тие се навистина моќна, но и легитимна алатка за политичките актери да ја ангажираат, информираат и мобилизираат јавноста. Но, токму поради тоа што можат да обликуваат верувања, ставови и однесувања, носат и значителни етички одговорности. Во политичката комуникација постои консензус за потребата од политичка култура на коректност и почитување на сите учесници во комуникацискиот процес, рефлектиран во бројни документи (декларации, препораки, кодекси) кои ги дефинираат стандардите и начелата во политичката комуникација, а се основа за дефинирање и за разбирање на штетните наративи и нивно препознавање во политичкиот дискурс. Политичките субјекти, политичарите, функционерите, владините и јавните службеници, партиите, имаат обврска да применуваат етика во комуникацијата, што подразбира чесно, совесно, одговорно извршување на работните обврски; зачувување на слободата на говор; да не се впуштаат во говор на омраза или да го поддржуваат; да одржуваат високо ниво на транспарентност пред јавноста и пред медиумите за прашања од јавен интерес; да бидат непристрасни, да ја задржат објективноста, да ги стават обврските од службата пред личните интереси; во својата комуникација да не користат и да не споделуваат дезинформации туку само проверени информации. Оттука произлегуваат и начелата за етичка комуникација, зачувување на слободата на говор, неширењето говор на омраза и дескриминациски говор, транспарентност и достапност до медиумите, професионалност и непристрасност во комуникацијата, комуникација базирана на докази.

МЕДИУМИТЕ И ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ

Медиумите играат централна улога во пренесувањето, засилувањето, а понекогаш дури и во создавањето политички наративи. Тие се „мост“ помеѓу политичките актери и јавноста, нудејќи одредени рамки за приказните кои ги пренесуваат со кои неспорно влијаат како луѓето разбираат, реагираат на политичките настани, политиките и идеологиите. Бидејќи медиумите допираат до широка публика и служат како примарни извори на информации, нивниот пристап кон политичките наративи може значително да влијае на јавното мислење и на политичката култура. Оттука, почитувањето на професионалните новинарски стандарди е императив.

При известување за штетни политички наративи, од професионалните новинари се очекува придржување до вредностите што ги застапуваат тие стандарди. Иако денес сè уште се водат дебати за основните вредности врз кои почива новинарската професија, сепак има консензус за клучните постулати – независност, непристрасност, точност, автономија, транспарентност и конструктивност – вредности преточени во стандарди за новинарство што влева доверба, односно кредибилно новинарство. Главни стандарди во однос на изворите се: верификација (почитување на фактите, нивна проверка, повеќе извори, право на јавноста да знае), сеопфатност (информации од прва рака, сопствено набљудување, сигурни индиректни извори), доверливост на изворите (сигурни извори), повеќе од еден извор (не само еден единствен извор, сослушување на сите опфатени),

повикување на извори и нивна заштита (транспарентност и нивна заштита, избегнување ранливи извори – деца, жртви на злосторство, несреќи, катастрофи), плаќање/прифаќање пари (избегнување плаќање за информации и пари од/на изворите). Главни стандарди во однос на вестите се: избегнување драматизација и реконструкција (точни и прецизни цитати во даден контекст), разлика помеѓу факти и мислења (разлика меѓу фактички информации и нормативни изјави), контекст (факти во перспектива, релевантен контекст), правичност (реалноста не е црно-бела, наведување кои групи и интереси се вклучени во одреден настан), избегнување поларизација (раскажување на целата приказна, не само екстреми), приватност (почит кон интегритетот на поединци, нивната приватност).

НЕОЛОГИЗМИТЕ ВО ПОЛИТИЧКИТЕ НАРАТИВИ

Еден од начините на коишто политичките актери се обидуваат да ја конструираат политичката реалност е употребата на неологизми во политичкиот дискурс. Овие новосоздадени изрази, фрази или редефинирани зборови можат да станат моќни алатки за презентирање на одредени прашања, создавање нови асоцијации, поедноставување, но и емоционално „полнење“ на политичките прашања усогласени со одредени политички агенди. Можат да создадат јасност, идентитет, единство, но и да доведат до манипулација, претерано поедноставување и поларизација. Кога се користат одговорно, можат да го збогатат јавниот дискурс и да им помогнат на општествата да се справат со новите предизвици, но неодоговорно употребувани, тие можат да ја нарушат/искриват реалноста и да предизвикаат низа штетни последици.

Во политиката се користат за збогатување на политичкиот фонд на зборови, но и за одредена контрола и врамување на наративот. Притоа се влијае врз јавноста да ги усвои и да ги користи овие нови зборови, најчесто поврзани со дискредитирање на политичките противници и со негација и/или исмевање на различни политички идеологии. Политичкиот јазик го обликува емотивниот идентитет на јавноста нудејќи нешто од што треба да биде дел, да му припаѓа, да внимава, односно да одлучи на која група ќе ѝ припаѓа, а од која ќе се плаши и ќе ја напаѓа (Luu, 2016). Политичарите се сметаат за мајстори за производство на нови зборови, особено за време на изборни кампањи за вешто да влијаат врз гласачите, најчесто со нови зборови што се однесуваат на карактерот на некој политички противник и омаловажување некоја негова особина. Тие истовремено им се додворуваат, па дури и им заповедаат на граѓаните, како корисници на јазикот, да ги усвојат замените за одредени зборови со нови зборови. Со тек на време се обидуваат овие иновации да ги генерализираат, да го сменат значењето на зборовите и да ги направат соодветни за понатамошно ширење во општеството (Booij, 2005; Saeed, 2009). Некогаш речиси сите политички термини биле политички неологизми и имаат своја историја на создавање. Нивното прифаќање во еден јазик зависи од степенот на важност на концептот што го означува одреден неологизам. Некои се со краток век на употреба, но некои стануваат дел од јазикот. Ова е особено проблематично кога станува збор за штетни наративи, бидејќи на тој начин влегуваат во секојдневната употреба и се „нормализираат“.

ПОЛИТИЧКИТЕ НАРАТИВИ НИЗ ПРИЗМА НА ТЕОРИИТЕ

Теоријата на врамување (Goffman, 1974) е една од најчесто применуваните и се однесува на начинот на кој информациите ѝ се презентираат на јавноста, обликувајќи ја нивната перцепција и разбирање за политичките прашања. Широко се користи во политичката комуникација и во медиумските студии за да објасни како јавниот дискурс може да биде под влијание на начинот на кој се презентираат прашањата. Политичките актери користат „рамки" за да истакнат одредени аспекти на некое прашање, а да минимизираат други. Селективен пристап кој влијае врз перцепциите, размислувањата, донесувањето одлуки, однесувањето на луѓето. Основни концепти на теоријата се поимот *рамка*, ментална структура која помага при интерпретација и организација на информациите со фокус на одредени елементи од приказната, и *врамување*, процес со кој комуникаторите (медиуми или политички актери), конструираат одреден начин на разбирање на некое прашање. Врамувањето во политичката комуникација е моќна алатка за обликување на јавното мислење и влијание врз политичките дебати. Политичарите, медиумите и групите на интерес користат врамување за промоција на свои агенди со нагласка на одредени прашања и перспективи, што вклучува наративи кои одговараат на одредени вредности, идеологии или емоции. Рамката одредува што ќе биде вклучено/исклучено во разговорот. Теоријата настојува да ги објасни политичките наративи и нивното влијание со неколку концепти – дефинирање на проблемот (што е проблемот и кој е одговорниот за него), морална евалуација (судови за доброто и за погрешното), и каузално толкување (припишување причини), и предлагање решенија. Политичкото врамување често се потпира на метафори или симболички јазик за да создаде живописни и емотивно резонантни наративи.

Теоријата на стратегиски наративи се фокусира на тоа како актерите - државите, политичките лидери, институциите - конструираат и комуницираат приказни за да ги обликуваат перцепциите, да ја дефинираат реалноста и да влијаат врз однесувањето на публиката. Овие наративи се намерно дизајнирани за да постигнат политички, социјални или културни цели, како обезбедување поддршка од јавноста, легитимирање на одредени акции или водечка политика. Теоријата ги вклучува концептите *наратив* (кохерентна приказна која поврзува настани, актери и дејства, обликувајќи како луѓето ја разбираат ситуацијата), *стратегиско дејствување* (намерна употреба на наративи за специфични цели - влијание врз јавното мислење, стекнување политички легитимитет или добивање меѓународна поддршка), *наративно усогласување* (процес на усогласување на сопствените наративи со доминантното или посакувано разбирање на некое прашање), *моќ и влијание* (мека моќ со оформување верувања, однесување, вредности на публиката). Стратегиските наративи се користат во домашната политика и во меѓународните односи за постигнување политички цели преку обликување на перцепциите. Политичарите и државите користат наративи за да ги соопштат своите вредности, да ги оправдаат одлуките и да ги легитимираат своите постапки. Во политички контекст, овие наративи помагаат да се претстават сложени прашања усогласени со целните публики, поттикнувајќи идентификација со одредени политики или погледи на светот (Miskimmon, A. et al., 2013).

Теоријата на дискурсот е фокусирана на јазикот и го анализира начинот на кој јазикот се користи за да изгради моќ, идеологија и идентитет. Политичките наративи се анализираат како дел од поширокиот дискурс, нагласувајќи како тие ги зајакнуваат или ги предизвикуваат постојните структури на моќ. Се анализираат политичките говори за да се разбере како политичарите го конструираат националниот идентитет или ги прикажуваат своите противници (Ферклоф). Теоријата е рамка за разбирање како јазикот, симболите и

комуникациските практики ја обликуваат реалноста, идентитетот и односите на моќта во општеството. Во основата на теоријата е *дискурсот*, систем на значење или посебен начин на зборување и разбирање на светот. Тоа е повеќе од само јазик – вклучува практики, идеи и претстави кои го обликуваат знаењето и општествената реалност. Дискурсот (Фуко) е тесно поврзан и со *моќта*, а оние кои го контролираат можат да го обликуваат она што се смета за „вистина" или „здрав разум" во општеството. Важна е и *артикулацијата* или конструкцијата на врски помеѓу различни идеи, симболи или општествени практики со цел создавање кохерентен наратив или светоглед. Во концептот на *хегемонија* (Грамши, Лаклау, Муф), одредени дискурси стануваат доминантни и натурализирани, а други се маргинализираат. Политичката борба често е битка за воспоставување хегемонија со правење еден конкретен дискурс да изгледа како „здрав разум". Политичките наративи се дискурзивни стратегии кои создаваат значење, ја легитимираат моќта и ја обликуваат јавната политика со дефинирање проблеми, припишување вина и предлагање решенија.

Теоријата на симболички интеракционизам ја нагласува улогата на симболите и значењата во обликувањето на меѓучовечките интеракции (Блумер, Мид). Таа се фокусира на начините на кои поединците создаваат, интерпретираат и реагираат на симболите во нивните секојдневни интеракции. Луѓето дејствуваат врз основа на значењата што нештата ги имаат за нив – значења кои произлегуваат од и се обликуваат преку социјалните интеракции. Во срцето на теоријата е разбирањето дека реалноста е општествено конструирана преку комуникацијата, а значењето постојано се преговара и се ревидира во меѓучовечките односи. Теоријата често се користи за објаснување како индивидуалниот идентитет, социјалните улоги и групната динамика се обликувани од симболичките значења што се појавуваат во комуникацијата. Нејзини основни концепти се *симболите*, предмети, зборови, гестови или дејствија со специфични значења во дадена култура или контекст создадени преку социјална интеракција; *значењето,* одредено преку интеракција и промена врз основа на контекст или перспектива, па луѓето се однесуваат кон нештата врз основа на значењето што тие го имаат за нив; *себеконцепт*, поединците развиваат самоидентитет преку интеракции со други, односно преземање улога на другиот Политичките наративи може да се објаснат со оваа теорија со фокус на начините на кои политичките актери (политичари, медиуми, гласачи) создаваат и преговараат за значењата преку симболи, јазик, интеракции. Политичките симболи - знаме, слоган, иконичка фигура - носат моќни значења конструирани од поединци/групи во општеството.

