



Истражување за образовните потреби на новинарите и за медиумската писменост на публиката

мај 2016, Скопје



A project implemented by
Center for Independent Journalism

Истражување за образовните потреби на новинарите и за медиумската писменост на публиката

Автор: Зоран Бојаровски

Славчо Миленковски, асистент на истражувањето¹

мај 2016, Скопје

¹ Зоран Бојаровски е уредник во *ТВ Алфа* и долгогодишен истражувач и обучувач во сферата на медиумите. Славчо Миленковски е програмски асистент во МИМ, работи на проекти поврзани со областите говор на омраза, меѓуетничка интеграција, истражувања на медиумите и продукција на мултимедијални содржини.

СОДРЖИНА

1	Вовед	4
2.	Фактори за поддршка на медиумската писменост	6
3.	Новинарско и медиумско образование	10
3.1.	Улогата на неформалното образование и на новинарските асоцијации и на граѓански организации за медиумско образование...	15
3.2.	Професионален развој и систем на следење на новинарските кариери	18
3.3	Промоција на медиумската писменост и на новинарското образование	19
4.	Заклучоци	20
5.	Препораки	21
6.	Листа на интервјуа, користена литература и други извори	24
7.	Прилози	26

Истражувањето за образовните потреби на новинарите и на публиката беше спроведено како дел од проектот „Партнерство на Југоисточна Европа за развој на медиумите“, што го реализира Центарот за независно новинарство од Романија, а е поддржано од Европската комисија. Македонскиот институт за медиуми е еден од партнерите на проектот, заедно со Институтот за медиуми на Албанија, Фондацијата за развој на медиумите и граѓанско општество - Медијацентар и Медиумски иницијативи – Асоцијација за развој на медиумите и промовирање на професионалното новинарство од Босна и Херцеговина, Институтот за медиуми од Црна Гора, Фондацијата Центар за медиуми и Центарот за медиуми и реформи во Ниш од Србија и Центарот за развој на медиумите од Бугарија.

Методологијата за истражувањето беше подготвена во соработка со партнерите на проектот и истражувачите и соодветно применета во истражувачката работа што ја спроведе Македонскиот институт за медиуми. Покрај деск-истражувањето, што опфати анализа на правната рамка и на различни публикации и анализи во однос на темата, беа спроведени длабински интервјуа со 16 новинари/уредници во медиумите во Македонија, потоа со државни службеници во секторите на јавната администрација што покриваат образование и медиуми, како и со експерти од граѓански организации што се занимаваат со медиуми и образование во периодот мај и јуни 2016 година.

1. ВОВЕД

Прашањето за квалитетот на новинарското и медиумското образование во Република Македонија, е едно од првите што се поставува кога се трага по одговорите зошто оценките за општата состојба на новинарството во Република Македонија, како и на професионалните стандарди што ги застапуваат медиумите, се на толку ниско ниво.²

Македонија е позиционирана на 118 место, од 180 земји во редовното истражување на „Репортери без граници“, и бележи пад за едно место во однос на 2014 година. Дилемата што се наметнува е во колкава мера оваа состојба е резултат на квалитетот на образованието за новинари на високообразовните институции во земјата.

Следното прашање е како граѓаните ја перципираат оваа состојба, дали имаат можности да ги препознаваат лошите медиумски практики и на кој начин можат да реагираат на нив. Тоа, пак, ја отвора темата за степенот на медиумската писменост на граѓаните.

И покрај фактот што има повеќе универзитети што нудат додипломски и постдипломски студии по новинарство и комуникации, тоа нема значаен ефект во медиумската практика. Дополнително, бројот на студенти опаѓа. Главната причина што влијае врз одлуката дали да се студира новинарство, може да се лоцира во генералниот политички и медиумски контекст, кој резултираше со уништување на новинарската професија.³

Главните уредници и менаџерите на медиумите опфатени во оваа анализа го проблематизираат и квалитетот на вештините на дипломираните студенти со кои тие се вклучуваат во медиумската индустрија. Забелешките се однесуваат главно на нискиот степен на практични вештини, но и на нискиот степен на општото образование.⁴

Овие констатации го насочуваат вниманието кон темата медиумска писменост како алка што недостасува во еден сеопфатен систем за медиумска едукација и на професионалците и на граѓаните.

Во Република Македонија започнува погласно и поконтинуирано да се зборува за медиумска писменост во 2009 година, кога Македонскиот институт за медиуми го спроведе проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Македонија“⁵, додека, пак, дигиталната писменост влезе во стратегијата за развој на

² Reporters Without Borders, *2016 World Press Freedom Index: Country Report – Macedonia*, 2016. Достапно на: <https://rsf.org/en/macedonia>.

³ Севриева, М., „Опаѓа бројот на студенти: Младите не сакаат да студираат новинарство,“ *Телеграф.мк*, Скопје, 16 јануари 2016. Достапно на: <http://www.telegraf.mk/ns-newsarticle-233484-opagja-brojot-na-studenti-mladite-ne-sakaat-da-studiraat-novinarstvo.nspх>.

⁴ Интервју со Бранко Героски, главен и одговорен уредник на дневниот весник *Слободен печат*, 19 мај 2016. Интервју со Мухамед Зекири, уредник во *ТВ Шења*, 20 мај 2016.

⁵ Повеќе за проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Македонија“ на веб-страницата: <http://www.mediumskapismenost.edu.mk/mk/mediumska-pismenost>.

образованието посистематски и поструктурирано со големиот проект „е-Македонија, развиено информатичко општество“ на Министерството за информатичко општество и администрација во 2007 година.⁶

Овој државен проект се совпадна со уште две иницијативи на граѓанските организации. Младинскиот образовен форум спроведе проект чија цел беше да се прошири мрежата на младински центри низ земјава, за да се подготват одблизу и непосредно младите луѓе да се застапуваат за своите права. Една од компонентите беше и подготовка и обука за младите за комуникација со медиумите, заради што беа организирани неколку десетици обуки што практично медиумски ги описменуваа младите активисти.⁷

Со една линија од своите активности, свој придонес кон афирмацијата на придобивките од медиумската писменост остварува и Фондацијата НВО Инфоцентар, преку јавната презентација на редовните мониторинг активности за степенот и квалитетот на професионалните стандарди во работата на медиумите и новинарите.⁸

Податоците дека заложбите за воведување на медиумската писменост како тема во општеството и во образовните програми доаѓаат главно од граѓанските организации говорат сами за себе. Граѓанскиот сектор, преку активностите и застапувањата што ги спроведува, останува и понатаму најгласен поборник за промовирање на оваа тема.

Како резултат на овие лобирања, медиумската писменост влезе во законската регулатива. Во завршната и официјална верзија на Законот за аудио и аудиовизуелни услуги, медиумската писменост се споменува во четири члена.⁹

Инаугурирањето на медиумската писменост како една од целите на Законот и како сет од активности, се ставаат во надлежност на регулаторното тело - Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и на Јавниот радиодифузен сервис, Македонската радио-телевизија.

Улогата на новинарите и на медиумите е драматично променета. Денес тие се сметаат за чувари на демократијата и застапници на јавниот интерес. Нивна задача е и да ја охрабруваат публиката сама да донесува одлуки. Оттаму, пред нив стојат две битни задачи:

⁶ Министерство за информатичко општество и администрација, *Е-Македонија, развиено информатичко општество*, Скопје, 2007. Достапно на:

http://www.mio.gov.mk/files/pdf/Broshura_MIO_design_FINALNO.pdf.

⁷ Интервју со Стефан Алексиќ, раководител на програми во Младински образовен форум, 12 мај 2016.

⁸ Интервју со Виолета Глигоровска, медиумски експерт, поранешна раководителка на програмата за медиуми на Фондацијата Отворено општество Македонија, 18 мај 2016.

⁹ *Закон за аудио и аудиовизуелни услуги*, 2013, Службен весник на РМ бр. 184. Достапно на: http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf.

