

ПЕЧАТЕНИОТ ПЕЈСАЖ ВО МАКЕДОНСКИТЕ МЕДИУМИ**Вања Мицевска**

Студент на втор циклус на студии на Комуникациски менаџмент и односи со јавноста
на Правен факултет, Универзитет “Гоце Делчев”-Штип
E-mail: vanjamicevska@yahoo.com

Апстракт

Со нив почнало масовното комуницирање, но денес им се заканува изумирање. Печатените медиуми како пример за големата брзина со која се менува глобалното општество, сега се во сенка на новите медиуми и веќе не ја уживаат улогата на главен информатор на публиката како порано. Во нашата земја, најдобриот период за печатените медиуми почнува во четириесеттите години, а нивниот пад се случува со доаѓањето на новиот век. За разлика од порано кога имало стотина, денес во нашата земја има само триесетина печатени медиуми, а дел од нив за да опстојат, добија субвенции од државата.

Клучни зборови: *комуникација, медиуми, печат, информации, публика*

PRESS RELEASE IN MACEDONIAN MEDIA**Vanja Micevska**

Student of Communication Management and Public Relations studies at the Faculty of Law,
University "Goce Delcev" - Stip
E-mail: vanjamicevska@yahoo.com

Abstract

Mass communication began with them, but today they are threatened with extinction. Print media as an example of the high speed that changes in our global society are now overshadowed by new media and no longer enjoy the role of a major informant of the public as before.

In our country, the best period for print media begins in the forties, and their decline occurs with the advent of the new century. Unlike in the past when there were hundreds, today in our country there are only thirty printed media, and some of them to survive, received subsidies from the state.

Key words: *Communication, Media, Press, Information, Auditorium*

Вовед

Посреден елемент во секојдневното општење, односно комуницирање – вака накратко би го дефинирале медиумот, чија етимологија говори дека неговото име потекнува од латинскиот збор *medius*, што значи токму посредник. Медиумот е средство за интеракција со кое пренесуваме одредена порака од комуникаторот до реципиентот.

Начинот на кој ја обликуваме пораката е директно зависен од медиумската техника, а меѓу медиумските техники пред се' се вбројуваат печатарската технологија, радиобрановите, телевизиските канали, односно филмските ленти и така натаму.¹

Во суштина, медиумските техники ги претставуваат клучните разлики меѓу медиумите, а тоа што е заедничко за сите нив е што имаат улога на посредници, или поточно на пренесувачи на секоја порака што се остварува во комуникацискиот процес. Така на пример, со печатарската технологија ги пренесуваме така структурираните порака, додека со помош на аудиовизуелните техники трансмитираме друг вид пораки. Пораките имаат различни структури во зависност од медиумот за кој се наменети.

Кај медиумите постојат разноразни класификации направени според различни критериуми. Така на пример, според начинот на кој ја перцепираме медиумски посредуваната порака, медиумите може да бидат:

- Визуелни (огнот, димот и сите печатени медиуми)
- Аудитивни медиуми (барабан, радио и слично)
- Аудиовизуелни медиуми (филм, телевизија, компјутерски мрежи и друго)

Според обликот на комуникативната практика пак, разликуваме:

- Медиуми за интраперсонално комуницирање (рекордер, компјутер и слично)
- Медиуми за интерперсонално комуницирање (писмо, телефон, таблет)
- Медиуми за групно комуницирање (од барабаните па се' до интерната телевизија во институциите)
- Медиум на масовното комуницирање (печат, радио, филм, телевизија)
- Мултимедии, односно медиуми за визуелно комуницирање (компјутерски мрежи)

Посебна класификација на пример, постои и само кај масовните медиуми, па кај нив ги разликуваме книгите, весниците, списанијата, радиото и телевизијата.

¹Груевски, Т. (2005), „Историја на новинарството“, „Весникарското новинарство“, страна 91-119, Центар за регионални истражувања и соработка Студиорум – Скопје



Зборувајќи за медиумите, во повеќе наврати ги споменавме печатените медиуми, кои претставуваат комплексен, но за волја на вистината, и контроверзен поим. Печатените медиуми се меѓу најстарите масовни медиуми. Пред десетици години уживале популарност кај публиката во целиот свет, за да денес нивниот број е

значително намален, засенети од моќта на новите медиуми. Развојот на печатените медиуми е неколкувековен, а тоа што претставува глобален тренд не ја одминува и нашата земја, па затоа печатениот пејсаж во македонските медиуми ќе биде тема што претстои да биде разработена во рамките на овој труд.

