



НОВИНАРСКИ ИСКУСТВА ВО РАБОТАТА СО ЕВРОИНТЕГРАТИВНИТЕ ПРОЦЕСИ НА Р.С. МАКЕДОНИЈА

ВОВЕД

Во рамките на проектот „Медиумите за ЕУ“ беше подготвен само-евалуациски прашалник наменет за медиумските професионалци со цел да се утврдат позитивните и негативните аспекти во медиумите при создавање на медиумски содржини посветени на евроинтегративните процеси на Р. С. Македонија

Самиот проект има за цел да се надградат медиумските капацитети за покривање, следење и испитување на преговарачкиот процес за членство на Северна Македонија во ЕУ.

Како посебни цели се издвојуваат:

- Да се подобри амбиентот за учество на медиумите во процесот на преговори за членство во ЕУ
- Да се зајакнат медиумските професионални капацитети на новинарите кои се од земји што не се членки на ЕУ, за регулативите, политиките и вредностите на ЕУ и да се подобрат можностите за младите новинари.
- Да се создаде средина за активности за вмрежување со европските колеги и колеги од медиумскиот сектор, да се поддржи и подобри медиумската писменост и различноста на медиумскиот пејзаж

За постигнување на гореспоменатите цели, беше неопходно да се добијат мерливи информации и оценки за тоа какви (според тип и форма) содржини презентираат медиумите за евроинтеграциските процеси на Р. С. Македонија кон својата публика односно: како самите медиуми се перципираат во делот на нивната содржина и нивната понуда за ЕУ и пристапниот процес, нивните проблеми и потреби при креирањето на содржините.

Прашалникот наменет за уредниците на медиумите беше презентираан и тестиран на еден дел на уредници од традиционалните, радиодифузни медиуми и на уредници од онлајн медиумите. Критериумите за селекција беа медиумите да бидат со своја новинарска редакција, да имаат сопствена информативна програма во чиј склоп тие информираат и за надворешната политика на државата. Дополнително, беа селектирани медиуми од целата територија на земјата според бројот на популацијата и нејзината јазична и етничка поделеност. Подготвениот и веќе евалуиран анонимен прашалник за уредници беше електронски дистрибуиран до уредниците на радиодифузните, на печатените и на онлајн медиумите. Одговорите беа пополнувани електронски преку онлајн апликацијата „Google Forms“ која автоматски ги сумира резултатите од одговорите без можност за субјективна интервенција во нив.

РЕЗУЛТАТИ

Изготвениот прашалник беше испратен на вкупно 51 медиум. Од нив беа селектирани 38 медиуми кои емитуваат програма на македонски јазик и 21 медиум беа со седиште во Скопје, а 17 од внатрешноста.

Проектот е финансиран од Европската Унија

„Медиумите за ЕУ“ го спроведува Евротинк во партнерство со АЛДА и БИРС





Што се однесува до медиумите на албански јазик, прашалникот беше испратен на вкупно 13 медиуми од кои 5 со седиште во Скопје и 8 од внатрешноста.

Добиени беа вкупно 38 одговори и тоа 26 од уредници на медиуми на македонски јазик и 12 одговори од уредници од медиуми на албански јазик.

Прашањата беа поделени во неколку главни теми: Квалитет на новинарски производи; информативни програми; и НАТО и ЕУ теми во медиуми.

КВАЛИТЕТ НА НОВИНАРСКИ ПРОИЗВОДИ

За групата прашања кои се однесуваат на самиот квалитет на медиумски содржини како и за околностите под кои тие содржини се продуцираат, медиумските професионалци немаат високи оценки. Најчестиот одговор е дека медиумите имаат среден квалитет на новинарските информативни производи и ова средно ниво на оценка на квалитетот варира, односно опаѓа во зависност од типот на медиум радио, ТВ, печат или онлајн медиум. Како главни причини за ваквата состојба уредниците најмногу посочуваат на:

- Лоша/недоволна инвестиција на менаџментот во надградба на новинарскиот потенцијал која би резултирала со поквалитетна понудена содржина (29%);
- Лоша финансиска кондиција на маркетинг „колачот“ во државата (28%);
- Недоволно обучен новинарски кадар (над 24%).