- Да се стекнат со соодветно образование и вештини во супердинамична средина, во која општествените промени се брзи исто толку колку и промените што ги наметнува технолошкиот напредок, и
- Да го дадат својот придонес во афирмацијата на медиумската писменост и во продукцијата на содржини што го овозможуваат тоа за да имаат публика што препознава нијанси во медиумските содржини и која ќе има критички пристап кон општествените промени.

Оваа студија има за цел да го утврди квалитетот и употребната моќ на образованието на новинарите и степенот на медиумската писменост на публиката и да ги детектира препораките што ќе направат подобри новинари и еманципирана публика.

2. ФАКТОРИ ЗА ПОДДРШКА НА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

За првпат и на еден посистематски начин во една јавна државна институција, медиумската писменост како активност беше опфатена во Стратегијата за развој на радиодифузната дејност 2013-2017¹⁰ на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Во неа е даден кус пресек на контекстот за развој на медиумската писменост во Република Македонија. Стратегијата констатираше дека до тој момент, најактивен фактор за медиумската писменост беше граѓанското општество, бидејќи најголем дел од проектите беа спроведувани од страна на граѓанските организации, кои исто така го вклучуваа и безбедното користење на интернетот и на социјалните мрежи.

Законската рамка, од која произлегуваат и надлежностите на институциите за организирање, спроведување, мониторирање и вреднување на проектните активности за медиумска писменост, е поставена во Законот за аудио и аудиовизуелни услуги од 2014 година. Министерството за информатичко општество и администрација го иницираше, го подготви и го застапуваше Законот пред јавноста и пред Собранието на Република Македонија.

Според Законот,¹¹ Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги има обврска и да ги организира и да ги спроведува сопствените активности за медиумска писменост и да поттикнува и да ги следи активностите што опфаќаат медиумска писменост како препорака за комерцијалните медиуми.

Засегнатите страни и експертите со одобрување го пречекаа институционализирањето на медиумската писменост. Сепак, тие се воздржани бидејќи легислативата е премногу општа, а акциските планови се сè уште неподготвени.

¹⁰ Совет за радиодифузија, *Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2013-2017*, Скопје, 2012. Достапно на: <http://www.avmu.mk/images/stories/Predlog-Strategija-i-Akciski-plan.pdf>.

¹¹ *Закон за аудио и аудиовизуелни услуги*, 2013, Службен весник на РМ бр. 184. Достапно на: http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf.

„Тој концепт сè уште не е јасен. Нејасно е каква улога треба да имаат медиумите, каква улога треба да имаат невладините. Сето ова треба да го разјасни Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги бидејќи во нејзина надлежност е имплементацијата на законските одредби“, истакнува Жанета Трајкоска, директор на Високата школа за новинарство и односи со јавноста.¹²

Членот 26 од Законот за Аудио и аудиовизуелни услуги, именуван како „Социјална инклузија и медиумска писменост“, ѝ наложува на Агенцијата одредени активности во насока на поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија, при што таа треба да соработува со невладини организации, здруженија на граѓани, образовните институции и со други заинтересирани страни и тие активности да ги објавува на својата веб-страница, како и да ги вклучи преземените активности во годишниот извештај за работа за претходната година.

Согласно со Законот, Агенцијата почна со активностите една година по неговото донесување, во првото тромесечје на 2015 година. Во таа насока, беше распишан тендер за истражување, кое требаше да го утврди степенот на медиумска писменост на две големи категории граѓани – меѓу децата и меѓу возрасните. За таа задача беше избран Институтот Евро-Балкан, како единствената институција што аплицираше на тендерот. Изведувачот на истражувањето го утврди репрезентативниот примерок на испитаници што требало да бидат вклучени во анкетата, бил подготвен прашалникот, но завршната фаза - теренската анкета - не била спроведена.¹³

Бидејќи не била доставена разумна причина за оваа постапка, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги го раскинала договорот со изведувачот, а целата „операција“ сега треба да биде повторена, вели Емилија Петреска-Камењарова, раководител на Одделението за медиумска писменост и човекови права во ААВМУ.

„Сега повикот треба да го распишеме одново, во втората половина на 2016 година. Овој пат одлучивме прво да одиме само со истражувањето на возрасните.“¹⁴

Петреска-Камењарова вели дека ААВМУ во меѓувреме подготвила „Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија“¹⁵, која „има за цел да обезбеди насоки за развој и промовирање на медиумската писменост“.¹⁶ Во овој документ „медиумската писменост резимирано се дефинира како способност на

¹²Интервју со Жанета Трајкоска, извршен директор на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, 23 мај 2016.

¹³Во моментот на објавување на овој извештај, вториот обид за спроведување истражување на публиката, беше во тек.

¹⁴Интервју со Емилија Петреска-Камењарова, раководител на Одделението за човекови права и медиумска писменост во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги, 26 мај 2016.

¹⁵ААВМУ, Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија, Скопје, 2015. Достапно на: http://www.avmu.mk/images/Programa_za_mediumska_pismenost-1.pdf.

¹⁶Ибид.

граѓаните за ефективно користење, разбирање и свесно учество во сите форми на комуникација, како и во демократскиот и политичкиот процес“.¹⁷

Во стратешките документи на Министерството за информатичко општество и администрација, кои нудат преглед на реализирани активности од 2012 до 2015 година, како и листа на проекти до 2018 година, медиумската писменост се споменува само на едно место во документот „Стратешки план за период 2016 - 2018 година.“¹⁸ Во него се истакнува дека „во 2015 година се очекува да продолжат постигнатите резултати од 2014 година“, какви што се и оние за медиумска писменост, иако Министерството немало никакви активности на тој план.¹⁹

Во стратешките и другите документи на Министерството за образование и наука достапни на веб-страницата, медиумската писменост не се споменува во ниту еден документ. Единствено во документот „Политика за квалитет на Министерството за образование и наука на Република Македонија“²⁰ се споменува „информатичката писменост“ како „една од клучните компетенции за зголемување на ефикасноста на образовниот систем“.

Бирото за развој на образованието (БРО) во состав на Министерството за образование и наука ги преточува политиките на овој ресор во конкретни наставни планови и програми за сите нивоа на образование и за сите категории ученици во земјава. Во достапните документи на БРО, не може да се најдат информации за тоа дали медиумската писменост е во плановите на идните наставни програми во основното и во средното образование. Медиумската култура, како што во програмите на БРО се нарекува тематската единица што опфаќа наставни единици за медиуми, засега е вклучена со 10 часови годишно по предметот мајчин јазик и литература од петто до деветто одделение во деветолетката на основното образование.

Во средното образование, прашањата поврзани со медиумите, како незадолжителни, се опфатени како препорака за вклучување во изборниот предмет Говорење и изразување. Наставниците по мајчин јазик и литература можат, но и не мора да ги вклучат темите поврзани со медиумска писменост во своите активности во рамките на овој изборен предмет.

Марина Димитриева Ѓеоргиевска, советник по македонски јазик во Бирото за развој на образованието, за потребите на оваа анализа, информираше дека засега не се

¹⁷ Ибид.

¹⁸ Министерство за информатичко општество и администрација, *Стратешки план за период 2016 - 2018*, Скопје, 2014.

¹⁹ Ибид. Стр. 15.

²⁰ Министерство за образование и наука, *Политика за квалитет на Министерството за образование и наука на Република Македонија*, Скопје, 2014. Достапно на: <http://mon.gov.mk/index.php/ministerstvo-meni/politika-kvalitet>.

предвидени промени што би направиле пресврт во начинот на кој сега се практикуваат темите за медиумска писменост во основното и во средното образование.²¹

Од друга страна, Тамара Ќупева, наставник по македонски јазик и литература во една гимназија во Скопје, вели дека медиумската писменост треба да биде вклучена како посебен предмет барем во средното образование:

„Апсолутно сметам дека треба да биде задолжителен предмет. Само под услов ако се направат рестрикции на други предмети, кои се уфрлуваат од година во година. Идеално е, и полесно е, да се направи конечна реорганизација на наставната програма и да се вметне како целина што ќе се работи во рамките на годишната програма.“²²

Професорката Ќупева беше еден од 1.100-те наставници во основното и во средното образование што беа опфатени со проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Македонија“²³ што го спроведе Македонскиот институт за медиуми во соработка со Бирото за развој на образованието од 2009 до 2011 година.