РЕЛЕВАНТНИ ИСТРАЖУВАЊА

Повеќе научни дисциплини – политичките науки, комуникациските студии, социологијата, социјалната психологија, лингвистиката, во својот истражувачки фокус го имале влијанието на наративите врз јавното мислење, политичкото однесување, формирањето идентитети и креирањето политики.

Влијанието на политичките наративи врз јавното мислење. Бројни студии укажуваат дека врамувањето на наративите, нагласувањето на одредени аспекти на некое прашање над други влијае на јавното мислење и на политичкото одлучување, и на тоа како луѓето ги толкуваат и ги оценуваат информациите (Chong & Druckman, 2007). Ефективноста на врамувањето зависи од кредибилитетот на изворот, зачестеноста и повторувањето на наративите, рамките (кои ги толкуваат нештата) и подложноста на

публиката на манипулација. Кога рамките се конкурентни (едни политичари зборуваат едно, а други спротивното), толкувањата на поединците се под влијание на претходни верувања, политичко знаење и вредности, кои го ублажуваат влијанието на ефектите од врамувањето. Наративите со предвидувања за идни исходи влијаат врз ставовите на јавноста кон политичките прашања. Апелите на сигурност за одредена политика ја зголемува поддршката кон неа, а оние на несигурност, негативни предвидувања за друга политичка опција ја намалуваат поддршката на граѓаните кон неа (Jerit, 2009).

Улогата на наративите во креирањето политики. Студии кои настојуваат на систематски начин да ја проучуваат улогата на наративите во креирањето политики, односно како наративите за политичките проблеми и решенија ги обликуваат политичките дебати и исходи. Истражувачките резултати зборуваат во прилог на тоа дека наративите се суштински во обликувањето на јавното мислење и преференциите на политиките, бидејќи ги поедноставуваат сложените прашања, правејќи ги подостапни и поубедливи (Shanahan & McBeth, 2018). Успешните наративи за политиките често содржат јасни елементи како херои, негативци, жртви и морални лекции, кои ѝ помагаат на публиката емоционално и когнитивно да се поврзе со пораките на политиката. Тие можат или да поттикнат промена на политиката или да ја зацврстат ситуацијата на статус кво, во зависност од тоа како ги презентираат и ги прикажуваат прашањата, ги мобилизираат поддржувачите и ги обликуваат перцепциите за легитимност и итност.

Поврзаноста на медиумите со политичките наративи. Студиите кои ја истражуваат улогата на медиумите во креирање, ширење и засилување на политичките наративи зборуваат за тоа дека медиумите влијаат на јавната перцепција на политичките прашања, оформувањето на демократскиот дискурс и граѓанскиот ангажман, често преку врамување, селективно покривање и поставување агенда. Значи, од тоа дали и какви политички наративи ќе пренесат медиумите, колку селективно или целосно ќе ги пренесат, ќе зависи јавната перцепција за политичките прашања. Со порастот на различни медиумски канали и дигитални платформи, публиката се фрагментира, што може да доведе до ехо-комори и идеолошка поларизација и последователно – засилување на политичките наративи. Притоа, медиумското покривање на политичките наративи може или да ја зајакне или да ја поткопа политичката одговорност (Bennett & Entman, 2001). Иако медиумите имаат потенцијал да ги повикаат политичките лидери на одговорност за она што го зборуваат и го прават, често свесно го бираат сензационализмот над суштинското известување, што влијае на разбирањето на јавноста за важни прашања. Но, проблематични се и „епизодните“ наративи кои користат поединечни случаи наместо тематски, што ја наведува публиката одговорноста за социјалните проблеми да ја припишуваат на одделни наместо на системски фактори Овие наративи ја поткопуваат одговорноста со прикривање на улогата на владата, институциите или општествените фактори во решавањето на сложените прашања, што доведува до помалку информирани и повеќе индивидуализирани погледи на политичката одговорност (Iyengar, 1991).

Важноста на емоцијата во политичките наративи. Научниот интерес е на влијанието на емоциите врз политичката култура, мобилизацијата на граѓаните, оформувањето/конструирањето идентитети. Истражувачки се потврдува дека политичките наративи кои предизвикуваат силни емоции, особено на ентузијазам и страв, значително влијаат врз ангажираноста на гласачите и одлучувањето. Апелите за ентузијазам го зголемуваат интересот на гласачите и поттикнуваат политичко учество, а со апелите за страв луѓето се поотворени за нови информации, преиспитување или промена на ставовите (Brader, 2005). Истакната е и идејата за „двојни емоционални системи“: диспозиција и надзор, при што

диспозицијата е поврзана со вообичаени постапки и ја зајакнува лојалноста кон одредени политики, а надзорот се активира кога луѓето ќе почувствуваат закана што поттикнува повнимателна евалуација на политичките информации. Се докажува и дека „длабоките приказни“ со емотивно оптоварени наративи кои ги рефлектираат животните искуства и вредности на луѓето, играат значајна улога во конструирање на политичките идентитети и перспективи. Овие приказни често ги надминуваат фактите и повеќе се поврзуваат со лични и колективни искуства. Особено ефикасни во мобилизирање поддршка за политичките движења се наративите со носталгија, предизвикувајќи чувство на копнеж за идеализирано минато, а нудејќи чувство на припадност и идентитет (Polletta, Callahan, 2017). Според сите студии политичките кампањи можат стратегиски да користат емотивни апели за активирање конкретни одговори на гласачите, правејќи ги емоциите моќна алатка за влијание врз изборните резултати (Brader, 2005). Притоа, емоциите се централни за информираното политичко расудување, обликувајќи како поединците толкуваат, се занимаваат и реагираат на политичките настани (Marcus & MacKuen, 2000).

Популистичките наративи и нивното влијание на јавноста. Популизмот како идеологија го гледа општеството поделено на две антагонистички групи: „чистиот народ“ наспроти „корумпираната елита“ (Mudde, 2004). Дуалистичка рамка која лежи во основата на голем дел од популистичката реторика и стратегија. Нејзината привлечност е во едноставноста, особено приемчива за граѓаните со чувство на исклученост или отуѓеност од традиционалните политички елити. Ова го прави популизмот приспособлив за разни политички контексти и идеологии, од десничарски национализам до левичарски движења против општественото уредување. Ваквиот тип наративи може да ги мобилизира неангажираните гласачи и да ги предизвика вкоренетите елити, но и ризикува да ги поткопа демократските норми преку промовирање поделби, намалување на толеранцијата за плурализам и ерозија на институционалните контроли и рамнотежи. Популистичките наративи поврзани со десничарските движења користат реторика на страв, внатре во групите и надвор од нив, за да конструираат чувство/поврзаност/идентитет. Тие често ги претставуваат своите ставови како „здрав разум“, повикувајќи се на „обичниот човек“ против „елитите“. Ова е пристап кој помага да се легитимизираат политиките на исклучување за да не се одразува вистинската, природна волја на луѓето (Wodak, 2015).

Политичките наративи и конфликтите. Наративи во кои се вградени конфликти (културни, историски, социјални), кои влијаат како јавноста ќе се перципира себеси и сопствениот идентитет. Емоциите што тие ги предизвикуваат играат клучна улога во одржувањето на конфликтите. Стравот, гневот и недовербата вообичаено се вградени во овие наративи зајакнувајќи ги негативните перцепции за спротивната група и попречувајќи ги можностите за помирување или дијалог. И лидерите и институциите значително влијаат на динамиката на нерешливите, непомирливите конфликти и можат да овековечат наративи кои ги оправдуваат тековните непријателства или, обратно, да промовираат дијалог и напори за градење мир (Bar-Tal, 2007). Исто така, тие се клучни во обликувањето на индивидуалните и на колективните идентитети. Иако можат да ги продлабочат и да ги овековечат поделбите, имаат и потенцијал за поттикнување емпатија и дијалог. Со разбирање и ангажирање на наративите „едни со други, заедно“, можат да се градат мостови и да се трансформираат идентитетите (Hammack, 2011).

Говорот на омраза во политичките наративи. Истражувања кои покажуваат како политичките лидери и движења користат говор на омраза за да целат кон одредени групи, поттикнувајќи насилство и дискриминација, и како создаваат „непријател“ или жртвено јагне и ја јакнат дехуманизацијата. Концептот на наратив со „опасен говор“ има висок

потенцијал да поттикне масовно насилство, а идентификувањето на специфични говорни обрасци и контексти кои го зголемуваат ризикот од насилство е од клучно значење за превенција (Benesch, 2014). Се покажало и дека употребата на контранаративи - позитивни одговори на говорот на омраза - може да го спречи масовното насилство или да го намали влијанието на штетните наративи. Ова вклучува градење свесност кај заедниците и поединците за да произведуваат алтернативни пораки кои промовираат инклузија (Gagliardone, Alves, Martinez, 2015). Ефективните стратегии за контраговор вклучуваат јавна осуда на потпалувачкиот говор, промовирање позитивни пораки и засилување на пораките за мир. Еден од начините за спречување на насилната реторика и потенцијалното масовно насилство е мониторинг и алармирање од заедницата, што вклучува и следење на медиумите и на јавните пораки.

Поларизацијата и наративите ние наспроти нив. Истражувачки е утврдена зголемена политичка поларизација како предизвик за демократиите на глобално ниво, делејќи ги општествата по идеолошки, етнички или религиозни линии. Фактори за поларизација се политиката на идентитет и стратегиска манипулација на политичките елити, економската нееднаквост и влијанието на социјалните медиуми. Лидерите често ги влошуваат поделбите за да мобилизираат поддршка, врамувајќи ги противниците како егзистенцијални закани за вредностите или опстанокот на нивната група (McCoy, Rahman, Somer, 2018). Големиот број вакви наративи доведува до назадување на демократијата, бидејќи политичките противници се делегитимизираат, а демократските норми (како меѓусебна толеранција и институционални проверки) се поткопуваат. Ова ги интензивира борбите за моќ и ја ослабува довербата во демократските институции. Се забележува и „поларизација заснована на идентитет“ со јакнење на групната лојалност и непријателство надвор од групата. Тоа ги еродира демократските норми, поттикнува клима каде компромисот и соработката се сè поретки, а поединците ги оправдуваат недемократските практики за да ги „одбранат“ вредностите и моќта на нивната група (Mason, 2018).

Дискредитирачките кампањи како штетни наративи. Кампањи кои значително влијаат на политичкиот пејзаж, поткопувајќи ги кандидатите и партиите преку насочени дезинформации и лични напади. Тие поттикнуваат средина на недоверба и на непријателство меѓу електоратот. Наративи со сеприсутна употреба на родови стереотипи во политичкиот дискурс кои ги маргинализираат женските кандидати и ги зајакнуваат традиционалните родови улоги, не само што индивидуално ги погодуваат кандидатите туку и ги овековечуваат општествените нееднаквости. Справувањето со предизвиците што ги поставуваат штетните наративи бара заеднички напор од политичките актери, граѓанското општество и медиумските организации за да промовираат одговорност и да поттикнат „поздрав“ политички дискурс (Sokol & Sarajlić, 2023).

Дезинформациите како штетни наративи. Дезинформациите се сфатени како намерно погрешни информации создадени и дистрибуирани за манипулација со јавното мислење или за прикривање на вистината, а служат за специфични политички цели, како делегитимирање на противниците, влијание врз јавната перцепција и изборните резултати, но и стратегиски за унапредување на одредени агенди или наративи (Freelon, Wells, 2020). Нивното ширење е олеснето преку социјалните медиуми со дизајн кој дава приоритет на ангажирањето пред точноста, го влошува проблемот со засилување на сензационални и на погрешни содржини. Тие побудуваат поголем интерес и поголемо споделување во споредба со традиционалните извори на вести (Allcott, Gentzkow, 2017; Guess, Nagler, Tucker, 2019). Се покажало дека дезинформациите влијаат на однесувањето на граѓаните, го нарушуваат нивниот ангажман и создаваат средина каде поголема е веројатноста граѓаните да се оттргнат од политичките

процеси или да станат збунети за политичките прашања. Ова раздвојување дополнително ги ослабува демократските институции и процеси. Сумирано, дезинформациите како еден вид штетни наративи се сериозни предизвици за демократските процеси со поткопување на довербата во институциите, поларизирање на јавното мислење и создавање конфузија за фактичките информации.

