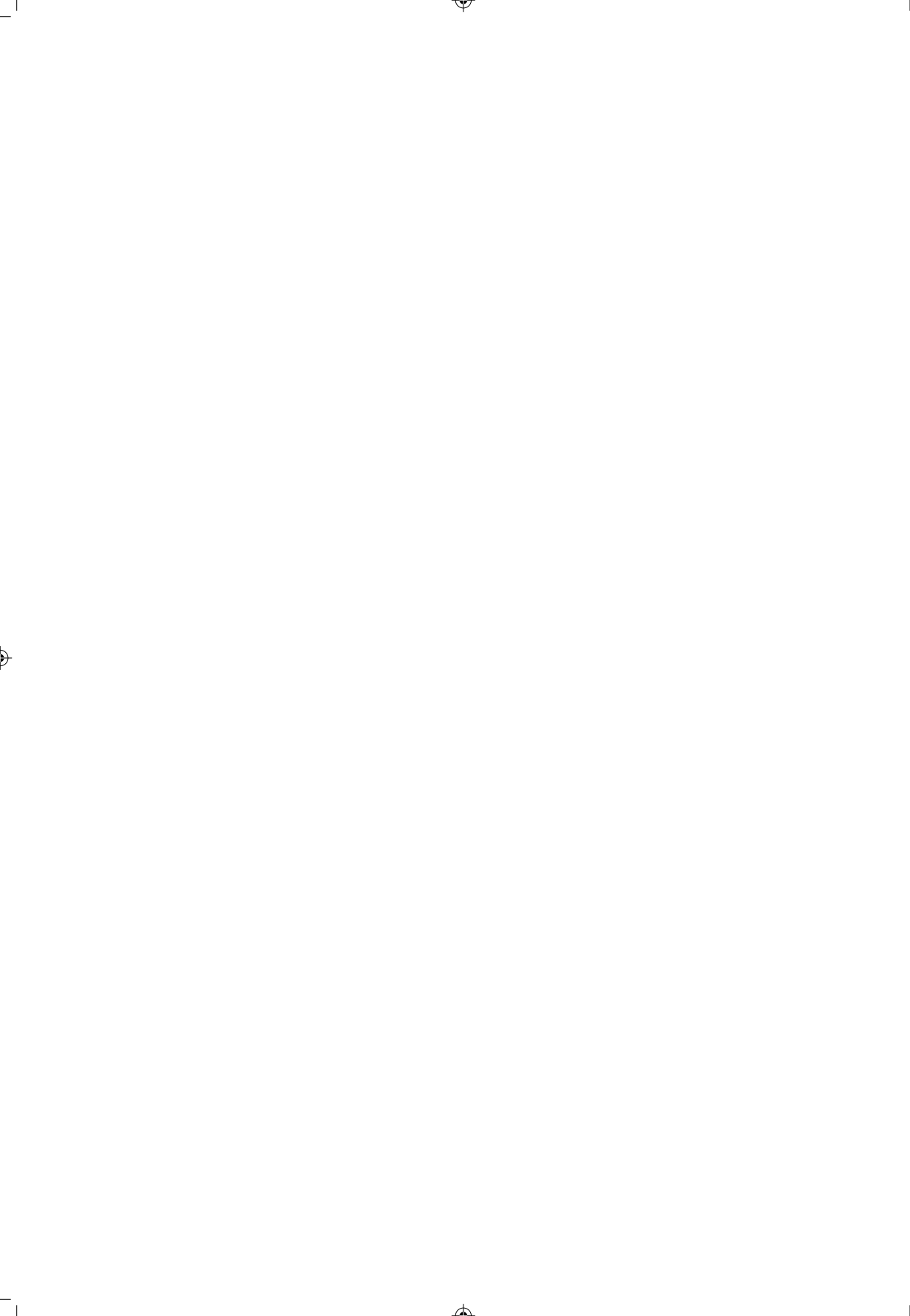


ИГОР МИЦЕВСКИ
СНЕЖАНА ТРПЕВСКА
ЖАНЕТА ТРАЈКОСКА

ИЗВЕСТУВАЊЕ
ОД ПАРАЛЕЛНИ
СВЕТОВИ:

МЕДИУМИТЕ НА ЗАЕДНИЦИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА



Игор Мицевски
Снежана Трпевска
Жанета Трајкоска

ИЗВЕСТУВАЊЕ ОД ПАРАЛЕЛНИ СВЕТОВИ:
МЕДИУМИТЕ НА ЗАЕДНИЦИТЕ
ВО МАКЕДОНИЈА





ИЗВЕСТУВАЊЕ ОД ПАРАЛЕЛНИ СВЕТОВИ: МЕДИУМИТЕ НА ЗАЕДНИЦИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА

Издавачи: Висока школа за новинарство и односи со јавноста
Институт за комуникациски студии
Јуриј Гагарин 17/1-1
1000 Скопје, Македонија
www.vs.edu.mk
www.iks.edu.mk

За издавачите: м-р Жанета Трајкоска

Автори: Игор Мицевски, Снежана Трлевска, Жанета Трајкоска
Лектор: Ружица Пејовиќ
Дизајн: Љубен Димановски

Печати: Винсент Графика - Скопје
Тираж: 200



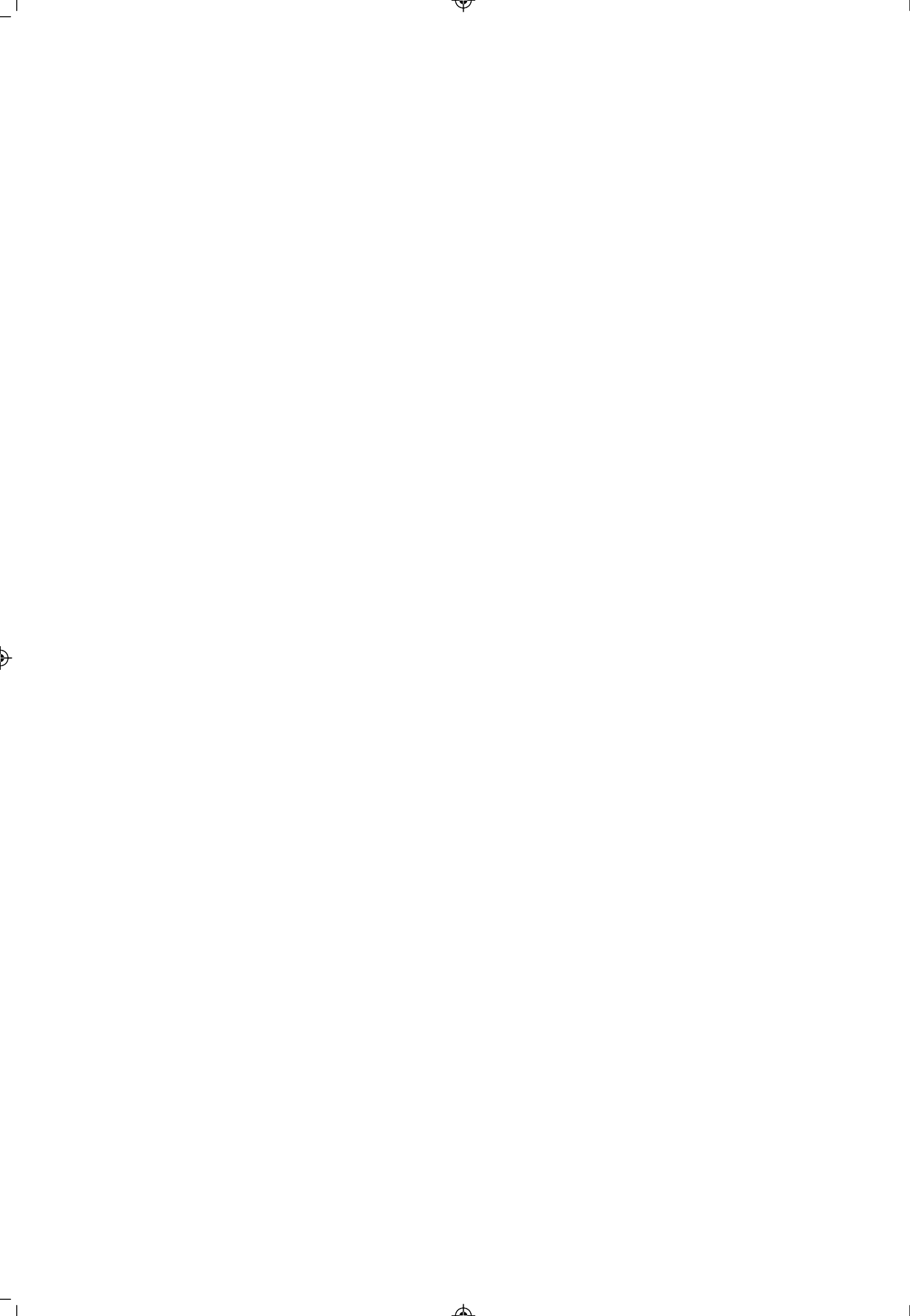
**OPEN SOCIETY
FOUNDATIONS**

Печатењето на оваа книга е поддржано од
Фондациите Отворено општество (Open Society Foundations)

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје
316.774-054.57(497.7)"2012"(047.31)
МИЦЕВСКИ, Игор
Известување од паралелни светови : медиумите на заедниците во Македонија /
Игор Мицевски, Снежана Трлевска, Жанета Трајкоска. -
Скопје : Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, 2013. - 110 стр. :
табели ; 23 см
Фусноти кон текстот. - За авторот: стр. 102. - Библиографија: стр. 101
ISBN 978-608-65406-2-3
1. Трлевска, Снежана [автор] 2. Трајкоска, Жанета [автор]
а) Медиуми на заедниците - Македонија - 2012 - Истражувања
COBISS.MK-ID 93965578

Содржина

ПРЕДГОВОР.....	7
ВОВЕД.....	9
I МЕДИУМСКИОТ СИСТЕМ ВО МАКЕДОНИЈА И ПОЗИЦИЈАТА НА ЕТНИЧКИТЕ ЗАЕДНИЦИ	13
II АНАЛИЗА НА ПРАКТИКАТА НА МЕДИУМИТЕ НА ЕТНИЧКИТЕ ЗАЕДНИЦИ	
1. МАКЕДОНСКА ТЕЛЕВИЗИЈА - ВТОР ПРОГРАМСКИ СЕРВИС.....	29
2. КОМЕРЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ.....	61
III НАЈВАЖНИ СПОРЕДБЕНИ СОГЛЕДУВАЊА.....	81
IV ЗАКЛУЧОЦИ	99
БЕЛЕШКА ЗА АВТОРИТЕ	105
БЕЛЕШКА ЗА ИЗДАВАЧИТЕ	107



Предговор

Регионалниот проектот „Медиумите и малцинствата на Западен Балкан“ е реализиран во рамките на Регионалната програма за поддршка на истражувањата во земјите од Западен Балкан, координирана од Универзитетот од Фрајбург, Швајцарија. Истражувањето се спроведуваше во Македонија, Босна и Херцеговина, Србија и во Црна Гора, од страна на следните истражувачки организации: институтот Медиа план од Сараево (координатор на проектот), Високата школа за новинарство и за односи со јавноста од Скопје, Новосадската новинарска школа и индивидуалниот истражувач Наташа Ружиќ од Факултетот за политички науки во Подгорица.

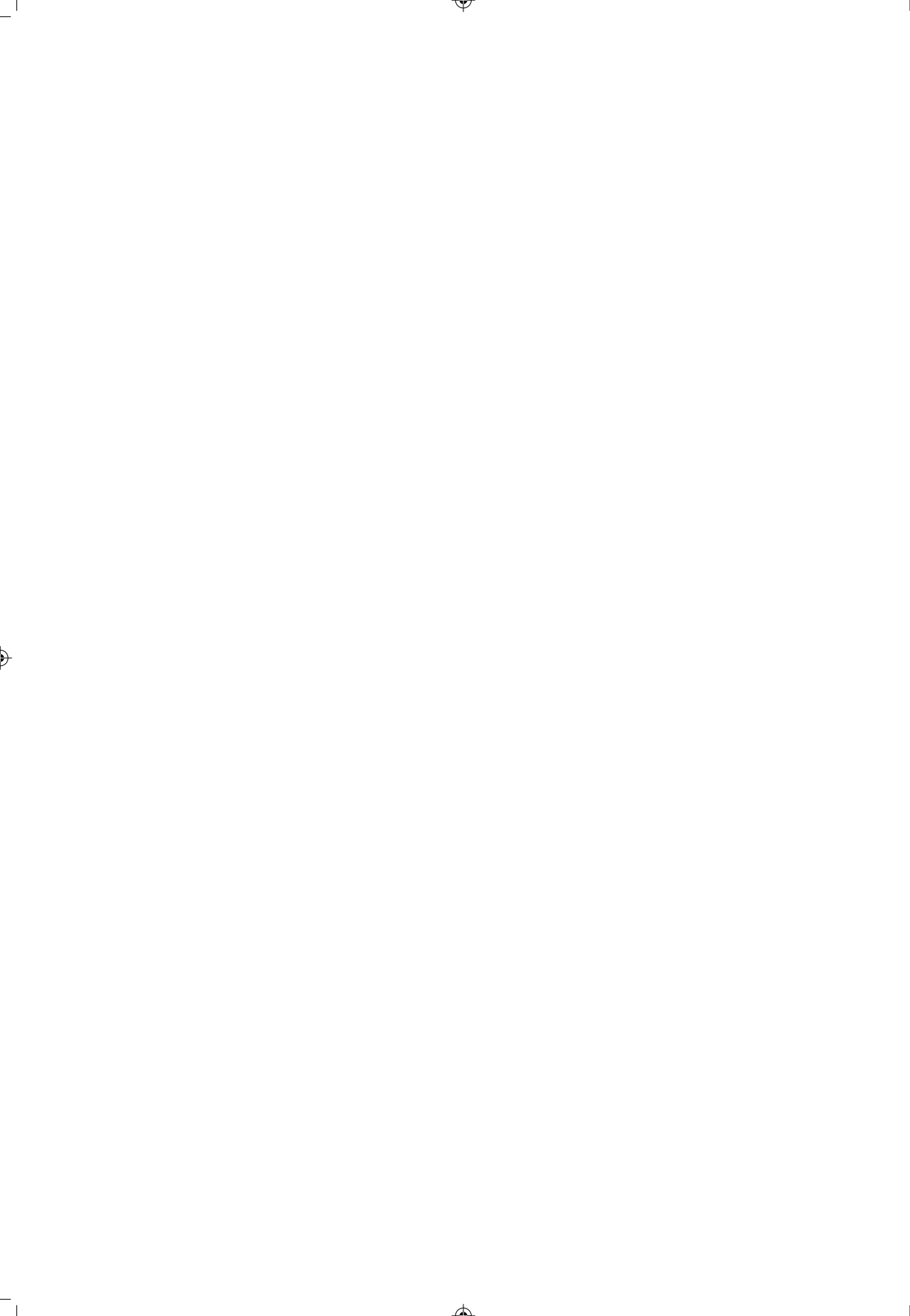
Методолошко-теоретската рамка на истражувањето се заснова врз меѓународно воспоставените стандарди неопходни за препознавање, признавање и активна примена на медиумските права на етничките заедници. Овие стандарди се утврдени пред сè во Европската конвенција за човекови права, Рамковната конвенција за заштита на правата на националните малцинства и Европската повелба за заштита на регионалните и малцински јазици на Советот на Европа.

Резултатите до кои дојде истражувачкиот тим при Високата школа за новинарство и за односи со јавноста открија низа нови димензии во остварувањето на правата на етничките заедници во медиумската сфера во Македонија и отворија сериозни прашања и дилеми како за начинот на кој треба да се остварува натамошната регулаторна политика во оваа сфера, така и за предизвиците што се поставуваат пред новинарската професионална заедница.

Длабоката поделеност на општеството по политичка и по етничка линија јасно се оцртува во организираноста и во програмските содржини и на јавниот сервис и на приватните медиуми на етничките заедници. Сите овие медиуми дејствуваат дезинтеграционо, како информативни гета, кои ја потхрануваат и ја засилуваат сликата на секоја етничка заедница како издвоен културен сегмент на општеството. На тој начин, тие ја рефлектираат и одново и одново ја рециклираат истата политичка и етничка поларизираност.

Новинарската заедница нема единствен професионален идентитет. Новинарите се во нераскинлива етничко-клиентелистичка врска со „своите“ политички елити, а ова особено важи за редакциите во јавниот сервис, кои доминантно играат улога на пренесувачи на вести за протоколарните активности на државните органи.

Печатењето на оваа студија на македонски јазик е овозможено со финансиска поддршка на фондацијата Отворено општество од Лондон.



Вовед

Цели на истражувањето

Основната цел на истражувањето беше да утврди дали секоја од државите вклучени во проектот ги исполнува правата на националните малцинства во медиумската сфера, како и да испита – преку евалуација на содржината на медиумите на малцинствата: (а) во кој обем и на кој начин овие медиуми известуваат за својата и за другите заедници во општеството во кое функционираат и (б) колку ја исполнуваат својата основна мисија (дефинирана со закон), односно колку отстапуваат од неа.

Оттаму, целиот истражувачки процес беше поделен во три фази: (1) анализа на контекстот, (2) анализа на медиумската практика и (3) сумирање на наодите од истражувањето со препораки за подобри практики во работата на медиумите на малцинствата. Анализата на контекстот се состоеше во критички осврт кон развојот и актуелната состојба во која се наоѓаат медиумите на малцинствата (нивниот број, застапеност, проблемите со кои се соочуваат), како и во детална анализа на законските одредби со кои се пропишува и се овозможува работата на овие медиуми.

Истражувачки прашања

Истражувачките прашања на кои требаше да одговори истражувањето беа следниве:

(1) Колку во конкретната земја има малцински медиуми, односно програми на јазиците на националните малцинства?

(2) Како функционираат тие медиуми и кои се основните тенденции во нивната работа?

(3) Дали европските стандарди во доменот на заштитата на медиумските права на малцинствата се имплементирани во законите на секоја држава?

(4) Дали се применуваат тие законски одредби, односно дали и на кој начин државата им помага на медиумите на малцинствата (финансиски, логистички или на друг начин)?

(5) Колку текстови/прилози имаат објавено медиумите на малцинствата во анализираниот период и колку од тие текстови се однесуваат на сопствената, колку на мнозинската заедница, а колку на другите национални малцинства?

(6) Кога медиумите известуваат за сопствената или за другите заедници - кои теми доминираат и каков е начинот на известувањето?

(7) Дали и колку медиумите ги почитуваат основните професионални стандарди при известувањето (авторство на текстовите, користење на изворите, непристрасност во известувањето, дистанца од политичките субјекти и др.)?



Метод

Во истражувањето беше применета комбинирана методолошка стратегија. Анализата на контекстот се потпираше врз неколку методолошки постапки: анализа на документи, закони, одлуки и објавени извештаи; анализа на секундарни податоци (официјална статистика и други податоци) и квалитативни интервјуа.

Во анализата на медиумската практика доминантно беше користен методот на анализата на содржината (квантитативна и квалитативна) на објавените текстови и прилози, како и резултатите од квалитативните интервјуа со претставници на медиуми, претставници на државни и јавни институции и со медиумски експерти.

Примерок и период на реализација

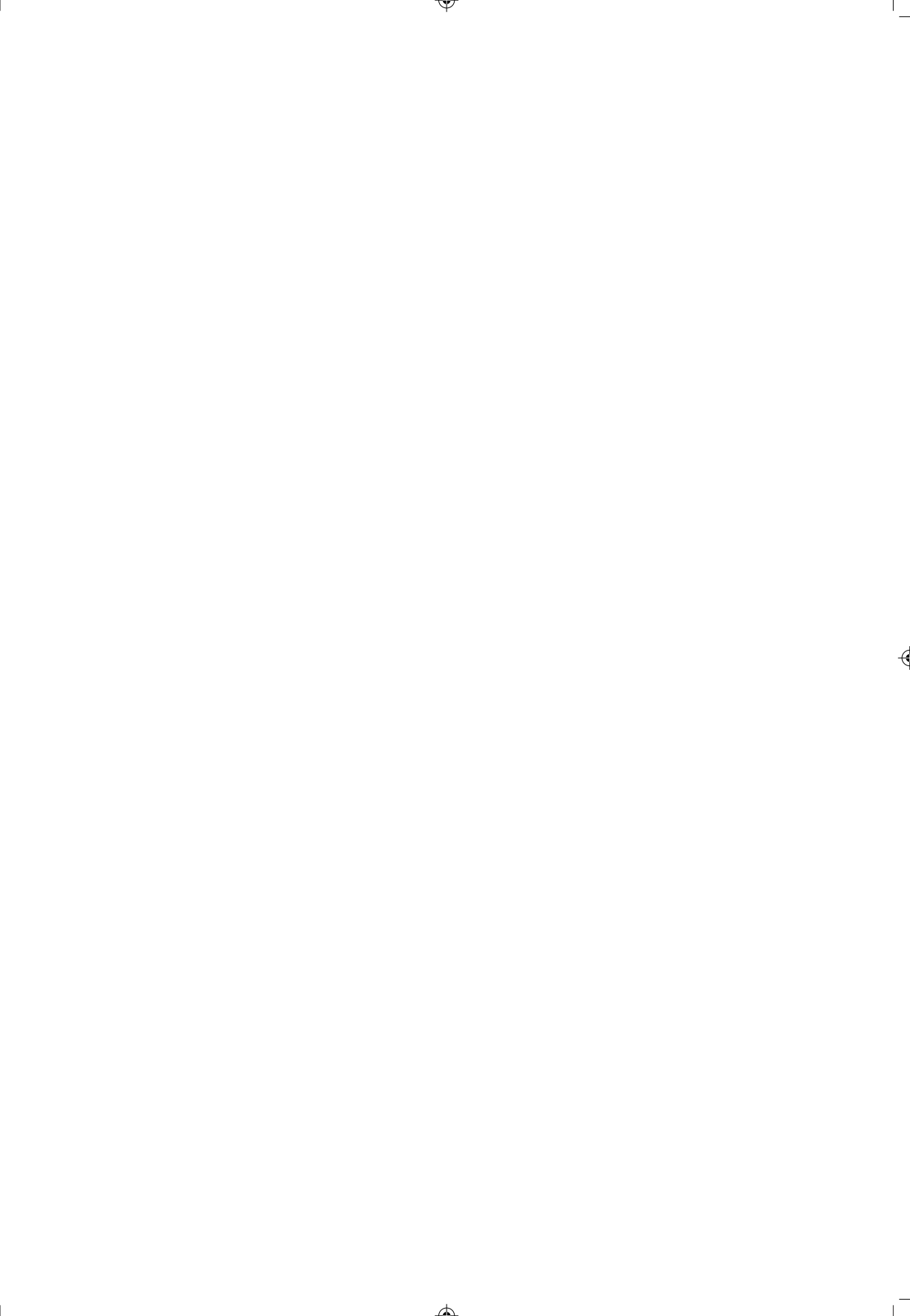
Иницијално, во примерокот беше предвидено да се вклучат по 6 медиуми во секоја земја, по три печатени и по три електронски. Но со оглед на спецификите на општествениот и медиумскиот контекст, примерокот во Македонија беше модифициран за да ги опфати медиумите што имаат најголем досег до публиката.

Поради значењето и законските обврски на јавниот сервис, беа анализирани сите информативни програми на јазиците на етничките заедници што се емитуваат во рамките на Вториот сервис на *Македонската телевизија*: вестите на албански и на турски јазик, актуелно-информативните емисии на ромски, влашки, српски и босански јазик.

Покрај тоа, од приватните медиуми, беа анализирани вестите на албански јазик на телевизија *Алсат М* и вестите на регионалната станица од Скопје – *Телевизија БТР*. Од печатените дневни изданија, беше анализиран дневниот весник на албански јазик – *Коха*.

Истражувањето се реализираше во текот на осум месеци, од февруари до септември 2012 година. Анализирани се вкупно 14 изданија на вести кај секој медиум, односно осум актуелно-информативни емисии на редакциите на ромски, влашки, српски и босански јазик на МТВ.

Реализирани се и 15 длабински интервјуа со уредници, новинари, претставници на државни и јавни институции и со медиумски експерти.



I

МЕДИУМСКИОТ СИСТЕМ ВО МАКЕДОНИЈА И ПОЗИЦИЈАТА НА ЕТНИЧКИТЕ ЗАЕДНИЦИ

1. Општествен и политички контекст

Република Македонија како самостојна, суверена и независна држава е конституирана со Декларацијата на Собранието на Социјалистичка Република Македонија од 15 јануари 1991 година и е потврдена со референдумот за самостојност и независност од 8 септември 1991 година. Таа е парламентарна демократија, воспоставена со Уставот од 1991 година, кој ги поставува основните принципи на демократијата и ги гарантира основните слободи и права на граѓанинот. Уште во Уставот од 1991 на припадниците на етничките заедници (тогаш национални малцинства) им беа гарантирани правата на изразување, негување и развивање на етничкиот, културниот, јазичниот и верскиот идентитет и правото да основаат културни, уметнички, образовни институции, научни и други здруженија заради изразување, негување и развивање на својот идентитет. Исто така, етничките заедници со Уставот добија и право на основање свои политички партии и да учествуваат на слободни и независни избори со цел рамноправно да партиципираат во власта.

Во 2001 година доаѓа до конфликт помеѓу македонските безбедносни сили со дел од албанската етничка заедница во Македонија организирана во вооружени групи. Научната мисла сè уште нема единствено објаснување за причините поради кои се случи овој конфликт, но доминантните аргументи на претставниците на албанската заедница беа дека во периодот по 1991 година Албанците не ги добија целосно сите права во сферата на политиката, образованието, културата и други области на општествениот живот што ги имаа во рамките на поранешна социјалистичка Југославија. Иако конфликтот не доби големи размери, сепак придонесе за голема стагнација на државата од економски и по-



литички поглед. Одредбите од Охридскиот рамковен договор, потпишан на 13 август 2001 година во Охрид, со присуство и на претставници од меѓународната заедница, во најголема мера се однесуваат на проширувањето на правата на албанската и на другите етнички заедници во Македонија во клучните општествени сфери: политичката партиципација во централната и локалната власт, употребата на албанскиот (и на другите јазици) во подрачјата каде што албанската (или друга) етничка заедница е мнозинство како втор официјален јазик, право на основање јавен универзитет на албански јазик, како и проширување на правата на албанската заедница во јавниот сервис. Постепено, одредбите од рамковниот договор беа имплементирани во измените на Уставот на Република Македонија и во нејзиното законодавство.

Во медиумската сфера, правата на албанската и на другите етнички заедници беа целосно гарантирани уште со Уставот од 1991 и со првиот Закон за радиодифузната дејност од 1997, така што рамковниот договор и уставните амандмани не донесоа нешто битно ново во овој поглед. Медиумската слика стана разновидна уште во првите години по либерализацијата на можноста за основање приватни медиуми, а во Македонската радио-телевизија веќе функционираа програми на албански, турски и на ромски јазик.

2. Национална легислатива и нејзината примена во практиката

Во меѓународните документи со кои се гарантираат правата на малцинските групи во медиумската сфера се зборува за два основни концепти: *активен* и *пасивен* пристап на различните општествени и културни групи до медиумите и до нивните содржини. Активниот пристап подразбира можност на овие групи да основаат медиуми, да работат во нив и директно да ги изразат своите гледишта и мислења преку медиумите, а пасивниот пристап се однесува на правичното и сеопфатно претставување на малцинствата во медиумските содржини.¹

Обата вида пристап се од големо значење за можноста на различните групи да партиципираат во јавниот живот и во демократската дебата и автентично да ги изразат своите гледишта и ставови, со што ќе влијаат врз формирањето или менувањето на перцепциите што се создаваат за нив и циркулираат низ медиумите. Успешното учество на малцинските групи во активностите на медиумите има непосредно влијание врз збогатувањето на разноликоста на информациите и мислењата што ги пренесуваат медиумите и врз збогатувањето на јавната дебата.²

Советодавниот комитет за примена на Рамковната конвенција за заштита на националните малцинства во своите редовни мислења за степенот во кој некоја земја ги почитува меѓународните стандарди укажува на важноста на повеќе фактори: лингвистичката топографија; официјалното признавање на правата на националните и јазичните малцинства во Уставот и законите, системот

1 The Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States - Towards a Risk-Based Approach, commissioned by European Commission in 2008 and published in 2010, page 5.

2 McGonagle/Tarlach (2009) 'Representation of Minorities: Rights of Access', in: *Media and Human Rights*, pp. 106-126, London: Clemens Nathan Research Centre.

на доделување лиценци во радиодифузијата, регулацијата на програмските содржини во радиодифузијата, состојбата на пазарот, прекуграничната димензија, временските и квалитативните критериуми и олеснувачките фактори³.

Анализата на домашното законодавство и на општествениот контекст во кој тоа се применува е направена со земање предвид поголем број од споменатите фактори, кои ги применува и Советодавниот комитет. Регулацијата на програмските содржини не се анализира издвоено, туку како дел на точката што се однесува на правата на немнозинските заедници во легислативата. Временските и квалитативните критериуми што се однесуваат на мерата во која медиумите со своите содржини обезбедуваат задоволителен одговор на потребите и интересите на целната публика се предмет на вториот дел на оваа анализа, кој се однесува на медиумската практика

Прекуграничната димензија се однесува на билатералните договори и иницијативи за соработка меѓу државите што имаат цел да обезбедат пристап до медиумите за националните малцинства што живеат на нивните територии. Таа не е опфатена со оваа анализа, поради тоа што бара посебен пристап и поекстензивна обработка.

2.1 Лингвистичка топографија и краток преглед на развојот

Лингвистичката топографија на една земја се однесува на јазичната разноликост таква каква што е во општествената реалност. Врз неа влијаеле историските, географските, демографските, политичките, економските, социолошките, културните, верските и други фактори. Речиси не постои држава во која не постои јазична и културна разноликост. Но прашањето е во која мера таа разноликост се изразува во законите и во практичното остварување на правата на припадниците на јазичните и културните заедници во различните сегменти на општествената реалност.

Република Македонија е општество во кое со векови живееле различни народи и култури. Според податоците од последниот попис на населението, спроведен во 2002 година, во Република Македонија имало вкупно 2.022.547 жители⁴. Од нив како Македонци се изјасниле 1.297.981 жител, како Албанци 509.083, како Турци 77.959, како Роми 53.879, како Власи 9.695, како Срби 35.939, како Бошњаци 17.018, а како припадници на други етнички заедници - 20.993 жители. Од аспект на географската дистрибуција на припадниците на етничките заедници, релевантна за подрачјата каде што зрачат регионалните и локалните медиуми, најголем број *Албанци* се населени во Тетово и во околните општини⁵ (167.158), потоа во Скопје и во околните општини⁶ (132.335), Гостивар (54.038), Куманово со Липково (53.620), Кичево со Зајас и Осломеј (30.762), Струга (36.029) и Дебар (11.348). *Турциите* живеат во голем број населени места низ целата земја, но најмногу во Скопје и околината (12.198), потоа во Гостивар (7.991), Центар Жупа (5.226), Пласница (4.446), Радовиш

3 Битно е да се одбележи дека некои од споменатите фактори се однесуваат само на радиодифузивните медиуми.

За подетална анализа на овие прашања види:

Tarlach McGonagle, "Commentary: Access of persons belonging to national minorities to the media" in *Filling the frame: Five years of monitoring the Framework Convention for the Protection of National Minorities* (Strasbourg, Council of Europe Publishing, 2004), pp. 144-159.

4 Повеќе детали види во публикацијата (стр. 34). Достапно на: <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/knigaXIII.pdf>



(4.061), Струга (3.628), Дебар (2.684), Маврово и Ростуша (2.680), Долнени, Прилепско (2.597), Кичево (2.430) итн. *Ромскаџа заедница* е исто така населена низ цела Македонија, но најголема концентрација на Роми има во Скопје (23.903), потоа во Прилеп (4.443), Куманово (4.256), Тетово (2.357) и Штип (2.195). *Власи* има најмногу во Скопје (2.557), Штип (2.074), Битола (1.270), Крушево (1.020) итн. Најголем број *Срби* живеат во Скопје (14.298), потоа во Куманово (9.062) и во Чучер, Скопско (2.426). *Бошњациџе* се населени најмногу во Скопје и околината (10.689), потоа во Велес (2.406) и во Долнени, Прилепско (2.380).