Поради неколкувековниот развој, подемот и падот на печатените медиуми заслужуваат особено внимание, кое подразбира истражување според одредена методологија која постепено ќе биде објаснувана во рамките на овој труд.

1. Појавата и развојот на печатените медиуми

За разлика од порано кога постоеле читалишта во кои луѓето се информирале од печатените материјали, денес печатот го читаме исклучиво сами. Тој е најстариот тип на масовен медиум, кој денес им пркоси на новите медиуми кои земаат се' поголем замав и тоа во светски рамки, се разбира не заобиколувајќи ја и нашата земја.

Во својот досегашен, неколкувековен развој, печатените медиуми доживеале големи преобразби, така што денес тие се неспоредливи со печатените медиуми од почетоците. Кај печатените медиуми постои голема разновидност и тоа според тематиката, периодичноста, техниката на печатење исто така, но и според функцијата и публиката за која истите се наменети.

Во современа смисла, појавата на печатот се поврзува со печатницата на Јохан Гутенберг, кој со истата прави револуционерна промена во начинот на комуницирање. Со печатењето на Библијата во 1455 година, тој направил промена во начинот на испраќањето на пораките, со што остава далекусежни последици во комуницирањето. Пронаоѓајќи ја машината за печатење се создава нов вид комуникација, а со усовршувањето на технологијата за репродуцирање на пишаните пораки во масовни тиражи се создава и можноста за комерцијализација на издавачката дејност. Сфаќајќи колку големо влијание во општеството може да имаат масовно пренесуваните печатени пораки, политичките елити го ставиле печатот под своите стеги. Печатот бил под строга контрола и речиси било невозможно да се пласираат објективни и критички информации. Така на пример, во Англија во 17-от век, се' што се печатело било

подложено на строга контрола, а известувањето од парламентот било дури и правно санкционирано.²

Водејќи двевековна борба за слобода, печатот полека почнал да се ослободува од цензурата, за полека но сигурно да почне да се претвора во форум за дебата за социјалните и политичките мерки кои ги одредувале општествените текови.

Весниците, односно печатените медиуми, својот развој прво го доживеале во западноевропските земји, пред се' во Германија, која е родна земја на претходно споменатиот Гутенберг, а голема популарност уживале и во Франција. Борбата против цензурата значела борба за слобода воопшто, па граѓаните своето незадоволство го искажувале преку демонстрации и штрајкови. Тие најизразени биле токму во деветнаесеттиот век, период кој значи подем за печатените медиуми. Бидејќи овој тренд бил меѓународен, не го заобиколил и регионот, па така почнуваат да „никнуваат“ првите печатени медиуми во Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Грција, па и кај нас, каде првите весници датираат од 1885 година.

2. Развојот на македонскиот печат

Првите весници во Македонија се појавиле во втората половина на седумнаесеттиот век, но информациите кои тие ги пласирале не биле на македонски јазик. Првите македонски весници впрочем, ги имале своите тиражи надвор од границите на Македонија.³ Тие се печателе и продавале најчесто во Белград, Софија и Цариград, како манифестација на слободниот дух на македонскиот народ кој се борел за социјална и национална слобода. Сепак, во нашата земја немало весници на македонски јазик во доволен тираж, па публиката ги читала весниците на бугарски и српски јазик, а оние кои разбирале се информирале и од весниците на англиски или пак на француски јазик.

Една од најпознатите печатници во нашата земја која се споменува од тој период, е печатницата „Вардар“ која функционираше во Скопје од 1908 – та година. По Младотурската револуција таа доживела преобразба, па во периодот од 1910 до 1912 година оттука излегувал весникот „Социјалистичка зора“, кој претставувал јавно гласило на Социјалдемократската партија во Скопје. Во периодот меѓу двете светски војни, печатарството во Македонија почнало да се развива, па тогаш бројот на печатници бил десетина, а меѓу попознатите била државната печатница „Немања“. По четириесеттите години, печатарството почнало да зема замав и во внатрешноста, така што се отвориле повеќе печатници во Битола, Тетово, Штип и во некои други градови.