Социјалните медиуми како засилувачи на штетните политички наративи. Истражувачки предизвик е како платформите на социјалните медиуми ги засилуваат штетните политички наративи, овозможувајќи брзо ширење на дезинформации, говор на омраза и екстремистичка содржина. Тие првично ги олеснуваа демократските движења обезбедувајќи платформа за мобилизација и изразување, но подоцна значително придонесоа за политички превирања, поларизација и ширење дезинформации. Така, додека социјалните медиуми овозможуваат подиректна интеракција меѓу граѓаните и политичките фигури, ги мобилизираат и поттикнуваат политички ангажмани, исто така можат да доведат до ерозија на улогата на традиционалните медиуми како чувар на „портата“, предизвикувајќи загриженост за квалитетот на информациите и потенцијалот за манипулација, како и да ги влошат поделбите, да ги засилат екстремистичките ставови и да поттикнат конфликт (Tucker et al, 2017).

МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

ПРЕДМЕТ, ЦЕЛИ, ИСТРАЖУВАЧКИ ПРАШАЊА

Предмет на истражувањето се штетните политички наративи во политичката комуникација. Истражувачкиот проблем е начинот на кој се конструираат наративите од страна на политичките актери и начинот на известување на медиумите за нив. Целите на истражувањето се: анализа на наративите на политичките субјекти, утврдување на доминантните штетни наративи, реторичките стратегии и техники во комуникација со јавноста и анализа на начинот на пренесување до јавноста од страна на медиумите.

Основното истражувачко прашање е **Дали и како се креираат и се шират штетните политички наративи во Македонија,** а конкретизирано во следната насока:

- Како главните политички субјекти (парламентарен состав од 2020 до 2024 и владин состав од 2023 до 2024) конструираат/креираат штетни наративи на сопствените официјални интернет-страници и профили на Фејсбук (користениот вокабулар)?
- Какви штетни наративи конструираат и испраќаат до јавноста главните политички субјекти, вклучувајќи ја и преваленцијата на видовите штетни наративи?
- За кои теми најчесто се конструираат штетни наративи?
- Кои се главни прекршувања во политичката комуникација на политичките актери?
- Како медиумите ги пренесуваат политичките наративи креирани/споделени од политичките актери?
- Дали има и кои се главните прекршувања на професионалните новинарски стандарди за фер, правично и непристрасно известување за политичките актери и пренесување на нивните наративи?

ВАРИЈАБЛИ, ИНДИКАТОРИ ЗА ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ

Штетниот наратив е главна варијабла, наратив на политичките актери кој нема беневолентна цел и содржина, не служи за промовирање на граѓански активизам, не е само за информирање на јавноста туку и за нејзино манипулирање и е главен подривач на демократските и на хуманите вредности, со потенцијални штетни последици во речиси сите сфери на општествено-политичкото живеење. Листата на штетни наративи креирана за целите на истражувањето е адаптирана на деск-анализата, консултирањето референтна литература и согласна на општествено-политичкиот контекст на Македонија. Вкупно се дефинирани 14 индикатори кои упатуваат на еден или на повеќе видови штетни наративи. Нивен заеднички содржател е дека препознаените тврдења не се поткрепени со факти и докази. Целта на индикаторите како операционализирани штетни наративи е препознавање и детална анализа на штетните наративи.

Листа на сите индикатори, како и на кои штетни наративи може да упатуваат:

	Индикатори	Поврзани штетни наративи
1	Присуство на тврдења за корумпираност, нетранспарентност/ неотчетност, непрофесионалност, злоупотреба на службената должност без обид за поткрепа на тие тврдења.	Дезинформации. Поткопување на довербата во институциите – ако неоснованите тврдења се за носителите на јавни функции, јавни институции. Пристрасно селектирање.
2	Изнесување на непроверени наоди (или наоди што тешко можат да се проверат), се користат како основа за обвинување на политички противници.	Дезинформации. Поткопување на довербата во институциите. Пристрасно селектирање.
3	Присутна злоупотреба на информации од приватен карактер или лични трагедии, попреченост, социјален статус, брачен статус на своите политички противници за остварување на сопствената цел.	Злонамерни информации. Напади на личноста, демонизација. Говор на омраза.
4	Присутно етикетирање, исмевање и грубо непочитување на други лица (медиумски работници, граѓански активисти, политички противници, носители на јавни функции...). Употреба на негативни зборови.	Напади на личноста, демонизација.
5	Присутен говор со којшто се навредува одредена група или, пак, се оправдува говор на омраза кон одредена група, врз основа на раса, боја на кожа, потекло, национална или етничка припадност, пол, род, сексуална ориентација, родов идентитет, припадност на маргинализирана група, јазик, државјанство, социјално потекло, образование, религија или верско уверување, политичко уверување, друго уверување, попреченост, возраст, семејна или брачна состојба, имотен статус, здравствена состојба, лично својство и општествен статус или која било друга основа.	Говор на омраза.

6	Намерно непренесување на целосната слика за „настанот“, намерно изоставање информации што ја побиваат позицијата на тој што ги изнесува.	Дезинформации. Поткопување на довербата во институциите. Пристрасно селектирање. Манипулативна аудиовизуелна медиумска содржина.
7	Се тврди дека е вистина дека политички противници/јавни институции се манипулирани од заднински (тајни) моќни групи (на пример, масони итн.) и притоа не се изнесуваат никакви факти или докази или, пак, се користат извори што немаат никаков кредибилитет и авторитет во областа.	Дезинформации. Теории на заговор. Ширење паника, страв и несигурност. Странско влијание.
8	Употреба на реченици, формулации со кои се обвинува странски ентитет (или ентитети) за мешање во внатрешните работи во државата, спротивно на интересите на државата, што, всушност, е нарушување на демократските процеси,	Странско влијание. Ширење паника, страв и несигурност.
9	Употреба на зборови и формулации со кои се оцрнува одредена група луѓе со цел да се предизвикаат поделби и раздори помеѓу *нас/ние/нашето и вас/вие/вашето.* Вообичаено, *ние/нашето* е добро, позитивно и пожелно, а *вие/вашето* е лошо, негативно и непожелно.	Поттикнување поделби. Ширење паника, страв и несигурност.
10	Употреба на зборови и формулации со кои се навредува, омаловажува, исмева некоја личност и/или група врз основа на нејзината родова и/или полова припадност.	Сексизам. Напади на личноста, демонизација. Говор на омраза.
11	Употреба на зборови со кои се навредува, дискредитира, озлогласува некоја група на луѓе (странци/туѓинци) со цел да се предизвика страв, одбивање и дистанцирање од нив, дури и предизвикување на одредено однесување кон таа група.	Ксенофобија ако тие се странци/туѓинци. Етноцентризам. Ширење паника, страв и несигурност.

12	Употреба на реченици, зборови, формулации со кои се велича сопствената етничка припадност, а сите други се помалку важни, вредни, достојни.	Етноцентризам. Екстремен патриотизам и/или национализам.
13	Слики, видеа и аудиозаписи креирани со цел да ја доведат јавноста во заблуда дека нешто е реалност и вистина, ама не е (и чија невистинитост може да се докаже).	Дезинформации. Манипулативна аудиовизуелна медиумска содржина. Ширење паника, страв и несигурност. Пристрасно селектирање. Напади на личноста, демонизација. Говор на омраза.
14	Зборови/реченици со кои експлицитно или имплицитно, директно или индиректно се промовираат сопствените идеологии/активности/ однесувања како нешто што е во корист на народот/широките народни маси/обичниот „чесен човек“, човечноста, додека идеологиите/ активностите/однесувањата, карактеристиките на политичките противници се промовираат како нешто што служи на одредена мала елитна група луѓе, која не ја одразува волјата на народот.	Популизам. Странско влијание. Екстремен патриотизам и/или национализам. Теории на заговор.

МЕТОДОЛОШКИ ТЕХНИКИ, ИНСТРУМЕНТИ, ПРИМЕРОК, ДИМАНИКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Истражувањето е експлораторно, а анализата е квалитативна, со одредена основна квантификација. Покрај општите научни методи на интерпретација и класификација применети се следните методолошки техники за анализа на податоците:

- **Анализа на содржината** – концептуална и релациска анализа на содржина на објави на официјални интернет-страници и страници/профили на Фејсбук на главните политички актери: политички партии, лидери на политички партии, министри, како и прилозите во централните вести на ТВ-станиците и објавите на информативните онлајн медиуми за општествено-политички и економски теми.
- **Критичка дискурзивна анализа** – анализа на јазикот (јазичните средства), реториката и стратегиите за врамување на политичките актери и медиумите.
- **Анализа на компоненти** (лексички единици) – анализа на зборообразувачките компоненти од лексичко-семантички, синтаксички и стилистички аспект.

Емпириски истражувањето е реализирано во период од 1 септември 2023 до 31 мај 2024 година, во два временски интервала, предизборен од шест месеци и тримесечен во тек на изборната кампања и претседателските и парламентарните избори. Спроведувањето се одвиваше на две нивоа, прво – мониторинг со примена на три обрасци за следење и анализа на официјални интернет-страници и профили на Фејсбук на политичките актери; анализа на главните вести на селектирани ТВ-станици и информативните содржини на селектирани онлајн медиуми и второ – комуникациска анализа на неологизми.

Повеќе детали за методологијата и примероците се достапни тука

ПОЛИТИЧКИТЕ ШТЕТНИ НАРАТИВИ НИЗ БРОЈКИ

ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ КРЕИРАНИ ОД ПОЛИТИЧКИТЕ АКТЕРИ

Анализата одговора на прашањата: *Со каква динамика политичките актери користат штетни наративи? Кои се најчесто користените штетни наративи? Во каква форма се пренесени штетните наративи? и Како се претставуваат себеси политичките актери во штетните наративи?* Во мониторингот се опфатени следните политички актери:

ПОЛИТИЧКИ ПАРТИИ – ОФИЦИЈАЛНИ ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦИ И ФЕЈСБУК-ПРОФИЛИ	
Македонски блок	**Албански блок**
1. ВМРО-ДПМНЕ	4. Алијанса на Албанците
2. СДСМ	5. Алтернатива
3. Левица	6. ДУИ
	7. Демократско движење
ЛИДЕРИ НА ПОЛИТИЧКИТЕ ПАРТИИ – ОФИЦИЈАЛНИ ФЕЈСБУК-ПРОФИЛИ	
Македонски блок	**Албански блок**
1. Христијан Мицкоски	4. Арбен Таравари
2. Димитар Апасиев	5. Африм Гаши
3. Димитар Ковачевски (во оваа функција од февруари 2024)	6. Али Ахмети
	7. Изет Меџити
ВЛАДИНИ ПРЕТСТАВНИЦИ – ОФИЦИЈАЛНИ ФЕЈСБУК-ПРОФИЛИ	
Македонски блок	**Албански блок**
1. Бисера К. Стојчевска	6. Артан Груби
2. Љупчо Николовски	7. Крешник Бектеши
3. Димитар Ковачевски (септември 2023 – јануари 2024)	8. Кренар Лога
4. Бојан Маричиќ	9. Јетон Шаќири
5. Јованка Тренчевска	

Наоди од анализата на политичките актери: Мониторингот се реализираше во **137 денови**, со забележани **вкупно 1342 објави** со штетни наративи, а месечно во просек над 100 објави. Во нив се произведени трипати повеќе штетни наративи – **3967 штетни наративи** или просечно во една објава по три штетни наративи. Клучни производители на штетни наративи се политичките партии (вкупно 3365), додека штетната реторика на лидерите на партиите и владините претставници се концентрира во изборниот период. Производството/

комуницирањето штетни наративи во политичката комуникација на сите политички чинители кон јавноста бележи два тренда на динамика: **растечки,** со врв во декември 2023 (заминување на Владата и формирање на преодна) и во април 2024 (претседателска и парламентарна кампања, спроведување на прв круг претседателски избори) и **опаѓачки,** од јануари 2024 и најниско во мај 2024, по завршување на изборите. Присуството на штетните наративи не е праволиниско, една објава – еден штетен наратив, туку најчесто во една објава има повеќе од еден штетен наратив. Кај некои политички актери во една објава се забележани два, три, а кај некои четири, пет и шест штетни наративи, што зборува за засилена негативна/штетна реторика во намера за позиционирање како прва политичка опција на избор на граѓаните. Најчесто го користеле штетниот наратив поткопување на довербата во институциите, од државните институции, локалните власти, сè до политичките партии како институции и медиумите. Веднаш потоа, речиси исто толку често, е пристрасното селектирање податоци и информации во две насоки – оцрнување на политичките опоненти или „разубавување" на сопствената слика, со испуштање важни податоци, што за возврат може да ги доведе граѓаните до погрешни заклучоци. Далеку поретко се присутни нападите на лична основа, со етикетирање, омаловажување и/или оцрнување на политичките опоненти, потоа поттикнување поделби, со намерна дистинкција меѓу „ние – доброто, просперитетното, напредното" и „тие – лошото, назадното, деструктивното" и популизмот со користење зборови и реченици за промоција на сопствени идеологии или активности во корист на народот.