Во Македонија програмите на јазиците на немнозинските заедници започнале да се емитуваат во периодот по Втората светска војна. Во 1945 година Македонското радио почна да зрачи програма на албански и на турски јазик, а подоцна постепено беа воведени и програми на влашки, ромски, српски и босански јазик – последниве две се најнови и датираат од 2003 година. Македонската телевизија уште во 1967 година почна да емитува програма на албански јазик, а денес, покрај неа, функционираат и програмите на: турски, ромски, влашки, српски и босански јазик. Треба да се истакне и податокот дека програмите на ромски јазик - и на телевизија и на радио, во рамките на МРТ – се меѓу првите што почнале да се емитуваат во Европа.

Покрај Македонската радио-телевизија, во периодот пред 1991 година постоеја и 29-те локални јавни радиостаници, од кои 7, освен на македонски, емитуваа програми и на јазиците на етничките заедници: Радио Тетово, Радио Гостивар и Радио Дебар (на албански и турски), Радио Струга (албански, турски и влашки), Радио Куманово (албански, ромски и влашки), Радио Кичево (албански) и Радио Крушево (влашки).

Приватниот сектор, и во радиодифузијата и во печатените медиуми, започна да се развива по 1991 година. До 1997 година не постоеше никаква законска регулатива, така што приватните радиодифузни медиуми никнуваа спонтано, без никакви услови или критериуми за работењето. Кога беше усвоен првиот Закон за радиодифузната дејност во 1997 година, на пазарот веќе постоеја над 250 радио- и ТВ-станици. Советот за радиодифузија со законот доби овластување да додели концесии преку законски утврдена постапка и притоа да обезбеди и јазичен плурализам во медиумскиот сектор. По првите конкурси, на крајот од 2000 година, од вкупно 124 приватни радиодифузери на локално ниво, 27 емитуваа програми на јазиците на етничките заедници (13 ТВ и 14 радиостаници)⁷. Притоа, повеќето медиуми емитуваа на албански јазик.

Македонија има долга традиција на негување на јазиците на етничките заедници и во печатените изданија. Државната издавачка куќа НИП Нова Македонија првото издание на весникот *Флака е влазеримџи* (Оган на братството) на албански јазик го објави во април 1945 година, а подоцна стартуваше и весникот на турски јазик, *Бирлик* (Единство). Оваа државна издавачка куќа публикуваше и списанија за деца на албански и на турски јазик, периодични списанија од

5 Врапчиште, Боговиње, Брвеница, Желино, Теарце и Јегуновце.

6 Арачиново, Студеничани, Петровец, Сопиште и Чучер.

7 Извештај за работењето на Советот за радиодифузија за периодот од 1 јули 1998 до 30 јуни 1999 година. Достапно на: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/bilten4_mk.pdf.

областа на литературата и уметноста и едиција на книги и белетристика на овие два јазици. Во периодот до распаѓањето на СФРЈ, во Македонија не се издаваа весници на ромската и на влашката етничка заедница, а српската заедница се информираше од весниците и изданијата од другите југословенски републики.

Во периодот по 1991 година се појавија и првите приватни весници на етничките заедници, кои често имаа проблеми со редовното печатење поради недостиг од финансиски средства: весникот *Феникс* (во издание на Лигата на Власите во Македонија) започна да излегува во јануари 1992 година, а згасна во 2008 година; неделникот на турски јазик *Заман* (кој е издание на познатиот весник од Турција) почна да излегува во март 1994 година и се објавува и денес; првиот дневен весник на албански јазик *Факџи* излезе дури во 1998 година и сè уште излегува; во јануари 2001 година почна да излегува и весникот на ромски јазик *Рома Џајмс*, кој престана да излегува во 2008 година; во 2001 година започна да се објавува неделникот на албански јазик *Лоби*, во чиј состав беше и првиот онлајн-информативен медиум на албански јазик (*PressOnline*), кој објавуваше содржини до 2007 година; во 2004 се појави неделникот на турски јазик *Јени Балкан*, кој постои и денес.

2.2. Права на немнозинските заедници во Уставот и во Законот за радиодифузната дејност

Признавањето на правата на националните малцинства во Уставот, законите или во јавната политика има мошне значајни импликации врз остварувањето на овие права во практиката, иако формалното гарантирање не значи секогаш и де факто признавање на правата. Важноста на ова прашање ја има нагласено Советодавниот комитет за Рамковната конвенција за заштита на националните малцинства, особено во однос на еднаквата распределба на ресурсите на припадниците на сите малцинства:

„Советодавниот комитет е загрижен... за нерамномерната распределба на ресурсите за телевизиски и радиски програми меѓу различните малцинства. Актуелната ситуација ја оценува како проблематична бидејќи едно од главните малцинства, заедницата на Роми, се чини дека има значајно помалку време од другите заедници, особено за програми на нејзиниот сопствен јазик... Поради тоа, важно е властите да го разгледаат ова прашање и да се обидат да воспостават баланс – но без да го скратат времето наменето за другите малцинства.“⁸

Република Македонија има долга традиција на признавање на правата на националните малцинства во сферата на медиумите. Уставот на Република Македонија⁹ во членот 16 ги гарантира слободата на изразувањето, слободата на говорот, јавниот настап и јавното информирање, како и слободното основање институции за јавно информирање. Се гарантира и слободниот пристап до информациите, слободата на примање и пренесување информации. Според членот 48 од Уставот, кој во 2001 година беше изменет и дополнет, Република Македонија им го гарантира на припадниците на заедниците правото слободно да го изразуваат, да го негуваат и да го развиваат својот идентитет и особеностите

8 Мислење на Советодавниот комитет за Романија, усвоено на 6 април 2011, став 46.

9 По потпишувањето на рамковниот договор од Охрид до 2001 година, беа усвоени повеќе амандмани на Уставот со кои беа проширени правата на немнозинските етнички заедници што живеат во Република Македонија.



на своите заедници и да ги употребуваат симболите на својата заедница. Со овој член им се гарантира заштитата на етничкиот, културниот, јазичниот и верскиот идентитет на сите заедници, како и правото да основаат културни, уметнички, образовни институции, научни и други здруженија заради изразување, негување и развивање на својот идентитет.

Остварувањето на правата на немнозинските заедници во медиумската сфера¹⁰ подетално беше уредено уште со првиот Закон за радиодифузната дејност усвоен во 1997 година. Во членот 45 беше утврдена обврска за јавниот радиодифузен сервис - Македонската радио-телевизија, освен на македонски јазик, да емитува програми и на јазиците на немнозинските заедници. Слична обврска беше предвидена и за јавните радиостаници на локално ниво¹¹, во подрачјата каде што живеат значителен број припадници на етничките заедници. Покрај тоа, со Законот од 1997 година првпат беше воведена можност за формирање радиодифузни медиуми во приватна сопственост врз основа на доделена концесија¹², кои можеа да емитуваат и програми на јазиците на немнозинските заедници. За одбележување е што овој законски текст содржеше и одредби за финансиска стимулација за продукција на радио- и ТВ-програми, како на македонски, така и на јазиците на заедниците. Имплементацијата на овие одредби подоцна покажа дека постоењето на една ваква стимулативна мерка значајно придонесе за негување на плурализмот и јазичната разноликост на содржините, особено поради фактот што приватните медиуми на малобројните етнички заедници потешко успеаа да опстанат на пазарот.

Решенијата вградени во новиот Закон за радиодифузната дејност усвоен во 2005 година, се логично надоврзување на претходно создадената правна рамка за гарантирање на правата на немнозинските етнички заедници во радиодифузната сфера. Уште во основните одредби се утврдуваат основните цели на законската регулација: „...слобода на изразувањето во радиодифузната дејност..., заштита на интересите на корисниците, поттикнување, унапредување и заштита на културниот идентитет, образовниот и научниот развој, поттикнување на развој на творештвото, јазикот и традициите...“ (член 2). На таму, во принципите на кои се темелат програмите, меѓу другото, спаѓаат и: поттикнување на духот на толеранцијата, заемното почитување и разбирање меѓу индивидуите од различно етничко и културно потекло, отвореноста на програмите за изразување на различните култури што се составен дел на општеството, зачувување и негување на националниот идентитет, јазичната култура и домашното творештво и др. (член 68).

Со членот 82 на овој закон експлицитно се гарантира правото на емитување програми на јазиците на различните заедници: „Радифузерите ја емитуваат програмата на македонски јазик, а во случаите кога програмата е наменета за заедница која не е во мнозинство на јазикот на таа заедница“. Заштитата на јазична-

10 Сферата на печатените медиуми во Република Македонија не е уредена со ниту еден закон, односно правото на немнозинските заедници да основаат печатени медиуми директно произлегува од Уставот.

11 Јавните радиодифузни претпријатија на локално ниво, кои беа замислени како информативен сервис на локалната заедница, согласно со Законот за локалната самоуправа од 2002 година и Законот за радиодифузната дејност од 2005 година имаа обврска да се трансформираат, бидејќи локалната власт (општините) не може да се јави како основач на радиодифузери.

12 Законот за радиодифузната дејност од 1997 година предвидуваше концесии, наместо дозволи за радиодифузна дејност, што беше еден од неговите главни недостатоци бидејќи формалната одлука за доделување концесија ја донесуваше Владата.

та разноликост се обезбедува и со одредбите за титлувањето на програмите (член 83), на преводот на рекламите и телешопинг-спотовите (член 104) и на најавите за програмите на странски јазици што не се преведуваат (член 83) - сите тие треба да бидат емитувани на јазикот на заедницата за која е наменета програмата.

Македонската радиотелевизија, како јавен сервис, и натаму има најголеми законски обврски во поглед на негувањето на јазичната разноликост и културниот идентитет на немнозинските заедници. Имено, МРТ е обврзана (член 117) да емитува по еден програмски сервис на телевизијата и на радиото со програми на јазиците на етничките заедници. Вакви програми МРТ е должна да емитува и преку сателит, со цел припадниците на етничките заедници од дијаспората да се информираат за важните настани во земјата. Покрај тоа, МРТ е законски обврзана дневно да емитува најмалку 40 отсто програма изворно произведена на јазиците на немнозинските заедници и најмалку 45 отсто вокално-инструментална музика на тие јазици (член 124). Приватните телевизии и радија, пак, доколку добиле дозвола за емитирање програма наменета за припадниците на некоја етничка заедница, имаат право и обврска програмата целосно да ја емитираат на јазикот на таа заедница (член 82). Натаму, тие се обврзани да емитираат најмалку 30 отсто програма (во еден ден) изворно создадена на конкретниот јазик и најмалку 30 отсто вокално-инструментална музика на тој јазик (член 74).

Новина во Законот за радиодифузната дејност од 2005 година беше можноста за формирање непрофитни радиодифузери како посоодветна форма за задоволување на потребите на помалите етнички заедници од трговските радиодифузни друштва, кои се финансираат доминантно од приходи од рекламирање. Се претпоставуваше дека непрофитните радиодифузери се добра можност за збогатување на јазичната и културната разноликост, бидејќи за нив се плаќа помал надоместок за дозвола и за фреквенција, а нивен главен извор на финансирање се донациите и грантовите.

Првиот стратегиски документ во кој сеопфатно се утврдени целите на регулаторната политика во поглед на заштитата на јазичниот и културниот плурализам во радиодифузијата е Стратегијата за развој на радиодифузната дејност усвоена од Советот во декември 2007 година. Основните стратегиски цели всушност се директно преземени од Законот за радиодифузната дејност и потоа подетално разработени во различни сегменти на овој документ. Во генералната стратегиска рамка се наведени три клучни цели во поглед на заштитата на плурализмот и разновидноста: (1) збогатување на изборот, разновидноста, иновативноста и подигнување на квалитетот на програмските сервиси, како на национално, така и на регионално и на локално ниво; (2) заштита на интересите на корисниците (гледачите и слушателите), а особено заштита на малолетниците; (3) заштита и негување на културниот идентитет и на културната и јазичната разновидност во програмите. Овие три цели се детално разработени во делот од Стратегијата што се однесува на плурализмот и разновидноста на програмите.¹³ Посебно се нагласува важноста на почитувањето на обврските за емитирање програма изворно создадена на македонски јазик или на јазиците на

13 Стр.7 и 81 од Стратегијата за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија за периодот 2007-2012. Достапно на: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/strategija_za_razvoj_na_radiodifuznata_dejnost_2007_2012.pdf



немнозинските заедници или за вокално-инструментална музика на македонски јазик или на јазиците на етничките заедници. Во поглед на задоволувањето на информативните потреби на публиката, се потенцира дека е потребно „... зголемување на протекот на локални информации и содржини во програмите на радиодифузерите, а еден од начините да се мотивираат радиодифузерите да емитуваат локални информации е при идното доделување дозволи во процесот на евалуација на пријавите, критериумот застапеност на информациите за локални настани да носи повеќе бодови...“ При развивањето на новиот - непрофитен сегмент од радиодифузијата, се нагласува дека тој „...треба да биде пополнет со помали радиостаници кои нема да работат на комерцијална основа, а ќе задоволуваат потреби на специфични општествени групи, како што се, на пример, помалобројните етнички заедници или студентите“ и да се внимава „субјектите да бидат вистински радија на заедницата за која постојат, и нивната програма да одговара на нејзините потреби... особено потребите од радија на помалобројните етнички заедници во Македонија.“¹⁴

2.3. Систем на доделување дозволи во радиодифузијата

Доделувањето дозволи е регулаторна алатка или начин преку кој регулаторното тело овластено за доделување дозволи може да влијае врз збогатувањето на медиумскиот плурализам, особено на неговата културна димензија. За таа цел, во националната регулатива на многу земји на регулаторните тела им се определува експлицитна обврска да се грижат за слободата на изразувањето, независноста на медиумите, медиумскиот плурализам, разновидноста на програмите, јавниот интерес и другите клучни вредности кон кои треба да се стреми регулацијата во радиодифузијата. Принципите и постапките на доделувањето дозволи во радиодифузијата треба да ги рефлектираат овие клучни цели на регулацијата, па дури и да ги стимулираат медиумите и создавањето програмски содржини наменети за етничките заедници. Таквите цели може да се остваруваат само доколку се усвојат и се имплементираат стратегиски документи во кои е утврдена регулаторната политика во доделувањето дозволи.

Во Законот за радиодифузната дејност од 2005 година, мисијата и овластувањата на регулаторното тело се јасно определени во насока на зачувување на медиумскиот плурализам и разновидноста на содржините. Имено, во членот 21 се утврдува дека Советот за радиодифузија „...при остварувањето на своите надлежности, утврдени со овој закон, се грижи за обезбедување на слободата и плурализмот на изразувањето, за постоење на разновидни, независни и самостојни медиуми, економски и технолошки развој на дејноста и за заштита на интересите на граѓаните во радиодифузната дејност.“ Во надлежностите на Советот (член 32 и 37) стои дека Советот ја подготвува и ја спроведува стратегијата за развој на радиодифузната дејност и „...одлучува за доделување, одземање и обновување на дозволите за вршење радиодифузна дејност.“ Од овие одредби логично произлегува дека режимот на доделување дозволи на Советот треба да му служи како еден од начините за постигнување на медиумскиот плурализам и за задоволување на потребите и интересите на граѓаните.

¹⁴ Ibidem, стр. 81.

Ваквата интенција на законодавецот е конзистентно применета и во одредбите на Законот со кои се утврдуваат принципите на доделување дозволи во комерцијалниот и во непрофитниот радиодифузен сектор. Советот за радиодифузија е должен, пред објавувањето конкурс за нови дозволи, да спроведе „...истражување и анализа во поглед на видот на програмските сервиси за кои треба да се објави конкурсот од аспект на потребите на публиката и може да изврши консултации со заинтересирани страни“ (член 45). Покрај тоа, при определувањето на бројот на дозволите Советот треба да тргне од следниве критериуми: обезбедување разновидност и квалитет на програмите, задоволување на потребите на публиката, развој на плурализмот, економскиот потенцијал на пазарот и поттикнување на лојалната конкуренција... (член 46). Јазикот на кој се емитува програмата, како услов за доделување на дозволата, се определува уште при распишувањето на самиот конкурс и е составен дел на условите и барањата што треба да се исполнат во поглед на програмата (член 48).

При оценувањето на квалитетот на поднесените пријави, Советот е обврзан да земе предвид повеќе критериуми што се директно поврзани со зачувувањето на културната разноликост и задоволувањето на потребите на публиката: „...жанровската и тематската разновидност на програмските содржини, процентот на учеството на програмите изворно произведени на македонски јазик или јазиците на мнозинските етнички заедници..., застапеноста на програмите што ќе третираат настани и случаи од значење за подрачјето на кое ќе се емитува програмата..., застапеноста на програми со кои се поттикнуваат развој и зачувување на националната култура..., други понудени услови што придонесуваат за унапредување на плурализмот во радиодифузната дејност, поттикнување на лојална конкуренција и поквалитетно остварување на правото за информирање, односно на потребите на публиката на соодветното подрачје“ (член 51).

Покрај законските одредби за условите и критериумите во режимот на доделувањето дозволи, Советот за радиодифузија има усвоено и подзаконски акти што имаат цел поттикнување на плурализмот на медиумите и на разновидноста на содржините, меѓу кои за издвојување се: Правилникот за форматите на радио- и на телевизиските програмски сервиси и Правилникот за примена на одредбите поврзани со заштитата и негувањето на културниот идентитет.

2.4 Состојба на пазарот

Сите медиуми денес работат во пазарно опкружување во кое постои многу силна конкуренција. Како резултат на тоа, кај сите (особено кај комерцијалните медиуми) постои силен притисок за стекнување што повеќе публика и што повеќе приходи од реклами и спонзорство. Дури и јавните радиодифузери, иако се финансираат од претплата или од радиодифузна такса и се ограничени во обемот за рекламирање, го чувствуваат силниот притисок од пазарот за стекнување што поголема гледаност.

Влијанијата на пазарот особено се изразуваат врз медиумите на помалите етнички заедници, бидејќи нивните публики се мали сегменти од „пазарот“ и најчесто не се многу привлечни за огласувачите. Ова е особено карактеристично за Македонија, каде што постои сегментирање на медиумскиот пазар по



јазична линија. Имено, Албанците, Турците, Ромите и Власите што живеат во Република Македонија зборуваат на јазик што го разбираат главно припадниците на нивната етничка заедница, а не и Македонците. Според тоа, комерцијалните медиуми што објавуваат содржини на овие јазици имаат далеку помали публики, за разлика од медиумите на македонски јазик, кои можат да опфатат поширока публика бидејќи македонскиот јазик го разбираат и го зборуваат сите припадници на етничките заедници. Ова им создава проблеми особено на медиумите на помалите етнички заедници, бидејќи тие не се многу интересни за огласувачите и не можат да привлечат доволно средства од огласување. Со овие проблеми во изминатите години се соочуваа и радиодифузните и печатените медиуми на јазиците на етничките заедници.

Искуството од примената на Законот за радиодифузната дејност од 1997 година покажа дека приватните радиодифузери на помалите заедници тешко мо-

ТВ	Подрачје на емитување	Јазик на емитување на програмата
<i>ТВ Алсај-М</i>	државно	албански и македонски
<i>ТВ Ера</i>	Скопје	албански
<i>БТР штелевизија</i>	Скопје	ромски и македонски
<i>ТВ Шуџел</i>	Скопје	ромски и македонски
<i>ТВ Его</i>	Скопје	бошњачки
<i>ТВ Дуе</i>	Гостивар	албански
<i>ТВ Чеџрани Меџиа</i>	Гостивар	албански, турски и македонски
<i>ТВ Гурра</i>	Кичево	албански
<i>ТВ Ускана</i>	Кичево	албански
<i>ТВ Фесџа</i>	Куманово	албански
<i>ТВ Хана</i>	Куманово	албански
<i>ТВ Арџ Канал</i>	Струга	албански
<i>ТВ Калџрина</i>	Струга	албански и македонски
<i>ТВ Арџ</i>	Тетово	албански
<i>ТВ Коха</i>	Тетово	албански
<i>ТВ Суџер Скај</i>	Тетово	албански
<i>ТВ Лажани</i>	С. Долнени, Прилеп	бошњачки, албански и македонски
<i>ТВ Канал џри</i>	Центар Жупа	турски, албански и македонски
<i>ТВ Дибра</i>	Дебар	албански

Преглед на приватни ТВ-станции што емитуваат програма на јазиците на немнозинските заедници во Република Македонија (Извор: Совет за радиодифузија, 31 октомври 2012)¹⁵

15 Прегледот на приватните ТВ-станции е направен врз основа на податоците објавени на веб-страницата на Советот за радиодифузија: http://www.srd.org.mk/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=38&Itemid=27&lang=mk

жат да опстанат на пазарот, бидејќи огласувачите не беа заинтересирани да до-сегнат до нивната публика. Затоа, со новиот Закон за радиодифузната дејност од 2005 година беше воведен трет непрофитен сектор, а беше предвидена и мож-ност некои од јавните радиостаници на локално ниво што емитуваа програми на етничките заедници да се трансформираат во непрофитни радиодифузери. Но трансформацијата не се спроведе во очекуваната насока, односно по барање на самите јавни локални радија Советот донесе одлука тие да се приватизираат, при што процесот на приватизација успешно го завршија само четири радија, меѓу кои нема ниту едно што емитува програми на јазиците на мнозинските заедници. Од друга страна, непрофитното радио како нов медиумски сегмент што може да служи за задоволување на потребите на мнозинските заедници речиси воопш-то не се разви во периодот по донесувањето на новиот закон. На ова треба да се додаде и фактот што некои комерцијални радио- и ТВ-станции што емитуваа програми на јазиците на помалите етнички заедници во минатиот период ја изгу-бија дозволата поради фактот што не можеа да обезбедат доволно средства од огласување, односно не можеа да го плаќаат надоместокот за дозвола¹⁶.

Радио	Подрачје на емитување	Јазик на емитување на програмата
<i>Арачина</i>	Скопје,	албански
<i>Ваџ</i>	Скопје	албански
<i>Мерлин</i>	Девбар	албански
<i>Јехона</i>	Куманово	албански
<i>Албана</i>	Куманово	албански
<i>Раји</i>	Струга	албански
<i>Енерџи</i>	Струга	албански
<i>Блеџа</i>	Тетово	албански
<i>Фама</i>	Тетово	албански
<i>Фокус</i>	Тетово	албански, турски и македонски
<i>Беса</i>	Прилеп	албански и македонски
<i>Терније</i>	Прилеп	ромски и македонски
<i>Мис 2008</i>	Пласница	турски и македонски
<i>ПРО-ФМ</i>	Гостивар	албански
<i>Ускана</i>	Кичево	албански
<i>Енџелс</i>	Штип	ромски и македонски јазик

Преглед на приватни радиостаници што емитуваат програма на јазиците на мнозинските заедници во Република Македонија (Извор: Совет за радиодифузија, 2 ноември 2012)

16 Состојбата на пазарот е постојано променлива, некои ја вратиле или ја изгубиле дозвола (Радио Атланта од Скопје, Радио Румели и Радио Рома од Гостивар, Радио Мис од Жировница, ТВ Тоска од Скопје, ТВ АЛБ-сателит, ТВ Ера-сателит), а некои изгубиле, па повторно добиле (Радио Албана од Куманово, Радио Терније од Прилеп, ТВ Чеграни од Гостивар). Во 2006 година, двојазичниот македонско-албански проект на скопското Лајф радио престана да функционира, радиото продолжи да емитува само на македонски јазик.



Во ноември 2012 година, во комерцијалниот радиодифузен сектор програма емитуваа вкупно 67 телевизии и 82 радиостаници. Меѓу нив има 19 телевизии и 16 радија што емитуваат програми на некој од јазиците на етничките заедници.

До 2010 година му беше доделена дозвола само на едно непрофитно радио на немнозинска заедница – Радио Дост ФМ од Штип, кое емитуваше програма на турски јазик. Во септември 2010 година ова радио ја врати дозволата, со објаснување дека не може да опстане поради недостиг од финансиски средства.

На јавниот радиодифузен сервис програми на јазиците на етничките заедници се емитуваат и на Македонската телевизија и на Македонското радио. На *Македонската телевизија*, од 2002 година, овие програми се емитуваат на Вториот сервис. Притоа, најмногу програма се емитува на албански јазик (98 часа неделно), потоа на турски јазик (16 часа и 30 минути неделно), додека редакциите на ромски, српски, влашки и босански јазик имаат по околу два часа програма во неделата. На *Македонското радио*, пак, неделно се емитуваат 119 часа програма на албански јазик, 35 часа програма на турски јазик и по 3 часа и 30 минути на влашки, ромски, босански и српски јазик.

Негативните влијанија на пазарот силно ги почувствуваа и многу печатени изданија на јазиците на заедниците. Првите дневните весници на албански (*Флака*) и на турски јазик (*Бирлик*) згаснаа со неуспешната приватизација на НИП Нова Македонија. *Коха Диџоре* само неколку месеци објавуваше македонско издание, неделникот *Лоби*, кој се објавуваше на албански јазик како печатено издание, функционираше само неколку месеци, а истата судбина ја доживеа и неговото дневно издание во предизборието во 2002 година. Истата година се појави и набргу потоа згасна уште еден печатен медиум на албански јазик, двојазичниот весник *Глобал*. Неделникот *Арена* на албански јазик (во издание на Коха) по кратко постоење престана да излегува во јануари 2011. Единствениот дневен весник на ромски јазик – *Рома ѿџамс*, се објавуваше од 2001 до 2008 година.

Во секторот на печатените медиуми, во ноември 2012 година, во Македонија се објавуваа четири дневни весници на албански јазик: Коха, Факти, Журнал и Лајм. Нивниот тираж не надминува 10.000 примероци¹⁷. Од 2009 година издание на албански јазик има и неделникот Теа модерна. Од печатените изданија на другите заедници, неделникот *Заман* излегува во тираж од 1.400 примероци, а со сличен тираж е и другиот неделник на турски јазик, весникот *Јени Балкан*. Сите овие печатени медиуми имаат и приспособени онлајн-изданија.

Онлајн-информативните медиуми во Македонија особено се развија во последниве неколку години. Во ноември 2012 година два онлајн-портали објавуваа информативни содржини на албански јазик: Алмакос и Порталб¹⁸. Не постојат онлајн-портали што објавуваат изворни информативни содржини од Македонија на јазиците на другите етнички заедници. За одбележување е и дека есента 2012 година во Македонија започна да функционира и приват-

17 Во Македонија не може да се најдат објавени податоци за тиражите на дневните весници, ниту пак постои истражувачка агенција што собира вакви податоци. Според одделни процени, добиени од разговори со вработени во печатниците или од самите медиуми, вкупниот тираж на сите дневни весници во Македонија се движи од 60.000 до 80.000.

18 Нивните веб-страници се: <http://almakos.com/> и <http://portalb.mk/>

на информативна новинска агенција на албански јазик ИНА (INA - Iliria News Agency)¹⁹. Инаку, државната новинска агенција МИА сите свои услуги ги нуди и на албански јазик²⁰.

2.5 Мерки за олеснување на пристапот

Застапеноста на претставниците на етничките и јазични заедници во регулаторното тело во голема мера придонесува за развивање соодветна политика што е насочена кон задоволување на потребите и интересите на заедниците во радиодифузијата. Ова право им е гарантирано на припадниците на етничките заедници и со Уставот и со Законот за радиодифузната дејност.²¹ Во практиката досега редовно се обезбедувала соодветна застапеност за припадниците на најголемата мнозинска заедница (Албанците), додека за помалите заедници (Турците, Ромите, Власите, Србите и Бошњациите) тоа повеќе се случуваше инцидентно²².

Друг начин за олеснување на пристапот е проактивната консултација на регулаторното тело со претставниците на етничките заедници. Идејата за проактивен процес на јавни консултации значи дека институциите треба да настојуваат максимално да го поттикнат учеството на различните групи и заедници во креирањето на политиката. Законот го обврзува Советот за радиодифузија да работи јавно, да одлучува на јавни седници, да ги објавува сите релевантни документи (конкурсите, бројот на пријавените кандидати, одлуките, записниците, предложените дневни редови на седниците и др.), преку медиумите и на веб-страницата на Советот за радиодифузија, како и да ја известува јавноста за својата работа на секои три месеци (член 33).

Важна мерка за влијанието на етничките заедници е и учеството на нивните претставници во програмските и менаџерските тела на јавниот сервис, кој има посебни обврски во поглед на емитувањето програми на различните јазици и негувањето на културниот идентитет. Во Законот се утврдува дека „при утврдувањето на предлогот на кандидати за членови на Советот на МРТ Собранието на Република Македонија води сметка за соодветна и правична застапеност на граѓаните на сите заедници кои живеат во Република Македонија“²³. Исто така, во раководењето на јавниот сервис, досегашната практика беше еден од извршните директори секогаш да се избира од припадниците на најголемата етничка заедница во Македонија.

Во многу земји постојат и други стимулативни мерки за развивање на плурализмот, како што се флексибилни и поволни режими на финансирање, фондови за финансиска поддршка, поволни фискални режими и сл. Во Македонија до 2005 година постоеше посебен фонд за стимулирање на „програми од јавен интерес“ продуцирани надвор од јавниот радиодифузен сервис - од комер-

19 Достапно на: <http://ina-online.net/>

20 Достапно на: <http://www.mia.com.mk/default.aspx?Id=3>

21 Членот 24 гласи: „Во составот на Советот за радиодифузија се обезбедува соодветна и правична застапеност на граѓаните кои припаѓаат на сите заедници.“

22 Ова може да се констатира од прегледот на сите досега избрани членови во составот на Советот за радиодифузија, во периодот од 1997 до 2012 година.

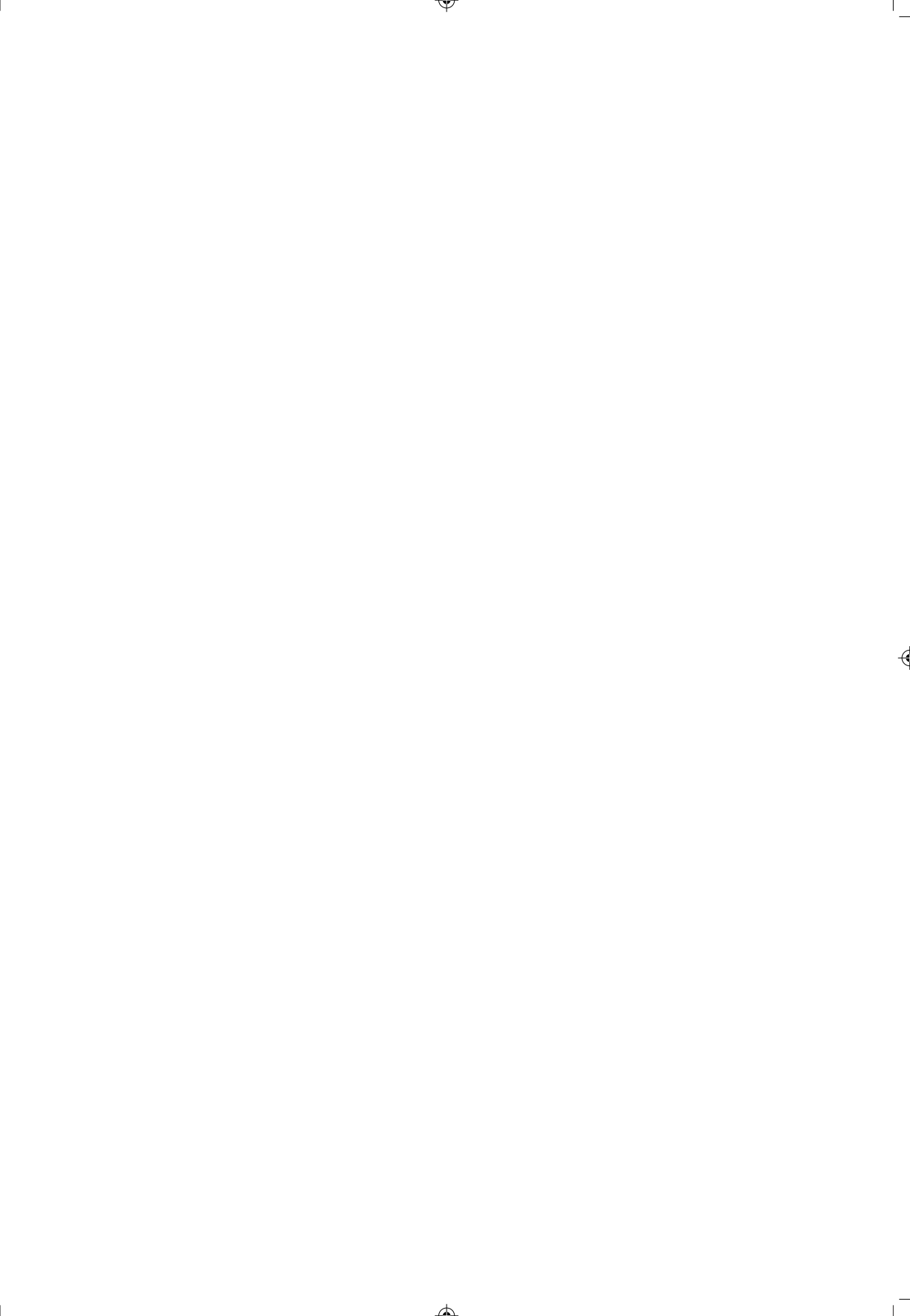
23 Член 127 од Законот за радиодифузната дејност.