Дополнително, повеќе од 50% од уредниците се изјасниле дека формалното новинарско образование во земјава не ги задоволува потребите за практикување новинарство, но затоа пак, високо ги оцениле понудените теоретски знаења за: европски интеграции; поставеноста на ЕУ институциите; НАТО; Надворешна политика; Уставно право и политички систем и за Политичка историја на државата. Посебно се интересни одговорите кои се однесуваат на самите образовни теми. Според одговорите на уредниците, идните новинари добиваат солидно теоретско знаење за потребните општествени теми, но она што се нарекува практична и современа новинарска работа е делот кој што им недостасува на новинарите за третирање на истите теми.

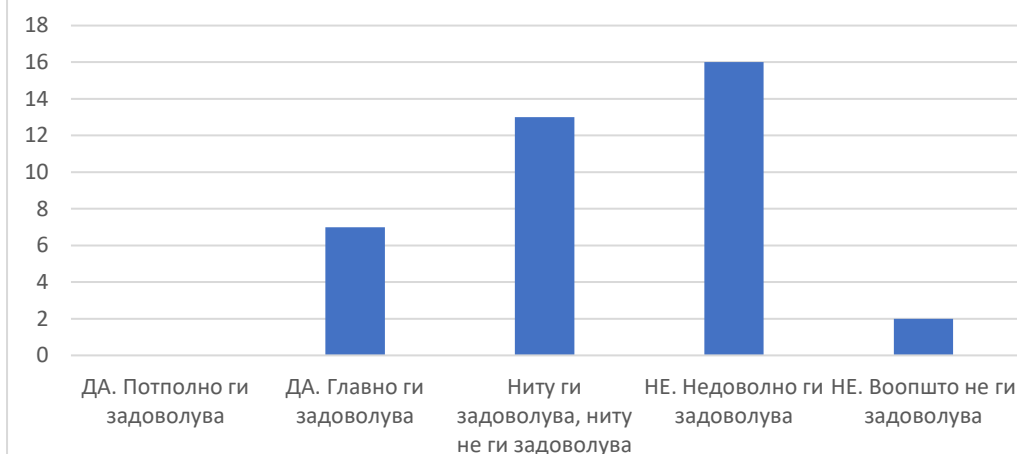


Проектот е финансиран од Европската Унија

„Медиумите за ЕУ“ го спроведува Евротинк во партнерство со АЛДА и БИРС



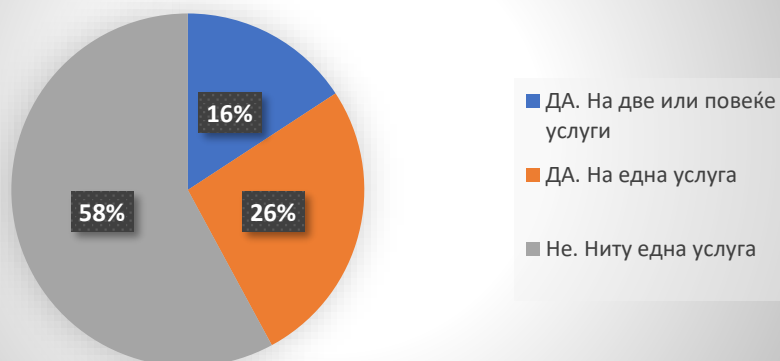
3. Колку формалното новинарско образование ги задоволува потребите за практикување новинарство?



ИНФОРМАТИВНИ ПРОГРАМИ

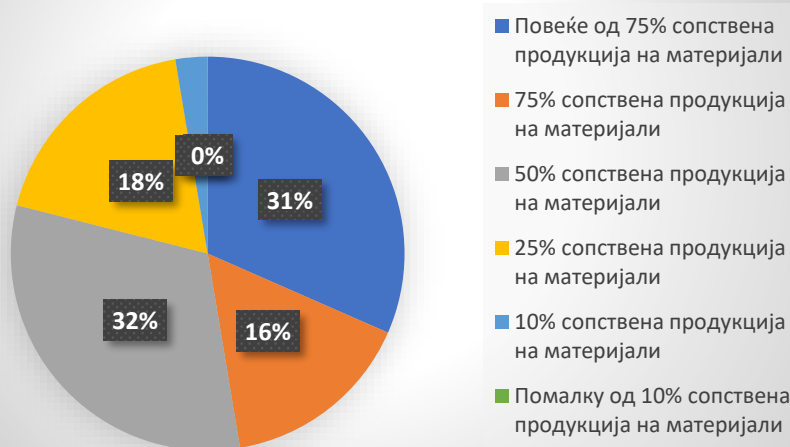
При продукцијата на своите информативни емисии/програми, 58% од уредниците наведуваат дека не се претплатени на ниту еден домашен или меѓународен сервис за агенциски вести, 26% одговараат дека имаат претплата на еден сервис и 16% имаат претплата на 2 сервиси.

5. Дали сте претплатени на некои од домашните или меѓународните услуги за агенциски вести?



Посебно се вредни да се споменат и да се илустрираат одговорите на прашањата за квантитетот на информативната програма во сопствена продукција, ако се имаат во предвид одговорите за користењето извори и информативни сервиси.

6. Колку проценти од вашите информативни програми се преземени информации, а колку се сопствена продукција?

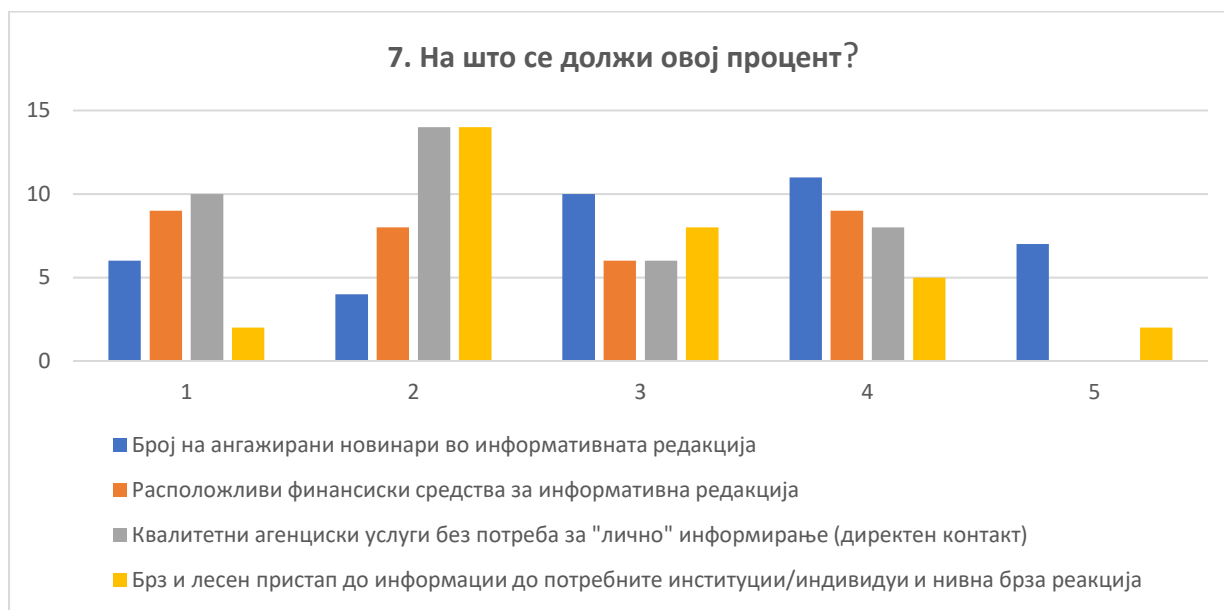


Висок процент (31%) од нив наведуваат дека имаат над 75% сопствена продукција во информативните програми, 16% одговараат дека имаат 75% сопствена продукција и 32% викаат дека имаат 50% сопствена продуцирана информативна програма.