Една петтина од политичките актери се претставувале себеси како спасители и бранители на народот од политичките противници кои работат на уништување на државата. Само кај владините претставници се забележува дека најчесто (една четвртина од нив) се претставиле дека се ориентирани кон ЕУ. Од македонскиот блок политички партии, тогашната партија на власт се претставува како единствена опција за европска иднина, додека најголемата опозициска партија ветувала дека ќе ги брани националните интереси, ќе го врати националното достоинство и ќе ја врати државата назад во рацете на граѓаните, преку одлучна борба против корупцијата. Помалата опозициска партија од македонскиот блок се промовирале како единствената политичка опција која не е корумпирана и има намера да ги заштити националните интереси. Кај политичките партии пак од албанскиот блок, партијата во власта се претставувала како проевропска, против штетното руско влијание и застапник на вистинските вредности како бранител на народот (албанскиот пред сè). Опозицијата, обединета во трипартиска коалиција, се претставувала како подобра опција од партијата на власт, која е на страната на Албанците, борец против корупцијата и заштитник на интересите на обичните луѓе.

Аргументирана и остра критика кон политичките противници во предизборен период е очекувана и присутна во секое демократско општество. Но, продуцирањето и дистрибуцијата на штетни наративи во јавниот простор може да придонесе кон поларизирање на јавната дебата, нормализирање на лошите комуникациски практики и прекршување на стандардите и начелата за етичка и професионална комуникација. Дискурсот во кој се содржат непоткрепени обвинувања, напади, навреди, навредлив речник на јавната сцена и во јавната комуникација може да придонесе за поттикнување на уште поголеми поделби на етничка и на политичка основа и да резултира со намалување на довербата во изборниот процес и во институциите. Кога навредливиот речник не се осудува, не се ограничува неговата употреба, тогаш по подолг период тој може да се прифати како дел од општата лексика на јазикот, а со тоа и да се овозможи ширење штетни наративи и ниска култура на јавното говорење. Одговорноста на политичките актери во културата на јавното говорење

е од суштинско значење. Оттаму и начелата на политичката комуникација базирана на докази, на професионалност и непристрасност, на етичност и на неширење говор на омраза и дискриминациски говор.

МЕДИУМСКОТО ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ПОЛИТИЧКИТЕ ШТЕТНИ НАРАТИВИ

Анализата одговара на прашањата: *Со каква динамика медиумите известуваат за штетните наративи и кои се најчесто користените штетни наративи? Кој го произвел штетниот наратив – политичкиот актер или новинарот? Колку страни се претставени и колку извори се консултирани во објавите со штетни наративи?* Мониторингот е реализиран на два вида медиуми, различни по каналот преку кој комуницираат со јавноста, целната публика, како и по начинот на кој се регулирани. Листата ја сочинуваат јавни и приватни ТВ-станици на национално ниво и информативни онлајн медиуми.

ТЕЛЕВИЗИСКИ СТАНИЦИ	
МТВ 1 (јавна)	ТВ 24 (приватна)
МТВ 2 (јавна, на албански јазик)	Телма (приватна)
Алфа ТВ (приватна)	Алсат М (приватна на албански јазик)
Канал 5 (пеицатна)	ТВ 21 (приватна на албански јазик)
Сител ТВ (приватна)	

Примерок на информативни онлајн медиуми:

ИНФОРМАТИВНИ ОНЛАЈН МЕДИУМИ	
Вечер мк	МКД.мк
Локално	Република
Независен	Курир
Слободен печат	Алмакос
А1он.мк	Нова ТВ
Тетова Сот	

Наоди од анализата за медиумите: Медиумското известување за политичките штетни наративе интензивно присутно и на националните телевизиски дифузери и на информативните онлајн медиуми. Мониторингот на ТВ-станиците се реализираше вкупно 69 денови, со утврдени **669 прилози со штетни наративи,** месечно во просек по 74 прилози, додека кај интернет-медиумите се евидентирани вкупно **1908 објавени содржини со штетни наративи** (или месечно просечно 212), околу 600 повеќе објави од самите креатори – политичките актери, пред сè затоа што исти содржини се објавени од повеќето онлајн медиуми или од ист настан се објавени повеќе од една содржина. На овој начин тие го мултиплицирале ефектот на штетните наративи обезбедувајќи платформа на политичките актери преку која стигнуваат до широката јавност, а не само до оние кои ги следат каналите на интернет-страниците на партиите и фејсбук-профилите на политичарите.

Штетната реторика диктирана од најголемите и најмоќните политички актери речиси во целост е пресликана во ударните ТВ-вести и насловните на онлајн страници. Најголемите

пикови на токсични наративи и меѓупартиски обвинувања се во јануари, кога сè уште не е официјално почната изборната кампања и април, во екот на изборната кампања. Бројките потврдуваат дека политичката елита има исклучително лесен продор во медиумската агенда, уживајќи во комоцијата да наметнува теми кои се за неа битни, да креира јавно мислење и да доминира во јавната сфера. Информативните онлајн медиуми пренеле најголем број информативни содржини со штетен наратив, дури трипати повеќе од ТВ-станиците, кои всушност имаат најниско учество во ширењето на штетните наративи (и наспроти политичките актери, творци на штетните наративи). Кога на ова ќе се додаде и бројот на пренесени штетни наративи, доаѓа до израз не/сериозноста и не/одговорноста на анализираните чинители во однос на нивните професионални обврски кон јавноста. Повторно информативните онлајн медиуми „предничат“ пред ТВ-станиците, пренесувајќи трипати повеќе штетни наративи. Но, „приматот“ го имаат политичките актери. Иако за секој од овие поединечни чинители постојат прописи кои ја регулираат професионалноста и коректноста во комуникацијата со јавноста, речиси никој од нив не ги почитувале.

Теориски, ако граѓанин редовно следи комуникациски канали на политичките актери, телевизии и онлајн медиуми, во тек на еден месец во просек би бил изложен на 435 содржини со штетен наратив. Ова теориско „претерување“ е хипотетичко и е илустрација на преголемата изложеност на граѓаните на штетни наративи. Можните последици од високата изложеност на штетни наративи се повеќекратни и далекусежни на сметка на демократијата и на општествената добросостојба, но пред сè на самите граѓани. Оттаму, почитувањето на позитивните прописи и стандарди на коректна јавна комуникација (политичка и во медиумите) е обврска на која почесто треба да се потсетуваат и да се навраќаат и политичките актери и медиумските работници. Довербата што ја имаат од граѓаните, и политичарите и медиумските работници, ги обврзува на транспарентност, непристрасност, учтивост и комуникација заснована на докази и факти.

Во однос на најчесто пренесуваните штетни наративи од телевизиите и онлајн медиумите, тие речиси сосема се пресликани од оние најчесто споделувани од политичките партии. Првите три најчести видови штетни наративи се исти кај сите три групи чинители – поткопувањето на довербата во институциите, пристрасното селектирање и нападите на лична основа. Разликата меѓу политичките актери и медиумите е во тоа што кај медиумите се појавува штетниот наратив на ширење дезинформации во првите пет места. Дополнително, кога ќе се погледне начинот на медиумско известување за штетните наративи и улогата на новинарот како нем пренесувач, без критичка анализа на штетните тврдења, обвинувања и изјави на политичките актери, без обезбедување повеќестрани гледишта за наративот, со консултирање само еден извор во најголем број случаи, уште појасно станува колку јавноста била изложена на наративи кои побудуваат чувства кои може да инхибираат или да поттикнат непродуктивни однесувања, дури и агресија.

При презентирањето на штетните наративи, онлајн медиумите речиси на идентичен начин ја информират јавноста: едностранo пренесување на говорот на политичкиот актер или политичкото соопштение на конкретна политичка партија, најчесто со кус текст, со неколку пасуси, дури и само со неколку реченици од нивните изјави, ставови за одредено прашање. Читателот кој секојдневно не ги следи настаните треба да вложи напор да ја разбере информацијата, што било речено, зошто, кога, каде. Специфика на дел од онлајн медиумите е практиката од еден повод/псевдонастан (прес-конференција, дебатна емисија) да кројат неколку објави (за различни прашања, теми). И кај телевизиите доминира едностраното известување, со консултирање еден извор во извештаите или во аналитичко-репортажните прилози со штетните наративи, што е алармантно имајќи предвид дека непристрасноста

и објективноста мора да бидат меѓу најважните новинарски стандарди. Уште повеќе ако се забележи дека во најголемиот број прилози во кои се појавува само едната страна доминираат политички актери како единствен извор на информирање, што имплицира дека медиумот е нем набљудувач на политичките настани. Особено во случаи каде штетниот наратив го произведува некој од политичките актери, новинарот е должен да ја консултира и другата страна, да ги понуди сите гледишта за проблемот/ситуацијата.

КЛУЧНИ ПОРАКИ ОД АНАЛИЗАТА НА ПОЛИТИЧКИТЕ АКТЕРИ И МЕДИУМИТЕ

ПОЛИТИЧАРИТЕ КРЕИРААТ, МЕДИУМИТЕ ПОДДРЖУВААТ ШИРЕЊЕ НА ШТЕТНИ НАРАТИВИ

Политичарите покажуваат огромен „креативен“ потенцијал во создавањето штетни наративи, и по обемот на продукција и зачестеност на штетните наративи и по содржината и разновидноста на штетните наративи. Во просек во еден месец креирале над 400 штетни наративи. Политичките актери во ширењето на наративите користат бројни канали на комуникација, од сопствените интернет- и фејсбук-страници, информативните онлајн медиуми, телевизиите, прес-конференциите, како и соопштенијата за јавност кои ги испраќаат до телевизиите и онлајн медиумите. Во медиумското известување пренесените прес-конференции и соопштенијата за јавноста се меѓу најчестите жанровски форми. На овој начин политичките актери всушност го покриле целиот информативен простор.