Весниците на македонските емигранти

Весниците кои се издавале на македонски јазик надвор од Македонија, ги издавале нашите емигранти кои ги користеле печатот како елемент во нивната револуционерна борба за слобода. Еден таков е весникот „Македонски глас“. Него, почнувајќи од 1885 година го издавале македонските емигранти во Бугарија со цел преку него да ги истакнат македонските специфичности и битие. Овој весник се издавал

²Миронски, Ј. (2008) „Печатено новинарство“, „Историја и развој на печатот“, страна 6-11, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста - Скопје

³Груевски, Т. (2005) „Историја на новинарството“, „Појавата и развојот на македонскиот печат и новинарството“, страна 211 - 234, Центар за регионални истражувања и соработка Студиорум - Скопје

еднаш неделно под уредништвото на битолчанецот Димитар Ризов и велешанецот, Илија Ѓоргов. „Македонски глас“ се издавал две години. Во тој период биле отпечатени триесет и пет изданија, кои придонеле македонското прашање да се афирмира како политички и дипломатски проблем од европско значење.

Истовремено, тогаш почнува и издавањето на уште еден македонски весник во бугарскиот главен град, Софија. Се работи за весникот „Вардар“, каде директор бил охриданиецот Коста Шахов, а уредник Иван Шандоров од Штип. Тие преку своите објави претпочитале пред се своите сонародници во Бугарија да ги информираат за настаните во родната земја. Овој весник успеал да опстане до 1893 година, а година дена пред неговото згаснување излегува од печат и првиот број на весникот „Лоза“. Македонските весници доживеале подемот особено во дваесеттиот век. Дел од нив имале и широка дописничка мрежа, која информирала за настаните.

До 1903-та година, во бугарските градови каде била концентрирана македонската емиграција излегувале од печат и весниците „Емиграција“, „Автономна Македонија“, „Автономија“ и многу други.

Македонскиот печат бил застапен во Грција, Србија, Хрватска, но и подалеку, односно во Русија, па дури и во Америка, при тоа значително придонесувајќи за ослободителната борба во Македонија и мобилизирајќи ги масите. Во Србија првиот весник на македонски јазик се појавил во 1905 година под името „Аутономна Македонија“. Овој весник македонските емигранти го издавале на српски јазик, но тамошната влада се сомневала дека истиот излегува со финансиска поддршка од Бугарија, па година дена подоцна весникот е забранет, а издавачите биле прогонети од Србија. Во овој период, свои печатени медиуми имале и Македонците во Грција. Поконкретно, емигрантите во Солун ги печателе весниците „Единство“, „Отчество“, „Светлина“ и други.

Печатот кој во тој период го издавале Македонците според техничките, но и другите можности со кои располагале, успеал да изигра улога на важно средство за развивање на борбениот морал и револуционерната свест.

3. Современиот македонски печат

Современата димнезија, македонскиот печат ја добива со појавата на весникот „Нова Македонија“, кој иако не ужива веќе толку голема популарност, постои и до ден денес. Првиот број на овој весник е отпечатен во 1944 година во Горно Врановци, кога за уредник е назначен новинарот, Васил Ивановски. Весникот кој тогаш имал осум страници, бил печатен во мал тираж и дистрибуиран до здруженија и штабови, со што станува прв официјален документ испечатен на кодифициран македонски јазик. Извесно време овој весник се печател во Битола, по што почнува да се печати во Скопје.⁴

Во четириесеттите години од дваесеттиот век во Македонија, покрај весникот „Нова Македонија“ кој се смета за најпознат од тој период, се издавале дури околу сто весници кои ги создаваат темелите на современиот македонски печат. Во овој период, на медиумскиот пазар во тогашна Македонија како федерална единица на СФРЈ, се печателе и повеќе неделници како „Бирлик“, „Остен“ и „Флака“ (на албански јазик). На читателите им биле достапни и повеќе специјализирани списанија како младинското

⁴Шопар, В. (2011), „Масовни медиуми и комуникации“, „Медиумскиот пејсаж во Македонија“, страна 134-164, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста - Скопје

списание „Млад борец“ или пак, „Жена“, списание наменето за жените и семејството. Исто така, се печатело и списанието „Културен живот“ кое пласирало информации за културно-уметничкиот живот во земјата.