Од резултатите од имплементацијата на овој проект, партнерите²⁴ заклучиле дека активностите на проектот биле позитивно прифатени од страна на целните групи - наставниците и учениците. Очигледно е дека содржината и начинот на кој беа спроведени обуките за медиумска писменост имале реален ефект врз подготвеноста на наставниот кадар и подигнување на капацитетите за спроведување на наставата од оваа област.²⁵

Информацијата ја потврдува добрата соработката со Бирото за развој на образованието, особено во делот на контролата на квалитетот на проектните активности и нивните продукти во сите фази, кои резултираа со висока поддршка на проектот меѓу наставниците и учениците. Препораките од проектот беа дека медиумската писменост треба да биде вклучена во наставните програми по мајчин јазик. Аргументите за оваа препорака се дека учениците и наставниците ќе добијат поквалитетно образование во делот на медиумската култура и ќе развијат вештини за анализирање, проценување, креирање и употреба на медиумски пораки во различни форми (од печат, преку видео до интернет). Во поширок контекст, овие наставни содржини ќе придонесат кон разбирање на улогата на медиумите во информациското

²¹ Интервју со Марина Димитриева Ѓеоргиевска, советник по македонски јазик во Бирото за развој на образованието, 19 мај 2016.

²² Интервју со Тамара Ќупева, наставник по македонски јазик во гимназијата „Орце Николов“, 13 мај 2016.

²³ Македонски институт за медиуми, *Унапредување на медиумската писменост во образованието во Македонија*. Достапно на: <http://www.mediumskapismenost.edu.mk/mk/mediumska-pismenost>.

²⁴ Проектот беше спроведен од страна на повеќе партнери - Македонскиот институт за медиуми, Институтот за демократија Социетас цивилис, Европскиот центар за и Бирото за развој на образованието.

²⁵ Информација за имплементацијата на проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Република Македонија“, Македонски институт за медиуми, Биро за развој на образованието на Република Македонија, Институт за демократија Социетас цивилис, Европски центар за новинарство, Скопје, 2012.

општеството, ќе ја подобрат критичката свест како и самоизразувањето на граѓаните во демократијата.²⁶

И покрај овој сеопфатен и успешен пилот-проект, наставните содржини по медиумска писменост, односно медиумска култура, не беа прифатени како обврска, ниту, пак, се зголеми бројот на часовите што ги вклучуваат овие теми.

Во ниту еден момент досега од Бирото за образование не дојде предлог за вклучување на медиумската писменост како посебен предмет во наставата.

Последната информација добиена благодарение на ова истражување и од интервјуто со претставничката на БРО, Марина Димитриева Ѓеоргиевска, делумно поврзана со темата медиумска писменост, е дека се подготвуваат измени и дополнувања во методологијата на наставата по сите предмети, која се нарекува дигитална педагогија, која вклучува работа со интернет-алатки и места за наставни содржини.²⁷

Оваа активност на БРО е можна благодарение на дигиталната информатичка инфраструктура обезбедена со акцијата „Компјутер за секој ученик“, која започна да се реализира во 2007 година. Овој проект на Министерството за информатичко општество и администрација обезбеди 17.818 персонални компјутери и 98.710 ЛЦД-монитори, со комплетна опрема за основните и за средните училишта во Република Македонија, со цел да се користат како алатки за изведување на наставата и за пристап до образовните дигитални содржини што се наоѓаат на глобалната мрежа интернет. Како дел од тој проект е и обуката на просветните работници, со цел и тие да бидат подготвени во изведбата на наставата со е-алатки.²⁸

3. НОВИНАРСКО И МЕДИУМСКО ОБРАЗОВАНИЕ

Високо новинарско, додипломско образование, може да се стекне на три државни универзитети и на една приватно-јавна установа. Тоа се Студиите по новинарство, медиуми и комуникации на Правниот факултет „Јустинијан Први“ на Универзитетот „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје, потоа Студиската програма по новинарство и односи со јавност на Правниот факултет на Државниот универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип, Студиите по новинарство и медиуми на Државниот универзитет во Тетово, како и на Факултетот за јазици, култури и комуникација на Универзитетот на Југоисточна Европа.

Освен на овие универзитети, магистерски програми по медиуми и комуникации има и на Институтот за социолошки и политички истражувања (Студиска програма од втор циклус студии по комуникации) и на Институтот за комуникациски студии (Менаџирање на медиуми и мултимедија).

²⁶ Ибид.

²⁷ Интервју со Марина Димитриева Ѓеоргиевска, советник по македонски јазик во Бирото за развој на образованието, 19 мај 2016.

²⁸ Министерство за информатичко општество и администрација, *Е-Македонија, развиено информатичко општество*, Скопје, 2007. Достапно на: http://www.mio.gov.mk/files/pdf/Broshura_MIO_design_FINALNO.pdf.

Постојат мислења дека тие треба да бидат издвоени во посебни, самостојни факултети, а не како студиски програми. На такво мислење е и Кирил Барбареев, проректор на штипскиот универзитет „Гоце Делчев“: *„Студиските програми по новинарство на државните универзитети треба да бидат самостојни факултети.“*

Соговорниците во ова истражување, кога станува збор за овој аспект од институционалното образование за новинари, нагласуваат дека можеби тоа е решението што ќе овозможи промени во наставните програми на студиите по новинарство, во кои сега доминираат неновинарски предмети заради моделот на интердисциплинарност, кој наложува еден конгломерат од предмети преземени од другите факултетски области какви што се економијата, правото, политичките науки и комуникациските дисциплини.²⁹

Според извршната директорка на Високата школа за новинарство и односи со јавноста, Жанета Трајкоска, државните факултети нудат „еден базичен, недвижечки систем или наставна програма“. *„Тоа значи многу правни и економски предмети. Во последните неколку години се случи извесно ребрендирање на програмите, се внесоа некои нови наслови, ама насловите воопшто не ја рефлектираат содржината што студентите ја учат во текот на студирањето,“* смета Трајкоска.³⁰

Ваков модел на наставната програма по новинарство со себе носи уште една карактеристика – многу повеќе теорија отколку практика и вештини. Според Трајкоска, *„дури и таа теорија е застарена и, на некои факултети, е тотално обезличена бидејќи се учи за сè и сешто, но не се учи за новинарство.“*³¹

Има и поинакви мислења. Раководителката на Студиите по новинарство, медиуми и комуникации на Правниот факултет „Јустинијан Први“ на Универзитетот „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје, Јасна Бачовска, смета дека премногу се нагласува потребата од вештини, а се запоставува процесот на интелектуализација, како што се читањето теории, критичко мислење, логика, методологија, социолошки знаења, способност за анализа.

„Студиите траат само 3 години, со можност за плус 2, значи студентите на 21 година се дипломирани, а тоа значи дека целиот живот е пред нив за да ги совладаат занаетчиските вештини“, смета Бачовска.³²

Од друга страна, битен фактор во оваа приказна се и медиумите. Какви новинари тие можат да регрутираат од факултетите каде што се образува таков кадар? Бранко

²⁹ Види Табела 2 во прилог на ова истражување, со преглед на предметите по семестри на студиските програми по новинарство во Република Македонија

³⁰ Интервју со Жанета Трајкоска, извршен директор на Високата школа за новинарство, 23 мај 2016.

³¹ Ибид.

³² Интервју со Јасна Бачовска, раководител на Студиите по новинарство, медиуми и комуникации на Правниот факултет „Јустинијан Први“ на Универзитетот „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје, 25 мај 2016.

Героски, искусен новинар, уредник и издавач, нема позитивно мислење за ова прашање:

„Луѓето што доаѓаат во редакциите со дипломи од овие факултети, доаѓаат не само со недостиг на практични знаења што би требало да ги стекнат низ практика, низ различни програми, туку доаѓаат и со недостиг на базични информации и базични знаења за некои области што се клучни за новинарската професија и новинарскиот занает.“³³

Речиси идентично мислење споделува и Мухамед Зекири, ТВ-водител и уредник, кој своето образование го стекнал на Студиите по меѓународни комуникации на Факултетот за јазици, култури и комуникација на Универзитет на Југоисточна Европа – Тетово.