Колку што политичките актери креирале штетни наративи, исто толку медиумите ги поддржале и пренеле до граѓаните, дозволувајќи им да пенетрираат во медиумскиот простор и да допрат до широката јавност, а во случајот на информативните онлајн медиуми и повеќе од самите креатори. Во просек во еден месец телевизиите пренесле над 100, а онлајн медиумите над 400 штетни наративи. Поразителен наод, и во поглед на политичките актери во однос на медиумите и на новинарите. Од политичарите кои ја добиваат довербата на граѓаните, јавноста очекува транспарентна, достоинствена и комуникација базирана на докази, а не креирање наративи со кои се подрива чувството на сигурност и доверба. Медиумите треба да бидат „чувари“ на вистината и непристрасното информирање. Медиумското известување треба да ѝ обезбеди на јавноста целосни, точни и поткрепени со докази информации, да ги образложи различните гледишта, врз основа на кои потоа ќе може да донесе исправни одлуки.

ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ - ГЛАВНА КОМУНИКАЦИСКА АЛАТКА НА ИЗБОРНИТЕ КАМПАЊИ

Дискурсот кој главно се темели на неосновани тврдења, без докази и факти, кој се користи за подривање на довербата во институциите и противникот (вкупно 3049 забележани обиди за поткопување на довербата во институциите во дискурсот на политичките актери и во медиумското известување), во кој се селектираат информации во корист на сопствената политичка опција (вкупно 2039 забележани обиди на селектирање информации кај политичките актери и кај медиумите) или користи навредлив речник кон политичките противници (вкупно 953 забележани напади на лична основа кај политичките партии и медиумските известувања), беше доминантната алатка во предизборната трка.

Ваквиот дискурс ни оддалеку не придонесува кон обезбедување добро информирана основа за носење заклучоци и издржани одлуки на граѓаните во поглед на изборите. Честата употреба на ваквиот дискурс може да води кон прифаќање на навредливиот речник како дел од општата лексика на јазикот, а со тоа и да се овозможи ширење штетни наративи и ниска култура на јавното говорење.

МЕДИУМИТЕ ГИ ПРЕКРШУВААТ ОСНОВНИТЕ ПРОФЕСИОНАЛНИ СТАНДАРДИ НА ИЗВЕСТУВАЊЕ

Непристрасноста и балансираноста, заедно со вистинитоста, се основните елементи на новинарската професија. Консултирањето само еден извор (во 45 % од ТВ-прилозите и 86 % во онлајн медиумите и над 1 % од објавите на онлајн медиумите во кој нема наведено извор) и презентирањето само една страна во прилогот (во 55 % од ТВ-прилозите) или објавената онлајн содржина (во 90 % од објавите), особено кога таа страна е одговорна за креирање одредени штетни наративи, е далеку од професионално новинарство.

Ако се земе предвид дека голем дел од објавените содржини биле само пренесен говор на политичар или соопштение за јавноста од политичка партија, можеме да заклучиме дека новинарите, наместо да им пристапат на општествените случувања и настани на сериозен и темелен начин, остваат за нив да зборуваат политичките актери, се разбира низ призмата на дневната политика. Сериозни теми како ветинг во судството, корупцијата и криминалот, странските влијанија во внатрешната политика, уставните измени, односот кон соседите, се отвораат без сериозно да се анализираат, туку како дел од политички напади и обвинувања. Затоа прилозите се едностранi, непрофесионални и никако не придонесуваат за збогатување на јавната дебата на овие важни теми.

Известувањето на ТВ-станиците за политичките актери е регулирано со Законот за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги и со Изборниот законик кои детално ги пропишуваат условите и начините на кои радиодифузерите, а особено јавниот сервис МРТ треба да ги покриваат изборите. Оттука, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги го следи медиумското претставување за претседателските и за парламентарните избори, пропишано во Изборниот законик. Токму јасно регулираните законски обврски и фокусот на домашните и на меѓународните организации на нивното информирање за време на изборите придонесе ТВ-станиците да бидат мошне внимателни за начинот на известување и пренесување на изборните кампањи. Тоа доведе до драстично намалување на штетните наративи во прилозите во изборниот период, вклучувајќи ги оние креирани од новинарите, но и оние за кои се одговорни политичките актери. Но, недостасува јасна законска регулатива за информативните онлајн медиуми (како за радиодифузерите) за начинот на информирање за време на избори, па оттаму и поголемата „слобода“ на овие медиуми во нивното работење. Механизмот на саморегулација во онлајн медиумите не ги дава очекуваните резулати, ниту води до целосно придржување до етичките стандарди.

ШТЕТНОТО ВЛИЈАНИЕ НА НАРАТИВИТЕ ВРЗ ГРАЃАНИТЕ

Големиот број штетни наративи произведени и раширени во јавноста веројатно има значајно влијание врз граѓаните и врз нивните одлуки. Целта на штетните наративи е да

манипулираат со јавното мислење, обликувајќи перцепции и ставови и поттикнувајќи емоции што можат да доведат до дискриминација, омраза или насилство.

Емоциите, позитивни и негативни, секогаш биле основен елемент на политичкото дејствување и последователно и на политичката комуникација. Изборните кампањи пак се контекстот во кој драматизацијата на политичките наративи ја достигнува својата кулминација. Кон ова придонесува и сè поперсонализираната, популаризираната и популистичка реторика и комуникациски стилови на лидерите и другите политички актери. Но, предмет на ова истражување не беше потенцијалното влијание на штетните наративи од аспект на јавноста, како влијае врз нивните одлуки, мислења и чувства, така што во рамки на оваа публикација не може да се заклучува за штетното влијание.

УЛОГАТА НА ЗБОРОВИТЕ ВО КОНСТРУКЦИЈА НА ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ

Едно од клучните истражувачки прашања е како политичките субјекти и медиумите ги конструираат потенцијално најштетните наративи. Анализата навлегува во базична конструкција на секој наратив, анализирајќи ги најчесто употребуваните зборови, нивното значење и потенцијал за поттикнување емоции преку кои се засилува штетноста на наративот. Предмет на анализа се три најчесто користени штетни наративи: поткопување на довербата во институциите, напади на личноста и/или демонизација, поттикнување поделби кои нудат вокабулар кој е емоционално оптоварен и содржински „побогат“ со токсичност во обид да се „стекне“ довербата на граѓаните.

ВОКАБУЛАРОТ НА ШТЕТНИТЕ ПОЛИТИЧКИ НАРАТИВИ ОД ПОЛИТИЧКИТЕ АКТЕРИ

Најфреквентни зборови во текстовите со штетни наративи се трите најголеми политички партии *(ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ и ДУИ), а потоа Христијан Мицкоски, Левица,* претседателот *Стево Пендаровски* и *Димитар Ковачевски*. Покрај политичките актери, најчесто спомнувани зборови се *Македонија* и *граѓаните*, при што Македонија најчесто е без додавката Северна и Република. За *власта/Владата* се зборува многу често кога се поткопува довербата во институциите, како и кога се навредува на лична основа при што се споменуваат *евра, пари, милиони, корупција* и *криминал*. Поделбите се поттикнуваат во однос на *ЕУ* и *европската иднина*.

Секогаш кога се поткопува довербата во институциите политичарите јасно се повикуваат на доброто на *граѓаните/народот/јавноста*. Довербата во институциите најчесто ја поткопува ВМРО-ДПМНЕ посочувајќи на СДСМ, ДУИ и власта. Нападите на лична основа доминантно ги апострофираат ДУИ (и неговите членови) и СДСМ, а од носителите на главните државнички функции претседателот Стево Пендаровски и премиерот Димитар Ковачевски. Овие напади се најчести од Левица и ВМРО-ДПМНЕ. Како главни актери на поттикнување поделби се ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ. СДСМ е насочен кон ВМРО-ДПМНЕ, а ВМРО-ДПМНЕ обратно кон СДСМ и ДУИ, додека Левица ги напаѓа и ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ и ДУИ. Востановена практика е специфичното именување на одделни политички субјекти, а особено кога целта е да се нападне противникот на лична основа или да се демонизира. Така, ВМРО-ДПМНЕ најчесто се именува само како ДПМНЕ, а СДСМ како СДС. Вокабуларот што политичките актери си го упатуваат едни кон други е богат и разновиден, како: *некадарници, копуци, копилиња, мафијаши, измеќари, шизофрени, криминална банда, неофашисти, неоврховисти, лигуши, клептомани, насилници, тепачи, октроирани, бандити, патриоти на батерии, сецесионисти, канцер-мафија, политички аналфабети, кукавици, балисти, квинслинзи, националисти, иредентисти, крвопијци...* Или поинаку, овие зборови се „рамката“ преку која треба да се читаат и разбираат наративите.

ВОКАБУЛАРОТ НА ПОЛИТИЧКИ ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ ВО ТВ-СТАНИЦИТЕ

Меѓу најфреквентните зборови во ТВ-прилозите во кои се препознава поткопување на довербата во институциите, напади на личност и поттикнување поделби се повторно трите најголеми партии *ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ* и *ДУИ*, како и премиерот *Димитар Ковачевски*. Меѓу главните протагонисти на поткопување на довербата покрај големата тројка е и *Христијан Мицкоски*; во нападите на личност *Стево Пендаровски* и *Христијан Мицкоски*, а главните актери со кои се поттикнуваат поделбите покрај ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ, ДУИ и Димитар Ковачевски, се Левица и Европскиот фронт. Вообичаено ВМРО-ДПМНЕ како опозиција ја поткопува довербата во Владата (СДСМ и ДУИ) изнесувајќи тврдења дека е *криминализирана*, под сериозни сомневања за *перење пари*, со *сканадлозни тендери* и за тоа мора да има одговорност. СДСМ најчесто се поврзува со корупција и криминал. Многу поретко се таргетира и ВМРО-ДПМНЕ и се обвинува за ширење лажни вести, обиди за замолчување и заплашување новинари, дека е режимска партија. Зборовите со емотивен набој како *криминализирана, скандалозни тендери, хаос, ширење лажни вести, замолчување и заплашување, режимска партија* се со намера да предизвикаат страв, сомнеж, презир, бес и гнев.

Нападите на личност/демонизација на политичкиот противник се однесуваат на Владата, владините партнери СДСМ и ДУИ и главно доаѓаат од опозициската ВМРО-ДПМНЕ. Наративот со кој се напаѓа личноста на политичкиот противник најчесто е сместен во контекст и меѓу зборовите *Македонија/држава* и се истакнува дека тоа е против: *граѓаните, народот, јавноста, луѓето*. Со тоа се прави обид да се предизвика отпор, непријатност, бес, гнев кон ДУИ, СДСМ; Владата/власта зошто тие се *криминалците, мафијата, дволичните, сервилните*, за да се заштити државата и народот. Поделбите на нас/ние/нашето и вие/вас/вашето се остри и поларизирачки: *ние сме проевропски фронт, а тие антиевропски, ние сме со западна ориентација, а тие за источна ориентација, ние ќе ја спасиме Македонија а тие се оние со кои држава нема да имаме, ние сме кола што ве води во Брисел, а тие кола направена од стиропор што никој не би сакал да ја купи*... Емоционалната „тежина“ што ја носат овие зборови на поделба, без исклучок се однесуваат на патриотските чувства, а потоа и на надежта за европска иднина, чувството на припадност и поврзаност, од една страна, но и страв, бес, презир од друга страна. Така што основниот избор што им се остава на граѓаните е изборот меѓу *патриотизмот и чесното владеење* и *надежта за просперитет и европска иднина*.

ВОКАБУЛАРОТ НА ПОЛИТИЧКИТЕ ШТЕТНИ НАРАТИВИ ВО ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ

Онлајн медиумите, како „верни“ трансмитери на пораките на политичките актери, автентично ги посредуваа сите нивни штетни политички наративи. Зборовите, фразите со „токсичен“ набој, освен во текстовите, свое место имаат и во насловите, со што се мултиплицира нивното значење и влијание. Доминираат трите најголеми политички партии *(ВМРО-ДПМНЕ, СДСМ, ДУИ)* и политичките лидери *Мицкоски* и *Ковачевски*, и тие ги конструираат штетните политички наративи, ги поттикнуваат поделбите и ги напаѓаат политичките опоненти. Недовербата во институциите е најизразена кон Владата, односно СДСМ и ДУИ, со истакнување и обвинување за милионски криминали на корумпираната власт, за партизираните институции, каде народот и државата се *излажани, изманипулирани* и *оштетени*.