цијалниот сектор и од независни продуценти. Овој фонд се користеше за продукција на програми на јазиците на сите немнозински заедници и придонесе за создавање богато аудиовизуелно културно наследство. Со Законот за радиодифузната дејност од 2005 година оваа мерка беше укината. Наместо тоа, јавниот сервис доби обврска годишно да издвојува најмалку 10 отсто од средствата наменети за нова телевизиска програма за нарачка на програма од независни продуценти (член 125). Меѓутоа, во првите години по стапувањето на Законот во сила, јавниот сервис не ја реализираше оваа обврска поради долгогодишната финансиска криза, која се должеше на нефункционирањето на системот на собирање на радиодифузната такса.

Еден вид стимулативна мерка е и висината на надоместокот за дозволи за непрофитните радиодифузери, која е помала од онаа за комерцијалните станици. Меѓутоа, во практиката се покажа дека ова е недоволно за успешно работење на неколкуте непрофитни радиостаници што добија дозволи во периодот по 2006 година²⁴. Главната причина за нивниот неуспех беше фактот што овие радија не можеа да пронајдат стабилни извори на финансирање на подолг временски рок.

24 Меѓу овие радиостаници беше и едно локално радио од Штип, кое емитуваше програма на турски јазик за потребите на локалната етничка заедница.



II

АНАЛИЗА НА ПРАКТИКАТА НА МЕДИУМИТЕ НА ЕТНИЧКИТЕ ЗАЕДНИЦИ

1. МАКЕДОНСКА ТЕЛЕВИЗИЈА Втор програмски сервис

Вториот сервис на Македонската телевизија е целосно посветен на емитување програми на јазиците на етничките заедници: албански, турски, ромски, влашки, српски и бошњачки јазик. Најзастапена е програмата на албански јазик, по неа следува онаа на турски, додека другите етнички заедници имаат по еден и пол до два и пол часа програма неделно. Времето што им е доделено за емитување на помалите заедници е реална пречка да се обликува целосна програмска шема, односно само програмите на албански и на турски се состојат од повеќе целини и освен вестите имаат и информативни, забавни (музичка и играна програма) и едукативни целини.

Другите редакции главно емитуваат блокови со разновидни содржини оформени како една емисија: *Бјандије* на ромски, *Vugik* на српски, *Сехара* на бошњачки и *Сканџео* на влашки јазик. Во зависност од изборот на редакцијата, овие блокови содржат вести, соопштенија, информативни или забавно-информативни прилози, музички точки, интервјуа со важни личности од заедницата, документарни програми итн. Дури и сценографијата што се користи за реализација на емисиите на различните редакции е истата.

Програма на албански јазик

Редакцијата на албански јазик емитува најобемна програма на Вториот програмски сервис на Македонската телевизија. Дневно се емитуваат околу 14 часа програма, во периодот од 7:00 до 14:30 часот и потоа од 18:30 до доцните часови, или вкупно околу 98 часа неделно. Овој обем ѝ овозможува на програмата на албански јазик да се обликува како јавен сервис, односно да емитува жанровски разновидни содржини за различни делови на публиката и редовно да емитува вести и дебатни емисии. Редакцијата има вработено вкупно 32 новинари и уредници и околу 40 лица друг кадар, таа е најголемата редакција на јазиците на немнозинските заедници во рамките на јавниот сервис.

Информативната функција оваа редакција ја исполнува со секојдневно емитување кратки, флеш-вести во претпладневните часови и една главна дневноинформативна емисија во траење од половина час. Централните вести, кои се предмет на оваа анализа, се емитуваат во 18:30 часот. Во периодот од февруари до септември се анализирани вкупно 14 емисии со вести, со вкупно 239 новинарски прилози.

Од аспект на **темата** што ја покриваат прилозите беа анализирани две категории - „Тематска област“ и „На што се однесува темата“. Податоците покажуваат дека оваа редакција произведува разновидни вести во кои доминираат домашните настани (вкупно 141 прилог, или 59%), но во кои сепак „Настаните од регионот“ (18%) и „Настаните од светот“ (23%) заземаат голем удел. Треба да се забележи дека од 42 прилози за настани во непосредниот регион половината се „преземени“ од друг медиум од регионот. Последнава варијабла е интересна за редакцијата поради актуелните случувања на Косово и неговите односи со Србија – токму затоа и толкав процент отпаѓа на оваа категорија. Во рамките на 43-те објавени регионални настани, 36 објави, или 83,72%, се однесуваат на настани што се директно поврзани со Косово или со Албанија.

Во вкупниот број прилози за *домашни настани* (141) застапени се овие теми: внатрешна политика (14,64%), економија (9,21%), спорт (5,44%), активности на органите на власта (5,02%), човекови и малцински права (4,18%), квалитет на секојдневниот живот (3,35%), образование (3,35%), надворешна политика (2,93%), култура (2,51%), криминал и корупција (2,51%), социјални прашања (2,51%), религија (1,67%) и граѓанско општество со само две објави (0,84%). Јасно е воочлива доминацијата на темите од политиката (внатрешна и надворешна), од една страна, и малиот интерес за темите што го засегнуваат граѓанскиот сектор, образованието, културата и социјалните прашања, од друга страна.

Интересни информации може да се добијат ако квантитативните податоци за категоријата „Човекови и малцински права“ се разгледаат во светлото на дел од исказите од длабинските интервјуа. Во селектираниот период во оваа категорија има 11 објави, што е околу 4% од вкупниот број (или 7,8% од прилозите што се однесуваат директно на Македонија), што не значи дека темите за човековите права не се отвораат во доволна мера - овој показател треба да се контекстуализира, со оглед на тоа што темата за „етничките права“ кај редакцијата на албански е испреплетена во објавите за областите како внатрешна политика, економија, образование и сл. Длабинските интервјуа укажуваат на тоа дека темата

Тема / област	Број на прилози	%
Активности на органите на власта	12	5,02
Граѓанско општество (НВО, здруженија, јавно мислење)	2	0,84
Друго	1	0,42
Економија	22	9,21
Квалитет на секојдневниот живот	8	3,35
Криминал и корупција	6	2,51
Култура	6	2,51
Настани од регионот	43	17,99
Настани од светот	56	23,43
Образование	8	3,35
Политика – внатрешна	35	14,64
Политика – надворешна	7	2,93
Религија	4	1,67
Социјални прашања	6	2,51
Спорт	13	5,44
Човекови и малцински права	11	4,18
Вкупно	239	100

„човекови права“ во контекст на медиумите на заедниците се разбира единствено како тема што се однесува на правата на сопствената етничка заедница во хомогената смисла на тој збор, а не како индивидуални права на припадници на таа заедница. Повеќето интервјуирани соговорници укажуваат на тоа дека во редакцијата на албански јазик, како и во другите редакции или медиуми на заедниците, не се отвораат темите за индивидуалните права на жената, на децата, на сексуалните малцинства во таа заедница и сл. На пример, во врска со овој проблем, еден од интервјуираните медиумски експерти го нагласува следното: „Има многу прашања внатре во заедниците што не се отвораат, и нема да се отвораат, ние се догматизираме внатре во етничките заедници. Но ќе речам, [...] ако тие теми не се отвораат во ромските или во албанските медиуми, треба да се отвораат во македонските медиуми, каде што притисокот на тие што сакаат да етикетират и да стигматизираат (а понекогаш и да тепаат луѓе) нема да биде толку голем, [...] дебатата внатре во тие помали етнички заедници... е речиси згушена и затоа треба [македонските медиуми] да ги извлечат [прашањата] и да ги постават во мејнстрим дискурсот, оти на крајот на краиштата штетата на таа затвореност нема да ја трпат само Албанците, тоа ќе се прелее во општеството...“¹

1 Интервју со Петрит Сарачини, програмски координатор во Македонскиот институт за медиуми, реализирано на 6 ноември 2012 година.



Со оглед на тоа што главната цел на истражувањето е да се утврди во кој обем и на кој начин медиумите на заедниците известуваат за сопствената и за другите етнички заедници, натамошната анализа се фокусираше исклучиво на прилозите поврзани со настани од Македонија. Така, категоријата „На што се однесува темата“ открива во која мера во прилозите за домашните настани медиумот ги третира односите меѓу „сопствената и мнозинската заедница“, прашањата што ја засегнуваат неговата „сопствена“ заедница, или некоја „друга“ етничка заедница во земјата, и колку во вестите обработувал „Теми од општ интерес“² што се всушност релевантни за сите граѓани на државата, независно од нивната етничка припадност.

Кај редакцијата на албански јазик 29,79% (18% од вкупниот примерок) од објавите ѝ се посветени само на „Сопствената етничка заедница“. Квалитативната анализа на содржината на овие прилози, која е направена во делот за контекстот на известувањето („вредноста на објавените содржини“), покажува дека во нив редакцијата има улога на апологет на интересите на сопствената етничка заедница. Забележливо е дека редакцијата обработила и голем обем теми од општ интерес (67,38%), што е позитивен тренд. Сепак, спроведените длабински интервјуа укажуваат на тоа дека дури и кога темите се од општ интерес, фокусот е повторно на сопствената етничка заедница: „Албанската програма им се советува на албанските гледачи и нам ни се интересни исклучително настаните што се случуваат околу албанската етничка заедница“³.

Темата се однесува на	Број на прилози	%
И на сопствената и на мнозинската заедница	1	0,71
Мнозинската заедница	3	2,12
Сопствената заедница	42	29,79
Тема од општ интерес	95	67,38
Вкупно	141	100

Ова може да се поткрепи и ако се анализираат податоците за темите што се однесуваат на други етнички заедници. За мнозинската заедница има само три објави во анализираниот период, што во однос на вкупно 239-те објави е нешто повеќе од еден отсто, а во однос на домашните теми е три отсто. За другите етнички заедници има само една објавена содржина. Последниов податок укажува на тоа дека кај редакцијата на албански јазик на МТВ има многу мал интерес за случувањата и културната посебност на другите етнички заедници. Причината за ова може да се бара во начинот на кој редакцијата гледа на својата улога

- 2 Во оваа категорија беа сместени сите прилози што не се однесуваа на ниту една посебна заедница, туку третираат прашања од општ интерес за сите граѓани во земјата. На пример, посета на претседателот на Собранието во странска земја, рокови за промена на пасошите, одржана седница на Собранието што се однесува на работнички права или на буџетот и сл. Доколку некој од овие прилози конкретно се однесува на некое важно прашање за етничката заедница (на пример, собраниска заедница на која се зборува за употреба на албанскиот јазик, иницијатива на Министерството за труд и социјална политика за интеграција на ромската заедница во општеството), тогаш ваквите прилози се категоризираат во една од категориите што се однесуваат на етничките заедници).
- 3 Интервју реализирано со уредничката на Програмата на албански јазик, на 21 јуни 2012 година

во рамките на јавниот сервис, како и во непостоењето на единствена и јасно дефинирана уредувачка политика во јавниот сервис што води кон интеракција на заедниците и кон социјална кохезија: „Вториот и Првиот програмски сервис си имаат една посебна уредувачка политика што оди во склоп на Македонската телевизија, тие си имаат свои различности [...] ние практично постоиме како две посебни телевизији. Во иста куќа сме, но имаме посебни програми и секој се грижи со што ќе го наполни денот во тие две посебни програми“⁴.

Жанровската категоризација на новинарските прилози покажува дека подолгите и поаналитички жанрови добиваат многу мал простор во вестите на албански јазик на МТВ2. Од вкупната продукција на 239 прилози, 45,6% се вести, а 39,75% се извештаи. Во анализата на 141 објава за теми од Македонија, 53,9% се извештаи и 24,82% се вести. Во селектираниот период, од жанровите што имаат аналитички карактеристики, регистрирани се три анализи, едно интервју и пет репортажи. Во контекст на новинарската практика во Македонија генерално, извештајот како жанр нема аналитички елементи. На извештајот, за разлика од она што може да се најде кај некои странски медиуми⁵, се гледа како на жанр што *пренесува информации* за случувањата, а не навлегува во нивните причини, ниту пак прави врски меѓу појавите – ова е така и со извештаите на оваа редакција. Податоците се и можен индикатор за тенденцијата на редакцијата да избегнува производство на жанрови што би ги отворале и со повеќе детали би ги објаснувале општествените и политичките проблеми. Оттука, врз основа на истражувањето може да се каже дека МТВ2 на албански јазик има таканаречен *реактивен новинарски џирисџај*.

Жанр на прилогот	Број на прилози	%
Анализа	3	2,13
Вест/проширена вест	35	24,82
Извештај	76	53,90
Изјава	6	4,26
Интервју	1	0,71
Репортажа	5	3,55
Сондажа/анкета	2	1,42
Соопштение	13	9,22
Вкупно	141	100

Потпишувањето на **авторот** на новинарскиот производ е битно во професијата, поради тоа што името и презимето на авторот можат да го зајакнат кредибилитетот на она што е кажано. Сепак, ова зависи и од жанровската распределба - прегледот на вести никогаш не се потпишува од авторот - тој може да е или непотпишан или пак да е преземен од агенциските вести.

4 Ibidem.

5 Искуството од Би-би-си, на пример, покажува дека овој жанр може да се користи како облик на аналитичко новинарство.

Авторство	Број на прилози	%
Непотпишано	27	19,15
Новинар	92	65,25
Новинска агенција	8	29,22
Преземено од други медиуми	1	0,71
Соопштение	13	5,67
Вкупно	141	100

Анализата на прилозите во селектираниот период кај вестите на албански јазик покажува тенденција во која збирот на непотпишаните објави или преземените објави може да се објасни со употребата на веста како жанр - веста и соопштението се жанрови што не се потпишуваат. 65% од објавите се потпишани од новинар од редакцијата, а другиот дел е преземен од други медиуми или новински агенции, кои се соодветно наведени. Од ова може да се сугерира дека редакцијата на албански јазик има солидна продукција на свои информативни содржини, кои се уредно атрибуирани. Бројот на разгледаните случаи дава доволно убедлив пресек за оваа тенденција.

Повод за прилогот	Број на прилози	%
Актуелен настан	65	46,10
Актуелен настан како реакција	9	6,38
Друго	2	1,42
Изјава	16	11,35
Медиумски иницирана изјава	4	2,84
Псевдонастан	45	31,91
Вкупно	141	100

Анализата на **поводот за објавување** на информациите директно поврзани со Македонија покажа дека 46% од објавите се известувања за актуелен настан, речиси 32% се таканаречени псевдонастани, односно прес-конференции и други типови еднонасочна комуникација на политичарите со јавноста, 11,35% се изјави и 6,38% се актуелни настани како реакција. Оваа распределба покажува задоволителен процент на објавување актуелни настани, но открива и дека псевдонастаните одземаат речиси третина од вкупната продукција на вести што се однесуваат на Македонија. Псевдонастаните всушност се инсценирани претежно од политичарите, во кои тие пред јавноста објавуваат некаква агенда што не е нужно поврзана со некој реален нов настан. Последниве години во медиумите во Македонија е честа појава објавувањето вести за ваквиот тип прес-конференции во кои претставници на политичките партии се обвинуваат меѓусебно, честопати без

сериозни аргументи. Медиумите во таа насока се претворија во „носачи“ на таквите информации. Четвртина од објавите на албанската редакција покажуваат дека таа не е исклучок од ваквата практика. Исто така, индикативно е што речиси 3% од објавите се медиумски иницирани изјави. Тоа може да значи дека медиумот нема доволно содржини што се покренати од медиумските професионалци - со други зборови темите се иницираат од надвор, најчесто од некој центар на моќ.

Истражувањето ги следеше и консултираните **извори** во објавите, според нивниот број, тип и позиција. Секоја од овие варијабли сама по себе покажува статистички значајни нарушувања на професионалните стандарди кај сите редакции на јавниот сервис, иако со различна динамика. Освен тоа, вкрстувањето на овие варијабли зборува за доминацијата на политичарите како извор во објавите.

Број на извори	Број на прилози	%
Два	42	29,79
Еден	68	48,23
Повеќе од три извори	16	11,35
Три	15	10,64
Вкупно	141	100

Важен показател за почитувањето на професионалните стандарди во вестите на албански јазик на МТВ2 е бројот на изворите. Во 68 објави (48%) е консултиран само еден извор. Овие случаи го прекршуваат основниот професионален стандард на консултирање најмалку два независни извора. Постапеноста на изворите покажува силна тенденција кон еднострано известување. Во вкупно 73 објави (52%) се наведени два или повеќе извори. Вкрстувањето на варијаблите „број“ и „тип“ на извори покажува дека дури и во случаите каде што се консултирани два или повеќе извори тие бранат идентичен став. Според тоа, 86,52% од објавите се извори со единствена позиција во однос на прашањето за кое се известува. Само во 13 објави има спротивставена позиција на изворите – објави во кои може да се тврди дека се работи за понуда на поширок спектар позиции за темата. Ова е индикатор дека во вестите на албански на МТВ2 има тенденција кон пристрасно и еднострано известување, иако во новинарските текстови во принцип може да се постигне балансирано претставување на повеќе гледишта и доколку самиот новинар го парафразира или го претстави другото гледиште.

Важен заклучок може да се извлече и од променливата „Тип на извори“⁶ - 64% од изворите доаѓаат од политиката, што покажува дека во вестите на албански на МТВ има тенденција на известување „одозгора-надолу“, што пак укажува на тоа дека политичарите лесно можат да ги моделираат содржините според своите потреби. Исто така, анализата покажува дека од вкупно 90-те објави, во најголем број (60 објави) изворите се претставници на власта.

6 Во истражувањето се правеше разлика меѓу деперсонализиран и персонализиран извори од политичарите, како и деперсонализиран и персонализиран извори што не се од политичарите.

Тип на извори	Број на прилози	%
Деперсонализирани извори (институции) што се од политиката	44	31,21
Деперсонализирани извори што не се од политиката	9	6,38
Персонализирани извори (поединци) што се од политиката	46	32,62
Персонализирани извори што не се од политиката	12	8,51
И персонализирани и деперсонализирани (без оглед од која група се)	30	21,28
Вкупно	141	100

Освен тоа, оваа променлива, сама по себе, открива дека 53% од изворите се деперсонализирани. Цитирањето извори во ваква форма значи дека е наведена само институцијата, а не е кажано кој поединец ја дал информацијата. Ова има импликации врз професионалните стандарди – честата употреба на непрецизни или нејасни извори отвора широка можност за манипулација со новинарските текстови. Истовремено, од аспект на перцепцијата на гледачите, ова е проблематично за кредибилитетот на медиумот во целина. Се разбира, новинарските текстови објективно не можат секогаш да се потпираат на прецизно именувани извори. Меѓутоа, секоја редакција треба да се стреми овој тип извори да ги сведе на минимум.

Редакцијата на албански јазик на јавниот сервис често практикува да ги избира изворите врз основа на јазикот на кој зборуваат, односно најчести соговорници во прилозите се припадници на албанската заедница. Во објаснувањето на причината за ова, претставниците на редакцијата наведуваат дека се работи за технички проблем – немаат вработени преведувачи: „Ние ретко земаме во Втор програмски сервис [соговорник што не го зборува албанскиот јазик], од технички причини, не поради некој етнички инает... аналитичар што зборува директно на македонски јазик, поради тоа што мора симултан превод да има во моментот... Албанците во Македонија имаат предност – знаат македонски... јас можам да гостувам на емисија на македонски јазик... некој Македонец не може да гостува кај мене ако не зборува албански... или ако не најдам соодветен преведувач во моментот... или ако не го снимам порано за да го титлувам... што е технички изводливо, но морам порано да го правам.“⁷ Некои од интервјуираните експерти се согласуваат дека преводот на програмите може да придонесе во поттикнувањето на интеркултурното поврзување, а тоа е сугестија и на интервјуираните

7 Интервју реализирано со Мигена Горенца, уредничка на Програмата на албански јазик, на 21 јуни 2012 година.

претставници на институциите: „Ако го земете вториот програмски сервис, воопшто нема титлови - јас така не знам што се зборува во програмата на турски или на влашки јазик или ромски сеедно, недостига превод оти сите граѓани плаќаат претплата“⁸

Вредност на новинарскиот став	Број на прилози	%
Негативна	6	4,26
Нејасен	1	0,71
Неутрална	47	33,33
Позитивна	87	61,70
Вкупно	141	100

Кога станува збор за **новинарскиот став** кон содржините, не се оценува содржината на текстот, туку само односот на новинарот кон субјектот или настанот за кој се информира⁹. Анализата на прилозите за домашните настани покажа дека во 33% од објавените содржини во вестите на МТВ-албански ставот на новинарот кон темата бил неутрален. Тоа значи дека самиот новинар во создавањето или уредувањето на прилогот внимавал да не демонстрира видлив апологетски или негаторски став кон темата или субјектот за кој известува. Но овде е важно да се нагласи дека голем број од прилозите оценети како неутрални се потпираат на користење само на еден извор, што без оглед на неутралното користење на јазикот и другите аудио/визуелни елементи на новинарско изразување, ги прави неурамнотежени, односно пристрасни.

Анализата, исто така, покажа дека во 62% од прилозите е воочен позитивен новинарски став кон темата/субјектот - што значи дека новинарот го глорификувал или имал некритичка или фаворизирачка позиција во однос на субјектот или темата на известување. Само во три отсто од објавите може да се забележи јасно видлив негативен новинарски став - односно аргументите што биле изнесени во прилогот не биле целосно проверени информации, или биле користени јазични, аудиовизуелни и други елементи со кои на темата/субјектот им се придава негативна конотација.

Со оглед на тоа што специфичната цел на истражувањето беше да се утврди не само колку, туку и како се известува за темите релевантни за заедниците, предмет на дополнителна квалитативна анализа во поглед на новинарскиот став беа само прилозите што се однесуваат директно на прашањата што ги засегнуваат заедниците или на нивните актуелни односи во земјата.

8 Интервју со Весна Бабик Стефановска, директорка на Агенцијата за остварување на правата на заедниците, реализирано на 18 јуни 2012 година.

9 Определувањето на ставот на новинарот е сложена постапка, подложна на голем степен на субјективност и затоа се изведува од повеќе показатели: од изборот на зборовите и речениците, манипулативната употреба на слики, кадри, звуци, употреба на тон на гласот со кој на целиот прилог му се дава саркастичен, предупредувачки, оптимистичен, патриотски или друг агол и др. Важно е да се нагласи дека во определувањето на неутралноста не беше земен предвид бројот на изворите на кои се потпира прилогот. Ваквото концептуално разграничување на категориите беше направено за да може да се извлечат јасни сознанија во поглед на користењето на изворите како стандард и користењето на новинарскиот јазик и другите елементи за обликување на прилогот.

Вредност на новинарскиот став	Број на прилози во кои се третираат прашања релевантни за заедниците
Негативна	0
Неутрална	7
Позитивна	39
Вкупно	46

Така, од вкупно 46 прилози во кои директно се обработува ваква тема, 39 се со позитивен, а 7 со неутрален новинарски став. Речиси сите прилози со позитивен новинарски став се однесуваат на сопствената заедница (38), само еден се однесува и на сопствената и на мнозинската заедница. Станува збор за прилог што се однесува на завршувањето на проектот поддржан од Заедничката програма на ОН за јакнење на меѓуетничкиот дијалог и соработка, чија цел е зајакнување на професионалните стандарди во новинарството.

Сознанијата за ставот на новинарите на МТВ албански јазик во известувањето за сопствената или за другите етнички заедници се надополнуваат со анализата на **вредноста на објавената содржина**.¹⁰ И со оваа анализа беа опфатени само прилозите во кои се третираат прашања поврзани со етничките заедници¹¹. Така, од вкупно 46 прилози што се однесуваат на некоја од заедниците во Македонија, 39 имаат позитивен, а 7 неутрален контекст.

Вредност на објавената содржина	Број на прилози во кои се третираат прашања релевантни за заедниците
Негативна	0
Неутрална	7
Позитивна	39
Вкупно	46

Од 39 прилози во кои контекстот е позитивен, 38 се однесуваат на сопствената етничка заедница, а само еден и на мнозинската и на сопствената заедница. Прегледот на содржината на овие прилози го потврдува согледувањето за тоа дека редакцијата на албански јазик примарниот фокус во известувањето го става на интересите на сопствената заедница, дека се потпира на извори главно од сопствената заедница и дека ретко ги третира прашањата што создаваат мостови меѓу заедниците. Во овие прилози се опфатени теми значајни за Албанците во Македонија, но и за Албанците пошироко во регионот¹².

10 Вредноста на содржината се однесува на контекстот или „врамувањето“ што е поврзан со светлината што тој контекст ја фрла врз субјектот или темата. На пример, постојаното известување за припадниците на една заедница во проблематичен контекст (насилство, корупција и сл.) укажува на намера таа да се претстави во негативен контекст и обратно.

11 Тоа значи дека овие прилози беа издвоени и анализирани дополнително со помош на квалитативна анализа, при што внимателно беа разгледувани шематската структура на текстот, употребата на наслови или поднаслови, начините на кои новинарот суптилно го „врамува“ настанот и др.

12 Прегледот на емитивните објави е даден во прилог 1 на оваа анализа.

Еден од интервјуираните медиумски експерти тврди дека „[програмата на албански] е нормално да има специфики што ги имаат гледачите од албанското говорно подрачје [...], но изолирањето и затворањето кон другите етнички и колективни идентитети е проблем. Немаме никаков контакт, никаква програмска врска за тие настани. Така, од фактор што треба да овозможува кохерентност на општеството, МРТВ станува медиум што дели и создава раздор“¹³.

Програма на турски јазик

Програмата на турски јазик во рамките на Вториот програмски сервис на МТВ се емитува секојдневно во периодот од 15:30 до 18:00 часот, или вкупно околу 2,5 часа програма дневно. Во овој термин се емитуваат две изданија вести, првите траат од 5 до 10 минути и се емитуваат во 15:30 часот, а вторите се централни вести и се емитуваат во 17:30 часот со траење од 20-30 минути. Редакцијата има вработено 12 новинари, односно е втора редакција на заедниците на јавниот сервис по големина.

Анализирани се вкупно 14 изданија на централните вести емитувани во периодот од февруари до септември, со вкупно 172 информативни прилози.

Тема / област	Број на прилози	%
Активности на органите на власта	21	12,21
Друго (временска прогноза)	15	8,72
Економија	15	8,72
Квалитет на секојдневниот живот	4	2,33
Криминал и корупција	5	2,91
Култура	4	2,33
Настани од регионот	19	11,05
Настани од светот	50	29,07
Образование	4	2,33
Политика – внатрешна	13	7,56
Политика – надворешна	10	5,81
Религија	6	3,49
Социјални прашања	5	2,91
Спорт	1	0,58
Вкупно	172	100

Прилозите во вестите на МТВ на турски јазик најпрво беа анализирани од аспект на **темата**, и тоа во две категории: „Тематска област“ и „На што се однесува темата“. Според добиените податоци, може да се заклучи дека и оваа редакција известува за мошне разновидни теми, при што 56,4% од прилозите се однесуваат на домашни настани, а 43,6% на настани од светот (29%) или од

13 Интервју со д-р Сефер Тахири, професор на Универзитетот од Југоисточна Европа, Тетово, реализирано на 15 јули 2012 г.



регионот (11,05%). Од 19 прилози што се однесуваат на непосредниот регион, 12 се однесуваат на настани од Турција, а другите на настани во Грција (4), Србија (2) и на Косово (1).

Во прилозите што се однесуваат на *домашните настани*, според тематската област, најголемо внимание им е посветено на „активностите на власта“ (12,21%), на „економијата“ (8,72%), „внатрешната“ (7,56%) и „надворешната“ (5,81%) политика, а значително помалку на другите области. И кај редакцијата на турски јазик воочливо е доминантното присуство на политиката и активностите на власта во вестите (сè заедно 25,58% од прилозите за домашните настани) и отсуството на теми за граѓанското општество и невладините организации и здруженија.

За одбележување е и тоа што во категоријата „Култура“, во селектираниот период, редакцијата има произведено четири содржини (сите се или вести или извештаи), од кои две се однесуваат на турската култура. Индикативно е и тоа што во селектираниот период нема содржина што се однесува на етничките и човековите права во потесната смисла на зборот, а истовремено во категоријата образование има четири објави или 3% од вкупната информативна продукција. Сепак, како и кај албанската редакција, прашањето на колективните права на заедницата е испреплетено со информативните содржини за другите области, како економијата, внатрешната политика и слично.

Кога станува збор за човековите и етничките права на заедницата, од спроведените интервјуа може да се извлечат два заклучоци: прво, дека оваа тема во редакцијата се разбира првенствено низ колективистичка призма и второ, кога станува збор за правата, не се отвораат теми што се однесуваат на маргинализираните групи во рамките на оваа етничка група, како на пример, правата на жените, сексуалните малцинства, правата на лицата со посебни потреби и слично. „Кршењето на табуата во заедницата е проблематично. На никого не му се допаѓа тоа. Ние никогаш не сме работеле тема за хомосексуализам, ниту пак сме нашле простор за какви било осетливи теми. Ние сме избегнувале и многу повидливи теми... За жените во оваа заедница е исто така проблем. На пример, кога правев тема брак за пари немаше отворена реакција, на пример, да ти го забранам ова, но во суштина им беше непријатно дека се продаваат жени за пари.“¹⁴

Во натамошниот дел анализата се фокусираше само на темите што се однесуваат на настаните поврзани со Македонија, бидејќи главната цел на истражувањето беше да се утврди како медиумите известуваат за сопствената или за другите етнички заедници. Од вкупно 172 објави во селектираниот период, на домашните настани отпаѓаат 93 теми.

Категоријата „На што се однесува темата“ открива дека турската редакција во покривањето на домашните настани најмногу прилози произвела за „Темите од општ интерес“ (77,42%). Интересен за анализа е бројот на објавите посветени на етничките заедници: 16,13% од објавите ѝ се посветени на „Сопствената етничка заедница“, а само две објави се за теми што се однесуваат и на сопствените

14 Интервју со новинар во турската редакција, реализирано на 22 јуни 2012 година.

ната и на мнозинската заедница¹⁵. Забележливо е дека, како и кај албанската редакција, и кај турската има многу мал интерес за темите што ги засегнуваат другите етнички заедници. Во општа смисла, еден од интервјуираните новинари од оваа редакција тврди дека сите редакции се етноцентрични, а и турската го пресликува овој став: „На лично ниво сè е во ред - но кога ќе седнеш да ги пишуваш и да ги видиш катастрофално лошите прилози што произлегуваат од етничката база, гледаш дека тоа е навистина лошо – ако погледнеш како го работи тоа првиот програмски сервис, како го работи вториот, а како го работиме ние, од етничка перспектива сме катастрофално себични. Чуден е и начинот на неподнесување, на отсуство на соработка со другиот - како да има некое потценување – јас сум голем сервис, па овој е втор програмски сервис“.¹⁶

Темата се однесува на	Број на прилози	%
Друга етничка заедница	1	1,08
И на сопствената и на мнозинската заедница	2	2,15
Мнозинската заедница	3	3,22
Сопствената заедница	15	16,13
Тема од општ интерес	72	77,42
Вкупно	93	100

Жанровската анализа на вестите на турски јазик покажува дека аналитичките жанрови воопшто не се застапени во вестите. 44% од објавите се кратки вести, а 47% се извештаи. Преостанатите бројки влегуваат во категоријата изјави (4%) и соопштенија (3%). Во истиот период е регистрирано само едно интервју, жанр што може да воведо аналитички моменти во програмата. Тоа покажува дека и кај вестите на турската редакција на МТВ постои тенденција кон *реактивно новинарство*. Недостигот од време не е причина за ваквиот редакциски приод, бидејќи два и пол часа програма дневно дозволува доволно простор за производство на попродлабочени новинарски прилози и емисии. Имено, турската редакција се соочува со големи проблеми со техничките капацитети, иако ова за другите (помали) редакции на МТВ е уште поголема пречка¹⁷. Проблем е, на пример, превозот на новинарите до и од настаните, пристапот до компјутер и до Интернет и сл. Од спроведените длабински интервјуа произлегува и дека редакцијата нема доволно новинарски кадар, а на постојниот му недостига обука особено за покривање и анализа на меѓуетничките прашања: „Потребни се обуки за мултиетнички пристап во известувањето, но треба да биде опфатена што поголема група од луѓе. Но најважно

15 Во категоријата „И на сопствената и на мнозинската заедница“ беа вбројувани прилозите во кои медиумот експлицитно третира прашања за актуелните односи меѓу сопствената и мнозинската заедница, било во негативна, било во позитивна смисла на зборот.