„Додека јас студирав, немаше воопшто практика. Со 15 дена во годината не можеш да видиш како функционираат медиумите или да научиш нешто практично. Пренатрупано е со теорија и со учење други предмети“, смета Зекири.³⁴

Оттаму, се наложува потребата од многу подобро и суштинско поврзување на образованието за новинари со медиумската индустрија.

„Исклучително важно е новинарските предмети да ги предаваат луѓе од професијата. Луѓе што имаат и образование, но и искуство. Не може некој да предава радионовинарство, а никогаш да не бил радионовинар, или некој да предава вест, а никогаш да не напишал вест.“³⁵

Ако се тргне од некоја причинско-последична врска, според теоријата, квалитетот на медиумското образование влијае и врз квалитетот на новинарството. Но, во случајот на Република Македонија се забележуваат одредени исклучоци. Според последното рангирање на „Репортери без граници“, Македонија е на 118 место во однос на слободата на новинарството.³⁶

Анкетата на „Фридом хаус“ за 2015 година ја стави Македонија во групата неслободни земји кога е во прашање слободата на медиумите.

„Автоцензурата меѓу новинарите е вообичаена, во најголем дел поради притисокот од сопствениците на медиумите со одредени бизнис и политички интереси, и од неодамна, загриженост од прислушување. Новинарите се слабо платени и се соочуваат со закани и малтретирање доколку се впуштат во истражувачко или критичко известување.“³⁷

³³ Интервју со Бранко Героски, новинар, главен и одговорен уредник на дневниот весник *Слободен печат*, 19 мај 2016.

³⁴ Интервју со Мухамед Зекири, уредник во *ТВ Шења*, 20 мај 2016.

³⁵ Интервју со Жанета Трајкоска, извршен директор на Високата школа за новинарство, 23 мај 2016.

³⁶ Reporters Without Borders, *2016 World Press Freedom Index: Country Report – Macedonia*, 2016. Достапно на: <https://rsf.org/en/macedonia>.

³⁷ Freedom House, *Freedom of the Press 2016: Country Report – Macedonia*, 2016. Достапно на: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/macedonia>.

Експертите и раководителите на студиските програми по новинарство сметаат дека оваа ситуација влијае и врз опаѓањето на интересот за упис на овие факултети. Бројката на новозапишани и дипломирани студенти, од година во година опаѓа.

„Сè помалку студенти се заинтересирани да студираат новинарство. На пример, во 1977 година на новинарство се запишале повеќе од 200 студенти, а 40 години подоцна само 20-ина конкурираа на студиите по новинарство. Но, тие студенти, односно новинари, треба да бидат јадрото на професијата,“ истакнува Бачовска.³⁸

Директорката на Високата школа за новинарство и односи со јавност Жанета Трајкоска наведува уште неколку причини за овој феномен:

*„Имате новинарство што секоја година е рангирано сè полошо и полошо, имате новинарство што е многу слабо платено, една од најниско платените професии во Македонија. Студентите гледаат дека многу мал број новинари добро живеат и дека оние што добро живеат не се новинари туку политички платеници во редакциите што работат за други цели. Оттаму е таа негативна слика.“*³⁹

Како резултат на овие феномени, Високата школа за новинарство ги затвори своите додипломските студии по новинарство, иако нејзините студии низ годините беа оценети како најдобри, а новинарите што произлегуваат од овие студии како едни од најуспешните во индустријата.

³⁸ Интервју со Јасна Бачовска, раководител на Студиите по новинарство, медиуми и комуникации на Правниот факултет „Јустинијан Први“ на Универзитетот „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје, 25 мај 2016.

³⁹ Интервју со Жанета Трајкоска, извршен директор на Високата школа за новинарство и односи со јавноста, 23 мај 2016.

Табела 1: Број на запишани и на дипломирани студенти на студиите по новинарство

Факултет	Назив на студиите	Запишани студенти			Дипломирани студенти		
		Учебна година			Учебна година		
		2012/ 2013	2013/ 2014	2014/ 2015	2012/ 2013	2013/ 2014	2014/ 2015
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ / Правен факултет – Јустинијан Први	Студии по новинарство	48	55	34	11	8	8
Универзитет „Гоце Делчев“ Штип / Правен Факултет	Студии по новинарство и односи со јавноста	15	30	30	/	/	/
Универзитет на Југоисточна Европа / Факултет за јазици, култури и комуникација	Меѓународни комуникации	39	48	40	28	19	27
Државен универзитет Тетово	Студии по новинарство и медиуми	54	99	122	7	8	11
Висока школа за новинарство и за односи со јавноста	Студии по новинарство	10	15	/	4	9	13

Извор: Веб-страница на Државниот завод за статистика (www.stat.gov.mk) и стручни служби на образовните установи.

3.1. Улогата на неформалното образование и на новинарските асоцијации и на граѓански организации за медиумско образование

Советот за етика во медиумите на Македонија (СЕММ) е во фаза на реализација на проектот „Градење доверба во медиумите во Југоисточна Европа и Турција“, ⁴⁰ во рамки на кој, меѓу другото, работи на подготовка и презентација на студии на случај поврзани со саморегулацијата, дебатни емисии, симулација на работењето на Комисијата за жалби пред студенти и професори, средби и соработка со сопственици на медиуми, уредници и новинари, итн.

Проектот е насочен кон зајакнување на слободата на изразување, пристапот до медиумите, подобрување на механизмите за одговорност на медиумите, како и внатрешното раководење со медиумите. Во фокусот на проектот е и поттикнување на медиумската писменост меѓу граѓаните и зајакнувањето на поддршката од граѓанското општество за медиумите, како и поттикнување на побарувачката за квалитетни новинарски содржини.

Македонскиот институт за медиуми (МИМ) е една од најстарите граѓански организации на полето на медиумската доедукација и медиумската писменост. Во портфолиото на МИМ се впишани стотина проекти, кои им овозможува најсоодветна поддршка и пристап до најнови знаења за новинарството и за медиумската сфера на новинарите и на медиумските работници. Посебно внимание МИМ посвети на програмите за граѓанските организации, институциите и сите оние што имаат потреба да комуницираат со медиумите и со јавноста.

Институтот го применува концептот на доживотно учење во медиумското образование. Сите програми за обука се создадени според најмодерните светски стандарди во новинарството и комуникациите со јавноста, и се имплементираат преку учење низ практика.

МИМ е пионер во воведувањето на медиумската писменост во Македонија со проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Македонија“. ⁴¹ Тргувајќи од дефиницијата дека медиумската писменост е способност за ефикасно комуницирање (пристап, споделување, разбирање или ширење) на информации и на знаење преку медиумите или од нив, една од целите на проектот беше медиумската писменост да се прифати како интегрален дел од ефикасната социјална трансформација и како вештина што помага во ангажирањето на јавноста и во воспоставувањето стандарди за јавна отчетност и транспарентност.

⁴⁰ Проектот е поддржан од ЕУ и од УНЕСКО. Достапно на: <http://semm.mk/novosti/2015-08-11-15-03-18/218-2016-03-24-13-00-00>.

⁴¹ Повеќе информации за проектот на: <http://www.mediumskapismenost.edu.mk/mk/mediumska-pismenost>.

Проектот требаше да им помогне на децата и на младите луѓе да ги унапредат своите познавања за улогата и функцијата на медиумите во демократските општества. Фокусот беше ставен на тоа тие да се обучат критички да им пристапат, да ги анализираат и да ги проценуваат медиумските содржини и пораки што доаѓаат од различни видови медиуми - печат, електронски медиуми, интернет, реклами, што би им овозможило поангажирано учество во демократските процеси.

Концептот за медиумска писменост беше промовиран и имплементиран во рамките на предметот мајчин јазик во сите години од основното и од средното образование во Македонија, за што беа спроведени обуки за околу 1.100 наставници и професори од основните и од средните училишта од Македонија, кои понатаму требаше да ги вклучат темите од медиумската писменост во рамките на предметот мајчин јазик. Понатаму, беше креирана и веб-страница што имаше за цел да го претставува и да го популаризира концептот за медиумска писменост меѓу младите генерации во Македонија,⁴² а беше издаден и Прирачник за медиумска писменост на македонски, албански, српски и на турски јазик, за професорите од основните и од средните училишта, како и за медиумските професионалци.