Кога во фокусот на интерес е политичкиот актер, без разлика дали тоа е одредена политичка партија, нејзиниот лидер или функционер, нападите на лична основа имаат исклучително негативен емоционален набој. СДСМ и ДУИ се *подлизурковци, криминалци, уништувачи на државата, безрбетници;* СДСМ е *слуга, измеќар, привезок на ДУИ, квислинзи, клептомани,* а ВМРО-ДПМНЕ *неспособни, наркомани, заробени во конзервативен ум.* Димитар Ковачевски е *најнеспособниот премиер, инсталиран лидер на СДСМ,* Христијан Мицкоски *лажго, пишман аџија, без став и политички капацитет,* а претседателот Стево Пендаровски *манипулатор, бесрамник, претставник на артаноидниот режим.* Нивното групирање според значење издвојува зборови кои се однесуваат на (1) непрофесионалност, неспособност, некадарност на политичките актери, што може да предизвика презир и да поттикне омаловажување; (2) незаконско однесување на политичките актери што поттикнува лутина, презир и агресивно однесување; (3) неодговорно и непатриотско однесување што побудува емоции на грев и презир; (4) определени морални карактеристики што поттикнува чувство на одбивност, презир, омаловажување и игнорирање; (5) одредени ментални заболувања/нарушувања кои предизвикуваат страв, запрепастеност и поттикнува осуда, избегнување; (6) поданичко, несамостојно однесување што побудува презир и срам, а може да доведе до навредливо однесување, потсмев.

КЛУЧНИ ПОРАКИ НА КОРИСТЕНИТЕ ЗБОРОВИ СО ЕМОЦИОНАЛЕН НАБОЈ

Анализата на најчестите штетни наративи што ги конструираат политичките субјекти, а ги пренесуваат ТВ-станиците и онлајн медиумите покажа исти тенденции и особености, односно речиси се пресликани истите зборови со емоционален набој што ги креираат/користат политичките актери и во објавите на онлајн медиумите и прилозите на вестите на телевизиите, без дополнителни информации, објаснување или преиспитување на изјавите. Медиумите „успеале“ да ги поддржат политичките актери во нивниот обид да ја поттикнат недовербата во институциите, да ги навредуваат своите политички противници и да поттикнат поделби заради сопствени цели, пренесувајќи ги целосно нивните зборови со емоционален набој, па дури и да го засилат, пренесувајќи ги без никаква интервенција и дополнителни факти.

Сите овие штетни наративи изобилуваат со емотивен вокабулар кој е екстремно негативен со што се замаглува рационалната проценка на фактите и носењето квалитетни одлуки, па дури и да поттикнат деструктивни поведенија. Зборовите искористени за поткопување на довербата во институциите, како *беда, сиромаштија, мизерија, скандали, уништија, неспособни, криминал(ни), корупција, паника, хаос, профитери, лажни ветувања* – може да поттикнат негативни чувства како бес, страв, несигурност и токму преку нив се манипулира во обидот да се поттикне и/или да се засили недовербата во институциите на државата, во локалната власт, во политичката партија. Зборовите со емоционален набој искористени за напади на лична основа/демонизација како *шизо, ретард, забеган, шизофрени, клептомани* укажуваат на определена ментална состојба кај луѓето и можат да предизвикаат чувства на страв, несигурност, можеби и сожалување, чувства кои резултираат со недоверба кон определена личност. Именките со пејоративно значење пак, како *кукавица, пишман аџија, дезертер* укажуваат на моралот и волјата на личноста и кај луѓето можат да предизвикаат чувства на презир и бес, и можат доведат до ниска почит кон личноста, агресија, омаловажување и сл. Чувства на страв се потконтекстот на

зборовите *насилник, тиранин, терорист, крвопијци* итн. Зборовите искористерни за поделби – *Македонија, држава, народ* и *граѓани* поттикнуваат патриотски чувства и припадност лесно манипулирајќи со емоциите на граѓаните, а во контекст на штетниот наратив поттикнување поделби, манипулацијата е во насока на поделба меѓу ние патриоти и оние непатриоти, ние за народот и граѓаните и оние на штета на народот и на граѓаните. Зборовите *изолација, назад, безнадежност* побудуваат чувства на осаменост, на несоодветност, наспроти зборовите *иднина, просперитет, надеж,* чиј емотивен потенцијал поттикнува надеж и акција. Едни се *грижат* и го *почитуваат* народот, додека другите го *навредуваат* и го *омаловажуваат*. Со изборот на емотивни зборови кои поттикнуваат противречни чувства (позитивни за едни, а негативни за други) се поттикнува поделбата и меѓу граѓаните кои бираат различни политички опции, а не само меѓу политичките партии.

Какви се можните ефекти на овие зборови врз граѓаните? Еден збор може да поттикне бура од емоции, менувајќи ја насоката на разговорот, на меѓучовечките односи, па дури и на животот. Зборовите како *шизо, лажго, беда, сиромаштија и мизерија, непотизам, скандали, криминал, корупција, партиски послушици, бугарски диктат, гола пропаганда, бандит, неспособни, неодговорни, криминална банда, профитери, лажни ветувања, создава хаос, шири паника, ретард, забеган, шизофрени, клептомани, кукавица, пишман аџија, дезертер, насилник, тиранин, терорист, крвопијци, изолација, безнадежност* поттикнуваат страв, лутина, фрустрираност, бес и се искористени како оружје за манипулација, за повреда или за поделба. Тоа предизвикува длабока недоверба и несигурност кај граѓаните кои треба да донесат важни одлуки кои влијаат врз нивниот живот и животот на целото општество. Емоциите кои се поттикнати од зборовите и можните однесувања што би се појавиле како резултат на негативните чувства можат да имаат далекусежни последици за демократските процеси, но и за менталното здравје и состојба на луѓето. Притоа, ниту политичките актери кои го креираат штетниот наратив ниту медиумите, а особено онлајн медиумите кои го амплифицираат штетниот наратив со нивното „од збор до збор“ пренесување, не сносат никаква одговорност за нарушување на добросостојбата на граѓаните.

НЕОЛОГИЗМИТЕ КАКО ДЕЛ ОД ПОЛИТИЧКИТЕ ШТЕТНИ НАРАТИВИ

Предмет на истражувачки интерес се неологизмите што ги креираат, користат и шират политичките актери во комуникацијата на нивните официјални интернет-страници и профили на Фејсбук, дел од штетните политички наративи, особено во насока на омаловажување, дискредитирање на политички противници. Анализата дава одговор на прашањата: Кое е значењето на штетните политички неологизми? Кој е поширокиот контекст на овие неологизми? Кои други елементи на штетни наративи ги содржат овие неологизми? Кој ги користи и кон кого се насочени неологизмите? Од кои компоненти се состојат овие неологизми? Анализата ги опфаќа: политичката комуникација, политичкиот дискурс, политичките актери и поширокиот политички контекст поврзани со штетните неологизми, формулациите и лексичко-семантичките, зборообразувачките, морфолошките и синтаксичките елементи на неологизмите што ги употребуваат политичките актери. Од мониторингот и анализата, политички актери кои користат неологизми се: ВМРО-ДПМНЕ; Демократско движење (и Изет Меџити); Левица (и Димитар Апасиев); СДСМ.

КЛУЧНИ ПОРАКИ ОД КОМУНИКАЦИСКО-ЛИНГВИСТИЧКАТА АНАЛИЗА

Политичките актери во РС Македонија користат солиден број штетни неологизми, како целосно нови кованици и познати изрази што добиваат ново значење и се штетно контекстуализирани. Ваквата практика на креирање кованици претставува своевиден политички новоговор. Повеќе штетни неологизми користат македонските политички партии, што се должи и на повеќето македонски политички актери. Сепак, функцијата и целта што ги имаат штетните неологизми се исти и во двата јазика, и кај македонските и кај албанските политички актери. Тие штетните неологизми најчесто ги користат со цел критика, омаловажување и дискредитирање на политичките противници преку напад на лична основа и пристрасно селектирање, со цел поткопување на довербата во одредени институции, поттикнување поделби, ширење паника, страв и несигурност, како и ширење страв од странско влијание и ширење популизам. Истовремено себеси се претставуваат како „спасители на народот“, односно „со народот и за неговите интереси“, а нивните противници се „против народот и неговите интереси“. Како канали за пренесување на ваквите штетни неологизми најчесто ги користат своите официјални интернет-страници, односно профили на Фејсбук. Тие често се наоѓаат во насловите на нивните објави, што дополнително ја засилува нивната штетност, правејќи ги повидливи и „поударни, полесни за понатамошно споделување и ширење, особено затоа што многу често дел од јавноста ги чита само насловите за брзо информирање, а медиумите имаат практика на преземање на одредени наслови од објавите на политичките актери, со што понатаму се шират овие штетни неологизми и навлегуваат во секојдневниот јазик“.

Штетните неологизми во вокабуларот на политичките актери претставуваат стратегиски јазични манипулации насочени кон јавноста, односно идните гласачи. Оние кои ќе се покажат повешти/покреативни при создавањето и ширењето би можеле многу поуспешно да ѝ „се додворат“ на јавноста, но и повеќе да им наштетат на политичките противници, со што се создава еден вид „загаденост“ на општествено-политичкиот простор и на комуникациската екологија и неповолна клима за сите. Тоа дополнително се засилува кога штетните неологизми се пренесени од медиумите. Анализата покажа дека медиумите ги пренесуваат штетните неологизми од политичките актери, особено од т.н. големи партии од коишто пренесувањето е почесто, и тоа најчесто како пренесено соопштение. Преку нив тие стануваат подостапни и поверојатно е да навлезат во секојдневна употреба на граѓаните, со што се шират дополнително и стануваат практика.

Најчесто користените штетни неологизми се однесуваат на: личност, односно политички актер, индивидуален и колективен (како: *Жмицко, тачевизам, артаноиден, казиноман, ДУИ-лотаријата*) и на власт/владеење и општествено-политички текови (на пример: *бонбона бизнис, канцер мафија, казино-партија, пасокизирање, шверцерат*). Дел од овие штетни неологизми се веќе влезени и во поширокаата употреба од страна на македонската јавност и на некој начин се „нормализирани“ (како: *сороспии, северџански, МВРО-ВМРО/ВМРО-МВРО, груевистички, Таче*). Поразително, поголемиот дел од штетните неологизми се поврзуваат со изрази што означуваат матни бизниси, криминални дејства и деспотски владеења, како од аспект на тоа дека ова се општествено-политичките случувања, процеси и тековиво државата така и од аспект дека врз основа на нив се создаваат штетни неологизми што дополнително ги продлабочуваат овие процеси и тие навлегуваат во дискурсот како вообичаени, а всушност се штетни од повеќе причини.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

ШТЕТНАТА РЕТОРИКА НА ПОЛИТИЧКИТЕ СУБЈЕКТИ

Политичките наративи се легитимна, но и моќна алатка на политичките актери во нивните заложби да ја информираат и да ја мобилизираат јавноста, да ги обликуваат нејзините перцепции, ставови и однесувања. Оттука и огромната одговорност на политичките актери. Доколку се користат невнимателно или со цел да ја манипулираат јавноста, тогаш наративите стануваат штетни со потенцијал да ги поделат луѓето, да ја продлабочат недовербата во институциите на системот, да навредат, да дискредитираат или да демонизираат.