16 Интервју со новинар во турската редакција, реализирано на 22 јуни 2012 година

17 Ова беше наведено во текот на интервјуата со речиси сите претставници на редакциите на немнозинските заедници на Вториот сервис на МТВ.



е да се научи добро новинарство.¹⁸ Се забележува и дека кај оваа, како и кај другите редакции на јавниот сервис, има партиско-политички влијанија, кои ги обесхрабруваат новинарите во продукцијата на сериозни анализи¹⁹.

Жанр на прилогот	Број на прилози	%
Вест/проширена вест	41	44,09
Извештај	44	47,31
Изјава	4	4,30
Интервју	1	1,08
Соопштение	3	3,23
Вкупно	93	100

Потпишувањето на **авторот** на новинарскиот производ е битно во професијата, поради тоа што името и презимето на авторот може да го зајакнат кредибилитетот на она што е кажано. Анализата на селектираниот период за вестите на МТВ турски покажува позитивна практика - нема непотпишани или неатрибуирани објави. 48% од објавите се преземени од новинска агенција, а 47% се потпишани од новинар од редакцијата. Од ова може да се сугерира дека редакцијата на турски јазик во МТВ2 има солидна продукција на своја содржина и го почитува стандардот на означување на текстовите. Ова сугерира и дека вестите во голема мера се преземени од агенциите, што во случајот на МТВ е државната агенција МИА.

Авторство	Број на прилози	%
Новинар	43	46,24
Новинска агенција	44	47,31
Друго	2	2,15
Соопштение	4	4,30
Вкупно	93	100

Од аспект на **поводот** за емитување на информациите, во вестите на турската редакција во селектираниот период се воочени 45 прилози за некој актуелен настан, што е 48,39% од вкупните објави. Потоа, 31,18% отпаѓаат на псевдонастани, 13,98% се изјави и 4,30% се актуелни настани. Редакцијата значаен дел од вестите посветува на информирање за актуелни настани, сепак, не е мал ниту процентот на објавите за псевдонастани што се извлечени од прес-конференции на кои политичките партии заемно се обвинуваат или се промовираат

18 Интервју реализирано со новинар во Програмата на турски јазик на МТВ на 22 јуни 2012 година.

19 Вакви забелешки во интервјуата почесто изнесуваа експертите и претставниците на немнозинските заедници, кои се надворешни набљудувачи на програмите на јавниот сервис.

себеси. И кај турската има мал процент (2,15%) медиумски иницирани изјави, што отвора простор за толкување дека темите до кои таа доаѓа се поставени од некој друг – без медиумот да има иницијатива во нивното отворање.

Повод за прилогот	Број на прилози	%
Актуелен настан	45	48,39
Актуелен настан како реакција	4	4,30
Изјава	13	13,98
Медиумски иницирана изјава	2	2,15
Псевдонастан	29	31,18
Вкупно	93	100

Истражувањето ги следеше консултираните **извори** во објавите во вестите на турски јазик според нивниот број, тип и позиција. Секоја од овие варијабли покажува нарушувања на професионалните стандарди и кај турската редакција. Во 64 случаи или 68,82% од вкупно објавените домашни прилози во вестите има консултирано само еден извор, што покажува прекршување на основниот професионален стандард за консултирање најмалку два независни извори. Освен тоа, фактот што во 92% од објавените прилози изворите застапуваат единствен став, укажува на тенденција на еднострано и пристрасно информирање.

Број на извори	Број на прилози	%
Два	19	20,43
Еден	64	68,82
Повеќе од три извори	4	4,30
Три	6	6,45
Вкупно	93	100

Натаму, 83,87% од изворите во вестите на турски се извори од политиката (54,84% се деперсонализирани, 29,03% персонализирани), а 12,9% се извори што не им припаѓаат на партиско-политичките кругови (10% деперсонализирани и 5% персонализирани). Ова може да сугерира дека партиско-политичките структури и во овој случај добиваат предност во креирањето на медиумската агенда, а многу малку простор им се остава на извори од граѓанскиот сектор (граѓани, граѓански здруженија, организации со ад хок-цели итн). Во 39 објави (50% од објавите со еден, два или повеќе извори од политиката) изворите всушност се претставници на власта. Во преостанатите 39 објави (50%) најголем дел се извори од меѓународни организации и други политички структури. Сето ова сугерира дека на политичарите им се дава голема предност да ги наметнуваат своите ставови и мислења преку содржините на редакцијата.

Понатаму, 57% од содржините имаат деперсонализирани извори. Новинарскиот труд не може секогаш да зависи од прецизни и јасно посочени извори, но процентот на деперсонализираните извори покажува дека тие доминираат во програмата, што отвора проблем од професионална природа. Премногу честата употреба на деперсонализирани извори остава лош впечаток кај публиката и истовремено овозможува лесна манипулација со информациите.

Тип на извори	Број на прилози	%
Деперсонализирани извори (институции)	51	54,84
Деперсонализирани извори што не се партиско-политички	6	6,45
Персонализирани извори (поединци)	27	29,03
Персонализирани извори што не се партиско-политички	6	6,45
И персонализирани и деперсонализирани (без оглед од која група се)	3	3,23
Вкупно	93	100

Дополнително светло за согледувањето дека известувањето на турската редакција е еднострано фрла и анализата на позицијата на користените извори. Од вкупниот број, во 85 објави (91,4%) консултираните извори бранат ист став, а во само 8 прилози е претставена и другата страна.

Вредност на новинарскиот став	Број на прилози во кои се третираат прашања релевантни за заедниците
Негативна	0
Неутрална	20
Позитивна	1
Вкупно	21

Во поглед на вредноста на **новинарскиот став** анализата се фокусираше само на објавите што се однесуваат на некоја од етничките групи - во случајот со турската редакција беа регистрирани 21 таква објава. Од вкупниот број, во 20 прилози е регистриран неутрален новинарски став, а само во еден позитивен²⁰. Од неутрално оценетите прилози, 15 се однесуваат на сопствената заедница, 3 на мнозинската заедница, 2 и на сопствената и на мнозинската и еден на друга етничка заедница.

И овде треба да се напомене дека при оценката на ставот не се земаше предвид користењето на изворите, односно тој новинарски стандард се мереше како посебна променлива. Тоа значи дека самиот новинар во обработката на новинарскиот прилог не користел јазик или други елементи со кои би демон-

20 И во овој прилог ставот на новинарот е неутрален, но аналитичарот го оценил како позитивен поради должината на овој прилог во вкупното времетраење на вестите на турски јазик. Прилогот е за успехот на женската кошаркарска екипа од основното училиште на турски јазик „Тефејуз“ во Скопје.

стрирал апологетски или претерано критички став кон субјектот или темата за која известува. Но дури 91,40% од вкупните објави користат извори што застапуваат само една страна во приказната, што сепак сугерира еднострано известување – и покрај неутралниот став на новинарот.

Вредноста на содржината беше анализирана само кај прилозите што се однесуваат на некоја од етничките заедници и ги дополнуваат претходно добиените сознанија за известувањето на оваа редакција. Од вкупно 21 прилог, еден се однесува на настани што имаат неутрален контекст, а 6 на настани што фрлаат позитивно светло на заедницата на која се однесува прилогот. Три од овие прилози се однесуваат на сопствената заедница, еден и на сопствената и на мнозинската и еден на друга етничка заедница.

Вредност на објавената содржина	Број на прилози во кои се третираат прашања релевантни за заедниците
Негативна	0
Неутрална	15
Позитивна	6
Вкупно	21

Прилозите што во *позитивен* контекст ја претставуваат заедницата на која се однесуваат се поврзани со следните настани: Женската кошаркарска екипа на ОУ „Тефеџуз“ го освоила 4-то место во рамките на Македонија; изложба на фотографии на турскиот уметник Мурат Солакоглу отворена на скопскиот аеродром; претседателот на Големото национално собрание на Турција Џемил Чичек во посета на Македонија; почесна вечер за македонскиот поет Матеја Матевски организирана од Турскиот културен центар; интервју на Муса Џафери за „Трибуна Шкиптаре“, каде што вели дека Брисел и Вашингтон гарантираат дека нема да дозволат менување на меѓународно признаените граници; и рушењето на дел од џамијата „Мустафа Челеби“ во Струга.

Неутрално контекстуализирани се следниве теми и прашања:

- *Религија и верски празници*: интервју со Сулејман Баки по повод верскиот празник Берат; одбележување на празникот Рамазан; честитка од претседателот на државата Иванов по повод празникот Рамазан; Исламската верска заедница на Турција ги започна манифестациите по повод роденденот на пророкот Мухамед; вест за одбележувањето на велигденскиот празник, велигденскиот празник во Русија и во Украина, честитки на претседателот на државата, премиерот и лидерот за опозицијата упатени до верниците по повод Велигден;

- *Образование*: број на запишаните ученици Турци во средните училишта во Дебар и во Централна Жупа; почеток на наставата во валандовскиот и струмичкиот крај; извештај од Охридско за училиштата каде што учат ученици-Турци;

- *Односи со Република Турција*: телеграма со сочувство од пратениците Ќенан Хасипи и Ердоган Сарач за загинатите во терористичкиот напад во Газинтеп, Турција; поранешни генерали осудени на 20 години затвор поради планирање државен удар во Турција; соопштение за средба на амбасадорот на Република Турција со турски граѓани од Македонија на која тој ќе разговара за проблемите со кои тие се соочуваат;



- *Друѓи прашања*: обид за кражба во „Зират банка“.

Од овој преглед може да се види дека поголем број (12) од прилозите што се неутрални во поглед на вредноста на содржината се однесуваат на теми и прашања што ја засегнуваат турската заедница во Македонија.

Програма на ромски јазик

Програмата на ромски јазик на Македонската телевизија е воведена уште во 1991 година. Се емитува три пати неделно, во вторник, четврток и сабота, во блок со наслов „Бјандипе“, кој трае половина час и се емитува од 15 до 15:30 часот. Вести не се емитуваат редовно, а ни самата емисија нема постојана програмска структура, така што не се знае кога се емитуваат информации, а кога други содржини²¹. Во периодот од февруари до септември се идентификувани само пет емисии во кои имало новинарски производи²². Во сите изданија веднаш по краткиот информативен блок од 10-15 минути има блок во кој се пушта музика. Причините за ова се во тоа што редакцијата се соочува со голем недостиг од кадар и технички средства за реализација на своите обврски во рамките на јавниот сервис. Во времето на анализата имаше само еден вработен новинар, сиромашни технички ресурси на располагање, поради што производството на вести и разновидна програма е оневозможено.

Во саботниот термин планиран за емитување на „Бјандипе“ во периодот опфатен со истражувањето се емитуваше информативната емисија „Време на Ромите“, која е продукција на приватната телевизија од Скопје БТР. Ваквата практика е невообичаена за јавниот сервис, да се јави во улога на емитувач на информативна програма продуцирана од комерцијален радиодифузер, наместо самиот да информира за овие прашања и теми. Во отсуство на вакви содржини продуцирани од јавниот сервис, емисијата „Време на Ромите“ пополнува важна празнина за повеќе теми мошне релевантни за животот на Ромите во Македонија: зошто кај Ромите се почесто присутни некои видови хронични болести; проблемите на здравственото осигурување на Ромите; акција за вакцинирање на децата-Роми од Штип; курсеви за подготовка на Роми за упис на медицински студии; проект на УНИЦЕФ за дополнителна настава за ромските деца со цел да се подобри нивниот успех во образованието; комуналните проблеми на Ромите од Штип и од општината Зелениково; амбасадата на Норвешка поддржа бесплатни обуки за едукација на млади Роми за занаети.

Во петте емитувани информативни емисии „Бјандипе“ беа регистрирани само 34 прилози. Ова само по себе зборува за тоа во која мера јавниот сервис ја запоставил својата програмска обврска да ги задоволува информативните потреби на помалите етнички заедници: „Кога би имало повеќе луѓе да работат во редакцијата на ромски јазик, сигурно би се проширила и бројноста на емисиите, би имале дебатни емисии, би имале политички емисии, би ги имале сите сектори со своја емисија... меѓутоа ако се прошират емисиите и ако се прошири бројот на луѓето, тогаш секој би требало да има своја камера.“²³

Со оглед на малиот број објави, во натамошниот текст е направена анализа само на некои поважни аспекти на емитуваната содржина. Иако целиот програмски блок

21 Новинарката вработена во Програмата на ромски јазик во интервјуто вели дека бидејќи е сама во редакцијата, гледа „во вторник да оди информативна емисија, во четврток музичка, а во сабота документарна“. Интервју реализирано на 20 јуни 2012 година.

22 Петте програмски блока во кои редакцијата емитувала информации се од следните датуми: 27 март, 10 април, 15 мај, 19 јуни и 10 јули. Во февруари (на датумот прецизиран со истражувањето), во август и во септември воопшто не се емитуваат информации во рамките на „Бјандипе“, туку само музика или репризи од претходни емисии.

23 Интервју со новинарка вработена во редакцијата на ромски јазик, реализирано на 20 јуни 2012 година.

„Бјандипе“ нема информативен карактер, информативните прилози што се емитуваат во првите минути имаат таква функција – да дадат преглед на главните активности на претставниците на власта²⁴. Но и во овие пет минути, сепак, информирањето треба да ги задоволи професионалните стандарди.

Жанр на прилогот	Број на прилози	%
Вест/проширена вест	15	44,12
Извештај	14	41,18
Интервју	3	8,82
Репортажа	2	5,88
Вкупно	34	100

Најголем дел од прилозите (85%) се кратки и неаналитички **жанрови**, какви што се веста и извештајот, а беа регистрирани и три интервјуа и две репортажи - 16% од содржините. Но кога ќе се влезе во содржински преглед на неколкуте аналитички жанра, заклучокот е дека тие не анализираат, туку повеќе претставуваат некоја нишка од културата и постигнувањето на ромската заедница во Македонија. Понекогаш, содржината на овие жанрови се состои од едноставно претставување на успехот на некој претставник на ромската заедница.

Повод за прилогот	Број на прилози
Актуелен настан	30
Актуелен настан како реакција	1
Друго	1
Псевдонастан	2
Вкупно	34

Од аспект на **поводот** за емитување, најголем дел од објавите (30) се однесуваат на актуелни настани, два се за псевдонастани, еден за актуелен настан како реакција и еден е медиумски иницирана изјава. Но реално овие бројки се премногу мали за од нив да се извлече вредносен заклучок. Ромската редакција во целиот период што беше предмет на опсервација има произведено вкупно 30 новинарски производи што се однесуваат на актуелен настан. Ова покажува дека нема продукција што би можела сериозно да се впушти во актуелни општествени дебати.

Анализата на **изворите** покажува дека во сите 34 објави во селектираниот период е користен само еден извор, што значи застапување единствен став за политич-

24 Новинарката од оваа редакција во интервјуто вели: „Петте минути се вестите на државниот врв. Тие вести ги добиваме од МИА... Тоа се пет минути претежно вести од државен врв и протоколарни вести. Тоа што се случува, потпишан договор, спогодба... Ние сме мрежно вклучени на системот и ги преземаме вестите што се направени од новинари што директно биле на терен. Јас дека сум сама не можам да одам на терен. Кога нешто е актуелна вест во системот, и ние ја пренесуваме...“



ките и за општествените појави. Едностраноста на објавите е проблем кај сите редакции на вториот програмски сервис, но кај програмата на ромски е најочигледна.

Тип на извори	Број на прилози
Деперсонализирани извори од политика (институции)	6
Персонализирани извори од политика (поединци)	25
Персонализирани извори што не се од политичките кругови	3
Вкупно	34

Варијаблата „Тип на извори“ покажува неколку тенденции: прво, постои прецизно именување на изворите – во 25 има персонализирани извори; второ, изворите што доаѓаат од политиката (персонализирани и деперсонализирани) се доминантни (31). Овој податок, како и кај другите редакции, е индикатор дека политичарите имаат примарно место во информирањето на ромската редакција. Притоа, во најголем број случаи станува збор всушност за владини извори, што укажува на таков уредувачки пристап. Ова во интервјуата беше потврдено со прашањето за тоа како при селекцијата на вестите се одлучува кои вести се важни за објавување: „Државниот врв, мислам тоа што се случува на ниво на држава, е важно и актуелно. Оти во 5 минути не можеш повеќе од десетина вести по триесетина секунди.“²⁵

Тема	Број на прилози
Активности на органите на власта	5
Економија	7
Култура	5
Културно-уметнички друштва	1
Образование	4
Политика – внатрешна	3
Политика – надворешна	3
Религија	1
Социјални прашања	4
Човекови и малцински права	1
Вкупно	34

Анализата покажа дека кога станува збор за објавените **теми**, има разновидност, но од неа не можат да се донесат многу заклучоци поради малиот примерок. Интересно толкување може да произлезе од *описувачкото* на објави за определени теми. Категоријата „Човекови и малцински права“, во која ромската редак-

25 Ibidem.

ција има само еден прилог, открива дека воопшто не се допираат темите што се однесуваат на правата на членовите на оваа заедница. Ова е особено важно ако се има предвид дека сè уште е актуелна европската иницијатива „Декадата на Ромите“, која требаше да ги ублажи последиците од систематската дискриминација и да ја подобри социоекономската позиција на Ромите во европските земји.

Темата се однесува на	Број на прилози
И на сопствената и на мнозинската заедница	1
Сопствената заедница	13
Тема од општ интерес	20
Вкупно	34

На што се однесуваат емитуваните информативни прилози во „Бјандипе“, во селектираните пет емисии? Најголем дел (20) се за т.н. „теми од општ интерес“, кои доминантно се однесуваат на активности на претставниците на власта. Самиот преглед на емитуваните прилози објаснува дека уредувачката ориентација на редакцијата е во информативниот дел да ги претставува „најважните“ активности на државниот врв. Од друга страна, и прилозите што се однесуваат на сопствената (ромската) заедница не се секогаш ориентирани кон критичко отворање на проблемите и причините поради кои социоекономската состојба на Ромите во Македонија сè уште е тешка. Дури и тогаш кога се отвораат тие теми, повторно се набљудуваат од агол на иницијативите и активностите што органите на власта ги покренале за да ги решат²⁶

Сознанијата од интервјуата ја надополнуваат сликата добиена со анализа. На прашањето на кој начин се отвораат темите што ги засегнуваат Ромите одговорот е дека редакцијата се обидува да го прави тоа на аналитички начин, што не мора да значи секогаш и директна критика на власта: „Има анкети од граѓани, од министерства одговорни за тој проблем, кои ни кажуваат како би се решил и зошто дошло до таков проблем. Тоа го правиме аналитички, истражуваме внатре... се трудиме да бидеме објективни, а не да напаѓаме... ако почнеме критички, го насочуваме прилогот на друга страна... (сакаме) да направиме баланс меѓу министерството, анкетираниот и невладината организација - да го решат заеднички тој проблем.“²⁷

За деликатните меѓуетнички теми, како што беа, на пример, тензиите меѓу македонската и албанската заедница, кои се случуваа во првата половина на годината, редакцијата не информира самата, туку ги презема вестите од редакцијата на македонски јазик. Ретко се излегува заеднички на терен бидејќи „... редакцијата на ромски информира за Ромите, фокусот е на Ромите, како што и во српската редакција, албанската, влашката... информираш за твојот народ, прилозите што не ги опфаќа дневната редакција или другите, ти ги надополну-

²⁶ Види Прилог 2: Преглед на објавените прилози во Програмата на ромски јазик.

²⁷ Интервју со новинарка во програмата на ромски јазик. Интервју реализирано на 20 јуни 2012 година.



ваш.²⁸ Редакцијата настојува да не известува за деликатни теми, како што беше на пример националистичкото скандирање на трибините за време на Европското првенство во ракомет во Белград. Причината за тоа е „...што информирањето на таков начин го става гледачот во омраза... за да не се поттикнува омраза.“²⁹

Програма на влашки јазик

Програмата на влашки јазик се емитува во еден колажен програмски блок со наслов „Искра“ (Scapreo). Како и другите помали редакции, емисијата трае половина час, а се емитува во периодот од 14:30 до 15 часот, во понеделник, среда и во петок. За време на викендот им е доделен уште еден дополнителен час програма. Емисијата нема редовно планирана структура, се емитува музика, прилози посветени на празници или други важни настани за Власите или пак разговори со гости во студио. Редакцијата има вкупно тројца вработени, што укажува на мал потенцијал за задоволување на информативната функција.

Во периодот од февруари до септември беа анализирани вкупно 9 емисии, но само во седум се емитувани многу мал број информативни прилози – вкупно 22, сите за настани од Македонија. Другите емитувани содржини во овие емисии се, на пример: снимка од одбележувањето на Денот на Власите, снимка од собирање на Власите во Крушево, емисија со гости во студио по повод патувањето на влашката фудбалска репрезентација во Романија, уште две емисии со гости во студио на темата активности на влашката фолклорна група Грамостањ и др.

Со оглед на фактот дека не станува збор за дневноинформативна програма, анализата не може да се фокусира на сите аспекти на квантитативна анализа, како за редакциите што емитуваат вести. Сепак, за да се добие слика за содржината што е опфатена со овие 22 прилози, во текстов се дава преглед на областа што ја покриваат, жанрот, авторството и начинот на користење на изворите.

Тема / Област	Број на прилози
Активности на органите на власта	1
Економија	3
Култура и културно-уметнички друштва	11
Образование	2
Политика – внатрешна	3
Политика – надворешна	2
Вкупно	22

Од вкупно 22 информативни прилози, 10 се однесуваат на различни теми важни за развојот на *културата* на Власите во Македонија: одбележување на националниот ден на Власите, подготовки за влашкиот фестивал, старите имиња и презимиња на Власите, влашка вечер во Битола, промоција на книга

²⁸ Ibidem.

²⁹ Ibidem.

за тоа кои и од каде се Власите во Македонија, промоција на книга за влашкиот јазик, свечена академија по повод на денот на Власите, средба на делегација на Власите со претседателот на Собранието и сл.

Два прилога се однесуваат и „на сопствената и на мнозинската заедница“: еден е од областа на *образование* - спроведување мултикултурен проект во училиштата, а еден е од *културата* - делото на браќата Манаки предмет на дебата на Манакиевите средби во Битола.

Другите 10 прилози се фокусираат на „теми од општ интерес“ за сите граѓани во Македонија, а ги покриваат следниве области: *внатрешна* и *надворешна* политика (кратки прегледи на најважните политички настани), *економија* (субвенции за земјоделците, производство на нови вина, производството на масло за јадење), *образование* (Саем за образование и кариера) и *активност* на *власците* (проект на Владата).

Според квантитетот на објавите, ни влашката редакција не ја остварува својата информативна функција. Квантитетот е и причината зошто од наодите не може да се откријат многу детали за типот на информативните теми што се објавуваат. Сепак, според дел од објаснувањата дадени во спроведените интервјуа, „...во почетокот има информации за тоа, на пример, какви активности имаат Владата, Собранието, претседателот на државата, министерствата, информации за донации, субвенции и проекти, некои нови проекти... и потоа правиме прилози, на пример, со некои од земјоделците, разговор колку им помагаат тие субвенции, кои се нивните пораки до Владата“³⁰. Ова сугерира дека голем дел од и онака малата информативна програма ѝ се посветува на промоција на она што го прави Владата. Овде, како и кај другите редакции, отсуствува гласот на либералниот дел од цивилното општество. Освен тоа, влашката редакција не отвора теми што се „табу“ во сопствената етничка група.

Жанр на прилогот	Број на прилози	%
Вест/проширена вест	5	22,73
Извештај	4	18,18
Интервју	7	31,82
Репортажа	5	22,73
Соопштение	1	4,55
Вкупно	22	100

Прегледот на **жанровската** структура на емитуваните прилози, како и кај ромската редакција, потврдува дека информативната функција на редакцијата е ставена во втор план. Седумте интервјуа и петте репортажи не се аналитички или информативни содржини, туку повеќе се промоција на културата и на достигнувањата на Власите во Македонија. Ова се должи на тоа што влашката програма воопшто не емитира редовни вести во класичната смисла на зборот, туку само повремено пре-

30 Интервју реализирано со новинарка во редакцијата на влашки јазик реализирано на 25 јуни 2012 година.



несува информации за културни манифестации на Власите. Од длабинските интервјуа произлегува дека меѓу причините за ваквата состојба се проблемите со малиот број вработени новинари (редакцијата има само тројца вработени), проблемите со пристапот до техничките ресурси и недостигот од обуки за новинарите³¹.

Повод за прилогот	Број на прилози	%
Актуелен настан	15	68,18
Друго	2	9,09
Псевдонастан	5	22,73
Вкупно	22	100

На примерок од 22 новинарски производи не може да се извлекуваат заклучоци ниту во поглед на другите аспекти на анализата. Единствен релевантен податок во однос на **поводот** на емитувањето е тоа дека поголем дел прилози (вкупно 15) се однесуваат на актуелен настан.

Број на извори	Број на прилози	%
Два	4	18,18
Еден	15	68,18
Повеќе од три извори	2	9,09
Три	1	4,55
Вкупно	22	100

Во вкупно 22-те објавени содржини на влашката редакција, во 15 или во 68% има случај на консултирање на само еден извор, 18% од објавите имаат два извора и 14% имаат три или повеќе од три извори. Оваа променлива искомбинирана со позицијата на изворите (сите извори застапувале иста страна) укажува на истиот проблем како и кај другите редакции – информирање само за еден аспект или страна во темата. Сепак, ова мора да се стави во заграда со оглед на тоа што голем дел од програмата на влашки јазик воопшто не отвора теми што се општествено предизвикувачки и проблематични, туку е едноставна промоција на влашката култура и вредности во Македонија. Поради овој факт, бројот и позицијата на изворите не може да се примени на оценката на вакви прилози, туку пред сè за информативните жанрови.

Генералниот заклучок за програмата на влашки јазик би бил, како и за две од другите помали редакции (ромска и српска), дека не произведува доволно актуелна информативна содржина за да ги задоволи потребите на влашката популација во земјата.

31 Ibidem.

Програма на српски јазик

Редакцијата на српски јазик, како и другите помали редакции на јавниот сервис, не емитува вести, туку колажна емисија со наслов „Видик“, која се емитува во периодот од 15 до 15:30 часот, во понеделник, среда и во петок. За време на викендот им е доделен уште еден дополнителен час програма. Емисијата всушност е од магазински карактер, посветена доминантно на историски и културни случувања значајни за Србите во Македонија.

Во редакцијата во моментов има три вработени новинарки што ја покриваат оваа програма - во минатото на програмата работеле десетина новинари. Оваа редакција се соочува со слични проблеми како и ромската, влашката и бошњачката – отсуство на доволно време за емитување програма, недоволен новинарски кадар, отсуство на соодветни технички ресурси и технички кадар, потреба за обуки, кои, како што велат, не им се нудат ако сами не откријат дека имаат пристап до нив. Од спроведените интервјуа произлегува дека програмата на српски нема ниту стабилно време на емитување, што се одразува врз конзистентноста во градењето своја постојана публика.³² Покрај ова, во редакцијата има перцепција дека етничката хиерархизација ги потиснува помалите редакции: „Под капата на МТВ 2 со години главен уредник е Албанец, тие се најмногубројни, имаат најдолга саатница, кога е во прашање програмата. Тоа не би се рекло дека е притисок, но се знае кој е приоритетен. Ним многу ретко ќе им се случи да им пропадне настан. Понекогаш ни е срам кога треба да објаснуваме пред луѓе каде што закажуваш снимање, знаете, ние не можеме да снимаме оти немаме слободна камера или не можеме да дојдеме оти немаме кола. Јас до центар не можам да отидам и да реализирам снимање, а да не зборувам дека можеби сакам подалеку да одам“³³.

Во периодот од февруари до септември беа снимени и анализирани вкупно 10 емисии. Со оглед на фактот што не станува збор за вести, во текстов се дава кратка анализа на содржина на секоја од емитуваните емисии.

Првата анализирана емисија, од *3 февруари*, е комбиниран информативно-музички блок од 30 минути, со неколку прилози: информација од министерската конференција во Белград (1,5 мин.); прилог (11,5 мин.) од областа на културата за уметницата Јелица Живковска, по потекло Србинка, која изработува уметнички предмети од мраз; прилог од областа на спортот (8 мин.) за српските шампиони што на Олимписките игри освоија златни медали, со изјави на капитенот и голманот на ватерполо-репрезентацијата на Србија, капитенот на репрезентацијата во ракомет и на претседателот на Република Србија. Во продолжение на емисијата се емитувани српски народни песни во траење од 8 минути.

Изданието од *23 март* му е посветено на одбележувањето на 20-годишнината од основањето на Демократската партија на Србите во Македонија. 20-минутниот прилог е снимен за време на свечената прослава на партијата. Во почетокот се дава краток историски преглед на развојот на Демократската партија на Србите во Македонија, со изјава на Небојша Томовиќ, основач на партијата, кој зборува за почетоците на политичкото организирање на Србите во Македо-

32 Интервју со новинар во програмата на српски јазик, реализирано на 28 јуни 2012 година.
33 Ibidem.



нија. Во продолжение се пренесува обраќањето на Иван Стоиљковиќ, актуелен претседател на ДПС, и разговорот со Драган Недељковиќ, заменик-претседател. Натаму се пренесуваат изјави на Емилија Томиќ, претседателка на Активот на жени, на Далибор Китановиќ, претседател на младинската организација, и повторно на Иван Стоиљковиќ. На крајот од прилогот се пренесува атмосферата од прославата на јубилејот на ДПСМ. Веднаш по овој прилог се емитува 5-минутно видеопарче со наслов „Да не се заборави никогаш“, посветено на 13-годишнината од почетокот на бомбардирањето на СР Југославија од страна на НАТО (24 март). Прилогот пренесува информации за причинетата материјална штета и за цивилните жртви за време на бомбардирањето.

На 30 март во емисијата „Видик“ е емитуван прилог (15 мин.) за традиционалната манифестација „Борина недела“, која се одржува секоја година во Врање, во чест на ликот и делото на книжевникот Борисав Станковиќ. Вториот прилог (5 минути) е извештај за манифестацијата „Сакаме шарен, а не безбоен свет“, која ја реализираат 7 основни училишта од општината Центар во соработка со Британскиот совет. Последниот прилог (8 минути) му е посветен на гудачкото трио „Омниа“, составено од три талентирани девојки.

Во емисијата од 9 април се емитувани три прилози: првиот (15 мин.) информира за проектот на Здружението на новинарите посветен на улогата на медиумите во меѓуетничкиот дијалог и за одржаната тркалезна маса во Клубот на новинарите (се пренесува интервју со Милица Пешиќ, директорка на Институтот за различности во медиумите од Лондон, и со Бранко Радовановиќ, член на Советот за радиодифузија; вториот прилог (4 мин.) е информација изложбата „Ти, линија и јас“ на уметницата Мариета Сидовски и интервју со авторката; третиот прилог (6 мин.) информира за изложбата „Црно и бело“, одржана во Музејот на современа уметност во Скопје, заеднички проект на уметници од Србија - интервју со уметницата Жељка Момиров и со уметникот Љубомир Вучиниќ.

Во емисијата од 4 мај првиот прилог (5 минути) се однесува на парламентарните избори во Србија. Се наведуваат повеќе информации околу самите избори и законските процедури, партиите-учеснички, начините на гласање, надгледувањето на регуларноста на изборите итн. Вториот прилог (7 минути) информира за промоцијата на двете нови книги на српскиот автор Саша Илиќ. Во продолжение на прилогот се пренесува изјава на авторот, Саша Илиќ, како и од промоторот на книгите, Саша Чириќ. Како последен прилог (10 минути) во ова издание на „Видик“ се емитува репортажата „Предели и луѓе“, која е во продукција на РТС и ѝ е посветена на планината Златибор. Во преостанатите 8 минути до одјавата се емитува оперска изведба од Јадранка Јовановиќ.