Како надоградување на овој проект произлезе весникот *Медиум* што го прават средношколци и кој е наменет за нивните врсници. Освен како интернет-платформа, проектот *Медиум* има и печатено издание со истиот наслов и се остварува во соработка со дневниот весник *Нова Македонија*. Тоа е единствената соработка меѓу еден медиум, граѓанска организација и средношколските образовни институции, која е оценета како исклучително позитивна и атрактивна за младите средношколци и за нивните професори.

„Наша цел е да го поттикнеме новинарството кај средношколците, бидејќи тоа се учи од мали нозе. ‘Медиум’ изобилува со ресурси и совети за пишување вести и други медиумски содржини. Тука, на едно место, ќе можете да научите за основните правила како да пишувате извештаи или да се изразите преку фотографија, звук, слика или сето заедно, во мултимедија. Нашата цел е да ги оспособиме средношколците со новинарски вештини, кои се неопходни за да опстанат во современата медиумска џунгла што ја донесоа новите медиуми.“⁴³

Како независно, самостојно, невладино и непартиско здружение, чија цел е да биде промотор и заштитник на професионалните стандарди и на слободата на изразување, Здружението на новинарите на Македонија (ЗНМ) спроведува повремено одредени обуки за подигање на капацитетите на новинарите за остварување на овие цели. Во своите активности досега ЗНМ има вклучено и обуки за етичко и професионално

⁴²Интернет страница за проектот: <http://www.mediumskapismenost.edu.mk/index.php>

⁴³ Интернет страницана *Медиум*, рубрика “Зошто постои *Медиум*?”. Достапно на: http://www.medium.edu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=309&Itemid=114.

известување, обуки за говор на омраза, за фискална транспарентност, за следење избори и други.⁴⁴

Дигиталната писменост и новите медиуми, пак, се во фокусот на активностите на Фондацијата „Метаморфозис“. Фондацијата спроведува многубројни обуки за интернет, заштитата на приватноста и на слободата на изразување на интернет, информациско-комуникациските алатки, е-општество, веб-новинарство, социјалните медиуми и други.

Активностите на оваа граѓанска организација се совпаѓаат со проблемите во образованието поврзано со информатичко-комуникациската технологија (ИКТ) констатирани во „Национална краткорочна ИКТ-стратегија 2016-2017“⁴⁵ на Министерството за информатичко општество и администрација, какви што се недостаток на структурирана и организирана студентска практика и практично работно искуство; несогласување меѓу потребниот склоп на знаење и вештини од страна на ИКТ-секторот и сегашните наставни програми за образование; недостаток на средни стручни (високи) училишта со специјализирани програми за ИКТ-занимања; или недоволно признавање и потврдување на знаењата и вештините стекнати преку искуство (практика) и неформалното образование.

Од 2013 година наваму, „Метаморфозис“ го спроведува единствениот „факт-чекинг“ проект во Македонија, односно „Сервисот за проверка на факти од медиумите“.⁴⁶ Овој проект има за цел да им овозможи на граѓаните на Македонија да бараат поголема отчетност од медиумите, како и да им помогне на новинарите во спроведувањето на нивните професионални стандарди, преку обезбедување онлајн-алатки и ресурси за јавна едукација и подигнување на јавната свест. Намерата на онлајн „Сервисот за проверка на факти од медиумите“ е да се зголемува побарувачката на граѓаните за објективни вести и информации засновани на факти и професионални новинарски стандарди.

Треба да се истакне дека „Сервисот за проверка на факти од медиумите“, освен за медиумските професионалци, е наменет и за граѓаните на Република Македонија. Тоа го прави единствен таков проект за медиумска писменост наменет за оваа целна група.

Младинскиот образовен форум (МОФ), граѓанска организација што ги покрива прашањата за младите и младинските политики, во своите активности се концентрира и на перцепцијата на младите луѓе за нивните придобивки од медиумите и за нивното медиумско присуство и профилирање. Во таа насока посебно се работи на проекти за

⁴⁴ Здружение на новинарите на Македонија, Рубрика: Проекти, извештаи, анализи. Достапно на: http://znm.org.mk/?page_id=1357 и на http://znm.org.mk/?page_id=818.

⁴⁵ Министерството за информатичко општество и администрација, *Национална Краткорочна ИКТ-стратегија 2016-2017*, Скопје, 2015. Достапно на: http://mioa.gov.mk/files/dokumenti/Kratkorocna%20IKT%20Strategija_avgust2015.pdf.

⁴⁶ Фондација „Метаморфозис“, Сервис за проверка на факти од медиумите. Достапно на: <http://proverkanafakti.mk/>.

медиумска писменост, на индивидуално ниво, но и на ниво на младинските организации и на нивното присуство и профилирање во медиумите.

Проектите на МОФ вклучуваат препознавање говор на омраза во медиумите, младинска едукација за медиумска писменост, како и работа со младите како креатори на содржини во медиумите.⁴⁷

Треба да се напомене дека, покрај овие граѓански организации што во своите активности ги имаат вклучено медиумското образование и медиумската писменост како континуирани и структурирани проекти, постојат и други што опфаќаат обуки, истражувања и други активности на овие теми.

3.2. Професионален развој и систем на следење на новинарските кариери

Според Законот за високо образование во Република Македонија, секој универзитет или негова единица мора да има Центар за кариера, кој треба да води посебна евиденција за поранешни студенти (*алумни*) и да организира саеми за кариера на секој факултет/универзитет каде што има Центар за кариера.⁴⁸

Центрите за кариера се формираат и заради организирање практична настава за студентите и за подготовка на стручен кадар, кој ќе применува современи иновативни техники и технологии во наставата. На сите студиски програми по новинарство постојат овие центри.

Извршната директорка на Високата школа за новинарство и односи со јавноста, Жанета Трајкоска, вели дека на хартија сето тоа звучи добро, но дека од тоа нема некоја суштинска придобивка кога станува збор за големите универзитети бидејќи тие се премногу гломазни и со огромен број студенти од различни факултети и, едноставно, не можат да се постигнат поставените цели.

„Секој факултет треба да има свој Центар за кариера,“⁴⁹ вели Трајкоска и нагласува дека за Високата школа за новинарство и односи со јавноста тој центар бил функционален токму поради оптималниот број студенти, за кои во секое време може прецизно да се утврди што им е потребно.

Речиси идентичен став споделува и Јасна Бачовска. Таа вели дека што се однесува до новинарското академско образование, постојат такви јасно утврдени шеми: додипломски студии, постдипломски студии и докторски студии. За разлика од академското образование, во однос на формирањето на професионална кариера,

⁴⁷ Младински образовен форум, *Национален извештај за Македонија од истражувањето „Младите и медиумите“*, Скопје, 2014. Достапно на: <http://seeyouthmedia.org/wp-content/uploads/2014/02/Youth-and-Media-Research-Macedonia.pdf>.

⁴⁸ Министерство за образование и наука, Закон за високо образование, Службен весник на Република Македонија“ бр. 35/2008. Достапно на: http://www.mon.gov.mk/images/documents/zakoni/zakon_za_visoko_25-02-2016.pdf.

⁴⁹ Интервју со Жанета Трајкоска, извршен директор на Високата школа за новинарство, 23 мај 2016.

јасно утврдена шема не постои, бидејќи нема ниту препознаени и објавени потреби од специјализирани медиумски професионалци.⁵⁰

Тоа нè води до врската со медиумската индустрија кога е кариерата и усовршувањето на медиумските работници во прашање.