Заедничко за политичките актери е дека сите подеднакво и најчесто ги користат истите четири штетни наративи – поткопување на довербата во институциите, пристрасно селектирање, напади на лични основа и поттикнување поделби. На тој начин тие комуницирале пораки со кои се подрива довербата на граѓаните во системот, изнесувајќи ставови без прикажување на сите факти и целата слика, а во исто време ги омаловажувале противниците, правејќи разлика меѓу *добрите* и *лошите*. Во нивната комуникација со јавноста доминираат зборовите со силен емоционален набој, исклучиво употребувани во негативна конотација. Со тоа се промовира култура на дискриминација на лична основа, но недвосмислено предизвикува интензивни негативни емоции и состојби: страв, бес, гнев, фрустрација, омраза, агресија, депресија, безнадежност. Дополнително, најчесто креираат дискурс на *спасители* и *бранители* на народот, на правдата, на идентитетот, со што директно се обраќаат, повторно, на емотивниот дел од личноста и ја испраќаат потконтекстната порака дека на немоќните граѓани им е потребен некој да ги брани и да ги спасува. Употребувајќи вокабулар од зборови со негативен емоционален набој, наместо јасни и недвосмислени зборови кои точно ќе ја информираат јавноста, политичките актери повеќе манипулираат со граѓаните не нудејќи докази и факти за своите тврдења.

Политичките партии, нивните лидери и владините претставници користејќи ја штетната реторика ги прекршиле сите начела на недискриминациска и транспарентна комуникација. Преку штетната реторика на подривање на довербата во институциите, со обвинувања за корумпираност, непрофесионалност, а без факти и докази за штетните тврдења, политичките субјекти директно го прекршиле начелото на етичка комуникација и зачувување на слободата на говор. Етичката комуникација во политиката ја гради основата за довербата меѓу политичарите и граѓаните. Таа е насочена кон едуцирање и информирање на јавноста, а не искористување на емоциите. Користејќи пристрасно селектирање, еклатантно ги прекршуваат начелата на транспарентност и професионалност, непристрасност и објективност, односно намерното пренесување на сегмент од сликата, појавата со изоставање на дел од информациите директно се коси со начелото на транспарентност. Негова клучна карактеристика е политичарите или функционерите да ѝ ја кажуваат вистината на јавноста, дури и кога не е во нивна корист. Професионалната политичка комуникација избегнува наведувачки изјави, манипулација и нечесност, а дискурсот е конструктивен и со почит кон другите. Во исто време, со реториката на политичарите за омаловажување

на противникот и поттикнувањето поделби се прекршува начелото за неширење говор на омраза и дискриминациски говор, суштинско за создавање инклузивна, и фер политичка средина, во која секој е почитуван. Оваа реторика ниту придонесува кон запирање на ширењето на дискритминацискиот говор, туку обратно кон појава на насилство, омраза или дискриминација меѓу јавноста. Со придржување кон ова начело, политичките субјекти можат да помогнат во одржувањето на општествената хармонија, да ги заштитат ранливите групи и да придонесат за поправедно и демократско општество.

МЕДИУМСКОТО ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ШТЕТНАТА РЕТОРИКА

Во демократијата, граѓаните имаат потреба од пристап до точни и навремени информации за да можат да донесат соодветни одлуки особено кога гласаат или учествуваат во јавни дебати. Медиумите обезбедуваат информации, анализи и тековно следење на владините активности, политики и глобални настани, помагајќи им на луѓето да останат едуцирани за прашањата кои влијаат на нивните животи. Здравата демократија се потпира на отворена јавна дебата и дијалог, а медиумите простор за различни групи и гледишта. Тие можат да помогнат во зајакнувањето на демократските принципи како еднаквост, правда и човекови права преку промовирање на фер и балансирана покриеност, да се спротивстават на дискриминацијата, корупцијата и неправдата, застапувајќи се за политики кои ги поддржуваат демократските вредности.

Медиумското известување за политичките штетни наративи е интензивно и секојдневно присутно. Ова еднакво важи за присуството на штетните наративи и во етерот на националните телевизиски дифузери и во интернет-просторот на информативните онлајн медиуми. Особено интензивно е токсичното известување на онлајн медиумите, дури поинтензивно од самите творци на штетните наративи – политичките актери. На овој начин медиумите го мултиплицирале ефектот на штетните наративи обезбедувајќи платформа на политичките актери преку која стигнувале до широката јавност, а не само до оние кои ги следат комуникациските канали на политичарите. И телевизиите и онлајн медиумите речиси ги пресликале штетните наративи како што ги креирале политичките актери, притоа потпирајќи се на содржини од пренесени говори на политичарите или од соопштенијата за јавноста од политичките партии. Така, наместо на општествените случувања и настани да им пристапат на сериозен и темелен начин, оставаат за нив да зборуваат политичките актери низ сопствената призма и дневна политика. Сериозни теми како ветинг во судството, корупцијата и криминалот, странските влијанија во внатрешната политика, уставните измени, односот кон соседите, се отвораат без квалитетна анализа и речиси исклучиво само како дел од меѓусебните политички напади и обвинувања.

Најчестите штетни наративи – поткопувањето на довербата, пристрасното селектирање, нападите на лична основа и поттикнувањето поделби подеднакво се присутни и кај политичките субјекти и кај медиумите. Притоа, кога ќе се погледне начинот на кој се одвивало медиумското известување за штетните наративи и улогата на новинарот како „нем“ пренесувач (без да интервенира или без став), без критичка анализа на сериозните, а штетни тврдења, обвинувања и изјави на политичките актери, без обезбедување повеќестрани гледишта за наративот кој се пренесува, со консултирање на само еден извор во најголемиот број случаи, уште појасно станува колку интензивно била изложена јавноста на наративи кои побудуваат чувства кои може да инхибираат или пак да поттикнат непродуктивни однесувања па дури и агресија.

Непристрасноста и балансираноста, заедно со вистинитоста, се основните елементи на новинарската професија. Консултирањето на само еден извор и презентирањето на само една страна во прилогот или објавената содржина, особено кога таа страна е одговорна за креирање на одредени штетни наративи, е далеку од професионалното новинарство. Во случаи кога новинарот веќе отстапил простор за неаргументирани напади, етикетирања, дезинформации или навреди на некој политички актер, најмалку што треба да направи е да ја консултира и другата страна, да ја соочи со обвинувањата и да понуди можност да ја претстави својата страна од приказната. Поврзано со почитувањето на професионалните новинарски стандарди, мошне битен заклучок којшто се однесува на известувањето за штетните наративи во време на изборна кампања станува евидентен. Имено, единствено кај телевизиите е забележан значителен пад на присуството на штетните наративи во изборните месеци, период кога телевизиите подлежат на посебни регулативи, што не е случај со онлајн медиумите, каде е забележан дури најголем број штетни наративи во изборниот месец април. Ова упатува на заклучокот дека има значајна разлика од регулирана сфера наспроти саморегулацијата кај онлајн медиумите.

ПОСЛЕДИЦИТЕ ОД ШТЕТНИТЕ НАРАТИВИ

Продуцирањето и дистрибуцијата на штетни наративи во јавниот комуникациски простор може да придонесе кон поларизирање на јавната дебата, нормализирање на лошите комуникациски практики и прекршување на стандардите и начелата за етичка и професионална комуникација. Комуникацијата со штетни наративи отворено и директно ги нарушува начелата на етичка и професионална комуникација, а од носителите на јавни функции се очекува транспарентна, отчетна и точна комуникација во согласност со нивните заложби дека работат за доброто на граѓаните. Иако за секој од анализираните чинители постојат прописи со кои се регулира професионалноста и коректноста во комуникацијата со јавноста, речиси никој од нив не ги почитувале.

Можните последици од високата изложеност на штетни наративи се повеќекратни и далекусежни на сметка на демократијата и на општествената добросостојба, но пред сè за самиот граѓанин. Оттаму, почитувањето на постојните позитивни прописи за негување и почитување на коректна јавна комуникација (политичка и во медиумите), како што е Етичкиот кодекс за јавните службеници (донесен во 2011 година), Кодексот на новинарите на Македонија (донесен и потпишан од самите новинари во 2001 година), кодексите на поединечните политички партии, е обврска на која почесто треба да се потсетуваат и да се навраќаат и политичките актери и медиумските работници. Довербата што ја имаат од граѓаните и политичарите и медиумските работници, ги обврзува на коректна комуникација, којашто подразбира транспарентност, непристрасност, учтивост и заснованост на докази и факти, но и е нивна примарна одговорност.

Неоснованото поткопување на довербата во институциите, поттикнувањето поделби, нападите на личност и демонизирањето, како и пристрасното селектирање доведува до општа недоверба на граѓаните во системот, безнадежност, изолација, избегнување да се следат вести, граѓански неактивизам, конфликтност, поларизираност на јавниот дискурс што пак вообичаено резултира со неинформирана и пасивна јавност која не верува дека е можно постигнување договор ниту за најзначајните аспекти од општествено-политичкото живеење и која нема ниту сили ниту мотив да биде коректив на оние кои ги избрала, а не работат за нејзино добро.

Користењето на штетните наративи од страна на политичките актери во јавниот дискурс поттикнува нормализирање на примената на навредлив речник на јавната сцена и во јавната комуникација. Кога тој не се осудува, не се ограничува неговата употреба, по подолг период може да се прифати како дел од општата лексика на јазикот, а со тоа и ширење штетни наративи и ниска култура на јавното говорење. Штетните наративи во кои политичките субјекти се нудат како „спасители" и „бранители", освен што ја праќаат пораката дека граѓаните се немоќни, всушност не поттикнуваат ниту остваат простор за критичко, самостојно размислување и носење одлуки врз основа на податоци, факти и различни аспекти на гледање на прашањата и на проблемите. Истиот ефект врз рационалниот процес на проценка на фактите и носење одлуки го има употребениот емотивен вокабулар на политичарите кој е високо негативен, предизвикувајќи чувства на страв, лутина, презир, бес, гнев, фрустрираност, омраза и може да поттикне деструктивни поведенија.

ТЕОРИСКИ И НАУЧНИ ИМПЛИКАЦИИ

Сите политички субјекти настојуваа да понудат сопствени рамки преку информациите кои ги проследуваа до јавноста, истакнувајќи одредени аспекти на некое прашање, а минимизирајќи други. Едни ги истакнуваа криминалите и корупциските скандали, други етнотрибализмот како карактеристика на политичкиот противник, трети изборите како избор помеѓу македонизмот и антимакедонизмот или светла иднина наспроти мрачно минато. Овие рамки преку кои граѓаните требаше да ги перципираат и да ги разбираат политичките субјекти и политичката реалност воопшто, се потврда за концептот на теоријата на врамување дека во политичката комуникација врамувањето е моќна алатка за обликување на јавното мислење и влијание врз политичките дебати. Политичарите и медиумите (како во истражувањето) секогаш користат врамување за да промовираат свои агенди преку наративи кои одговараат на одредени вредности, идеологии или емоции. Рамките одредуваат што ќе се вклучи во разговорот, а што ќе биде исклучено, дали ќе се нагласува чесноста или патриотизмот, грижата за граѓаните или европската иднина, криминалот или национализмот.

Потврда за функционирање на теоријата на стратегиски наративи е што ниеден од штетните наративи не беше случајно дизајниран, напротив, добро осмислени стратегии со кои политичките субјекти се обидоа да влијаат на јавноста. Големиот број штетни наративи покажа како политичките субјекти конструираат и комуницираат приказни за да ги обликуваат перцепциите и да влијаат на однесувањето на публиката. Во изборниот период сите политички субјекти креираа и пренесоа свои слогани, кои постојано се слушаа како: *Македонија повторно твоја, Храбро за Македонија, Достоинствена Македонија, Луѓето на прво место, Промените во твои раце, Програма за европска иднина.* Преку нив политичките субјекти се обидоа да евоцираат симболични значења поврзани со националниот идентитет, себеидентификувањето и себеприфаќањето, како и со истакнување на чесноста, лојалноста и храброста како важни човекови карактеристики. Доказ дека политичките наративи често се потпираат на симболи, метафори и културни референци и ја истакнуваат нивната улога во обликувањето на меѓучовечките интеракции, како што го пропагира и теоријата на симболички интеракционизам.