Изданието на „Видик“ од 6 јуни дава преглед на неколку настани значајни за српската заедница: првиот прилог (10 минути) е за одбележувањето на 623-годишнината од Косовската битка, како дел од видовденските свечености организирани во земјата и свечената академија на Српската заедница во Македонија, во музејот на градот Скопје; вториот прилог (20 минути) се однесува на одбележувањето на видовденската недела во манастирот во Грачаница со изјави од гости и од учесници во програмата.

Во *јулската* емисија „Видик“ (9 јули) се емитувани пет прилози: во првиот (2 минути) се информира за можноста што ја нуди Фондот за здравство на РМ за користење здравствени услуги во други земји, особено за можноста за бањско лекување во некој од центрите во Србија; вториот прилог (4 мин.) се однесува на 19-та копаничарска колонија, која се одржа во манастирот Св. Јаким Осоговски кај Крива Паланка, а се пренесува и изјава од копаничар од Србија; третиот прилог (5 мин.) е разговор со староседелец од Грачаница, а потоа следува 3-минутно видео (без говор) за историски моменти врзани за Косово; четвртиот прилог (5 мин.) е за изложбата „Уклети Нејмар“ на авторката Ивана Ристиќ, организирана во Музејот на современа уметност во Скопје, во чест на архитектот Богдан Богдановиќ; петтиот прилог (10 минути) информира за тамбурашкиот фестивал одржан во Нови Сад.

Августовско издание (28 август) ги обработува следните настани: репортажа (6 минути) за „Роштилијадата“ во Лесковац со голем број информации за градот, традицијата на подготовка на прочуената лесковачка плескавица и културно-уметничката програма; реприза на прилогот од 9 јули (4 мин.), за копаничарската колонија во Крива Паланка. До крајот на емисијата се емитуваат музички спотови/песни од српски изведувачи.

Емисијата „Видик“ емитувана на *9 септември* му е целосно посветена на српскиот пејач Горѓе Балашевиќ. Наизменично се емитуваат негови песни и интервју со пејачот.

Програма на бошњачки јазик

Програмата на бошњачки јазик во рамките на Вториот програмски сервис на Македонската телевизија се емитува во еден програмски блок наречен „Сехара“, во периодот од 14:30 до 15 часот, во вторник и во четврток, и во уште еден термин од половина час за време на викендот. Редакцијата е една од најмладите во јавниот сервис, воведена е во 2006 година. И оваа редакција има тројца вработени и се соочува со истите проблеми како и српската, ромската и влашката - нередовни термини на објавување, отсуство на секојдневно информирање, отсуство на техника и технички кадар, помал приоритет во користењето на заедничките ресурси итн.³⁴ Поради сето ова, во доделениот полчасовен програмски блок се емитуваат малку информативни содржини, кои главно покриваат настани од светот и од Босна и Херцеговина.

Еден од интервјуираните новинари сугерира дека постоењето на бошњачката (како и на ромската, влашката и српската) редакција во МРТВ е „само формално - иако е запазена законската рамка во смисла на доделување простор во етерот, [не се внимава] во кој формат или во кое време е даден просторот. Помалите етнички заедници имаат програма од 14.30 до 15.30 секој ден – тоа во телевизиски рамки е мртов термин. И сега, ако си ти од ромска, бошњачка, српска или која и да е друга задница и зрачиш меѓу 14.30 и 15.30 и сакаш да зајакнеш некој етнички момент, култура, традиција на својата заедница - колку од тоа ќе имаш ефект? Другиот проблем во оваа редакција е немањето кадри

34 Интервју реализирано со новинар во редакцијата на бошњачки на МТВ2, реализирано на 23 јуни 2012 година.



што би биле доволни за задоволување [на потребите] на една заедница. Има прв канал, кој зрачи на македонски, и втор, кој зрачи на албански, а остатокот од заедниците се во некоја хибридна зона и тие треба да молат на оваа или на онаа страна за да добијат или простор или ресурси за соодветно реализирање на програмата³⁵.

Во спроведеното интервју член на редакцијата сугерира дека таа не може да ја остварува ниту функцијата на промотор на културата на бошњачката заедница: „Треба да ни се овозможат некои патувања за тоа. Сакам да одам во Санџак директно јас, сакам да одам во Турција каде што живеат Бошњаци, сакам да одам во Албанија каде што има десет илјади Бошњаци. Да известам како живеат тие луѓе и како ја развиваат културата. Во Босна, во Сараево не сум била [службено]“³⁶.

Во периодот од февруари до септември, кога е реализирано истражувањето, анализирани се вкупно 8 емисии, во кои се емитувани вкупно 119 информативни прилози.

Податоците за **темата** на која се однесуваат прилозите кај бошњачката информативна програма сугерираат дека редакцијата малку известува за домашни настани и теми, односно за прашањата што се однесуваат на бошњачката заедница во Македонија. Имено, дури 74% од вкупно 119 регистрирани прилози се однесуваат или на настани од светот или пак на настани од непосредниот регион. 42% од објавите се содржини што се однесуваат на непосредниот регион, и тоа настани релевантни за Босна и Херцеговина. Ова сугерира дека редакцијата ја гледа БиХ како „матична“ земја за која првенствено треба да се известува – таквиот став на редакцијата за водење „дијаспорска“ уредувачка политика не соодветствува на јавен сервис што треба да известува првенствено за животните прашања што ги засегнуваат Бошњациите во Македонија, како земја во која треба да се остваруваат нивните права. Само во 31 прилог (26,05%) се известува за домашни случувања.

Тема / Област	Број на прилози	%
Активности на органите на власта	4	3,36
Економија	4	3,36
Квалитет на секојдневниот живот	2	1,68
Настани од регионот	50	42,2
Настани од светот	38	31,93
Образование	3	2,52
Политика – внатрешна	2	1,68
Политика – надворешна	16	13,45
Вкупно	119	100

35 Интервју со Един Хајдерпашки, новинар и уредник во приватната телевизија 24 Вести, реализирано на 25 јуни 2012 г.

36 Интервју реализирано со новинар во редакцијата на бошњачки на МТВ2, на 23 јуни 2012 година.

Во натамошната анализа фокусот е ставен само на прилозите што се однесуваат на домашни настани, за да се утврди во колкав обем и како редакцијата известувала за прашањата поврзани со етничките заедници во земјава. Во овој контекст, категоријата „На што се однесува темата“ фрла дополнително светло врз малиот интерес на оваа редакција за темите што се однесуваат на бошњачката заедница во Македонија. Од вкупната продукција на теми што се однесуваат на политичкиот и општествениот живот во Македонија (31 прилог), дури 29 прилози се за теми од општ интерес во кои доминира политиката (надворешна и внатрешна), економијата и активностите на власта. Во целиот селектиран период беше регистрирана само една објава што се однесува директно на бошњачката заедница и една објава што се однесува и на бошњачката и на мнозинската заедница.

Темата се однесува на	Број на прилози	%
И на сопствената и на мнозинската заедница	1	3,23
Сопствената заедница	1	3,23
Тема од општ интерес	29	93,54
Вкупно	31	100

Жанровската анализа на прилозите посочува дека во анализираниот период програмата на бошњачки јазик емитувала исклучиво жанрови што се кратки и немаат аналитичка тежина - во информативниот блок доминираат агенциски вести од светот и од регионот. Од 119 прилози, колку што беа вкупно објавени, 53% се вести, 45% се извештаи. Од 31 прилог што се однесуваат на Македонија, пак, 16 се вести, 14 се извештаи и има едно соопштение. Целосното отсуство на аналитички жанрови, дури и кај производите што се однесуваат на Македонија, сугерира дека оваа редакција практикува реактивно новинарство - односно трансферира ставови од политиката или други центри на моќ без да влезе во сопствена анализа и поврзување на појавите. Додека за производството на сложени анализи или репортажи е потребна значителна техничка поддршка - нешто што бошњачката редакција го нема, сепак не може да се најде валидно образложение зошто во програмата не се застапени барем интервјуа (во живо или снимени).

Жанр на прилогот	Број на прилози	%
Вест/проширена вест	16	51,61
Извештај	14	45,16
Соопштение	1	3,23
Вкупно	31	100

Податоците за **авторството** ја дополнуваат сликата за тоа дека оваа редакција недоволно продуцира сопствени информации релевантни за домашните



случувања, но и сугерира дека голем дел од овие објави отпаѓа на производи што се преземени од новински агенции (во случајот на МТВ тоа најчесто е државната агенција МИА).

Од вкупното производство на содржини поврзани со Македонија, во селектираниот период се регистрирани 14 објави што се преземени од новинска агенција (45,16%) и 13 објави што се непотпишани (41,94%). Само три од објавите на бошњачката секција имаат потпишано автор.

Авторство	Број на прилози	%
Непотпишано	13	41,94
Новинар	3	9,67
Новинска агенција	14	45,16
Соопштение	1	3,23
Вкупно	31	100

Од аспект на **поводот** за емитуваните објави анализата на прилозите за домашните настани покажа дека близу половината се за актуелни настани, но фактот што и овие прилози во најголем дел се агенциски вести јасно упатува на заклучокот дека оваа редакција нема потенцијал самата да иницира и да обработува актуелни теми важни за заедницата за која е наменета програмата. Се покажа, исто така, дека една третина од и онака малата продукција на бошњачката редакција се псевдонастани - односно прес-конференции, активности на органите на власта, протоколарни посети и состаноци на претставници на власта во странски земји и слични типови настани.

Повод за прилогот	Број на прилози	%
Актуелен настан	15	48,74
Актуелен настан како реакција	4	12,90
Изјава	1	3,23
Медиумски иницирана изјава	1	3,23
Псевдонастан	10	32,26
Вкупно	31	100

И кај вестите на бошњачки јазик се воочени прекршувања на професионалните стандарди во однос на употребата на **изворите**. Ова прекршување е највидливо ако го споредиме степенот на консултирањето на изворите во целокупната продукција со степенот на консултирањето само во продукцијата на прилози за домашни теми. Имено, во сите емитувани прилози, 70% имаат само еден извор, 17% два извори, а преостанатите 13% три или повеќе

извори. Но во вестите што конкретно се однесуваат на Македонија се гледа дека во 19 случаи (61%) е консултиран само еден извор, а во другите случаи се консултирани два или повеќе. Оваа тенденција, особено кога станува збор за објавите за Македонија, сугерира голем степен на прекршување на професионалните стандарди.

Во 97% од прилозите за домашни настани изворите што ги консултирала редакцијата застапуваат еднаков став. Само еден прилог (во кој се консултирани повеќе од два извори) има спротивставени ставови на изворите. Според тоа, може да се сугерира дека и оваа редакција систематски практикува еднострано известување. Фактот што речиси половината прилози (14) се агенциски вести воопшто не ја амнестира редакцијата од одговорноста во поглед на професионалното известување.

Број на извори	Број на прилози	%
Два	9	29,03
Еден	19	61,29
Повеќе од три извори	1	3,23
Три	2	6,45
Вкупно	31	100

Понатаму, важен е заклучокот што може да се извлече и од променливата „Тип на извори“: 81% од изворите доаѓаат од партиско-политички кругови - што е показател дека и оваа редакција доминантно практикува новинарство „од горе надолу“ (top down), кое оди од-политиката-кон-граѓаните. Ова, пак, им дава стратегиска предност на политичките структури лесно да ја моделираат медиумската агенда според своите интереси. И во овој случај се потврдува дека најголем дел од политичките извори всушност се припадници на владејачката политичка класа. Вкупно 23 прилози (74% од прилозите за домашни настани) за извор ја имаат владејачката класа. Ова не значи дека преостанатите 26% се однесуваат на опозицијата - голем дел од нив се меѓународни извори (ЕУ, НАТО и слично).

Тип на извори	Број на прилози	%
Деперсонализирани извори (институции) што се од политиката	15	48,39
Деперсонализирани извори што не се од политиката	0	00,00
Персонализирани извори (поединци) што се од политиката	10	32,26
Персонализирани извори што не се од политиката	1	3,23
И персонализирани и деперсонализирани (без оглед од која група се)	5	16,13
Вкупно	31	100



Освен тоа, оваа променлива, сама по себе, открива дека повеќе од 48% од изворите се деперсонализирани и им припаѓаат на партиско-политичките кругови. Ова има импликации врз професионалните стандарди – честата употреба на непрецизни или нејасни извори отвора можност за манипулација со новинарските текстови, иако е разбирливо дека новинарскиот производ не може секогаш да зависи само од персонализирани извори.

Во 97 отсто од анализираниот материјал станува збор за видеоснимки што се подлога за новинарот да ја прочита веста од студио, при што снимката најчесто е архивска или снимен материјал што служи само за визуализација. Оваа „слика без тон“ упатува на заклучокот дека новинарите од оваа редакција воопшто не известуваат од терен и само технички ги преземаат вестите од новински агенции или од други телевизии. Кога овој процент ќе се стави во корелација со 10-те отсто потпишани новинарски текстови, се добива уште една потврда дека новинарите од редакцијата воопшто не следат настани или тоа го прават многу ретко. На ова се надоврзува и податокот дека сите прилози што беа анализирани спаѓаат во информативни жанрови (вест и извештај), што пак води до заклучок дека решението за недостигот од продукција на сопствени вести редакцијата го наоѓа во преведување на агенциските вести на бошњачки јазик или во преземањето на вестите на бошњачки јазик од други медиуми.

Аудиовизуелна презентација	Број на прилози за домашни настани
Актуелна снимка со тон	1
Снимка без тон (архивска или актуелна)	30
Вкупно	31

Целта на оваа анализа не беше да се утврди **ставот на новинарот** или **вредноста на објавената содржина** во однос на сите информативни прилози, туку само во прилозите што се однесуваат на некоја од етничките заедници. Редакцијата на бошњачки јазик во селектираниот период во покривањето на домашните настани има емитувано само два такви прилози, сите други се за теми од општ интерес (активности на власта, протоколарни средби и посети, прес-конференции, промоции на културни настани и др.). Првиот прилог се однесува на регионалната средба на министрите за внатрешни работи од регионот одржана во Скопје, на која министерот за внатрешни работи на Босна и Херцеговина дал изјава за односите меѓу бошњачката и македонската заедница. Вториот прилог, пак, се однесува на проектот на учениците од општината Центар „Сакам шарен, а не безбоен свет“, во кој доминира известувањето за делот од приредбата посветен на бошњачката култура. И во двата прилози ставот на новинарот е неутрален, а контекстот на известувањето е позитивен за двете заедници.

2. КОМЕРЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ

Во примерокот за истражувањето, покрај програмите на јавната телевизија, беа вклучени и неколку комерцијални медиуми што објавуваат содржини на јазиците на мнозинските заедници во Република Македонија. Поради ограничените ресурси, беа одбрани само две телевизиски станици и еден дневен весник на албански јазик: Алсат М - единствената телевизија на државно ниво што емитува на албански јазик, Телевизија БТР - регионалната ТВ-станица од Скопје што емитува програма на ромски јазик и дневниот весник „Коха“, еден од трите весници на албански јазик.



Алсат М

Алсат М е првата телевизиска станица на државно ниво на која ѝ е доделена дозвола за емитување програма на албански јазик. За оваа телевизија е карактеристично тоа што вестите и актуелно-информативните емисии освен на албански ги емитува и на македонски јазик. Таа е еден од ретките приватни медиуми што својот бизнис-концепт го градат врз идејата за надминување на јазичните разлики и досегнување до целата публика.

Телевизијата секојдневно произведува голем обем вести, во информативната редакција работат 23 уредници и новинари што ги обработуваат и ги уредуваат собраните информации во вестите на албански и на македонски јазик. Вестите на албански се емитуваат во 16 и во 19 часот, а вестите на македонски во 23:00 часот. Анализирани се централните вести на албански јазик, кои се емитуваат во 19 часот.

Темата на објавите, како и кај другите медиуми, беше анализирана според две категории - „Областа“ и „На што се однесува темата“. Во вкупниот број прилози во вестите, 48,25% се прилози за домашни настани, 51,75% се прилози за настани од светот (заедно со настаните од меѓународниот спорт), а 9,21% се прилози за настани од регионот.

Тема / Област	Број на прилози	%
Активности на органите на власта	12	3,81
Граѓанско општество (НВО, здруженија, јавно мислење)	11	3,49
Друго	3	0,95
Економија	13	4,13
Јавна употреба на мајчиниот јазик	5	1,59
Квалитет на секојдневниот живот	5	1,59
Криминал и корупција	2	0,63
Култура	1	0,32
Настани од регионот	29	9,21
Настани од светот (со меѓународен спорт)	134	42,54
Образование	3	0,95
Политика – внатрешна	53	16,83
Политика – надворешна	7	2,22
Религија	2	0,63
Социјални прашања	1	0,32
Спорт	34	10,79
Вкупно	315	100

Ова значи дека меѓу првите пет категории се наоѓаат три што не се однесуваат директно на Македонија - 51% од објавите се поврзани со настани што не се случуваат ниту пак директно се однесуваат на македонската политика или

општество (Настани од светот, Настани од регионот и Меѓународен спорт). Во рамките на регионалните настани кај редакцијата единствено има интерес за теми што се поврзани со локациите каде што живеат Албанци – од вкупно 29 регионални настани, 23 (79%) се однесуваат пред сè на Косово и тензиите со Србија, како и на настани од Албанија.

Од целосниот број објавени новинарски производи кај Алсат М, вкупно 152 се за теми што директно се однесуваат на Македонија. Во покривањето на настаните од Македонија доминираат „Внатрешната политика“ (16,83%) и „Спортот“ (10,79%). Показателите за другите теми сугерираат дека програмата на Алсат М има целосна покриеност и разновидност на темите, иако некои од нив не се застапени во онаа мера во која тоа би одговарало на македонскиот контекст. На пример, во областите „Социјални прашања“ и „Култура“ има по само една објава во селектираниот период, а во областите „Криминал и корупција“ и „Религија“ има само две.

Во натамошниот текст анализата се фокусира само на прилозите за настаните од Македонија, со цел да одговори на основното истражувачко прашање – во кој обем и на кој начин Алсат М известува за сопствената и за другите етнички заедници.

Темата се однесува на	Број на објавени прилози за домашни настани	%
И на сопствената и на мнозинската заедница	10	6,58
Мнозинската заедница	6	3,95
Сопствената заедница	30	19,74
Тема од општ интерес	106	69,74
Вкупно	152	100

Така, анализата на варијаблата „На што се однесува темата“ детално покажува колкав број од прилозите експлицитно третираше прашања поврзани со некоја од етничките заедници во Република Македонија. Оваа статистика сугерира позитивен тренд на производство на информативни прилози што се однесуваат на теми што ги засегнуваат сите граѓани без оглед на етничката припадност (теми од општ интерес – 69,74%). Темите од општ интерес, двојазичноста на вестите и на дел од другата програма на Алсат М, секако придонесуваат за создавање мостови меѓу заедниците (иако вестите што на телевизијата се емитуваат на македонски јазик одат во доцните вечерни часови)³⁷. Понатаму, 19,74% од програмата се прилози поврзани со теми што ја засегнуваат само сопствената етничка заедница, а десет објави (6,58%) се прилози со теми поврзани и со мнозинската и со сопствената заедница.

³⁷ За мултиетничките дескови и за двојазичните програми уредникот на Алсат М Мухамед Зекири вели: „Алсат М нуди програма на двата јазици. Навистина е глупаво да живееме во иста држава и општество, да имаме различни проблеми, а да не бидеме информирани едни за други. [МРТВ на албански нема преводи] - волја е во прашање и нема апсолутно никакво оправдување зошто тоа не може да се изведе. Интервју реализирано на 17 јули 2012 година.

Жанр на прилогот	Број на прилози	%
Анализа	7	4,61
Вест/проширена вест	32	21,05
Извештај	99	65,13
Изјава	8	5,26
Интервју	1	0,66
Коментар	1	0,66
Репортажа	3	1,97
Соопштение	1	0,66
Вкупно	152	100

Жанровската анализа на објавите на Алсат М покажува дека кај овој комерцијален медиум во селектираниот период ретко имало производство на аналитички жанрови. Од вкупно 152 прилози, седум се анализи, три се репортажи, еден е интервју и еден е коментар. Најголем процент од објавите се извештаи (65,13%) и вести (21,05%). Овие показатели сугерираат дека Алсат М не е исклучок од доминантната практика во новинарството во Македонија – известувањето повеќе да е реакција на настаните, наместо да истражува, да анализира и да иницира теми на јавната агенда. Се разбира, и во развиените медиуми од други општествени контексти извештајот и веста како жанр би се очекувало да доминираат во програмата. Сепак, соодносот меѓу неаналитичките и аналитичките жанрови ја потврдува забелешката дека и оваа телевизија во најголем дел практикува реактивно новинарство. Покрај тоа, жанрот извештај во новинарскиот контекст во Македонија многу ретко внесува аналитички моменти во содржината, за разлика од ваквата практика што ја има кај дел од медиумите во Западна Европа.

Авторство	Број на прилози	%
Непотпишано	39	25,66
Новинар	111	73,03
Друго	1	0,66
Соопштение	1	0,66
Вкупно	152	100

Анализата на **авторството** на објавите на Алсат М покажува позитивна тенденција – 73,03% од објавите на овој медиум се потпишани со името на авторот. Иако процентот на непотпишани е голем (25,66%), вкрстувањето на променливата „авторство“ со променливата „жанр“ покажува дека има големо совпаѓање на тој процент со процентот на објави во жанрот вест (21,05%) – жанр за кој е вообичаена практика да не се потпишува. Другите непотпишани отстапуваат на изјави и соопштенија. Ова сугерира дека телевизијата го почитува стандардот во прилозите да се наведе авторот.

Анализата на **поводот** за објавување на содржините покажа дека 59,21% од објавите се известувања за актуелен настан, 22,37% се актуелни настани како реакција, 11,18% се псевдонастани, односно прес-конференции и други типови комуникација на политичарите со јавноста.

Повод за прилогот	Број на прилози	%
Актуелен настан	90	59,21
Актуелен настан како реакција	34	22,37
Друго	1	0,66
Медиумски иницирана изјава	10	6,58
Псевдонастан	25	11,18
Вкупно	152	100

Оваа распределба сугерира дека редакцијата во доволна мера произведува актуелни содржини (дури 88% од објавите се однесуваат на настани што самите по себе имаат актуелност), а прилозите во кои се известува исклучиво од прес-конференции (псевдонастани) се сведени на минимум. Во вкупната содржина за домашни настани, 6,58% се медиумски иницирани изјави.

Број на извори	Број на прилози	%
Два	57	37,50
Еден	43	28,29
Повеќе од три извори	24	15,79
Три	28	18,42
Вкупно	152	100

Според утврдената статистика, во 28% од содржините има консултирано еден извор, во другите 72% се консултирани два или повеќе од два **извори**. Ова сугерира дека редакцијата во нешто помалку од три четвртини од прилозите поврзани со Македонија се придржувала до принципот да консултира најмалку два извори. Тоа е позитивен тренд (секако многу подобар во споредба со процентите за истата оваа категорија кај редакциите на МТВ2). Но ако оваа варијабла се вкрсти со варијаблата позиција на изворите, ќе се види дека во голем процент од случаите во кои се користени два или повеќе од два извори, тие застапуваат единствен став.

Позиција на изворите	Број на прилози	%
Единствени (застапуваат речиси исти ставови)	113	74,83
Спротивставени (застапуваат различни гледишта)	38	25,17
Вкупно	152	100



Овој податок сугерира дека и во Алсат М во селектираниот период има тренд на еднострано известување. Да се консултираат повеќе извори во текстовите не е доволно само по себе – изворите треба да бидат избирани така што ќе претставуваат цел спектар ставови за определена тема.

Интересни трендови може да се воочат кај анализата на изворите според нивниот тип. Имено, кај Алсат М има широка разноликост во оваа категорија. Од вкупно 152 регистрирани прилози што се однесуваат на домашни настани, во 52,63% се користат само извори од партиско-политички кругови, а во 32,89% се користат само извори што не се од овие кругови. Ова открива неколку интересни тенденции: прво, процентот на изворите што не ѝ припаѓаат на политиката е релативно висок (32,89%), што сугерира дека цивилното општество и граѓаните добиваат нешто поголем глас во вестите на оваа телевизија во споредба со другите медиуми (иако процентот на изворите од политиката сепак е висок); второ, има голема застапеност на деперсонализирани извори - 71,73%, што може да влијае врз кредибилитетот на информирањето на Алсат М, иако се знае дека новинарскиот труд не може секогаш да се базира на целосно именувани извори.

Тип на извори	Број на прилози	%
Деперсонализирани извори (институции) што се од политиката	67	44,08
Деперсонализирани извори што не се од политиката	42	27,63
Персонализирани извори (поединци) што се од политиката	13	8,55
Персонализирани извори што не се од политиката	8	5,26
И персонализирани и деперсонализирани (без оглед од која група се)	22	14,47
Вкупно	152	100

Кога станува збор за **новинарскиот став**, анализата покажа дека во 100% од прилозите за домашни настани ставот на новинарот на Алсат М кон темата бил неутрален. Но и овде треба да се напомене дека при оценката за неутралноста не се разгледуваа бројот и позицијата на изворите. Процентот од 74,83% прилози во кои изворите имаат единствена позиција фрла поинаква светлина врз заклучокот за „неутралната“ новинарска обработка на информациите.

Вредност на објавената содржина	Број на прилози
Негативна	6
Неутрална	20
Позитивна	20
Вкупно	46

Анализата на **вредноста на објавената содржина** (контекстот на известувањето) беше направена само на 46-те објави што се однесуваат на некоја од заедниците. Од вкупниот број, во 20 прилози контекстот во кој се известува за конкретната етничка група е позитивен, во 20 неутрален, во 6 негативен.

Од 20-те прилози со позитивна вредност на содржината, 18 се однесуваат на албанската етничка заедница. Ова, иако на мал примерок, може да сугерира дека сопствената етничка заедница во селектираниот период се претставувала во позитивно светло. Анализата затоа направи преглед на содржината на овие „позитивни прилози“. Самите описи се индикативни за начинот на кој се обработени темите:

- *прашања од историско значење за Албанциите во Македонија и во регионот* (одбележување на 100-годишнината од албанското знаме и држава, жители на Горна Река со изјави дека Албанците со христијанска вероисповед се жртви на комунизмот);
- *прашања поврзани со актуелните меѓуетнички односи* (случајот со притворените за акцијата „Монструм“ во затворот во Битола, употребата на албанскиот јазик во Јегуновце, тензии околу употребата на албанскиот јазик во Собранието, возачки дозволи на албански и на македонски јазик, права на семејството на загинат војник на ОНА);
- *конфликтот од 2001 и остварувањето на рамковниот договор* (манифестација за паднатите борци на ОНА, оглас за вработување Албанци во полицијата);
- *прашања од областа на историјата, културата, образованието и сл.* (објавување единствен азбучник на албански јазик, Албанец од скопско Студеничани постигна успех во спортот со екипата на „Макпетрол“, концерт на сериозна музика во Тетово и сл.);
- *друго* (честитки од Албанци-политичари до христијаните по повод Велигден).

Од шесте прилози што имаат негативна вредност на содржината, пак, два се однесуваат на сопствената заедница, три и на сопствената и мнозинската, и еден само на мнозинската заедница. Двата прилога што ја претставуваат албанската заедница во негативно светло се: критика на Исламската верска заедница за подигнатиот кредит од Шпаркасе банка и за ставањето на имотот на ИВЗ под хипотека и оставката на членови на ПИКА поради наводната злоупотреба на нивните имиња. Мнозинската (македонската) заедница е прикажана во негативна светлина во прилогот во кој двете главни политички партии од македонскиот блок заемно се обвинуваат. Двете заедници (македонската и албанската) се претставени во негативен контекст во три прилози, кои се однесуваат на: расправата во Собранието за предлог-законот за бранителите; дебатите околу промената на имињата на училиштата во општината Чаир и обвинувања од владејачката партија до министерот за одбрана за примање кадети-Албанци во Воената академија.

Телевизијата БТР

Телевизијата БТР е една од двете регионални телевизиски станици што емитуваат програми на ромски јазик на подрачјето на Скопје. Според дозволата за вршење радиодифузна дејност, оваа телевизија емитува програма и на македонски и на ромски јазик, но законските обврски во поглед на заштитата на културниот идентитет се однесуваат на делот од програмата на ромски јазик³⁸.

38 Правилник за примена на одредбите поврзани со заштитата и негувањето на културниот идентитет усвоен од Советот за радиодифузија во 2006 година.
Достапно на: http://www.srd.org.mk/images/stories/Pravilnik_za_neguvanje_na_kulturniot_identitet.pdf



БТР секојдневно емитува вести. Во 8:30 наутро има кратки вести, а во вечерните часови е централниот дневник, во термин што не е прецизно дефиниран, или во 19, или 19:30, или во 20 часот. Во доцните вечерни часови е репризата на дневникот. Покрај тоа, се емитува и една информативна емисија „Таргет“, во која сопственикот и уредник на оваа телевизија разговара со гости во студиото, на различни теми. Во селектираниот период од февруари до септември се снимени и анализирани 12 изданија на вестите³⁹.

Кај БТР се забележува поинаков распоред на **темите** во споредба со другите анализирани медиуми: „Настаните од светот“ (26,32%) и „Настаните од регионот“ (8,55%) заедно зафаќаат малку повеќе од третина од вестите (34,87%), додека темите од Македонија речиси две третини (65,13%). Ова сугерира дека редакцијата доминантно се фокусира на домашни теми, при што најмногу за: „Криминал и корупција (20,39%), потоа за „Внатрешна политика“ (10,53%), „Надворешна политика“ (7,89%) и „Активности на органите на власта“ (7,24%). Релативно големиот интерес за областа „Криминал и корупција“ би можел делумно да се објасни со фактот што неколку изданија на вестите на БТР се поклопија со убиствата кај Смилковско Езеро. Во најфреквентно објавуваните теми спаѓаат и оние поврзани со активности што ги прават Владата, министерствата и градот Скопје. Прашањата што ги засегуваат Ромите во Македонија главно се опфатени во темата „Човекови и малцински права“ и „Социјални прашања“, но во вкупниот обем на вестите се малку застапени.

Тема / Област	Број на прилози	%
Активности на органите на власта	11	7,24
Економија	4	2,63
Квалитет на секојдневниот живот	6	3,95
Криминал и корупција	31	20,39
Култура	2	1,32
Настани од регионот	13	8,55
Настани од светот	40	26,32
Образование	4	2,63
Политика – внатрешна	16	10,53
Политика – надворешна	12	7,89
Религија	2	1,32
Социјални прашања	5	3,29
Спорт	1	0,66
Човекови и малцински права	5	3,29
Вкупно	152	100

39 Аналитичарите во разговор со сопственикот на БТР констатираа дека во август телевизијата не емитувала програма поради селење на студиото. Затоа, во примерокот недостигаат две емисии вести од август 2012.

Во натамошниот дел анализата се фокусира само на домашните настани, бидејќи истражувањето имаше цел да ги утврди обемот и квалитетот на известувањето за сопствената или на другите етнички заедници во Македонија. Во структурата на прилозите за домашни настани најголем дел (86%) се теми од општ интерес, што се должи на преголемиот фокус на БТР на информациите за политиката (внатрешна и надворешна) и за активностите на органите на власта. Прашањата што се особено важни за животот и положбата на граѓаните-Роми во скопскиот регион се третираат во 7 прилози или во 7% од вестите за домашни настани.

Темата се однесува на	Број на прилози	%
Друга етничка заедница	3	3,03
Друго	2	2,02
И на сопствената и на мнозинската заедница	1	1,01
Мнозинската заедница	1	1,01
Сопствената заедница	7	7,07
Тема од општ интерес	85	85,86
Вкупно	99	100

БТР во селектираниот период воопшто немала аналитички **жанрови**, со исклучок на една објавена анализа. Од вкупно 99 објави за домашни настани, 69 се извештаи (69,7%) и 28 се вести (28,28%). Ова сугерира дека кај БТР ја има истата тенденција присутна повеќе или помалку во сите редакции на заедниците на јавната телевизија - избегнување на аналитичко и продлабочено навлегување во причините и последиците за општествените и политичките феномени. Ова одржување на новинарското известување на површината сугерира за постоење на т.н. реактивно (трансферирачко) новинарство и кај овој медиум, во кое доминираат информации од политичкиот живот и активностите на власта.