Бранко Героски смета дека не постои осмислена и систематска соработка меѓу медиумите и образовните институции за новинарство. *„Соработката е речиси секогаш плод на лична иницијатива, а тоа, во секој случај, не е заокружен систем“*, вели Героски.⁵¹

3.3. Промоција на медиумската писменост и новинарското образование

Првиот заклучок на темата на ова поглавје е дека не постои систематска и континуирана промоција на медиумската писменост и образованието за новинари, кои треба да се значаен фактор за надминување на негативната перцепција за новинарските професионалци и за работата на медиумите.⁵²

Најголемата одговорност за промоција и за постојана афирмација на темата медиумска писменост ѝ припаѓа на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги откако тие обврски ѝ припаднаа согласно со законот.⁵³

Во периодот кога ја подготвуваше „Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија“, Агенција обезбеди и промовираше два кратки филма, кои се емитуваа на програмите на националните и на локалните телевизии.

Целта на првиот, под наслов „Каде е Горан?“, беше да се сврти вниманието на родителите кон фактот дека постои софтвер што можат да го искористат за ефикасна контрола врз интернет-содржините до кои пристапува нивното дете.⁵⁴

Вториот, под наслов „Авантура низ медиумската писменост“, беше да се сврти вниманието на важноста на медиумската писменост.⁵⁵

Сепак, поорганизираните активности на овој план се одложени за цели две години од 2014 година кога таа обврска требаше да биде преземена, поради пропаднатиот

⁵⁰ Интервју со Јасна Бачовска, раководител на Студиите по новинарство, медиуми и комуникации на Правниот факултет „Јустинијан Први“ на Универзитетот „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје, 25 мај 2016.

⁵¹ Интервју со Бранко Героски, новинар, главен и одговорен уредник на дневниот весник *Слободен печат*, 19 мај 2016.

⁵² Freedom House, *Freedom of the Press 2016, Country Report – Macedonia*, 2016. Достапно на: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/macedonia>; и Reporters Without Borders, *World Press Freedom Index 2016, Country Report – Macedonia*, 2016. Достапно на: <https://rsf.org/en/macedonia>.

⁵³ Закон за аудио и аудиовизуелни услуги, 2013, Службен весник на РМ бр. 184. Достапно на: http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf.

⁵⁴ ААВМУ, Видео спот: „Каде е Горан?“, Скопје, 2014. Достапно на: <https://youtu.be/W1lUBsOlaa8>.

⁵⁵ ААВМУ, Видео спот: „Авантура низ медиумската писменост“, Скопје, 2014. Достапно на: <https://youtu.be/TdcUk-xgBX8>.

тендер за спроведување на истражувањето кое треба да го утврди степенот на медиумската писменост меѓу граѓаните.

Делумно континуирани активности што опфаќаат промоција на оваа тема се веќе спомнатите проекти, како, на пример, весникот *Медиум* на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, конкурсот за средношколци „Изрази се преку медиумите“ или „Сервисот за проверка на факти од медиумите“, преку нивните континуирани рецензии на новинарските продукти.

Во меѓувреме, промоцијата на медиумската писменост се остварува спорадично, тогаш кога се промовираат одредени проекти за медиумска писменост на граѓанските и на другите организации.

Меѓу медиумските професионалци и едукатори постои мислење дека овие активности не се доволни. Кристина Озимец, млада новинарка-истражувач, смета дека новинарите и медиумските активисти треба да ги удвојат напорите и кампањите за воведување на медиумската писменост како редовен предмет во основното и во средното образование:

„Треба за тоа да се избориме заедно со наставниците. Да извршиме притисок во Бирото за образование да смогат сили и да изготват план и стратегија за вклучување на медиумската писменост како редовен предмет.“⁵⁶

Жанета Трајкоска од Високата школа за новинарство и за односи со јавноста смета дека во промоцијата на медиумската писменост треба да се вклучат во поголема мера и со поголем интензитет и медиумите и да ја прифатат медиумската писменост како концепт и алатка за воспоставување сериозна врска меѓу нив и нивната публика.⁵⁷

4. ЗАКЛУЧОК

Бројот на високообразовни институции се чини дека ја задоволува потребата за покажаниот интерес за студирање новинарство и медиуми. Со оглед на тоа дека не постојат прецизни податоци за потребите на медиумската индустрија за бројот на работни места, и имајќи предвид дека за новинарската професија не е пресудно новинарско образование, нема индикации дека на пазарот недостигаат медиумски професионалци.

Од друга страна, повторно поради недоволно изразените специфични барања за квалитетот и за специјалностите на потенцијалните медиумски професионалци, нема прецизни сознанија кои се профилите што недостигаат. Практиката покажува дека медиумите тоа го решаваат инцидентно во зависност од нивните моментални потреби.

⁵⁶ Интервју со Кристина Озимец, новинар во веб-порталот *Нова ТВ*, 19 мај 2016.

⁵⁷ Интервју со Жанета Трајкоска, извршен директор на Високата школа за новинарство и односи со јавноста, 23 мај 2016.

Од 2014 година наваму, се забележува тренд на затворање на додипломските студии по новинарство, а опаѓа и бројот на новозапишани студенти. До таа година, овие студии биле опфатени на шест факултети, а денеска постојат само на четири.⁵⁸

Квалитетот на медиумското високо образование најмногу страда од многу теорија и малку медиумска практика. Експертите предупредуваат и на тоа што во студиските програми сè уште доминираат неновинарски предмети и дека поголем број од професорите немаат практичен новинарски *бекграунд*.

Оттаму произлегува и заклучокот дека е неопходна потесна, покреативна и попродуктивна врска на образовните институции со медиумската индустрија.

Од друга страна, пак, сцената на неформалната и дополнителна медиумска едукација е прилично динамична. Студентите и младите новинари имаат широк избор на обуки за специфични вештини и знаења, кои се стекнуваат на динамичен и интерактивен начин што ги прави прилично применливи.

Во однос на медиумската писменост, интервјуата и деск-истражувањата за оваа анализа покажуваат дека, за разлика од извесниот прогрес на овој план до 2009 година, во последните години се забележува заостанување.

Ова го прави овој феномен уште попарадоксален ако се знае дека токму во тој период се донесени законските рамки што овозможува институционална поддршка за широк опфат на медиумската писменост, но констатацијата е дека потфрлија токму надлежните институции.

И во овој сегмент, повторно компензацијата ја прават граѓанските организации, кои како своја основна дејност ги имаат медиумите и новинарството. Медиумскиот активизам на ова поле е динамичен и со широк спектар обуки за различни целни групи.

5. ПРЕПОРАКИ

Во областа на образованието:

1. Факултетите што имаат студии по новинарство, медиуми и комуникации треба да иницираат дебата во однос на потребата од ефективна реформа на наставните програми за новинарство, медиуми и комуникации, кои би биле приспособени на спецификите што произлегуваат од самата професија, а наедно би биле во тек со светските високообразовни трендови.

⁵⁸ Journalistic Education in South East Europe - Country Reports, Konrad-Adenauer-Stiftung Media Program South East Europe, 2014. Достапно на: http://mediaobservatory.net/sites/default/files/kas_39583-1522-2-30.pdf Пристапено на 9 јуни 2016.

2. Наставните програми по новинарство, медиуми и комуникации треба да интегрираат квалитетен баланс меѓу теориската и практичната подготовка на студентите, што освен практична настава на часовите, ќе подразбира и практична работа во соодветни медиуми.
3. На факултетите по новинарство, медиуми и комуникации, особено на државните, потребен е доволен број високостручни наставни кадри, меѓу кои како предавачи ќе се ангажираат и искусни практичари од овие области.
4. Надлежните институции, потребно е да обезбедат доволно финансиски, технички и просторни ресурси за студиите по новинарство, комуникации и медиуми (како компјутерска опрема, новинарски лаборатории и слично), заради реализација на висококвалитетни студии по новинарство, медиуми и комуникации.
5. Да се иницира стручна дебата околу потребата од отворање посебен факултет за новинарство, медиуми и комуникации во рамките на државните универзитети, наместо досегашните интердисциплинарни студии.
6. Факултетите по новинарство, медиуми и комуникации треба да воспостават ефикасна комуникација и соработка со медиумската индустрија и со медиумите што произведуваат етичко и висококвалитетно новинарство, во насока на обезбедување практична работа за сите студенти на овие насоки.
7. Јавниот радиодифузен сервис – Македонската радио-телевизија да овозможи услови за спроведување практична работа на студентите по новинарство, медиуми и комуникации.

Во областа на медиумската писменост:

1. За поширока промоција и имплементација на медиумската писменост во општеството, потребен е сеопфатен системски приод во кој ќе бидат вклучени сите засегнати страни: Министерството за образование и наука, Министерството за информатичко општество и администрација, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, претставници од образованието на сите степени, медиумски и новинарски организации и саморегулаторното тело, граѓански организации што се занимаваат со темата медиумска писменост, Јавниот сервис – МРТ и медиумите/новинарите, како и самите граѓани.
2. Министерството за образование и наука, во соработка со Бирото за развој на образованието, при ревидирање на наставната програма, треба да ја разгледа можноста за вклучување на концептот на медиумската писменост во основното и во средното образование.
3. Доколку биде прифатена иницијативата за вклучување на медиумската писменост во образовниот процес, потребно е да се отвори стручна дебата на која би се разгледал најсоодветниот модел за интегрирање на овој концепт во основното и во средното образование, со оглед на сите расположливи ресурси (дали во рамките на некој постоен предмет, како посебен предмет или како интегриран пристап на целиот наставен процес).

4. Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги треба да ги забрза и засили процесите за организирано и структурирано имплементирање на активностите поврзани со унапредување на медиумската писменост во Македонија, предвидени со Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и со Програмата за унапредување на медиумската писменост во Македонија.
5. Македонската радио-телевизија, како јавен сервис во служба на граѓаните, треба да се вклучи во процесот на промоција и унапредување на медиумската писменост, преку продукција на посебни тематски програми наменети за различни возрасни групи, како и преку кампањи од јавен интерес.
6. Медиумските организации, саморегулаторните тела и другите граѓански организации во чиј фокус е медиумската писменост треба ангажирано да развиваат проекти и да ги насочат своите активности кон сеопфатна промоција и афирмација на медиумската писменост меѓу стручната јавност, граѓаните од сите возрасни групи, маргинализираните групи, новинарите и други сегменти од општеството.
7. Кај медиумите, новинарите и другите медиумски работници, треба да се унапредува знаењето за концептот на медиумската писменост преку обуки и заедничка соработка со другите актери кои ангажирано работат во областа. Кај оваа целна група, потребно е да се подигне свеста за тоа како влијае медиумската писменост врз зголемувањето на довербата на публиката во медиумите. Во медиумската писменост, медиумите и новинарите треба да гледаат алатка за комуникација со публиките за кои тие работат.
8. Да се продлабочи соработката меѓу граѓанските организации и медиумската индустрија за да се организираат специјализирани/наменски обуки врз основа на претходно утврдени потреби на новинарите, уредниците и на медиумите, поврзани со специфични теми на кои работат граѓанските организации.
9. Донаторската заедница треба да се информира за релевантноста и неопходноста од имплементација на медиумската писменост, и да се апелира да го поддржи процесот на забрзана и интензивна имплементација на институционалните и вонинституционалните активности од оваа област.

6. КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

ААВМУ, Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија, Скопје, 2015. Достапно на: http://www.avmu.mk/images/Programa_za_mediumska_pismenost-1.pdf. Пристапено на 19 мај 2016.

Здружение на новинарите на Македонија, Веб-страница, Рубрика: Проекти, извештаи, анализи. Достапно на: http://znm.org.mk/?page_id=1357 и на http://znm.org.mk/?page_id=818. Пристапено на 19 мај 2016.

Министерство за информатичко општество и администрација, *Е-Македонија, развиено информатичко општество*, Скопје, 2007. Достапно на: http://www.mio.gov.mk/files/pdf/Broshura_MIO_design_FINALNO.pdf. Пристапено на 19 мај 2016.

Министерство за информатичко општество и администрација, *Стратешки план за период 2016 - 2018*, Скопје, 2014. Достапно на: <http://www.mio.gov.mk>. Пристапено на 19 мај 2016.

Министерството за информатичко општество и администрација, *Национална краткорочна ИКТ-стратегија 2016-2017*, Скопје, 2015. Достапно на: http://mioa.gov.mk/files/dokumenti/Kratkorocna%20ИКТ%20Strategija_avgust2015.pdf. Пристапено на 19 мај 2016.

Министерство за образование и наука, *Политика за квалитет на Министерството за образование и наука на Република Македонија*, Скопје, 2014. Достапно на: <http://mon.gov.mk/index.php/ministerstvo-meni/politika-kvalitet>. Пристапено на 19 мај 2016.

Македонски институт за медиуми, Проект: *Унапредување на медиумската писменост во образованието во Македонија*. Достапно на: <http://www.mediumskapismenost.edu.mk/mk/mediumska-pismenost>. Пристапено на 1 јуни 2016.

Младински образовен форум, *Национален извештај за Македонија од истражувањето „Младите и медиумите“*, Скопје, 2014. Достапно на: <http://seeyouthmedia.org/wp-content/uploads/2014/02/Youth-and-Media-Research-Macedonia.pdf>. Пристапено на 9 јуни 2016.

Министерство за образование и наука на Република Македонија, *Национална програма за развој на образованието во Република Македонија 2005-2015*, Скопје, 2005. Достапно на: <http://fvm.ukim.edu.mk/documents/Nacionalna-programa-za-razvoj-na-obrazovaniето-vo-Republika-Makedonija-2005-2015.pdf>. Пристапено на 31 мај 2016.

Младински образовен форум, *Национален извештај за Македонија од истражувањето „Младите и медиумите“*, Скопје, 2014. Достапно на: <http://seeyouthmedia.org/wp-content/uploads/2014/02/Youth-and-Media-Research-Macedonia.pdf>. Пристапено на 29 мај 2016.

Севриева, М., „Опаѓа бројот на студенти: Младите не сакаат да студираат новинарство,“ *Телеграф.мк*, Скопје, 16 јануари 2016. Достапно на: <http://www.telegraf.mk/ns-newsarticle-233484-opagja-brojot-na-studenti-mladite-ne-sakaat-da-studiraat-novinarstvo.nspх>. Пристапено на 9 јуни 2016.

Совет за етика во медиумите на Македонија започнува со проект поддржан од ЕУ и од УНЕСКО, Достапно на: <http://semm.mk/novosti/2015-08-11-15-03-18/218-2016-03-24-13-00-00>. Пристапено на 31 мај 2016.

Совет за радиодифузија, *Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2013-2017*, Скопје, 2012. Достапно на: <http://www.avmu.mk/images/stories/Predlog-Strategija-i-Akciski-plan.pdf>. Пристапено на 9 јуни 2016.

Фондација „Метаморфозис“, Интернет-алатка: Сервис за проверка на факти од медиумите. Достапно на: <http://proverkanafakti.mk/>. Пристапено на 3 јуни 2016.

Центар за истражување и креирање политики, *Како до поквалитетно високо образование – Скопје*, Скопје, 2009. Достапно на: <http://www.crpm.org.mk/wp-content/uploads/2012/03/EducationMAK.pdf>. Пристапено на 2 мај 2016.

Freedom House, *Freedom of the Press 2016: Country Report – Macedonia*, 2016. Достапно на: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/macedonia>. Пристапено на 31 мај 2016.

Konrad-Adenauer-Stiftung, *Media Program South East Europe, Journalistic Education in South East Europe*, 2014. Available at: http://www.kas.de/wf/doc/kas_39583-1522-2-30.pdf?141118150329. Пристапено на 31 мај 2016.

Reporters Without Borders, *2016 World Press Freedom Index: Country Report – Macedonia*, 2016. Достапно на: <https://rsf.org/en/macedonia>. Пристапено на 31 мај 2016.

Легислатива:

ААВМУ, *Закон за аудио и аудиовизуелни услуги*, 2013, Службен весник на РМ бр. 184. Достапно на: http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf. Пристапено на 7 април 2016.

Министерство за образование и наука, *Закон за високо образование*, Службен весник на РМ бр. 35/2008. Достапно на: http://www.mon.gov.mk/images/documents/zakoni/zakon_za_visoko_25-02-2016.pdf. Пристапено на 7 април 2016.