Голем број истражувачки податоци зборуваат за тоа дека медиумите влијаат на јавната перцепција за важните политички прашања, оформувањето на демократскиот дискурс

и граѓанскиот ангажман, често преку врамување, селективно покривање и поставување агенда. Значи, од тоа дали и какви политички наративи ќе пренесат медиумите, колку селективно или целосно ќе ги пренесат, ќе зависи јавната перцепција за политичките прашања. Ако знаеме дека еден од најчестите штетни наративи кои ги користат политичките субјекти, а пренесени преку медиумите беше пристрасната селекција со намерно изоставање на важни факти кои можат да ја подријат позицијата на оној кој ги изнесува ставовите, може само да се претпостави нивното штетно влијание.

Истражувачки е идентификувана зголемена политичка поларизација, заеднички предизвик за демократиите на глобално ниво, делејќи ги општествата по идеолошки, етнички или религиозни линии. Поларизичките наративи ги интензивираат борбите за моќ, доведуваат до намалување на компромисот во политиката и ја ослабуваат довербата на граѓаните во демократските институции. Ваквиот тип штетни наративи (многу чест во јавната комуникација во Македонија) доведува до ерозија на демократските норми и поттикнуваат клима каде компромисите и соработката се сè поретки. Во исто време нападите на лична основа и дискредитирачките кампањи значително влијаат на политичкиот дискурс и поттикнуваат средина на недоверба и непријателство меѓу електоратот. Наративите на омраза пак, кои стратегиски се користени за да се мобилизираат одредени групи на гласачи, а други отуѓуваат, придонесуваат за поларизирана политичка атмосфера, усложнувајќи ги напорите за поттикнување инклузивен демократски ангажман. Нападите на лична основа и/или демонизирањето на политичките противници беше еден од трите најчести видови штетен наратив во истражувањето.

Досегашните истражувања зборуваат дека ефективноста на наративите ќе биде поголема доколку тие обезбедат јасна прогноза за последиците поврзани со политиката и, притоа, наративите со апели кои нудат сигурност кон одредена политика ја зголемуваат поддршката кон неа, додека апелите кои нудат несигурност, поточно негативните предвидувања за друга политичка опција ја намалуваат поддршката на граѓаните кон неа. Во голем број штетни наративи во истражувањето, особено оние кои потикнуваа поделби реториката е токму таква, предвидување за идни исходи: ако се избере едната политичка опција, граѓаните ги чека враќање во мрачно минато, ако се избере другата – светла европска иднина или пак ако се избере една политичка опција, државата ќе се врати на правилниот пат, но ако се избере другата, ќе продолжи агонијата, криминалот и корупцијата заедно со незаштитувањето на државните интереси. Голем број од штетните наративи содржеа јасни елементи како херои, *спасители на народот, бранители на националните интереси,* но и негативци во форма на *криминалци, узурпатори, насилници, крвопијци,* и жртви во форма на *напатен македонски народ, излажани граѓани, изманипулирани граѓани.* Сите овие елементи ги направија поубедливи наративите и поттикнаа голема политичка промена што резултираше со промена на власта.

Дезинформациите како еден вид штетни наративи се сериозни предизвици за демократските процеси со поткопување на довербата во институциите, поларизирање на јавното мислење и создавање конфузија во врска со фактичките информации, што пак може да ги ослаби темелите на демократското владеење. Ако истражувањата покажуваат дека дезинформациите го нарушуваат граѓанскиот ангажман создавајќи средина каде што граѓаните ги избегнуваат политичките вести или пак раѓаат збунетост за политичките прашања, податокот дека во истражувањето имаше определени (иако со умерен интензитет) дезинформации е навистина загрижувачки за и онака кревката македонска демократија.

Бројни се студиите за влијанието на емоциите во политичките наративи кои потврдуваат дека тие се моќна алатка за влијание врз изборните резултати, при што емоциите не се

сфаќаат како ирационални сили во политиката, туку централни за информираното политичко расудување, обликувајќи како поединците толкуваат, се бават и реагираат на политичките настани. Истражувањето идентификуваше огромен број емотивно оптоварени зборови. Во исто време стравот и анксиозноста доведуваат до критичко преиспитување и покритични проценки на политичките случувања. Односно, тие го активираат „системот за надзор", охрабрувајќи ги поединците да бараат информации и да ги преиспитаат политичките избори, со што се зголемува нивното политичко внимание и отвореност за нови идеи. Стравот, гневот и недовербата вообичаено ги зајакнуваат негативните перцепции за спротивната група, попречувајќи ги можностите за помирување или дијалог.

Популизмот како идеологија општеството го гледа поделено на две антагонистички групи: *чистиот народ* наспроти *корумпираната елита,* а неговата привлечност лежи во неговата едноставност и директност и е особено приемчив за граѓаните кои се чувствуваат исклучени од политичките елити. Тоа пак го прави популизмот приспособлив за разни политички контексти и идеологии, од десничарски национализам до левичарски антиестаблишментски движења. Притоа, популистичката реторика и стратегија ризикуваат да ги поткопаат демократските норми преку промовирање на поделеност, намалување на толеранцијата за плурализмот и еродирање на институционалните контроли и рамнотежи. Популистичките наративи претставуваат ризик за демократските вредности преку поттикнување на поларизацијата и поткопување на толеранцијата и плурализмот. Популизмот како штетен наратив се јавува и во политичката комуникација во Македонија, вбројувајќи го во петте најчести штетни наративи.

Политичките лидери и нивните партии, заедно со медиумите, имаат моќ да влијаат и врз развојот на јазикот. Медиумите се каналот преку кој се шират јазичните иновации, а политичарите можат да се подведат под терминот иноватори, индивидуалци со силни врски во и надвор од групата. Истражувачки, на македонската политичка сцена штетните неологизми конструирани од политичките актери во мал број примери имаат статус на неологизми и далеку се од нивно влетување во речниците, односно остануваат во разговорниот стил и на социјалните мрежи. Авторските неологизми и неологизмите воопшто што ги употребуваат писателите и научниците се одликуваат со висок степен на промисленост и јазично знаење и претставуваат добар начин за збогатување на лексиконот на македонскиот јазик, наспроти медиумите кои некритички пренесуваат туѓи зборови, било поради непреведување од туѓи јазици било поради незнаење или незаинтересираност, и на тој начин негативно влијаат врз македонскиот стандарден јазик.

ПРЕПОРАКИ И ИДНИ ЗАЛОЖБИ

ПРЕПОРАКИ ЗА ПОЛИТИЧКИТЕ АКТЕРИ

- Политичките партии се повикуваат да донесат кодекси на однесување со стандарди за почитување на начелото на недискриминација, забрана за ширење омраза и ограничување на човековите права. Пожелно е да работат на меѓупартиски иницијативи за подобрување на толеранцијата, справување со дезинформациите, спречување дискриминација, поттикнување на меѓукултурно разбирање, социјална инклузија и почит за различностите. (UNHRSP, OSCE, OAS, ACHRP, 2021).
- Политичките актери во комуникацијата со јавноста е потребно да го почитуваат начелото на комуникација базирана на докази затоа што манипулативниот говор, кој ги вклучува дезинформациите, неточните информации и злонамерните информации, може сериозно да влијае врз демократските процеси и во изборите, преку создавање и ширење лаги, напад врз личности, што може да резултира со намалување на довербата во изборниот процес и во институциите.
- Едукација на политичките актери, вклучително лицата задолжени за односи со јавноста и подмладоците на политичките партии за тоа кога наративите стануваат штетни и за нивната голема разорна моќ.
- Свесно избегнување на манипулацијата со патриотските чувства, колективниот идентитет, групната припадност на граѓаните.
- Промовирање на неологизми со цел креативно вложување, конструирање и поттикнување на позитивна и оптимистична реалност, наместо неологизми чија цел е да навредат и да дискредитираат.
- Едукација на подмладоците на политичките партии за начелата и стандардите во политичката комуникација, кои се однесуваат на обврските на политичарите за транспарентност и достапност, застапување на јавниот интерес, некористење на дезинформации и непроверени информации во своето обраќање кон јавноста, некористење на говор на омраза, дискриминациски говор и зачувување на слободата на говор.

ПРЕПОРАКИ ЗА ВЛАДАТА И ЈАВНИТЕ СЛУЖБЕНИЦИ

- Владините претставници треба да ја следат Комуникациската стратегија на Владата во која е изречно наведено дека не се објавуваат, ниту споделуваат содржини што можат да бидат навредливи кон поединци или кон одредена група граѓани.

- Јавните службеници, согласно со Етичкиот кодекс за јавни службеници, доследно да го почитуваат начелото за еднаквост на политичките партии, според кое тие мораат еднакво да ги третираат политичките партии и да не ги подведуваат на дискриминација според различни основи.

ПРЕПОРАКИ ЗА МЕДИУМИТЕ

- Доследно почитување на новинарските професионални стандарди, особено основните принципи за вистинитост, точност и верификација на изнесените тврдења пред да бидат објавени, обезбедување плурализам на мислења, воздржување од пренесување говор на омраза, баланс меѓу слободата на изразување и спречување на говорот на омраза.
- Унапредување на саморегулацијата, но и зајакнување (операционализација) на регулативата за онлајн медиумите во интернет-просторот.
- Примена на законските и етичките начела за време на изборни циклуси, како за традиционалните медиуми така и за онлајн медиумите, односно дополнување на законската рамка со обврски за информативните онлајн медиуми при известувањето за време на избори.
- Почитување и примена на етичкото известување од избори. Прирачникот за етичко известување од изборите од Здружението на новинари на Македонија во 2021 година е патоказ кој треба да се следи. Тој јасно назначува дека новинарите не смеат да употребуваат говор на омраза во известувањето и да се воздржуваат од употреба на нетолерантна или потпалувачка реторика, а кога ваквата реторика ја користат политичките актери, да бидат внимателни како ќе известуваат, но не и таа да се шири понатаму. Глобалната конвенција за етика во новинарството на Меѓународната федерација на новинари посочува „во информирањето новинарите да не придонесуваат кон омраза или предрасуди и да сторат сè што е возможно да се избегне учество во ширење дискриминација по различни основи“. Прирачникот за медиумска анализа за време на набљудувањето на изборите на ОДИХР, ЕУ и Советот на Европа, препорачува медиумите да одбијат отворено или прикриено искажување не¬толеранција и „внимателно да размислат дали објавувањето на таквите изјави придонесува кон клевета и потсмев на основ на пол, раса, боја на кожа, јазик, вера и религија, припадност на национална или етничка малцинска група, социјални разлики или друго мислење” (6 OSCE/ODIHR, Council of Europe & EU (2005) European Commission for Democracy through Law (Venice Commis¬sion) Guidelines on Media Analysis during Election Observation Missions, Strasbourg).
- Новинарот, како што посочува Глобалната повелба за етика на новинарите на Меѓународната федерација на новинари е должен да ги „почитува фактите и правото на јавноста да ја дознае вистината. Одговорноста која таа/тој ја има кон јавноста е далеку поголема од одговорноста кон работодавците, властите или политичките партии. Без разлика какви вредности застапува медиумот и која е неговата уредувачка политика, професионалните новинари мора да ги следат принципите на вистинитост, непристрасност и балансираност.

Институт за комуникациски студии

НЕ ВЕРУВАЈ ПРОВЕРУВАЈ! #користифакти

www.iks.edu.mk
info@iks.edu.mk

British Embassy Skopje

UKaid from the British people

Ова истражување е спроведено во рамки на проектот „Употреба на новинарство засновано на факти за подигање на свеста и спротивставување на дезинформациите во медиумскиот простор во Северна Македонија“ финансиран од Владата на Обединето Кралство, со поддршка на Британската амбасада Скопје. Мислењата и ставовите наведени во оваа содржина не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на Британската Влада.

Институт за комуникациски студии

НЕ ВЕРУВАЈ ПРОВЕРУВАЈ! #користифакти