Ваквото ниво на продукција тие исклучиво го припишуваат на новинарскиот труд, т.е. на бројот на новинари, додека најлоша оценка даваат на агенциските услуги и на брзиот и лесен пристап до потребните институции и

индивидуалци и нивната брза реакција.

Според овие одговори тогаш легитимно се наметнува прашањето како новинарите добиваат, ги потврдуваат информациите ако немаат претплата на домашни и меѓународни агенциски информативни сервиси, а на прашањето на што се должи овој процент на сопствена информативна програма одговорите се разнобразни без посебно квантитативно одвојување на некој од понудените одговори (види табела подолу).



НАТО И ЕУ ТЕМИ ВО МЕДИУМИТЕ

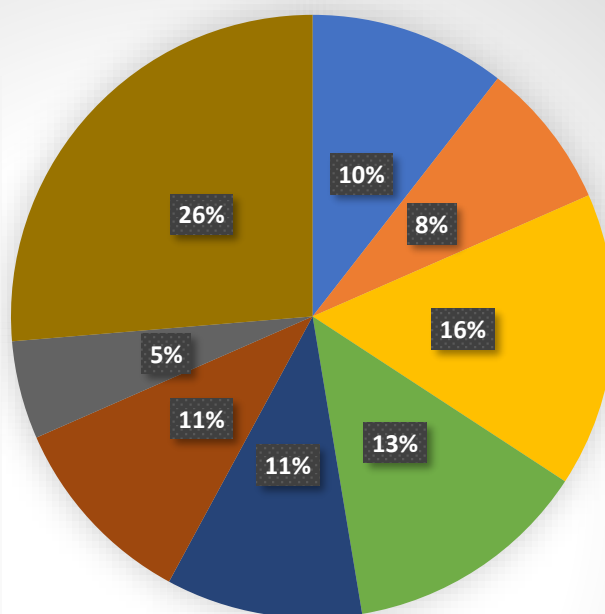
За оваа група прашања за, 71% одговараат дека немаат назначен новинар кој следи надворешна политика и ЕУ/НАТО теми и 74% одговараат дека никој од нивните новинари не посетувале некои посебни семинари/обуки/работилници на кои се здобиле со соодветни знаења за овие мултилатерални структури.

Од 29те проценти кои посетувале обуки, одговорено е дека над 67% биле на специјализирани семинари, а само 5% биле во посета на Бриселските институции.

Во врска со прашањето за тоа кој и каков тип обука и теми врзани за евроинтеграцискиот процес на земјата е најсоодветна за новинарите, покрај високиот процент на молк од уредниците, 74% не го одговориле прашањето, оние кои одговориле дале разнообразни одговори од кои најмногу се изјасниле за обуки за: начини и пристап до информации директно до ЕУ институции, НВОи, тинк-тенк организации во Брисел и сл. (16%); правила за комуникација со прес-службите во Брисел (13%); директна комуникација со одредени личности (11%); директна комуникација со дипломатското претставништво на Р.С. Македонија во Брисел (11%).

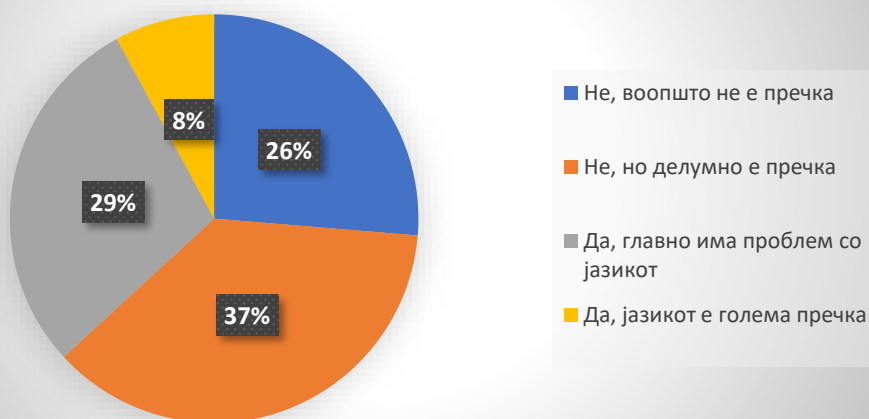
Покрај теоретски знаења за структурата на ЕУ, поставеност, начин на донесување одлуки, Директиви и сл., кој тип на практична новинарска обука за подобро известување на ЕУ и пристапните преговори на Р.С. Македонија би била најкорисна за новинарите?

- Информации и знаења за функционирањето на ПР одделот на ЕУ/ЕК
- Информации и знаења за прес службите на одредени оддели (DG NEAR- European Neighborhood Policy and Enlargement Negotiations for example)
- Начини за пристап до информации директно до институции (официјални инстаграми, НВО и тинк-тенкови) во Брисел, посебно оние што следат релации Западен Балкан и ЕУ
- Правила за комуникација со Прес службите во Брисел
- Директна комуникација со одредени личности
- Директна комуникација со дипломатското претставништво на Р.С. Македонија во Брисел
- Друго
- Оставено празно

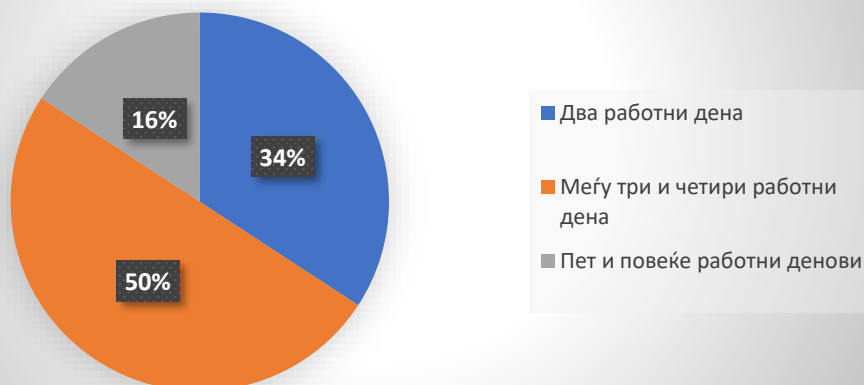


Странскиот јазик е пречка во работата за 37% од новинарите, додека, 84% од редакциите би можеле без проблем да пратат новинар на обука во времетраење меѓу два и четири работни дена.

10. Дали и колку странскиот јазик е пречка во комуникацијата со Брисел?



11. Колку време (денови) може новинар/ка да се оддвои од редакцијата за да биде испратен/а на дополнителна надградба/обука за ЕУ?





ЗАКЛУЧОК

Од сите добиени информации може да се изведат неколку заклучоци за потребите и проблемите со кои се соочуваат медиумските професионалци при работа на информативни продукти кои се однесуваат на надворешната политика со посебен акцент на евроинтегративните процеси на земјата кои се актуелни во овој период.

Уредниците се самокритични при оценувањето на квалитетот на новинарските производи бидејќи мнозинството дале средна оцена за ова прашање, а причините за тоа најмногу ги посочуваат во „надворешен фактор“, т.е. финансиска кондиција на маркетинг „колачот“ во државата и недоволна инвестиција на менаџментот од медиумот во надградба на новинарскиот потенцијал која би резултирала со поквалитетна понудена содржина. За формалното новинарско образование уредниците одговараат дека тоа им дава солидни теоретски знаења за општествени теми вклучително и за темите за ЕУ и НАТО, но проблемот настанува при современата практична работа во креирањето на новинарски продукти и примената на стекнатите знаења. Најголем број од медиумите немаат агенциски претплати, а официјалните извори ги обезбедуваат самостојно. Мал е бројот на новинари кои се специјализирани за надворешна политика и за ЕУ/НАТО теми, а поголемиот број од анкетираниите уредници не би имале проблем да испратат новинар на дводневна или повеќедневна обука за овие теми. Дополнително познавањето на странски јазик за комуникација со странство сеуште останува предизвик за повеќето новинари ангажирани во медиумите од земјава.



Проектот е финансиран од Европската Унија

„Медиумите за ЕУ“ го спроведува Евротинк во партнерство со АЛДА и БИРС