Жанр на прилогот	Број на прилози	%
Анализа	1	1,01
Вест/проширена вест	28	28,28
Извештај	69	69,70
Изјава	1	1,01
Вкупно	99	100

Анализата на **поводот** за објавување на содржините во вестите на БТР покажува тенденција кон објавување информации за актуелни настани (80,81%) и за реакции на тие актуелни настани (17,17%). Отсуствуваат псевдонастаните, што значи дека редакцијата не пренесувала прес-конференции што не се поврзани со некои реални случувања.

Повод за прилогот	Број на прилози	%
Актуелен настан	80	80,81
Актуелен настан како реакција	17	17,17
Друго	2	2,02
Вкупно	99	100

И во случајот на БТР истражувањето ги следеше консултираните **извори**, според нивниот број, тип и позиција. Во дури 94% од објавите на БТР има прекршување на новинарскиот стандард на консултирање на два независни извори. Бројот на прилозите во кои се консултирани два или повеќе извори е незначителен. Освен тоа, во 97 од прилозите изворите бранат единствен став, а само во два прилози е претставена и другата страна во приказната. Ова сугерира дека во анализираниот период редакцијата на БТР имала еднострано и пристрасно известување.

Број на извори	Број на прилози	%
Два	2	2,02
Еден	93	93,94
Три	4	4,04
Вкупно	99	100

Дополнително интересен за анализа е и типот на изворите. Доминантен е бројот на објавите (79,79%) во кои консултирани извори од политиката (деперсонализирани и персонализирани). Овие податоци откриваат два битни моменти: прво, на изворите од политиката и власта им е даден „директен“ пристап во наметнувањето на јавната агенда; второ, на граѓанинот му е даден многу мал простор за да учествува во јавната дебата (само 11% се извори што не се од политиката).

Тип на извори	Број на прилози	%
Деперсонализирани извори (институции) што се од политиката	46	46,46
Деперсонализирани извори што не се од политиката	4	4,04
Персонализирани извори (поединци) што се од политиката	33	33,33
Персонализирани извори што не се од политиката	7	7,07
И персонализирани и деперсонализирани (без оглед од која група се)	9	9,09
Вкупно	99	100

Потпишувањето на авторот на новинарскиот производ е битно во професијата, поради тоа што името и презимето на авторот може да го зајакнат кредитетот на она што е кажано. Сепак, ова зависи и од жанровската распределба - прегледот на вести, на пример, никогаш не се потпишува од авторот. Анализата на селектираниот период за БТР покажува позитивна тенденција – 82,83%

од објавите на овој медиум се потпишани со името на авторот. Другите 17% се непотпишани, меѓутоа анализата на жанрот покажува дека тука се работи пред сè за голи изјави и помал број вести за кои има непишано новинарско правило да не се потпишуваат. Ова сугерира дека и ТВ БТР го почитува стандардот да бидат атрибуирани прилозите.

Авторство	Број на прилози	%
Непотпишано	17	17,17
Новинар	82	82,83
Вкупно	99	100

Анализата на прилозите на БТР за домашните настани покажа дека во сите случаи **ставот на новинарот** кон темата бил неутрален, во смисла дека новинарот не користел јазични или други форми на израз со кои би покажал видлива пристрасност кон субјектот или темата. Но, како што беше заклучено и за повеќето други анализирани медиуми на заедниците, и кај БТР е присутно еднострано користење на изворите, што во основа целото известување го квалификува како пристрасно.

Вредноста на содржината (контекстот на известувањето), како и кај другите медиуми на заедниците, квалитативно беше анализирана само во прилозите на БТР што се однесуваат на некоја од етничките заедници. Во селектираниот период такви прилози кај БТР имало вкупно 12. Кај сите, начинот на кој редакцијата го врамила настанот бил неутрален, што значи не бил ставен нагласок на едни на сметка на други аспекти, ниту пак етничката заедница на која се однесува прилогот е прикажана во нагласено позитивна или нагласено негативна светлина.

Во седум прилози се обработува тема што директно ја засегнува ромската заедница: проблемите со водоснабдувањето на Ромите во населбата Шуто Оризари; проблемите на граѓаните од Шуто Оризари поради обидите на ЕВН да ги наплати долговите за електрична енергија; правата на жените од ромска националност на пазарот на трудот; странска финансиска помош за подобрување на положбата на Ромите; посета на странски политичар на Шуто Оризари во врска со проблемите на Ромите со домувањето; отворање здравствена установа во Шуто Оризари; честитки од премиерот до Ромите-муслимани по повод Рамазан.

Неколку прилози обработуваат теми што се однесуваат на другите заедници: информација за судењето на Јован Вранишковски; изградба на католичка црква на Водно; реакција на ДУИ и ДПА поради нарушување на човековите права на притворените во акцијата „Монструм“; проблемите на интегрирањето на децата со инвалидитет во образовниот систем.

Дневен весник Коха

Дневниот весник *Коха* е еден од трите дневни весници на албански јазик што се објавуваа во ноември 2012 година во Република Македонија. Покрај печатениот весник тие објавува информации и во онлајн-издание. Редакцијата на Коха има вработено околу 20 уредници, новинари и други медиумски професионалци.

Во селектираниот период се анализирани вкупно 14 изданија на овој дневен весник, во кои се објавени вкупно 881 информативен прилог за настани од светот, регионот и од Македонија. Сите прилози се анализирани само од аспект на темата на која се однесуваат, а натамошниот текст на анализата се однесува само на објавите за домашните настани.

Весникот Коха продуцира значителен обем на информативни содржини за различни **теми** и прашања. Во вкупниот број објави во 14-те анализирани изданија во периодот од февруари до септември, 456 (51,76%) се текстови за настани од Македонија, 284 (32,24%) се за настани од светот заедно со меѓународниот спорт, а 141 (16%) за настани од непосредниот регион. Во рамките на регионалните настани, и кај овој медиум интересот е доминантно насочен кон земјите во кои живеат етничките Албанци – Косово и Албанија. Од вкупно 141 прилог за регионални настани, 108 се однесуваат првенствено на Косово, а потоа и на Албанија. При тоа во оваа бројка не влегуваат текстовите што се објавени во рубриката Инфраред - ВИП, а во кои се зборува за естрадни личности – од кои најголем дел се Албанци од регионот. Ова сугерира конструкција на светоглед во кој сопствената етничка заедница во регионот е поставена централно.

Истражувањето понатаму примарно се фокусираше на анализа на текстовите за настаните од Македонија, при што кај Коха се најзастапени следниве области:

Тема / Област	Број на прилози	%
Активности на органите на власта	47	5,33
Граѓанско општество (НВО, здруженија, јавно мислење)	13	1,48
Друго	26	2,95
Економија	36	4,09
Јавна употреба на мајчиниот јазик	5	0,57
Квалитет на секојдневниот живот	33	3,75
Криминал и корупција	30	3,41
Култура	24	2,72
Културно-уметнички друштва	2	0,23
Настани од регионот	141	16,00
Настани од светот	284	32,24
Образование	30	3,41
Политика – внатрешна	90	10,22
Политика – надворешна	19	2,16
Религија	14	1,59
Социјални прашања	21	2,38
Спорт	55	6,24
Човекови и малцински права	11	1,25
Вкупно	881	100

„Внатрешна политика“ (10,22%), „Спорт“ (6,24%) и „Активности на органите на власт“ (5,33%). Други теми што се застапени во помала мера се: „Економија“ (4,09%), „Квалитет на секојдневниот живот“ (3,75%), „Криминал и корупција“ (3,41%) и „Образование“ (3,41%). За темите „Социјални прашања“, „Човекови и малцински права“, „Религија“ и „Граѓанско општество“ интересот на медиумот бил значително помал.

Анализата на категоријата „На што се однесува темата“ открива во која мера во прилозите за домашните настани весникот Коха известувал за меѓуетничките односи во земјава, но исто така и колку во вестите обработувал „Теми од општ интерес“ што се релевантни за сите нејзини граѓани, независно од нивната етничка припадност. Кај редакцијата на Коха најголем дел од текстовите се однесуваат на „Теми од општ интерес“ (61,40%), на „Сопствената етничка заедница“ 26,75% и на сопствената и на мнозинската 5,7%, само еден текст се однесува на мнозинската, а само два на друга етничка заедница.

Темата се однесува на	Број на прилози	%
Друга етничка заедница	2	0,44
Друго	25	5,48
И на сопствената и на мнозинската заедница	26	5,70
Мнозинската заедница	1	0,22
Сопствената заедница	122	26,75
Тема од општ интерес	280	61,40
Вкупно	456	100

Овој наод треба да се разбере во светло на неколку важни моменти: **прво**, високиот процент на текстови за теми од општ интерес се должи на интересот на весникот најмногу за настаните од внатрешната политика (46 текста), за активностите на органите на власта (45 текста), за економијата (35 текста), за настаните во спортот (29 текста), за квалитетот на секојдневниот живот (28 текста) и за криминалот и корупцијата (27 текста). Но анализата на најавите на темите од општ интерес покажува дека кај голем број од овие текстови аголот на редакцијата сепак повторно е ставен на сопствената етничка заедница - и тоа е направено или преку фокусирање региони што претежно се населени со Албанци или пак преку фокусирање на активности на политичари Албанци. Како показател за ова беа издвоени и анализирани текстовите за „активностите на органите на власта“. Од 45 текста во оваа категорија, 32 се однесуваат на активности на владејачки политичари на локално и национално ниво што се Албанци. Ваков тренд може да се забележи и во текстовите од областа на спортот, каде што е видливо дека редакцијата во голема мера се интересирала за натпреварите во кои учествува некој спортист-Албанец или спортски клуб со спортисти-Албанци. Ова покажува дека дури и во темите што се однесуваат на општиот граѓански интерес фокусот се става пред сè на сопствената етничка група.

Второ, воочливо е дека нешто повеќе од една четвртина од текстовите се однесуваат на сопствената етничка група, сама по себе. Ова ја засилува етно-



центристичката ориентација што ја има весникот. Мора да се напомене дека една од функциите на медиумите на мнозинските јазици треба да е општествениот развој на таа заедница - но етноцентристичката ориентација во известувањето не создава мостови преку етничките граници и го фрагментира општеството по етничка линија.

Трето, како контраст на првите две позиции, од сите објавени теми, 0,22% се однесуваат на мнозинската, а 0,44% на друга етничка група – ова сугерира исклучително мал интерес за тоа што се случува со припадниците на другите заедници.

Во селектираниот период кај весникот Коха може да се забележи **жанровска** разноликост, иако и кај овој медиум доминираат кратките и неаналитички жанрови – веста и извештајот. Анализата покажа дека 41% од текстовите за домашните настани се извештаи и 33,5% се вести. Ова значи дека 75% од текстовите (вкупно 341) отпаѓаат на кратки и неаналитички жанрови. Кај весниците реактивното новинарство е само една страна од проблемот. Имајќи предвид дека повеќето содржини ги објавуваат откако сите други типови (ТВ, радио и онлајн) медиуми веќе ги објавиле претходниот ден, задржувањето на практиката да се негуваат овие два типа жанр е погубна од конкурентска гледна точка. Весникот денес мора да нуди многу повеќе аналитичка и репортажна содржина ако сака да остане конкурентен со другите типови медиуми. Кај Коха тоа останува проблем. Сепак, иако се во помал број, важно е да се забележи дека 10% од содржината отпаѓа на анализи, 3% коментари, 1,3% на репортажи и 1% на интервјуа. Тоа значи дека весникот сепак во 15% од текстовите произвел содржина што е аналитичка и каде што општествените проблеми може да ги третира на подлабоко ниво.

Жанр на текстот	Број на прилози за настани од Македонија	%
Анализа	45	9,87
Вест/проширена вест	153	33,55
Друго	17	3,73
Извештај	188	41,23
Изјава	11	2,41
Интервју	4	0,88
Коментар	13	2,85
Репортажа	6	1,32
Сондажа/анкета	10	2,19
Соопштение	9	1,97
Вкупно	456	100

Потпишувањето на **аворот** на новинарскиот производ е битно во професијата, поради тоа што неговото име и презиме може да го зајакнат кредибилитетот на она што е кажано. Кај весниците практика е сите текстови или да се потпишуваат со целото име и презиме на авторот или пак со неговите иницијала-

ли. Секако, постојат светски реномирани изданија што не ги потпишуваат своите новинари и аналитичари⁴⁰, но во медиумски контекст каков што е македонскиот, во кој често се шират дезинформации, практиката на потпишување би ги смалила можностите за манипулација со информациите.

Авторство	Број на прилози	%
Непотпишано	131	28,73
Новинар	225	49,34
Новинска агенција	35	7,68
Останато	35	7,68
Преземено од други медиуми	27	5,92
Соопштение	3	0,66
Вкупно	456	100

Кај весникот Коха анализата покажа дека 131 текст (28,73% од вкупната продукција на текстови) биле објавени без да биде потпишан новинарот, во 49,34% од случаите авторот е потпишан, а во 12,6% се работи за содржини преземени од новински агенции или од други медиуми. Потпишувањето на текстовите во печатените медиуми не може да се смета за професионален стандард - но секој медиум треба да си го воспостави стандардот и да биде конзистентен со него. Ако е востановена практика да се потпишуваат текстовите, тогаш сите текстови треба да се потпишат. Ова поради фактот што често може да се сфати дека зад непотпишаниот текст стои информација што не се базира на вистината.

Повод за текстот	Број на прилози	%
Актуелен настан	162	35,53
Актуелен настан како реакција	41	8,99
Друго	49	10,75
Изјава	40	8,77
Медиумски иницирана изјава	58	12,72
Псевдонастан	106	23,25
Вкупно	456	100

Анализата на **поводот** за објавување на содржините во Коха покажа дека за 35,5% од текстовите поводот е актуелен настан, 23% се псевдонастани, во 9% повод за текстовите е дадена изјава, а во 13% поводот е изјава иницирана од самиот медиум. Може да се тврди дека, со оглед на тоа што во една третина (32%) од текстовите поводот е псевдонастан или пак изјава иницирана од изворот, медиумот не е ставен во активна улога, туку повеќе е реципиент на дневната агенда.

Број на извори	Број на текстови	%
Два	91	19,96
Еден	260	57,02
Повеќе од три извори	44	9,65
Три	48	10,53
Без извор (коментари)	13	2,85
Вкупно	456	100

Показателите за бројот, типот и позицијата на консултираните **извори** кај Коха, како и кај другите анализирани медиуми, укажуваат на еден генерален проблем во новинарското известување во Македонија – тенденција на непочитување на основното професионално правило за консултирање најмалку два извори и еднострано известување во кое недостига ставот на другата или на повеќе засегнати страни. Прв индикатор за оваа појава е бројот на користените извори. Кај Коха видливо доминираат текстовите во кои е консултиран само еден извор (57%). Ако на ова се додадат показателите за ставот што го застапуваат консултирани извори, јасно ќе се види димензијата во која се изразува негрижата на медиумот за основниот новинарски принцип на сеопфатно известување. Дури во 87% од анализираниите текстови недостига другата страна, што значи и тогаш кога се користеле два или повеќе извори, тие застапувале исто гледиште, нагласувале исти аспекти на приказната.

Позиција на изворите	Број на текстови	%
Единствени (застапуваат речиси исти ставови)	397	87,06
Спротивставени (застапуваат различни гледишта)	46	10,09
Без извор (коментари)	13	2,85
Вкупно	456	100

Дополнителна светлина врз овие податоци фрла категоријата „Тип на извори“. Кај Коха е воочлива тенденцијата на поголема застапеност на персонализирани извори во споредба со телевизиите што се предмет на оваа анализа. 38,38% се персонализирани извори, а 42,98% се деперсонализирани. Иако уделот на персонализираните извори е повисок од телевизиите, сепак и овде е висок процентот на деперсонализираните. Новинарските текстови не можат секогаш да се потпираат на целосно именувани извори, сепак новинарот треба да тежнее што е можно повеќе да го намали бројот на деперсонализираните.

Од аспект на природата на изворите - во половина од текстовите за домашни настани консултираните извори (и персонализираните и деперсонализираните) доаѓаат од партиско-политички кругови (49,12%), а релативно гледано, има висок процент (32,24%) текстови во кои споменатите извори не ѝ припаѓаат на партиско-политичката сфера. Ова води кон заклучокот дека медиумот

им дал значаен простор на гласовите на граѓанското општество. Сепак, ова не значи дека во говорот одоздола има либерално граѓански елементи. Напротив, квалитативната анализа покажува дека во голем дел темите и ставовите што ги бранат изворите „одоздола“ во Коха, не се либералнограѓански, туку се етно-партикуларни.

Тип на извори	Број на извори	%
Деперсонализирани извори (институции) што се од политиката	122	26,75
Деперсонализирани извори што не се од политиката	74	16,23
Персонализирани извори (поединци) што се од политиката	102	22,37
Персонализирани извори што не се од политиката	73	16,01
Поединци и институции	72	15,79
Без извори (коментари)	13	2,85
Вкупно	456	100

Околу **новинарскиот став** на содржините - не се оценува содржината на текстот, туку само односот на новинарот кон објектот на набљудување или на настанот за кој се информира. Ставот на новинарот се отчитува во повеќе показатели - од изборот на лексика, па сè до начинот на кој е презентирана информацијата. Ставот беше оценуван само во текстовите што директно се однесуваа на некоја од етничките заедници, кои кај Коха се 33 % од вкупниот број текстови за домашни теми.

Вредност на новинарскиот став	Број на прилози	%
Негативна	18	11,92
Нејасен	1	0,66
Неутрална	96	63,58
Позитивна	36	23,84
Вкупно	151	100

Анализата покажа дека во 64% од објавените содржини на Коха ставот на новинарот кон темата бил неутрален - тоа значи дека самиот новинар во овие објави не демонстрирал ниту апологетски ниту претерано критичен став кон темата. Во 24% ставот на новинарот е позитивен, а во 12% е негативен. Фактот што во помалку од една третина од објавите ставот на новинарот отклонува и демонстрира вредносен суд, сугерира постоење на непрофесионални аспекти во известувањето. Сепак, фактот што повеќе од две третини од објавите се неутрални сугерира професионално однесување. Од 36-те текста во кои е покажан позитивен став на новинарот на Коха, 35 се однесуваат на сопствената (албанската) заедница. Од текстовите каде што новинарскиот став бил негативен, 16 се однесуваат повторно на сопствената заедница, а два и на сопствената и на мнозинската заедница.

Вредност на објавената содржина	Број на прилози	%
Негативна	42	27,81
Неутрална	50	33,11
Позитивна	59	39,07
Вкупно	151	100

Согледувањата за ставот на новинарите на Коха во известувањето за сопствената или другите етнички заедници стануваат појасни со анализата на **вредноста на објавената содржина**, која е поврзана со светлината што определен настан за кој известува медиумот ја фрла врз заедницата за која се известува во текстот. И со оваа анализа беа опфатени само текстовите на Коха што се однесуваат на некоја од етничките заедници. Така, од вкупно 151 текст, 50 имаат неутрален, 42 негативен, а 50 позитивен контекст. Последните две бројки посочуваат на постоење на тенденција за пристрасно врамување на настанот или заедницата за која се известува, во негативен или во позитивен контекст.

Од 59 текста во кои контекстот на известување е *позитивен*, 53 се однесуваат на албанската заедница, 4 и на мнозинската и на сопствената заедница, еден на мнозинската и еден на друга заедница. Од 42 текста во кои вредноста на содржината е негативна, 29 се однесуваат на сопствената заедница, а 13 и на сопствената и на мнозинската заедница. Најголем дел од овие текстови се за различните области на спроведување на рамковниот договор од 2001 година, како и меѓуетничките тензии во различни сфери на општественото живеење⁴¹.

41 Види: Прилог 1 - Преглед на објавените текстови за етничките заедници во Коха.



III

НАЈВАЖНИ СПОРЕДБЕНИ СОГЛЕДУВАЊА

Демократскиот медиумски систем во Македонија започна да се развива во 1991 година, со усвојувањето на новата уставна рамка, која ги постави темелите на балансирањето меѓу слободата на изразувањето и другите човекови права и слободи. Во досегашниот развој на медиумскиот систем беа идентификувани следните најважни специфики: неразвиена економија и малку средства за огласување во медиумите; стихиен развој на медиумите во првите години и континуирано раситнување на медиумскиот пазар; сегментирање на медиумскиот пазар засновано врз јазична линија; отсуство на осмислена и конзистентна регулаторна политика, особено во последната деценија; силно влијание на државата, бизнисот и политиката врз медиумскиот сектор и поврзаност на најголемите медиуми со моќните локални бизниси, односно со политиката; ниско ниво професионалност во медиумите и слаб квалитет на програмските содржини. Најголем дел од овие специфики важи и за актуелниот општествен контекст во кој функционираат многубројните медиуми на јазиците на етничките заедници што живеат во Република Македонија.

Ваквото економско опкружување и недоволно осмислената регулаторна политика во последнава деценија доведоа до исклучително лоша состојба на медиумите и новинарството во Македонија. Состојбата на медиумите на јазиците на етничките заедници не може да се набљудува надвор од овој поширок контекст. Со текот на годините се покажа дека комерцијалните медиуми на етничките заедници беа најпогодени од негативното влијание на пазарот, бидејќи не можеа да привлечат доволно средства за огласување за да ги исплатат високите трошоци за работењето. До 2005 година голем дел комерцијални радиодифузери на етничките заедници успеаа да функционираат благодарение на финансиската поддршка што ја добиваа за продукција на програми од јавен интерес. По укинувањето на ваквата финансиска стимулација, мошне брзо се покажа дека медиумите наменети за мали публики тешко може да опстанат на пазарот.



Плурализмот во квантитативна смисла никогаш не бил проблем во медиумската слика во Македонија. Во целина, бројот на медиумите на јазиците на етничките заедници е навистина голем¹, но информативните содржини што ги објавуваат повеќето од овие медиуми ретко ги задоволуваат основните професионални стандарди и принципи на инклузивното новинарство, кое во редакциите се чини е непознат поим. Медиумите се мошне политизирани и поделени по етничка линија. Наместо да им служат на граѓаните и на јавноста, доминантно им служат на интересите и на целите на партиско-политичките елити од сопствената заедница. Јавниот радиодифузен сервис со години е под силно влијание на партиите што се на власт, а неговата програмска и уредувачка некохерентност ја рефлектира етничко-политичката поларизираност на целото општество. За комерцијалните медиуми на јазиците на етничките заедници, особено оние на регионално и локално ниво, речиси воопшто не може да се зборува како за бизнис-потфати, бидејќи за нив пазарот на огласување е уште поограничен. Непрофитното радио, иако беше воведено со Законот за радиодифузна дејност од 2005 година, воопшто не се разви како нов медиумски сектор. Затоа, пак, онлајн-информативните портали се чини на младата популација ѝ понудија нови алтернативни извори на информации, но само за припадниците на повеќебројните етнички заедници.

1. Јавен сервис – Македонска телевизија

Вкупниот квалитет на информативната програма што се емитува на јазиците на етничките заедници на јавниот сервис (особено на редакциите на помалите заедници) е значително опаднат поради долгогодишната финансиска и продукциска криза во која се наоѓаше Македонската радио-телевизија. Програмите на јазиците на етничките заедници денес на Македонската телевизија се емитуваат на Вториот програмски сервис. Програма со најголем обем има редакцијата на албански јазик (околу 14 часа дневно), а потоа редакцијата на турски јазик (2,5 часа програма). Тие се поголеми редакции и според бројот на вработените, што реално им овозможува редовно да емитуваат вести и други информативни, едукативни и забавни програмски целини. Времето што им е доделено на помалите заедници и бројот на вработените во нив се реална пречка тие да ја исполнуваат законската обврска на јавниот сервис „...да создава и емитува програми од јавен интерес со кои се одразува општествениот и културниот плурализам во државата, а кои се состојат од информативни, културни, образовни, научни, спортски и забавни содржини“².

Предмет на анализата во ова истражување беа само вестите (на албански и на турски јазик) и актуелно-информативните емисии на ромски, бошњачки, влашки и српски јазик. Главната цел на анализата беше да се утврди колку и како јавниот сервис во програмите на заедниците ја исполнува информативната функција.

- 1 Покрај јавниот сервис, во комерцијалниот радиодифузен сектор има 19 телевизии и 16 радија, во секторот на печатени медиуми се објавуваат 4 дневни весници на албански јазик, еден неделник на албански и два на турски јазик, два онлајн-портали и една приватна новинска агенција на албански јазик, покрај државната агенција МИА, која освен на македонски нуди сервис и на албански јазик.
- 2 Член 120 од Законот за радиодифузната дејност (Службен весник на РМ бр.100 од декември 2005 година).

Редакцијата на албански јазик произведува голем обем информативна програма, која е тематски разновидна, со доминација на домашните настани (59% од сите информативни прилози), со значаен удел на настаните од регионот (18%) и настаните од светот (23%). Треба да се нагласи и дека редакцијата става силен нагласок на вестите од непосредниот регион, од кои половината се „преземени“ прилози од други медиуми од соседните земји. Поради тоа што најголем дел од овие вести се за актуелните случувања во Албанија, за Косово и односите со Србија (83,72% од прилозите за регионот), овие податоци всушност сугерираат дека кај редакцијата има тенденција кон водење т.н. „дијаспорска“ уредувачка политика - тенденција што е уште поизразена кај редакциите на турски и на бошњачки јазик. Сепак, додека овие редакции осцилираат кон Турција и БиХ како кон „матични“ држави, карактеристично за редакцијата на албански јазик е дека таа еднакво се фокусира и кон Косово и кон Албанија.

Во покривањето на домашните вести воочлива е доминацијата на политиката (внатрешна и надворешна), наспроти малиот интерес за темите што го засегаат граѓанскиот сектор. Позитивен тренд кај редакцијата е што обработува голем обем теми од општ интерес (67,38%), но дури и кај овие теми во центарот на приказната е сопствената етничка заедница. Тоа го потврдува и изјавата на уредничката на оваа програма: „Нам ни се исклучително интересни настаните што се случуваат околу албанската етничка заедница“³. За сите други помали етнички заедници нема ниту еден прилог, а за мнозинската заедница само три прилози во целиот анализиран период. Немањето интерес за случувањата и културната посебност на другите етнички заедници е загрижувачко од аспект на пораката што се испраќа до гледачите, што се рефлектира и врз позиционирањето на редакцијата наспроти другите редакции во јавниот сервис. Од друга страна, квалитативната анализа на содржината на прилозите, во кои фокусот е само на сопствената заедница од аспект на контекстот на известувањето („вредноста на објавените содржини“), сугерира дека редакцијата игра улога на апологет на интересите и на правата на сопствената етничка заедница како колективен ентитет, наспроти државата, во која доминираат припадниците на мнозинската заедница. Од друга страна, кога станува збор за темите за „човековите права“ на индивидуалните припадници на оваа заедница (сексуални малцинства, правата на жените, на децата и др.) редакцијата воопшто не ги става на јавната агенда. Овој став не придонесува за градење општество што почива на почитување на граѓанските и индивидуални права и е негативен во однос на развојот на демократската свест во општеството.

Жанровската структура на вестите укажува на тенденција на избегнување на аналитичките жанрови што би ги отворале и би ги објаснувале општествени и политичките проблеми. Општ тренд е „голото“ пренесување информации за случувањата, без да се навлезе во заднината на настаните, во причините и поврзаноста меѓу одредени појави. Показател за т.н. реактивно новинарство што само пренесува, а не иницира самостојно теми од важност за јавноста, се и податоците за поводот за емитување на прилозите. Само 3% од објавите се ме-

3 Интервју реализирано со уредничката на Програмата на албански јазик, на 21 јуни 2012 година.



диумски иницирани изјави или, кажано поинаку, темите најчесто се иницирани надвор од редакцијата, од некој центар на моќ (политички во случајов), со што новинарската професија ја губи својата суштина. Фер е да се нагласи дека оваа појава не е карактеристична само за јавниот сервис, туку ја отсликува главната карактеристика на медиумското милје во Македонија – медиумите станаа едноставни „носачи“ на информациите до публиката.

Културата на „пристојно однесување“ на новинарите во МРТ се рефлектира во сите сервиси и веројатно се должи на континуираните притисоци и влијанија на власта и на политиката во минатите дваесет години, на нивната социо-економска зависност, а некаде и на наследената свест од еднопартискиот систем за тоа дека јавниот сервис всушност му служи на државниот естаблишмент. Во прилог на ова се и показателите за тенденцијата кај сите редакции доминантно да користат извори од државните органи и од политичките партии што партиципираат во власта, што јасно исцртува појава на „политички клиентелизам“ кај уредниците и кај новинарите. Кај редакцијата мошне често е известувањето со само еден извор (48,23% од прилозите за домашни настани), а дури и во случаите каде што се консултирани два или повеќе извори, тие бранат идентичен став, со што на гледачите им се пласира само една и единствена позиција во однос на прашањето за кое се известува.

Карактеристично за редакцијата на албански јазик на јавниот сервис е тоа што таа практикува да ги избира изворите врз основа на јазикот што го зборуваат, односно најчести соговорници во прилозите се припадници на албанската заедница. Како објаснување за ваквата востановена практика уредниците во редакцијата го наведуваат недостигот од вработени преведувачи, што во никој случај не може да се прифати како оправдување бидејќи тоа го подрива плурализмот во вестите на јавниот сервис. На овој начин, освен вести што се доминантно едностранни (според изворите) и се иницирани како тема од надвор (најчесто од политичките елити на заедницата), се претставува и моноетничка слика за настаните што се третираат во прилозите. Сумирано, сето ова претставува низа на прекршувања на новинарските стандарди и резултира со некавалитетен новинарски производ што ја информира јавноста низ призмата на искривени огледала.

Програмата на турски јазик не се разликува многу во споредба со другите редакции на немнозинските заедници во јавниот сервис. И кај неа е доминантно присуството на политичките вести и информации за активностите на власта (50% од прилозите). Истовремено, во вестите речиси воопшто не се обработуваат граѓански теми, кои во фокусот на приказните го имаат интересот на луѓето. Доколку се оди чекор понатаму, ќе се види дека содржината на вестите е организирана повеќе на техничко ниво и наликува на политичко-државен билтен што ја отсликува агендата на актуелната политичка елита на сопствената етничка заедница. Или поинаку кажано, информациите за домашните настани се концентрираат околу активностите на власта, во која коалицираат и политички партии на турската заедница, па вестите на јавниот сервис ги пренесуваат и им даваат јавен статус на нивните активности. Притоа, редакцијата, а пред сè уредниците, не

водат сметка за вистинските потреби за информирање на својата заедница, ниту пак ја препознаваат суштината на своето функционирање во јавниот сервис.

Како и за другите редакции, така и за турската, од анализата може да се извлече тенденцијата на практикување реактивно новинарство. Ова се потврдува со податокот дека и кај турската редакција во набљудуваниот период најголем дел прилози се неаналитички жанрови – вести и извештаи (91,4%). Речиси сите теми што се обработуваат во вестите доаѓаат надвор од редакцијата и се наметнати од некој друг. Во ваков случај, можноста за манипулација е многу поголема доколку медиумот нема иницијативност и само пасивно ги пренесува информациите подготвени од надвор. Додека кај влашката, српската или ромската редакција објаснувањето е недостигот од време за емитување, тука тоа не е причина, бидејќи програмата од два и пол часа дневно дозволува доволно простор за аналитички приод во новинарските прилози во вестите. Од интервјуата произлегува дека редакцијата нема доволно новинарски кадар или пак тој не е обучен соодветно. Сепак, останува заклучокот дека квалитетот на новинарските содржини може да биде подобар и повеќе ориентиран кон граѓански теми. И овде се наметнува заклучокот дека уредниците или немаат доволна подготвеност за водење на новинарите и креирање автохтона дневна агенда на настани и теми, или пак, немаат моќ да се отргнат од политичкото влијание на сопствените лидери, кои посредно ја креираат уредувачката политика.

Сликата за новинарството што се практикува во турската (но и во другите редакции на јавниот сервис) се заокружува со податокот дека во 68,82% од вкупно објавените прилози за домашни настани е консултиран само еден извор. Прекршувањето на основниот професионален стандард за консултирање најмалку два независни извори е сериозен индикатор за квалитетот на новинарскиот производ, освен доколку самиот новинар не направил баланс изнесувајќи го ставот на другата страна. Но фактот што во 92% од прилозите е информирано само за еден аспект на приказната, сепак укажува на тенденција на еднострано и пристрасно информирање. На ова треба да се додаде и сознанието дека во 83% од случаите консултираните извори всушност се претставници на власта или на политичките партии. Додека на политичарите им се дава огромна предност да ги пренесат во јавноста своите ставови и мислења, граѓанинот речиси го нема во информативните содржини на редакцијата. И кај турската редакција темата човекови права се разбира првенствено низ колективистичка призма, односно воопшто не се отвораат теми што се однесуваат на маргинализираните групи во рамките на сопствената етничка група.