Се’ до 1963-та година, тоа бил единствениот дневен весник во нашата земја. Истата таа година, во ноември, од печат излегува првиот број на вториот дневен весник „Вечер“.⁵ Во овој период, печатените медиуми почнале да земаат замав, на тој начин што се зголемува бројот на неделници, а меѓу нив како почитани се издвоиле „Штипски весник“, „Битолски весник“, „Енигма“, „Развигор“, „Безбедност“ и така натаму, со што граѓаните имале цела лепеза од можности да се информираат детално за различните области од нивното секојдневие. Дневните весници „Нова Македонија“, „Вечер“, „Флака“, „Бирлик“ и неделникот „Пулс“ биле под капа на тогаш, најголемата издавачка куќа НИП Нова Македонија. До 1998 година, ова претпријатие било државно и како такво било субвенционирано од државниот буџет, но со почетокот на новиот век подлежи на неуспешна приватизација и тогаш за некои новинари почнува вистинска голгота, откако платите за неколку месеци не им биле исплатени.

Дека печатените медиуми уживале многу поголема популарност пред новите да земаат замав, говорат и бројките за нивните тиражи. Во деведесеттите години, водечките весници на македонски јазик имаче вкупен тираж од педесетина илјади примери, за таа бројка денес да биде преполовена.

Печатениот пејсаж во македонскиот медиумски простор, добива на плуралност токму во деведесеттите години. Во 1996 – та година, стартува весникот „Дневник“.

Две години подоцна, излегуваат од печат „Факти“ и „Македонија денес“, како и првиот спортски дневен весник „Македонски спорт“. Година дена подоцна, медиумската индустрија е побогата за уште еден печатен медиум, а тоа е „Утрински весник“.

Весникот „Дневник“ е прв приватен весник во државата и тој им пркосел на весниците кои опстојувале под државната капа. И покрај целта да се одржува со сопствени средства, овој весник вовел цена значително пониска од онаа по која се продавале весниците на НИП Нова Македонија. Со самото тоа, цената од 30 денари по која се продавале дотогаш, морала да биде намалена, па практично на читателската публика сега и’ се дало можност за истите пари да биде поинформирана. Намалените цени на печатените медиуми го зголемиле тиражот на истите македонскиот медиумски пазар.

Години подоцна, се појавија весниците „Време“ и „Шпиц“ како силна конкуренција на претходно споменатите весници. Интересно е тоа што „Шпиц“ немаше цена на чинење, па можеби и фактот дека беше бесплатен влијаеше на големиот тираж. Овие весници ги издаваше фирмата „Плус продукција“, под чија каша се издава и весникот „Коха е ре“.⁶ На петти јули 2000 година, од печат излегува првиот број од весникот „Вест“. Новиот век претставува нова ера за македонскиот медиумски простор. Имено во 2003 година, „Дневник“, „Утрински весник“ и „Вест“, почнуваат да функционираат под капата на германски ВАЦ и тоа е првото официјално влегување на странски капитал во домашната медиумска индустрија.

⁵Груевски, Т. (2005) „Историја на новинарството“, „Печатот и новинарството по втората светска војна“, страна 261 – 284, Центар за регионални истражувања и соработка Студиорум – Скопје

⁶<https://www.slobodnaevropa.mk/a/24253316.html>

4. Борбата за опстанок на печатените медиуми

Деценија подоцна, печатените медиуми го земјава почнуваат да водат буквално борба за опстанок, во која први губат весниците на „Плус продукција“, чија сметка во 2011 година е блокирана од Управата за јавни приходи, поради неплатен долг од еден милион евра.

Шест години подоцна, згаснуваат и „Утрински весник“ и „Вест“ на чии насловни страници од последните броеви на 29-ти април 2017 година, беше напишано „До наредно гледање“ и „Чао“.⁷ Причина за згаснувањето, како што тогаш објаснија од менаџментот, е тешката финансиска состојба нафирмата „Графички центар“, во чија сопственост е Медиа Принт Македонија (МПМ), издавач на Дневник, Утрински весник, Вест, Македонски спорт, Теа модерна и порталот Телеграф. Два месеца подоцна, згасна и првиот приватен весник „Дневник“.⁸

Додека 2017-та се покажа како кобна за дел од дневните весници, истата таа година, под мотото „Читај Вистина, биди Независен“ се „роди“ новиот печатен медиум „Независен весник“.⁹ Овој весник кој пласира содржини под уредништво на новинарката Слободанка Јовановска е бесплатен и излегува пет пати во неделата. Во моментот, освен „Независен“, на читателската публика како дневни весници и’ се достапни и „Слободен печат“, како и добро познатите „Нова Македонија“ и „Вечер“. Печатениот пејсаж во македонските медиуми и понатаму го краси неделникот „Фокус“ кој пласира истражувачки новинарски стории, главно поврзани со економијата, политиката и здравството. Иако малку, на киосците може да се најдат и неделници чии содржини не се поврзани со политиката, а меѓу популарните се „Убавина и здравје“ и „Портрет“ кој се печати од 2016 година.

Најсветлата точка во печатените медиуми, се чини е списанието „Лице в лице“. Ова списание кое се продава по 100 денари, ја игра улогата на општествено одговорен медиум поттикнувајќи го социјалното претприемништво. Ги обработува прашањата поврзани со животот на маргинализираните граѓани во нашето општество, па оттаму и идејата продавачите на списанието да бидат од ранлива група, која има потреба повеќе да се вклучи во општеството.

Во главно, печатените медиуми иако се’ уште присутни, им пркосат на новите и веќе не уживаат толку голема популарност како порано. Дека печатените медиуми се во незавидна ситуација, говори и фактот што неодамна државата одлучи да воведо нова мерка за поддршка на истите, односно субвенции. На почетокот на оваа година, на 11 печатени медиуми државата им доделени околу 700 илјади евра. Овие пари беа распоредени на пет дневни весници (од кои 2 на албански јазик), три неделници, два локални весника и весникот Заман, кој се печати на турски јазик. Сепак, по реакција на турската амбасада во Скопје, овој весник реши да се откаже од субвенциите.

⁷<https://prizma.mk/utrinski-vesnik-vest-izlegoa-za-posleden-pat/>

⁸<https://prizma.mk/zgasna-dnevnik-prviot-privaten-vesnik-vo-makedonija/>

⁹<https://novatv.mk/utre-izleguva-prviot-na-nezavisen-nov-dneven-pechaten-medium/>

5. Заклучок

Четириесеттите години претставуваат „нова ера“ во светот на комуникологијата и период кога печатените медиуми стануваат особено популарни. Македонскиот народ ја искористил моќта на овие медиуми како мобилизатор односно организатор во својата ослободителна борба. Дел од весниците на македонски јазик всушност и не се издавале во Македонија, туку во земјите од регионот каде Македонците главно емигрирале. Во овој период, се случува и круцијалниот пресврт во развојот на печатот, а во истиот, во Македонија се појавиле околу сто весници. Со појавата на дневниот весник „Нова Македонија“, кој се уште постои македонската информативна дејност добива еден вид нова димензија. Токму тогаш, почнува да се гради и модерното македонско новинарство, кое за жал подоцна губи од својата објективност. Ако порано, освен дневните весници, имало неделници во кои посебно се пласирале информации за борбата за работнички права на синдикалците во фабриките, за спортските случувања, за локалните новости, за новостите од светот на модата и убавината и слично, денес бројот на печатени медиуми изнесува 28. Ова го покажуваат податоците од регистрот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, но и покрај оптимизмот на одредени медиумски работници, печатените медиуми во земјава кубурат со кадар, а тиражите се неспоредливи со оние од порано.

За тоа говори и фактот дека со цел да ја подобрат состојбата во која се наоѓаат печатените медиуми, властите одлучија да доделат субвенции. Своевремено, од позиција на власт, и сега опозициската партија ВМРО-ДПМНЕ ветуваше субвенции за печатените медиуми, откако тоа го побара самата Асоцијација на печтени медиуми, зашто во спротивно, како што сметаат оттаму, им се заканува изумирање.

Библиографија:

- Груевски, Т. (2005) „Историја на новинарството“, „Весникарското новинарство“, страна 91-119, Центар за регионални истражувања и соработка Студиорум – Скопје;
- Груевски, Т. (2005) „Историја на новинарството“, „Појавата и развојот на македонскиот печат и новинарството“, страна 211 - 234, Центар за регионални истражувања и соработка Студиорум – Скопје;
- Груевски, Т. (2005) „Историја на новинарството“, „Печатот и новинарството по втората светска војна“, страна 261 – 284, Центар за регионални истражувања и соработка Студиорум – Скопје;
- Миронски, Ј. (2008) „Печатено новинарство“, „Историја и развој на печатот“, страна 6-11, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста – Скопје;
- Шопар, В. (2011), „Масовни медиуми и комуникации“, „Медиумскиот пејсаж во Македонија“, страна 134-164, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста – Скопје;

Веб ресурси:

[Денеска последни изданија на „Време“ „Шпиц“ и „****е Ре“ „Утрински весник“ и „Вест“ излегоа за последен пат](#)
[Згасна Дневник, првиот приватен весник во Македонија](#)

[Утре излегува првиот број на “Независен”, нов дневен печатен медиум](#)