Интернет извори:

Интернет страница на *Медиум*, Рубрика “Зошто постои Медиум?”. Достапно на: http://www.medium.edu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=309&Itemid=114.

Интернет страница за проектот Унапредување на медиумската писменост во образованието во РМ: <http://www.mediumskapismenost.edu.mk/index.php>.

ААВМУ, Видео спот: „Каде е Горан?“, Скопје, 2014. Достапно на: <https://youtu.be/W1IUBsOIaa8>. Пристапено на 7 мај 2016.

ААВМУ, Видео спот: „Авантура низ медиумската писменост“, Скопје, 2014. Достапно на: <https://youtu.be/TdcUk-xgBX8>. Пристапено на 7 мај 2016.

Листа на интервјуирани:

Интервју со Стефан Алексиќ, раководител на програми во Младински образовен форум, 12 мај 2016.

Интервју со Тамара Ќупева, наставник по македонски јазик во гимназијата „Орце Николов“, 13 мај 2016.

Интервју со Сефер Тахири, професор на Универзитетот на Југоисточна Европа – Тетово, 16 мај 2016.

Интервју со Селам Исејни, раководител на Студиите по новинарство и медиуми на Правниот факултет на Државниот универзитет Тетово, 18 мај 2016.

Интервју со Виолета Глигоровска, медиумски експерт, поранешна раководителка на програмата за медиуми на Фондацијата Отворено општество Македонија, 18 мај 2016.

Интервју со Тамара Ресавска, проектен координатор на програмата за отворени образовни ресурси во Фондација „Метаморфозис“, 18 мај 2016.

Интервју со Бранко Героски, новинар, главен и одговорен уредник на дневниот весник *Слободен печат*, 19 мај 2016.

Интервју со Марина Димитриева Ѓеоргиевска, советник по македонски јазик во Бирото за развој на образованието, 19 мај 2016.

Интервју со Кристина Озимец, новинар во веб-порталот Нова ТВ, 19 мај 2016.

Интервју со Мухамед Зекири, уредник во *ТВ Шења*, 20 мај 2016.

Интервју со Жанета Трајкоска, извршен директор на Високата школа за новинарство и односи со јавноста, 23 мај 2016.

Интервју со Кирил Барбареев, проректор на Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип, 23 мај 2016.

Интервју со Емилија Петреска-Камењарова, раководител на Одделението за човекови права и медиумска писменост во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги, 26 мај 2016.

Интервју со Јасна Бачовска, раководител на Студиите по новинарство, медиуми и комуникации на Правниот факултет „Јустинијан Први“ на Универзитетот „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје, 25 мај 2016.

7. ПРИЛОЗИ

Табела 2

НАСТАВНИ ПРОГРАМИ НА ФАКУЛТЕТИТЕ ПО НОВИНАРСТВО ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА		
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје	Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип	Универзитет на Југоисточна Европа – Тетово
Правен факултет „Јустинијан Први“	Правен факултет	Факултетот за јазици, култури и комуникација
Студии по новинарство, медиуми и комуникации	Студии по новинарство и односи со јавноста	Студии по меѓународни комуникации
<p>I СЕМЕСТАР</p> <p>Странски јазик</p> <p>Вовед во право</p> <p>Македонски јазик и новинарска стилистика</p> <p>Комуникологија</p> <p>Изборен предмет</p> <p>II СЕМЕСТАР</p> <p>Современа европска и македонска историја</p> <p>Економика</p> <p>Новинарски жанрови</p> <p>Изборен предмет 1</p> <p>Изборен предмет 2</p> <p>III СЕМЕСТАР</p> <p>Англиски јазик 3</p> <p>Вовед во политички науки</p> <p>Теории на новинарство</p> <p>Основи - институти на јавно и приватно право</p> <p>Македонски јазик 3</p> <p>IV СЕМЕСТАР</p>	<p>I СЕМЕСТАР</p> <p>Вовед во новинарството</p> <p>Историја на новинарство</p> <p>Информатика</p> <p>II СЕМЕСТАР</p> <p>Основи на комуникации</p> <p>Новинарска етика</p> <p>Култура на комуницирање</p> <p>Спорт и рекреација</p> <p>III СЕМЕСТАР</p> <p>Односи со јавноста</p> <p>Македонски јазик со култура на пишување и изразување</p> <p>Информативни жанрови во новинарството</p> <p>I V СЕМЕСТАР</p> <p>Техники за односи со јавноста</p> <p>Основи на протокол</p> <p>Новинарството во печатени медиуми</p> <p>V СЕМЕСТАР</p>	<p>I СЕМЕСТАР</p> <p>Вовед во комуникациски науки</p> <p>Вовед во меѓународна и меѓукултурна комуникација</p> <p>Вовед во меѓународни односи</p> <p>Слободен изборен предмет 1</p> <p>Изборен предмет по англиски јазик</p> <p>Изборен предмет по албански јазик /македонски јазик</p> <p>II СЕМЕСТАР</p> <p>Медиумски студии</p> <p>Теории на комуникации</p> <p>Вовед во политички науки</p> <p>Слободен изборен предмет 2</p> <p>Изборен предмет по албански јазик/македонски јазик</p> <p>Изборен предмет по англиски јазик</p> <p>III СЕМЕСТАР</p> <p>Комуникациски методи на истражување</p>

<p>Етика во новинарството Применета економика Права и слободи на човекот во РМ Јавно мислење Интеркултурна комуникација и медиумите Политички систем</p> <p>V СЕМЕСТАР Известување во новинарството Новинарски информативни жанрови Односи со јавноста Институции и право на ЕУ Новинарство во печатени и електронски медиуми Уредување во новинарство – практикум</p> <p>VI СЕМЕСТАР Новинарски аналитички жанрови Печатени и електронски медиуми Технологија и организација во медиумите - практикум Слобода на изразување Јавна администрација</p> <p>ИЗБОРНИ ПРЕДМЕТИ</p> <p>Врзан изборен предмет: Етика на новинарството</p> <p>Други изборни предмети: - Истражувачко новинарство - Е-новинарство - Агенциско новинарство - Медиумите и правата на децата - Радионовинарство - ТВ-новинарство - Печатени медиуми - Мировно и воено новинарство - Заштита на лични податоци - Уредување во новинарството - практикум - Известување во новинарството - практикум - Графиката и дизајнот во новинарството - Дигитална демократија - Интеркултурна комуникација - Политички маркетинг</p>	<p>Новинарството во електронски медиуми Медиуми и општество Јавност и јавно мислење</p> <p>VI СЕМЕСТАР Истражувачко новинарство Аналитички жанрови во новинарството</p> <p>VII СЕМЕСТАР Човечки ресурси Меѓународни односи Европски институции</p> <p>VIII СЕМЕСТАР Работа на дипломски труд Политики на ЕУ Меѓународни организации</p> <p>ИЗБОРНИ ПРЕДМЕТИ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проектен менаџмент со ЕУ фондови - Јавни служби - Медиумско право - Право на осигурување - Човекови права - Јавна администрација - Филозофија на правото - Трудово право - Пенологија - Управни спорови - Применета економија - Отштетно право - Регулација на финансиски пазари - Локална самоуправа - Запишување права на недвижности - Дипломатско и конзуларно право - Семејно право - Наследно право - Основи на економија - Граѓанско општество - Правосуден систем на Република Македонија - Алтернативно решавање спорови - Номотехника - Комуникацијата во јавната администрација 	<p>Дипломатија Слободен изборен предмет 3 Изборен предмет 1 Изборен предмет по Англиски јазик</p> <p>IV СЕМЕСТАР Меѓународни комуникациски системи Односи со јавноста: Принципи и практики Меѓународни организации Изборен предмет 2 Изборен предмет I (Англиски јазик за специјални намени)</p> <p>V СЕМЕСТАР Политичка комуникација Медиумско пишување и известување Глобализација Изборен предмет 3 Изборен предмет 4</p> <p>VI СЕМЕСТАР Главен проект и професионална практика Преговори Комуникација и лидершип Изборен предмет 5 Изборен предмет 6</p>
--	---	--