Програмата на ромски јазик „Бјандипе“ е пример за тоа во која мера јавниот сервис ја запоставил својата програмска обврска да ги задоволува информативните потреби на помалите етнички заедници. Редакцијата е оставена само со една вработена новинарка, која објективно не може да ја реализира целата информативна програма. Во три полчасовни термини во неделата, само еднаш се емитуваат информативни прилози, кои се малку на број и кои имаат функција главно да информираат за редовните активности на државниот врв. Во сите емитувани објави (34) е користен само еден извор и најголем дел од нив (31) се извори



од политиката и од власта. Негрижата за исполнувањето на својата информативна функција во однос на ромската заедница јавниот сервис ја покажува и со тоа што наместо самиот да се ангажира во аналитичко известување за проблемите со кои се соочуваат Ромите во Македонија, се определил саботниот термин планиран за емитување на „Бјандипе“ да го отстапи за продукција на приватна телевизија. Ваквата состојба со редакцијата на ромски јазик во МТВ може да се толкува како порака што мнозинската заедница (или државата), преку јавниот сервис, им ја испраќаат на граѓаните-Роми: дека државата не покажува сериозна грижа за нив, дека не ја вреднува нивната култура преку соодветно информирање на ромски јазик и, во крајна линија, дека не се грижи за нивното вклучување во општеството. Впечатокот е дека ромската редакција постои колку само формално да се задоволи обврската за емитување програми на јазиците на сите заедници.

Генералниот заклучок за **Програмата на влашки јазик** е идентичен како и за другите помали редакции во МТВ (ромската и српската), дека редакцијата не произведува доволно актуелна информативна содржина за да ги задоволи потребите на влашката заедница во земјата. Во програмскиот блок „Сканпео“ (Искра) редакцијата главно се определила да емитува репортажи и интервјуа, кои се автентична продукција на оваа мала редакција. Иако овие прилози не се аналитички, туку повеќе се промоција на културата и достигнувањата на Власите во Македонија, сепак ова треба да се забележи и да се издвои како позитивна тенденција. Исто така, иако редакцијата има само тројца вработени (исто како бошњачката) и се соочува со истите проблеми во однос на техничките ресурси и недостигот од обуки, сепак успеала над половина од снимениот материјал да е актуелна снимка со тон. Но сепак, како и за ромската редакција, и овде главниот заклучок е дека јавниот сервис во целина ја запоставил својата обврска да ги задоволува информативните потреби на помалите етнички заедници, во кои спаѓаат и Власите во Македонија.

Редакцијата на српски јазик во програмскиот блок „Видик“ во најголем дел е фокусирана на информации што се однесуваат на Србите во Македонија, но и на настани од Република Србија. Не се емитуваат класични вести, туку емисијата има колажен карактер со прилози на различни теми, за историски важни настани или за актуелни културни достигнувања на Србите од Македонија или од соседството. И во овој случај, како и кај редакцијата на албански, турски и бошњачки јазик, се забележува ставот за водење „дијаспорска“ уредувачка политика, во голема мера се информира за случувањата во „матичната“ земја. Редакцијата всушност себеси се гледа во улога на културен мост меѓу Србите во Македонија и матичната земја и на промотор на српските културни вредности и историја. Се инсистира во речиси сите прилози што се однесуваат на домашни настани да има српски соговорници. Сепак, како и кај другите помали редакции, се чини дека и тука недостига интерес за реалните проблеми на македонските граѓани со српска националност, што создава впечаток дека или овие граѓани се целосно интегрирани во општеството, па не се препознаваат проблеми што се јавуваат по етничка линија, или пак дека редакцијата не ги третира објективните проблеми. Првата теза е тешко веројатна ако се земе предвид дека имплементацијата на рамковниот договор од 2001 треба да се однесува на сите малцински заедници во Република Македонија.

Редакцијата на бошњачки јазик „Сехара“ мошне малку известува за домашни настани што се однесуваат на бошњачката заедница во Македонија. Оваа редакција во вестите во голем обем (42% од сите прилози) известува за настани од регионот, при што најмногу за Босна и Херцеговина, гледајќи на неа како на „матична“ земја на бошњачката популација во Македонија. Иако и овие теми може да најдат соодветно место во информативните емисии наменети за заедниците, сепак ваквата практика на редакцијата на бошњачки јазик (но и на албански, турски и српски јазик) не се вклопува целосно во основната обврска на јавниот сервис да известува првенствено за животните прашања што ги засегнуваат Бошњациите како граѓани на земјата во која живеат. Целосното отсуство на аналитички жанрови сугерира дека и оваа редакција практикува реактивно новинарство - односно само пренесува ставови од политиката кон јавноста. Дури не се забележани ни интервјуа во студио, за кои не треба техничка поддршка поголема од онаа што се добива за редовно снимање на вестите. Загрижува и податокот дека за време на мониторингот се забележани само три авторски потпишани текста. Тоа е премалку дури и за ваков тип редакција и потребно е програмскиот совет на јавниот сервис да ги разгледа вистинските причини за таквата состојба и да предложи мерки за надминување (финансиски средства, вработувања, обуки, техника и др.)

Според укажувањата на поголем дел интервјуирани соговорници, во Вториот програмски сервис на МТВ постои своевидна „етничка хиерархизација“, поради која редакциите на помалите етнички заедници им се организациски подредени на поголемите. Некои од интервјуираните тврдат дека „МТВ ја пресликува етничката биполарност“ на поширокото општество во која главниот ресурсен колач се дели меѓу македонската редакција од Првиот програмски сервис и албанската редакција од Вториот сервис. Консеквентно, ова ги става културните права на припадниците на најмалите етнички заедници на второстепено ниво. Ова значи дека помалите етнички заедници немаат рамноправен пристап во распределбата на ресурсите поради таквата „етничка хиерархизација“. Перцепцијата на новинарите од помалите етнички заедници открива дека „во МТВ за првиот канал се одговорни Македонците, во вториот, во најголем дел Албанците, и долу во структурата има помали уредници што немаат никаков пристап до ресурсите и се ставени во подредена позиција зад албанското раководство на Вториот програмски сервис“⁴.

Ова значи дека турската, српската, влашката, ромската и бошњачката редакција во секојдневното работење имаат проблеми во пристапот до *технички-џе ресурси* (превоз за да ги покриваат настаните, пристап до технички кадар за да го монтираат материјалот, пристап до камера и др.). Дел сведочења откриваат ваква реалност: „Се враќам од настан на кој организаторот ми вели излезе од автомобил оти јас сум задолжен да ги вратам луѓето од Првиот програмски сервис во редакција, односно македонската редакција. Слично се случува со албанската програма – ако дојдеш во ситуација да бараш автомобил – ќе ти речат, оваа кола е зафатена за албанската програма и вие немате кола. Најглавната

4 Интервју со новинар во една од редакциите на заедниците, реализирано на 25 јуни 2012 година.



работа во последно време стана превозот. Како да одам на настани ако немам превоз?⁵. Друг вработен во МТВ вели: „Албанската редакција е најопремена со техника и со компјутери - нашиот компјутер е турни ме да кинисам. Стопати ќе се блокира, сто пати ќе го рестартираш. И кога реагираш, тие ти велат така одат работите и ни препорачуваат да пуштиме музика. Понекогаш ни е срам кога треба да објаснуваме пред луѓе каде што закажуваш снимање, знаете, ние не можеме да снимаме оти немаме камера или не можеме да дојдеме оти немаме превоз. Тие можат да патуваат за Косово, Тетово и Гостивар. Нема ден некое нивно возило да не заминува таму. Јас до центар во Скопје не можам да отидам и да реализирам снимање, а да не зборувам дека можеби треба да одам подалеку“⁶.

Исклучително голем проблем на редакциите на најмалите етнички заедници во МТВ се *човечкиите ресурси*. Една од најпогодените редакции во рамките на вториот програмски сервис е ромската. Со рационализацијата на човечките ресурси оваа редакција од 10 вработени, останала само на еден новинар. Српската, бошњачката и влашката редакција имаат по тројца вработени новинари, иако во минатото биле некаде помеѓу 10 и 15 новинари. Според сведочењето на новинарите, малобројниот кадар ги ограничува и во организациска и во програмска смисла на зборот, така што овие мали редакции не можат да ја оправдаат основната причина на своето постоење. Вработен во една редакција вели: „Во минатото имавме само една емисија од 30 минути, а имавме од 12 до 14 новинари. Во меѓувреме, во сите редакции се намали бројот на вработените и тоа ни е голем хендикеп - сега правиме три емисии и нам ни доаѓа по една емисија неделно да правиме. Мислам дека порано емисиите беа со поразновидни содржини. 14 новинари секако ќе донесат повеќе теми... Проблем е и познавањето на јазикот, и да сакаме сега ние да ангажираме нови кадри – многу мал број луѓе убаво го знаат нашиот јазик. Тие што го знаат тешко дека баш сакаат да бидат новинари.“⁷

Во рамките на вториот програмски сервис, кога станува збор за човечките ресурси, во нешто подобра состојба е турската редакција, во која се вработени 10 новинари. Сепак таа има на располагање 2 часа и 30 минути дневно програма, за која 10 вработени не се доволни. Редакцијата на албански јазик има 75 вработени и се соочува со помали проблеми. Сите интервјуирани соговорници се согласуваат дека редакциите на најмалите заедници на МРТВ поради недоволниот кадар не можат соодветно да ги задоволуваат програмските потреби (информативни, едукативни, културни) на својата заедница. Исто така, поради организациската подреденост, програмската шема во која тие се поставени не одговара на нивните потреби. Главен проблем е што немаат програма секој ден, туку три дена во неделата по половина час. Не можат соодветно да ја развијат информативната програма поради тоа што треба да објавуваат вести што веќе се стари. Ако некој настан важен за нивната заедница се случил во вторник, а програмата им е во среда, тогаш информативната функција нема смисла. Покрај тоа, термините во кои се емитуваат овие програми немаат телевизиска

5 Интервју со новинар во една од редакциите на заедниците на МТВ 2 реализирано на 23.6.2012

6 Интервју со новинар во една од редакциите на заедниците на МТВ 2 реализирано на 11.7.2012

7 Интервју со новинар во една од редакциите на заедниците на МТВ 2 реализирано на 11.7.2012

релевантност поради тоа што се емитуваат во време што е далеку од ударниот термин за телевизија. Тие, исто така, имаат проблем да ги одржат професионалните стандарди, што веќе е мошне видливо на програмата.

Во организациска смисла меѓу редакциите во МТВ 2 отсутува меѓусебна комуникација. Политиката на „една МТВ“ со единствена уредувачка политика во таа насока воопшто не функционира и тоа има импликации врз остварувањето на интеркултурната и кохезивна функција на јавниот сервис. На примарно ниво, нема комуникација меѓу првиот и вториот програмски сервис, така што програмата на македонски јазик е целосно одвоена од програмата на јазиците на мнозинските заедници. На второстепено ниво нема комуникација меѓу редакциите на етничките заедници во рамките на вториот програмски сервис. Поголем дел интервјуирани велат дека првиот и вториот програмски сервис многу ретко комуницираат - „македонскиот“ и „албанскиот“ дел многу тешко ги координираат ресурсите. Еден од интервјуираните вели и дека меѓу нив има и чувство на анимозитет. Сепак, дел интервјуирани тврдат и дека отсутството на комуникација и состаноци меѓу редакциите е понова ситуација: „Порано немавме таква ситуација, а денеска имаме ситуација во која ние немаме цела телевизиска куќа. Сме правеле колегиуми на кои информативниот дел учествуваше на една иста маса. Немаше тогаш голема разлика меѓу МТВ1 и МТВ2, сите си беа редакции, си се собираа на една маса и зборуваа и планираа - сега нам ни остануваат трошките откако ќе се договорот поголемите. А второ, кавгата сега е затегната помеѓу двете големи програмски шеми“⁸.

Поради ваквата поделеност, секоја редакција изолирано прави агенда на настаните во вестите, секоја од редакциите известува примарно, а понекогаш и исклучиво за делот од општеството и политиката што се однесува само на таа етничка заедница, а таквата поставеност честопати репродуцира спротивставени верзии на настаните, кои се гледаат исклучиво низ етничка призма. Како што тоа го формулираат некои од интервјуираните „...секој известува за својот народ“⁹ или „...секој е затворен само во сопствениот атар“¹⁰. Дел интервјуирани експерти аргументираат дека во секое мултикултурно општество е вообичаено да има специфики кај различните етнички редакции во смисла на ставање тежиште на определени теми во известувањето поради тоа што публиката има различен интерес за настаните. Сепак, изолирањето на редакциите во сопствените и неотворањето кон другите етнички групи, што е карактеристика за МТВ, го гледаат како голем проблем: „Од фактор што треба да овозможува кохезивност во општеството, МТВ станува медиум што дели и создава раздор“¹¹. Оваа затвореност на редакциите една од друга се рефлектира и во поглед на изворите што се консултираат. Повеќето интервјуирани новинари велат дека приоритет им е да консултираат извори што го познаваат јазикот на кој емитува редакцијата и не ја земаат предвид етничката разновидност при изборот на изворите, што евидентно се покажува во анализата на нивната програма.

8 Интервју со новинар во една од редакциите на МТВ, реализирано на 6 јуни 2012 година.

9 Интервју со новинар во една од редакциите на МТВ, реализирано на 23 јуни 2012 година.

10 Интервју со новинар во една од редакциите на МТВ, реализирано на 6 јуни 2012 година.

11 Интервју со д-р Сефер Тахири, медиумски експерт, професор на Универзитетот во Југоисточна Европа од Тетово, реализирано на 15 јули 2012 година.



Ваквото новинарство со примарен фокус во известувањето на интересите на сопствената заедница не може да има интегративна улога во општеството и да ги зближува заедниците, напротив тоа ги зајакнува постојните и создава нови стереотипни имагинарни граници кај припадниците на етничките заедници и продуцира појава на етноцентризам кај нив, односно на зголемување на етничката дистанца меѓу заедниците во македонското општество.

Интервјуираните експерти велат дека ова се сериозни програмски проблеми, особено за помалите редакции, оти јавниот радиодифузен сервис не може така да се развива ако сака да го изразува културниот плурализам во општеството. На пример, „Ромите, кои се маргинализирана група речиси насекаде низ Европа и со Декадата на Ромите не успеаја да станат општествено препознатливи... и комерцијалните медиуми и програмата на ромски јазик на јавниот сервис всушност не овозможија пошироката јавност во Република Македонија да биде запознаена со вистинските проблеми на ромската популација, којашто е образовно, социјално, па, ако сакаме, и политички маргинализирана. Ако јавниот сервис не ги отвори тие прашања, се поставува основната дилема дали неговата мисија е поврзана само со програмите на македонски јазик и на најголемата етничка [малцинска] заедница – албанската“¹². Објаснувајќи ги причините за ваквата состојба во јавниот сервис, еден од интервјуираните експерти вели дека „...се работи за политички мотивирани проблеми оти политичките партии што ги застапуваат конкретните заедници ја прифаќаат состојбата во која се наоѓаат и немаат моќ да влијаат кај политичкиот фактор во власта да се сменат нештата. МРТ за жал функционира така - извршните директори ги избираат владејачките партии, иако законски тоа не е прецизирано така“¹³.

Една од причините за ваквата состојба во јавниот сервис, според дел интервјуирани експерти, се конфузните законски одредби што се однесуваат на организационата поставеност на јавниот сервис и надлежностите на раководните органи. „Законската регулатива не ја дава рамката, а надлежностите и одговорностите се изместени. Во законско решение каде што имате одговорни уредници што се одговорни [посебно] за првиот и за вториот сервис и потоа му одговараат на еден недефиниран начин на извршниот директор, кој пак нема дефинирани програмски овластувања, може да дојде до ситуација кога одговорниот уредник може да му каже на извршниот директор дека нема интерес за одредена програма да се стави на програмата, иако тоа е препорачано од страна на Советот на МРТ“¹⁴. Факт е дека во претходниот Закон за Македонската радио-телевизија продукциско-организациските целини (Македонска телевизија и Македонско радио) беа јасно дефинирани и обезбедуваа ефикасно функционирање на различните програмски сервиси и редакции и кохерентност на уредувачката политика на јавниот сервис. Тоа соодветствуваше на воспоставената практика во јавниот сервис, која функционираше успешно повеќе години: „Јавните радиодифузни сервиси, како и сите компании, се организирани

12 Интервју со д-р Љубомир Јакимовски, поранешен генерален директор на МРТ и поранешен претседател на Советот за радиодифузија, реализирано на 14 ноември 2012 година.

13 Интервју со новинар во една од редакциите на јазиците на етничките заедници во МТВ2, реализирано на 6 јули 2012 година.

14 Интервју со Слободан Чашуле, новинар и претседател на Советот на МРТ, реализирано на 20 ноември 2012 година.

хиерархиски, бидејќи има извршен директор... Таму мора да функционираат програмски колегиуми во радиото и во телевизијата и на ниво на целиот јавен сервис, во коишто ќе партиципираат уредниците на сите програми вклучувајќи ги и уредниците на програмите на етничките заедници. Ако не се остварува тоа, не може да се зборува за кохерентна уредувачка политика на јавниот сервис и тоа всушност би бил сериозен чекор назад...¹⁵

Недостатоците во законските одредби во поглед на организациската поставеност на јавниот сервис всушност се уште една дополнителна причина за влијанието на политиката „...која благодарение на ваквите недоречености стана моќна алатка во рацете на политичарите, така што, во даден момент, оваа ге-тоизација сега веќе не е на ниво на заедница, туку е на ниво на политичка партија...“¹⁶ Ова натаму беше потврдено и во интервјуата со новинарите и со уредниците на различните редакции на јавниот сервис, кои велат дека врз нив се врши политички притисок и цензура што доаѓа од политичките партии на конкретните етнички заедници, што упатува на заклучокот дека и кај јавниот сервис, како и во поширокото општество, владее култура на политички клиентелизам. Во овој случај, политичко-медиумскиот клиентелизам има и етничка заднина и негова најочигледна манифестација се цензурата и автоцензурата. Етнополитичката цензура значи дека секоја од редакциите „трпи влијание од ‘своите’ политички партии“. Еден од интервјуираните во оваа смисла вели: „Секогаш ја има цензурата, скриена или отворена - со сугестии или ветувања. Имало обиди за цензура и врз мене. Има обиди и од условно речено „сопствените“. Најголем број новинари не сакаат да се конфронтираат со уредниците затоа што тоа може да им се одрази на напредувањето во кариерата... уредниците имаат сопствени луѓе, кои ги прават највалканите работи, каде што треба да се прави чиста пропаганда, која ќе биде тупаница против опозицијата. Еден дел, кои не се такви, ама знаат дека се подложни на автоцензура, одат на помалку важни настани“.

Овој проблем не е карактеристичен само за редакциите на немнозинските заедници, туку е карактеристика и на голем дел од новинарството во Македонија. Сепак, во овој случај клиентелизмот добива етнички карактер и отвора можност за лесна етнополитичка манипулација. Иако дел интервјуирани новинари одрекуваат дека во МРТ има политичко-цензорско влијание и дека содржините поради тоа се необјективни, сепак повеќето од нив велат дека или врз нив се правени обиди за цензура или пак дека биле сведоци на таков тип влијанија кај свои колеги.

15 Интервју со д-р Љубомир Јакимовски, поранешен генерален директор на МРТ и поранешен претседател на Советот за радиодифузија, реализирано на 14 ноември 2012 година.

16 Интервју со Слободан Чашуле, новинар и претседател на Советот на МРТ, реализирано на 20 ноември 2012 година.

2. Комерцијални медиуми

Од анализата на вестите на албански јазик на **Алсат М** произлегуваат неколку специфични согледувања, кои не се повторуваат и кај другите медиуми што се предмет на оваа анализа. Кај Алсат М се препознава позитивен тренд на продукција на прилози што се однесуваат на теми од општ интерес (70%), кои ги засегнуваат сите граѓани на Македонија. Покрај ова, се забележува и позитивна тенденција во бројот на прилозите (20%) поврзани со теми што ја засегнуваат само сопствената етничка заедница, како и во бројот на прилозите (6,6%) за теми што се однесуваат и на мнозинската и на сопствената заедница. Позитивен е и податокот дека 33% од изворите во вестите на Алсат М не ѝ припаѓаат на политиката, што е значително повеќе отколку во програмите на другите медиуми и укажува на една граѓанска линија во известувањето на медиумот.

Интересни за одбележување се и согледувањата добиени од квалитативната анализа на вредноста на објавената содржина во прилозите во кои се третираат прашања поврзани со некоја од етничките заедници. Тука се забележуваат речиси идентичен број прилози со позитивен и со неутрален контекст, а само во 6 од вкупно 46 прилози има забележано негативно вграмување. Ова сугерира дека редакцијата веројатно е свесна за влијанието што медиумот може да го има врз публиката во насока на креирање или зајакнување на предрасудите и стереотипите кон другата/другите заедници, како и за тенденција во уредувачката политика кон балансиран и неутрален агол на гледање на осетливите меѓуетнички прашања во земјата.

Сепак, одредени резултати покажуваат дека и кај Алсат М, како и кај другите анализирани медиуми, се присутни знаци што укажуваат на корозивноста на новинарската професија во Македонија во целост. На пример, во вестите на Алсат М има дури 72% прилози во кои изворите не се прецизно посочени (деперсонализирани). Новинарскиот труд не може секогаш да се базира на целосно именувани извори, но во известувањето не би требало да преовладуваат нејасната атрибуција во смисла „од Владата (партијата, министерството) велат дека...“, или „...претставник на партијата (хх) изјави“, или „...висок функционер соопшти дека...“. Ваквото информирање не ја зголемува довербата кон медиумот и кај публиката секогаш остава сомнеж за вистинитоста на објавената содржина.

Друго негативно согледување за состојбата во која се наоѓа новинарската професија произлегува од жанровската анализа на прилозите на Алсат М. Од вкупно 152 прилози за домашни настани, само седум спаѓаат во жанрот анализи, три се репортажи, едно е интервју и еден е коментар. Најголемиот процент оди на извештаи (65%) и на вести (21%). Тоа значи дека Алсат М не е исклучок од доминантната практика во новинарството во Македонија – известувањето повеќе да е реакција на настаните на денот, а не самостојно избрана тема за која редакцијата смета дека е од интерес за граѓаните.

Она што приватната **БТР-телевизија** од Скопје може во позитивна смисла да го издвои од другите анализирани медиуми е податокот дека 82,83% од објавите се авторски и се потпишани од новинарите. Ова значи дека телевизијата го почитува новинарскиот стандард за означување на авторството на прилозите.

Исто така, кај БТР се забележува поинаков распоред на темите во информативните прилози: настаните од светот и од регионот зафаќаат приближно една третина од вестите (34,87%), наспроти домашните теми (65,13%). Натаму, карактеристично е што во набљудуваниот период најмногу информации од домашните теми се емитувани за „криминалот и корупцијата (20,39%).

Другите согледувања од анализата на вестите на БТР се речиси идентични со оние за другите анализирани медиуми. И кај оваа куќа е присутно еднострано користење на изворите, што во крајна линија целото известување го квалификува како пристрасно. Дури во 94% од прилозите има прекршување на новинарскиот стандард на консултирање на два независни извори. Освен тоа, во 97% од прилозите изворите имаат единствен став. Ова сугерира дека во анализираниот период редакцијата на БТР не дала место за поинакво мислење во вестите, пласирајќи им на граѓаните само една страна, која во најголем број прилози (79,8%) е од светот на политиката, без оглед дали изворот е институција или нејзин претставник. Заклучокот се наметнува сам по себе - на изворите од политиката и власта им е даден „директен“ пристап во наметнувањето дневна агенда во редакцијата. Наспроти ова, прашањата важни за животот и положбата на граѓаните-Роми во скопскиот регион се третираат само во седум прилози, или во 7% од вестите за домашните настани. На крај, треба да се нотира и идентичната тенденција присутна кај сите редакции на јавната телевизија –исчезнувањето на аналитичкиот пристап и длабинското известување за општествените и политичките феномени. Новинарите, освен едноставно трансферирање на информациите од политичарите и од власта, немаат никаква друга улога во процесот на информирање на граѓаните.

Кај **дневниот весник на албански јазик Коха** се забележуваат извесни специфики што произлегуваат од карактерот на печатениот медиум. Тој продуцира огромен обем на информативни содржини за најразлични теми и прашања. Домашните теми се присутни во половина од објавените текстови (51,76%), а другата половина се настани од светот (32%) и од регионот (16%). Како и кај другите медиуми на албански јазик, и кај Коха се гледа голем интерес за она што се случува во подрачјата во регионот каде што живеат етничките Албанци – Косово и Албанија. Во известувањето за домашните настани се забележува поголема жанровската разноликост одошто кај телевизиите. Иако и овде доминираат кратките и неаналитички жанрови – веста и извештајот (75%), сепак во 15% од текстовите тој произвел содржина што е аналитичка и каде што општествените проблеми може да ги третира на подлабоко ниво. Но задржувањето на практиката да се негуваат претежно неаналитичките жанрови е погубно од гледна точка на опстанокот на печатените медиуми. И Коха и другите весници во Македонија денес мораат да понудат многу повеќе аналитичка и репортажна содржина ако сакаат да останат конкурентни со другите типови медиуми. Позитивен показател за Коха се и големиот обем прилози што се потпишани од авторот (49,34%), иако не е мал и бројот на прилозите во кои не е наведен авторот (28,73%). Потпишувањето на текстовите во печатените медиуми не мора да е професионален стандард - но секој медиум треба да биде конзистентен докол-



ку се определи за ваква практика, затоа што непотпишаниот текст може да се толкува како информација што не се базира на вистината.

Како и за другите анализирани медиуми, и за Коха може да се каже дека повеќе е реципиент на туѓа агенда, бидејќи за една третина од текстовите (32%) поводот бил псевдонастан или изјава дадена од изворот. Генералниот проблем на новинарството во Македонија – едностраното известување, е присутно и кај овој дневен весник. Доминираат текстовите во кои е консултиран само еден извор (57%), а на ова треба да се додаде и фактот што во дури 87% од анализираниите текстови изворите бранат иста позиција.

Во известувањето за домашните теми, Коха има најголем интерес за позицијата на сопствената заедница – повеќе од една четвртина од текстовите се однесува само на албанската заедница, само еден текст се однесува на мнозинската, а само два на друга етничка заедница. Доминацијата на „темите од општ интерес“ (61,40%) кај Коха е само навидум интерес за теми што ги засегнуваат сите граѓани на земјата без оглед на етничката припадност. Внимателната квалитативна анализа на овие прилози покажува дека тоа се теми поврзани најчесто со внатрешната политика (10,22%), активностите на власта (5,33%) и со спортот (6,24%), но тие теми се однесуваат на субјекти од албанската заедница, како и за агол на гледање што е етнопартикуларен. Дури и кога станува збор за теми од областа на социјалната политика или образованието, тие како општи граѓански прашања се отвораат за подрачјата каде што албанското население е мнозинство (Тетово, Гостивар, општини во Скопје и Куманово итн.). Ова согледување особено е поткрепено со квалитативната анализа на контекстот на известувањето во текстовите за сопствената заедница. Од 59 текста во кои контекстот на известување е *џозийивен*, 53 се однесуваат на албанската заедница. Станува збор за текстови што главно се поврзани со следниве теми: прашања од историско значење за Албанците во Македонија и регионот во кои доминантна тема беше прославата на 100-годишнината од албанското знаме и држава; актуелните меѓуетнички тензии, особено оние што во Македонија се случуваат во првата половина на 2012 година; и темите поврзани со спроведувањето на рамковниот договор од 2011 година, како правичната застапеност на Албанците во институциите на централната и локалната власт, употребата на албанскиот јазик итн. Ова остава впечаток на изразен етноцентризам во известувањето на оваа редакција. Во услови на таканаречена етнополитика, која е доминантна во земјата и која го колонизира општеството, медиумите (комерцијалните медиуми не се исклучок) треба да понудат теми што ќе ги поврзуваат индивидуите од различните заедници. Етноцентризмот ги вкопува колективистичките позиции и не остава простор за општествена соработка меѓу заедниците.

3. Ефектите од регулацијата – квалитет или само квантитет?

Иако показателите покажуваат дека во медиумскиот сектор во Македонија има голем број медиуми на јазиците на етничките заедници, сепак треба да се нагласи дека повеќе станува збор повеќе за квантитет во медиумскиот плура-

лизам, отколку за квалитет и разновидност на програмите што ги нудат овие медиуми. Податоците за форматот и структурата на програмата на одделните радиодифузери покажуваат дека Советот не го користел ефикасно системот за доделување дозволи за да создаде пејзаж од разновидни, квалитетни и независни медиуми, кои ќе им служат на граѓаните, што всушност е неговата основна мисија. Имено, најголем дел комерцијални телевизии и радија немаат информативни програми и доминантно емитуваат забавни емисии и музика. На пример, од 19 телевизиски станици на јазиците на немнозинските заедници, 12 се претежно со забавен општ формат, 6 се од општ формат со сите три медиумски функции, а само една е со претежно информативен општ формат¹⁷.

Големiot притисок од пазарот и енормната конкуренција влијаеја особено негативно врз квалитетот на програмските содржини на комерцијалните медиуми на регионално и на локално ниво. Претежно се емитуваат забавни програми од ниска продукциска вредност, а многу мал обем на информативни содржини што би ги покривале случувањата на регионално или на локално ниво. Главната причина за ова е фактот што Советот во изминатите години постојано „отвораше“ простор за нови дозволи, создавајќи медиумски пазар што е премногу раситнет, со голем број медиуми што не можат да се развиваат професионално и да понудат квалитет бидејќи немаат доволно пари од огласување или од други извори. „Колку тие медиуми успеваат со својата продукција и капацитети да ја реализираат таа јавна мисија кон публиката,... тоа е многу условено од економската база и нивните финансиски можности, но од страна на Советот медиумите не само што биле заштитени, туку тој бил многу либерален кон нив, воопшто немале никакви ограничувања..., ако им било укажувано нешто, тоа било главно во поглед на нивните обврски кон публиката..., а ако некој медиум се затворил, тоа било само поради неплаќање финансиски обврски кон дозволата“¹⁸.

Дури и тешко може да се зборува за водење осмислена регулаторна политика во радиодифузијата, иако во 2007 година беше усвоена Стратегија за развој на дејноста, каде што плурализмот, разновидноста, квалитетот на програмите, но и рационализацијата на пазарот беа јасно дефинирани како цели. И по усвојувањето на Стратегијата, пазарот беше дополнително згуснат со уште 16 телевизии на државно ниво за емитување програма преку сателит и многу нови дозволи за терестријално емитување телевизија и радио на локално ниво. Иако аргументот за доделување на овие дозволи за Советот секогаш бил „збогатување на плурализмот и на разновидноста“, нерационалното зголемување на бројот на субјектите направи голема штета не само во телевизискиот, туку и во секторот на радиото и на печатените медиуми. Сето ова, во крајна линија, придонесе медиумите да мораат да преживуваат на пазарот, без никакви вложувања во професионализацијата, квалитетот, во нова домашна продукција или во технолошки развој. Со текот на годините се создаде опкружување во

17 Овие податоци се извлечени од прегледот на ТВ станиците објавен на веб-страницата на Советот за радиодифузија од 31.10.2012 година.

http://www.srd.org.mk/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=38&Itemid=27&lang=mk

18 Интјервју со Милџан Фетаи, заменик-претседател на Советот за радиодифузија, реализирано на 12 ноември 2012 година.



кое медиумите станаа уште поранливи на политички притисоци, сопствениците - незаинтересирани за вложување во бизнисот, новинарите слабо платени, а содржините и програмите комерцијализирани или политизирани.

Слични заклучоци може да се извлечат и за состојбата во печатените медиуми на етничките заедници. Тие се економски слаби не само поради фрагментираноста на пазарот и незаинтересираноста на огласувачите за медиумите на регионално и на локално ниво, туку и поради силното влијание на политичките партии и поврзаноста на дел од сопствениците со политиката. Најголем дел приватни медиуми на јазиците на мнозинските заедници беа создадени од новинари што не поседуваа други бизниси со кои би се помогнала финансиската кондиција на медиумот. Меѓународната помош и многубројните странски донации во текот на 1990-тите се чини не ги искористија ефективно за да ги направат силни своите медиуми и покрај неповолното пазарно опкружување. Нивната слаба економска состојба ги направи ранливи на политички влијанија. На пример, најголеми финансиери на медиумите на албанската заедница беа политичките партии, кои „...ги одржуваа во живот или со директни финансиски интервенции од партијата, или преку давање налог до бизнисмени блиски на партијата, да се рекламираат во медиумот.“¹⁹

Дури и полоша е економската состојба на медиумите на другите „помали“ етнички заедници. Фрагментираниот пазар и незаинтересираноста на огласувачите особено ги погодија локалните комерцијални медиуми на ромски, турски, српски и влашки јазик. Двете ТВ-станции на ромски јазик од подрачјето на Скопје веќе неколку години се соочуваат со големи финансиски проблеми во работењето, првенствено поради недостиг од средства од реклами. До 2005 година, голем дел медиуми на заедниците успеваа да се одржат на пазарот благодарение на финансиската поддршка добиена преку фондот за финансирање програми од јавен интерес, но по укинувањето на овој фонд тие беа принудени да се соочат со тешките услови на пазарот. Ако денес кај медиумите на албанската заедница ситуацијата е нешто подобра во поглед на состојбата на пазарот, другите медиуми на етничките заедници ја немаат таа поволност. Некои од помалите заедници што имаат програма на својот јазик во јавниот сервис, воопшто и немаат свој комерцијален медиум (влашки, српски).

Најголем дел соговорници во интервјуата ја потврдуваат констатацијата дека регулаторното тело во радиодифузијата носи голем дел од одговорноста за раситнувањето на пазарот и за толерирањето на влијанијата на сопствениците, политичарите и економските центри на моќ врз уредувачката политика на медиумите²⁰. И покрај сопствените заложби (поставени во Стратегијата за развој на дејноста од 2007 година) за решавање на долгогодишните проблеми на сопственичката структура во телевизијата – врзаноста со моќни сопственици и политичари, Советот самиот ги зацементира и дури ги прошири веќе постојните сопственички обрасци – доделувајќи им нови дозволи на истите сопственици и

19 *Состојбата со медиумите на јазиците на заедниците во Република Македонија*, Скопје: Македонски институт за медиуми, стр. 20. Достапно на: <http://www.mim.org.mk/>

20 Интервју со Мирче Адамчевски, новинар и поранешен претседател на Советот за радиодифузија, реализирано на 15 ноември 2012 година.

воведувајќи нови моќници на медиумската сцена. Со „истурањето на дозволи-те“, но и со тоа што не реагираше на состојбите во јавниот сервис и на државното рекламирање во медиумите, кое ја загрозува уредувачката независност, регулаторот самиот му нанесе штета на целиот телевизиски сектор, раситнувајќи го, оставајќи ги медиумите и новинарството во рацете на сопствениците, политичарите и на власта. Ваквата регулаторна политика му нанесе огромна штета на телевизискиот сектор, но посредно и на радискиот и на секторот на печатените медиуми, доведувајќи ги со тоа и медиумите и новинарството во очајна состојба на борба за преживување, апатија и неверување во никакви професионални и етички вредности.

IV

ЗАКЛУЧОЦИ

Уставната и законската рамка на Република Македонија им го гарантира на припадниците на мнозинските етнички заедници правото на слобода на изразување и на основање автономни и независни медиуми. Законската регулатива посебно го обврзува јавниот радиодифузен сервис да емитува разновидни програми наменети за сите делови на општеството и да ги задоволува информативните, едукативните, културните и другите потреби на припадниците на различните културни групи и заедници. Во рамките на Вториот програмски сервис на Македонската радио-телевизија се емитуваат програми на сите мнозински заедници што се наведени во Уставот на Република Македонија. Законската рамка овозможува и слободно основање комерцијални и непрофитни медиуми, кои можат да емитуваат програма на јазиците на мнозинските заедници и чија цел е, покрај информирањето на јазикот на конкретната заедница, да ја развиваат нејзината култура. Иако комерцијалните и непрофитните медиуми имаат помалку законски обврски од јавниот радиодифузен сервис во поглед на негувањето на културниот идентитет и посебности на заедниците, сепак и тие остваруваат дејност од јавен карактер и затоа имаат обврска да емитуваат програма сензитивна кон етничките и културните различности. Главната перцепција на експертите и практичарите што беа интервјуирани во ова истражување е дека ниту јавниот сервис ниту пак голем дел од комерцијалните медиуми не ги остваруваат целосно своите законски и професионални обврски.

Причините за ова се многубројни и сложени и лежат во пошироките аномалии на целокупното медиумско опкружување: целото општество сè уште е длабоко поделено по политичка и етничка линија и се соочува со тенденции на дезинтеграција што се рефлектираат и во медиумската сфера; наспроти законската рамка што треба да го спречи тоа, моќта на власта и политиката го оневозможува независното новинарство; бизнис-интересите што се длабоко вкоренети во медиумите го ставаат корпоративниот пред јавниот интерес; социоекономската положба на новинарите е исклучително лоша и зависи од волјата на сопствениците, директорите и политичарите; новинарската заедница не е



конституирана како автономна сфера, професионалните вредности се целосно еродирани и широко е распространето чувството на апатија и автоцензура; регулаторното тело чија главна обврска е да обезбеди постоење разновидни и независни медиуми и да ги штити интересите на граѓаните е под влијание на власта, политиката и моќниците во медиумскиот бизнис.

Ваквото опкружување несомнено има големо влијание врз начинот на кој медиумите на заедниците известуваат за сопствената и за другите заедници во земјата. Сознанијата добиени од квантитативната и од квалитативната анализа на содржините и од длабинските интервјуа со новинари и експерти укажуваат на определен број генерални карактеристики и тенденции во новинарското известување и во медиумската политика:

(1) Програмите на јазиците на немнозинските заедници во *јавниот сервис* функционираат како посебни паралелни редакции што фокусот го ставаат примарно на сопствената етничка заедница и кои настаните ги „врамуваат“ и ги „набљудуваат“ доминантно од аголот на сопствената заедница. Особено загрижува тенденцијата на еднострано користење на изворите по етничка линија. Тоа во известувањето на вестите на јавниот сервис честопати репродуцира спротивставени верзии на настаните, кои се гледаат исклучиво низ етничката призма. На тој начин јавниот сервис наместо да дејствува како фактор на кохезија, станува фактор на дезинтеграција во општеството.

(2) Некои од редакциите во јавниот сервис спроведуваат таканаречена „дијаспорска уредувачка политика“. Ова значи дека голем дел од продукцијата на овие редакции е фокусиран на проблемите на „матичните држави“, а не на проблемите со кои се соочуваат припадниците на таа етничка заедница како граѓани на Република Македонија. Дислоцирањето на главниот новинарски интерес врз „сонародниците“ од „матичната“ земја ја изместува функцијата што ја има јавниот сервис во Македонија да ги задоволува потребите и интересите на сите сегменти на публиката водејќи притоа сметка за специфичните општествени и културни групи во земјата. Иако е разбирливо дел од информативната продукција на редакциите на јазиците на етничките заедници на МТВ да се фокусира на настаните од регионот, сепак таа треба да биде произведена од самите редакции (а не преземена од медиуми од соседните земји) и обработена на начин релевантен за припадниците на етничката заедница во Македонија.

(3) Јавниот сервис, како резултат на долгогодишната финансиска и продукциско-технолошка криза, во голема мера ја има запоставено својата обврска да го негува културниот плурализам во своите програми. Негрижата е особено видлива во однос на програмите на помалите етнички заедници, каде што бројот на вработените е драстично намален во последниве години, а времето и ресурсите што им се ставени на располагање не им дозволуваат да ја остваруваат успешно својата информативна и културна функција. МРТ всушност ги пресликува политичката и етничката поларизираност на општеството, што особено е видно во различниот пристап до времето и ресурсите на различните етнички заедници, односно во постоењето на т.н. „етничка хиерархизација“ во распределбата на ресурсите на сметка на помалите етнички заедници.

(4) Сериозен проблем што се потврдува со анализата е непостоењето на единствени и јасно дефинирани програмски принципи во јавниот сервис, кои би воделе кон интеракција на заедниците, инклузивно општество и кон социјална кохезија. Она што особено загрижува е отсуството на програмска и продукциска координираност и комуникација, како меѓу редакциите на етничките заедници, така и меѓу Првиот и Вториот програмски сервис. Ваквата состојба има сериозни импликации врз остварувањето на мултикултурната и кохезивната функција, кои треба да ги врши јавниот сервис.

(5) Сознанијата добиени од длабинските интервјуа укажуваат на постоење на врски помеѓу претставници на политичките партии од власта и уредништвото и редакциите од јавниот сервис. Ова креира систем на т.н. политичко-медиумски клиентелизам, кој во крајна линија резултира со појава на цензура и автоцензура. Цензурата не е директна, туку се работи за суптилен притисок што новинарите го усвојуваат, па точно знаат што можат да објавуваат, а што не. Посебен тип на појава во јавниот сервис е етничко-политичкиот клиентелизам што подразбира релации на редакциите со политичките партии од „сопствената“ етничка заедница од власта. Сериозно загрижува тоа што во одредени редакции има новинари што се членови на политички партии, а уште позагрижувачки е фактот што дел уредници тоа не го препознаваат како етички проблем. Политичкиот клиентелизам може да се забележи и во комерцијалните медиуми и тој пред сè е врзан со државното рекламирање или со бизнис-интересите на сопствениците.

(6) Кај сите анализирани медиуми се забележува известување што им дава најмногу простор на информациите што доаѓаат „од горе“ – од политичарите, власта, институциите или центрите на моќ, а кое го занемарува гласот на граѓанинот што извира „од долу“, односно иницијативите, информациите и проблемите на граѓанското општество. Ваквата појава, која е всушност карактеристика на целото новинарство во Македонија, им дава стратегиска предност на политичките структури да ја моделираат медиумската агенда според своите интереси. Кај јавниот сервис политичките извори во најголем број случаи всушност се припадници на владејачките политички партии, додека кај некои од комерцијалните медиуми има нешто поголемо присуство на гласови од граѓанското општество, но тоа е далеку од доволно. Кај дел од медиумите на јазиците на етничките заедници има поголемо присуство на граѓански извори, но тие доминантно се контекстуализирани во етнички, а не во граѓански контекст.

(7) Доминантната појава на известување „од горе – кон долу“ е поврзана со уште една карактеристика на македонското новинарство, т.н. „реактивно новинарство“, кое е видно и кај јавниот сервис и кај комерцијалните медиуми. Речиси не постои истражувачко и аналитичко новинарство, информирањето се ограничува на голо пренесување на информациите за настани што најчесто ги организирале политичарите или власта, ретко кога медиумите се подготвени да ги отворат и да ги анализираат другите аспекти на настанот или да ги вклучат и мислењата на граѓаните. Се чини дека редакциите и нивните уредници, како и новинарската заедница во целина, треба да се насочат кон пронаоѓање



на вистинските одговори за тоа зошто нема иницијатива за сериозно и аналитичко новинарство и зошто отсуствува проактивна уредувачка политика, која е во потрага по фактите, во служба на граѓаните на Македонија и го штити јавниот интерес.

(8) Широко е распространета и појавата на еднострано и пристрасно информирање (и кај јавниот сервис и кај комерцијалните медиуми), јасно видлива преку начинот на користење на изворите на информации – речиси секаде е присутно потпирањето на еден извор, односно на извори што застапуваат една страна. Ова прашање особено треба да се отвори во рамките на Здружението на новинарите и неговите органи бидејќи станува збор за прекршување на еден од базичните професионални стандарди утврдени со Кодексот на новинарите.

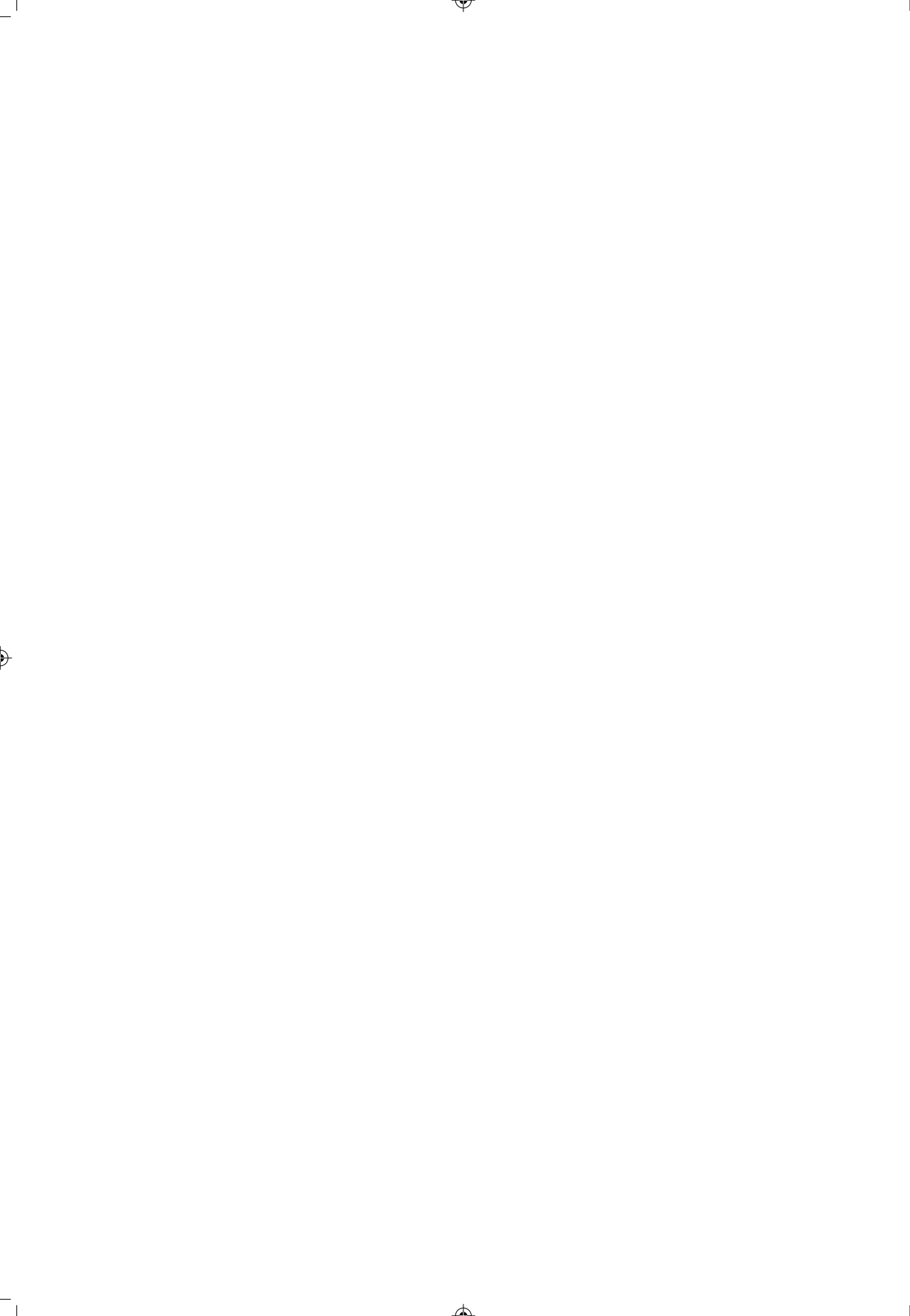
(9) Голем дел од одговорноста за неповолното медиумско опкружување (раситнувањето на пазарот, толерирањето на влијанијата на сопствениците, политичарите и економските центри, негрижата за негувањето на културната разноликост и др.) се лоцира и кај регулаторното тело во радиодифузијата. Главните причини за тоа се неговата зависност од власта, политиката и медиумската индустрија, но и фактот што тоа според составот не се профилираше како експертско тело, како што е пропишано со законот.

(10) Сумарно, овие податоци и направената анализа јасно ја отсликуваат сериозноста на кризата во која се наоѓа новинарството во Македонија, но ги скицира и причините за настанатата состојба. Освен во политичките и економските притисоци, мешањето на центрите на моќ во креирањето на дневната агенда на редакциите, економските проблеми на медиумите... причините треба да се побараат и во недоволната свесност и познавање на новинарската професија, непочитувањето на етичките стандарди, слабата уредничка мрежа низ медиумите, недостигот од континуирана обука и надградување на знаењата на новинарите, немањето желба за промени, удобноста на статус-кво ситуацијата и статичноста во која се функционира со години.

(11) Проблемите во македонското новинарство се резултат на повеќе комплексни фактори и не може да се надминат ни брзо ни лесно. Реформите во медиумскиот систем со кои првенствено би се зацврстила социоекономската позиција на новинарската професија се предуслов за таа да стане сфера што е автономна од политиката и центрите на моќ.

Библиографија

- Buckley, S., Duer, M. K., Mendel, T., & O'Siochru, S. (2008) *Broadcasting, Voice, and Accountability: A Public Interest Approach to Policy, Law, and Regulation*, Washington: University of Michigan Press.
- Council of Europe (2004), *Filling the frame: Five years of monitoring the Framework Convention for the Protection of National Minorities*, Strasbourg: Council of Europe Publishing, pp. 144-159.
- European Charter for Regional or Minority Languages*, <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/148.htm>
- European Commission (2010), *The Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States - Towards a Risk-Based Approach*, commissioned in 2008 and published in 2010. http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/study/final_report09.pdf
- European Convention on Human Rights and Fundamental Freedoms*, http://www.echr.coe.int/NR/rdonlyres/D5CC24A7-DC13-4318-B457-5C9014916D7A/0/CONVENTION_ENG_WEB.pdf
- Framework Convention for the Protection of National Minorities*, http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/minorities/1_AtGlance/PDF_H%281995%29010_FCNM_ExplanReport_en.pdf
- International Covenant on Civil and Political Rights*, <http://www2.ohchr.org/english/law/ccpr.htm>
- McGonagleTarlach (2009) 'Representation of Minorities: Rights of Access', in: *Media and Human Rights*, pp. 106-126, London: Clemens Nathan Research Centre.
- McGonagleTarlach (2012) *Minority Rights, Freedom of Expression and of the Media: Dynamics and Dilemmas*, Cambridge: Intersentia Ltd.
- McGonagle Tarlach, Davis Noll Bethany & Monroe Price, Eds. (2003), *Minority language related broadcasting and legislation in the OSCE*, Study commissioned by the OSCE High Commissioner on National Minorities (Programme in Comparative Media Law and Policy (PCMLP), University of Oxford & the Institute for Information Law (IViR), University of Amsterdam). <http://www.osce.org/hcnm/78058?download=true>
- Salomon, E. (2008), *Guidelines for Broadcasting Regulation*, London: CBA & UNESCO.
- * * *
- Устав на Република Македонија, <http://www.pravo.org.mk/documentDetail.php?id=538>
- Сарачини, П., Трпевска, С., Петковска, Б., Трајкоска, Ж., Николиновска, В. (2011) *Сосџојбаџа со медиумите на јазичите на заедниците во Република Македонија*, Скопје: Македонски институт за медиуми. <http://www.mim.org.mk>

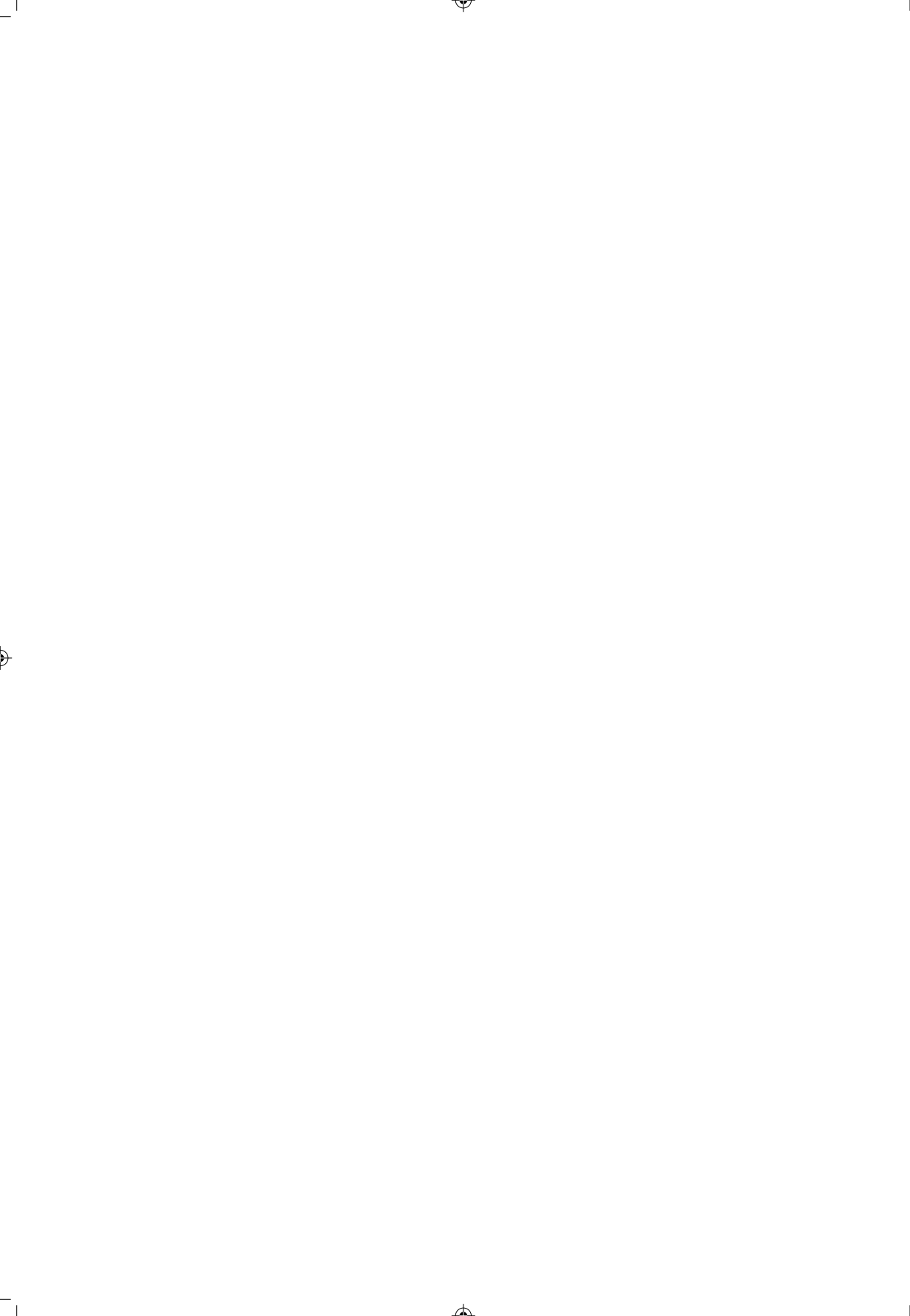


БЕЛЕШКА ЗА АВТОРИТЕ

М-р Иџор Мицевски магистрираше на Лондонската школа за економија и политички науки (London School of Economics and Political Science) на Отсекот за компаративна политика (област национализам и етницитет), на темата „Либералните структури и динамиката на националистичката мобилизација“. Додипломските студии ги заврши на Филолошкиот факултет „Блаже Конески“ во Скопје, на Катедрата за Општа и компаративна книжевност. Мицевски има повеќегодишно новинарско искуство како продуцент во Би-би-си (British Broadcasting Corporation) и како политички уредник во неделникот Форум. Вработен е како предавач во Високата школа за новинарство и односи со јавноста, каде што ги предава предметите: радионовинарство, онлајн-новинарство и мултимедија. Негов посебен истражувачки интерес е квалитативната дискурзивна анализа на етнополитичките наративи конструирани низ медиумите.

Д-р Снежана Трџевска има дипломирано на Катедрата за социологија при Филозофскиот факултет во Скопје, а магистерски студии завршува на Институтот за социолошки и политичко-правни истражувања во Скопје, на групата комуникации. Докторската дисертација на темата „Карактеристиките на комплементарната употреба на повеќе методи во социолошкото истражување на телевизиските вести“ ја има одбрането на Институтот за социологија при Филозофскиот факултет во Скопје. Има објавено повеќе книги и статии и има учествувано во голем број истражувачки проекти од областа на истражувањата на медиумите и на публиката. На Високата школа ги предава предметите: медиумско право, истражување на пазарот, методи на истражување на медиумите и публиката и истражување на стратешките комуникации. Раководител е на Катедрата на УНЕСКО за медиуми, дијалог и заемно разбирање, формирана при Високата школа во јуни 2011 година.

М-р Жанеџа Трајкоска има дипломирано новинарство на Интердисциплинарните студии на новинарство на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“, а магистерските студии по меѓународен менаџмент за културни политики ги завршува во 2004 год., на Универзитетот „Лумса“ во Рим, Италија. Во моментот е докторант на политички студии на Правниот факултет „Јустинијан Први“ на темата „Карактеристиките и значењето на ‘спинингот’ во креирањето на медиумската реалност и неговото појавување во Македонија“. Таа е директор на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, а има и повеќегодишно новинарско искуство. Од 1998 година започнува да работи како лице задолжено за односи со јавноста и консултант за стратешки комуникации за повеќе меѓународни проекти. Во периодот од 2001 до 2008 год. е извршен директор на Македонскиот институт за медиуми. Има учествувано во повеќе истражувачки проекти од областа на истражувањата на медиумите и на новинарството. На Високата школа го предава предметот комуникациска стратегија и политика. Области на интерес: медиуми и културна разновидност, културни политики, стратешки комуникации, политичка комуникација.



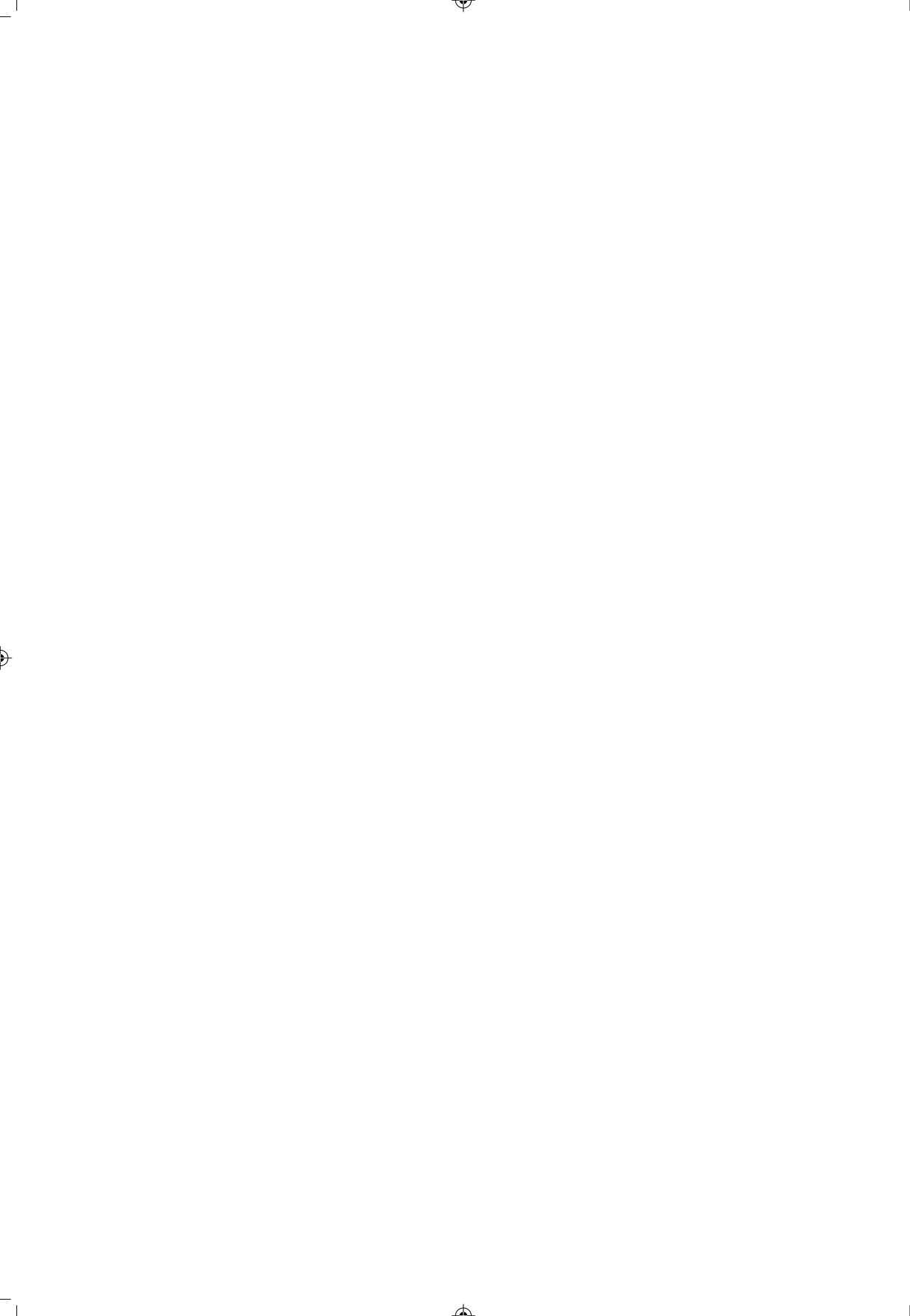
БЕЛЕШКА ЗА ИЗДАВАЧИТЕ

Високата школа за новинарство и за односи со јавноста е основана во 2008 година од страна на Македонскиот институт за медиуми, како непрофитна високообразовна установа, со мисија да го унапредува квалитетот на образованието за новинари и за специјалисти по односи со јавноста во Република Македонија. На додипломските студии Високата школа нуди стручно образование по *новинарство* и по *корпоративни комуникации и односи со јавноста*, обезбедувајќи современи и применети студиски програми. Студиската програма по новинарство е единствена во земјата и во регионот по тоа што е усогласена со моделот Студиска програма за образование на новинари на УНЕСКО од 2007 година и со Декларацијата од Тарту, усвоена во 2006 година од членките на Европската асоцијација за образование на новинари (ЕЈТА). Студиската програма по Корпоративни комуникации и односи со јавноста е развиена според највисоките стандарди за високо образование и усогласена со Етичкиот кодекс на Институтот за односи со јавноста од Велика Британија.

Од јуни 2011 година, со одлука на организацијата на УНЕСКО од Париз, Високата школа стана носител на *Катедра на УНЕСКО за медиуми, дијалог и заемно разбирање*. Основната цел на Катедрата е да придонесе кон зајакнување на социјалната кохезија, мултикултурно разбирање и интеркултурна комуникација меѓу различните културни групи во македонското општество. Оваа цел се остварува преку различни активности, кои ги спроведуваат Високата школа и Институтот за комуникациски студии:

- развивање содржини поврзани со интеркултурната комуникација и известувањето за различностите во студиските програми од прв циклус на Високата школа и во постдипломските студии што ги организира Институтот за комуникациски студии;
- развивање истражувачка дејност што се фокусира на улогата на медиумите и комуникациите во општеството: академски или применети истражувања што ги спроведува Институтот за комуникациски студии;
- развивање на знаењето, вештините и професионалните вредности на новинарската заедница и на специјалистите по односи со јавноста за интеркултурната комуникација и различностите;
- подигнување на свеста за важноста на известувањето за различностите и за интеркултурните вредности преку: дебати, конференции, програми, медиумски производи и кампањи;
- публикување истражувачки студии, прирачници, учебници, веб-ресурси за учење;
- развивање програми за неформално образование и за поттикнување на креативноста на младите во средните училишта поврзани со културните различности, разбирањето, толеранцијата и социјалната кохезија.

Институтот за комуникациски студии (ИКС) е основан во јули 2012 година од страна на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, со примарна цел да се унапредуваат фундаменталните и применетите истражувања во две клучни области: (1) новинарството и медиумите и (2) односите со јавноста, корпоративното комуницирање и интегрираните маркетинг-комуникации. Во декември 2012 година Институтот доби и акредитација за постдипломски студии во две области: Менаџирање на стратески комуникации и Менаџирање на медиуми и мултимедија. Поврзувањето на процесот на настава и учење со научноистражувачката дејност му овозможува на Институтот да го поттикнува развојот на млади кадри во истражувачката дејност и да го унапредува процесот на создавање и ширење на знаењето.







ВИСОКА ШКОЛА ЗА НОВИНАРСТВО
И ЗА ОДНОСИ СО ЈАВНОСТА



ИКС И Н С Т И Т У Т
ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ

