



И Н С Т И Т У Т  
ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ

**Скратена општа програма**

**за работа на Институтот за комуникациски студии (ИКС)  
за периодот 2012 - 2016 година**

**Скопје, 2013 година**

## **I. За потребата од основање на Институтот**

Институтот за комуникациски студии (ИКС) го основа Високата школа за новинарство и за односи со јавноста со цел да ги унапредува комуникациските студии како дисциплина кој ги изучува сите форми, начини, медиуми и консеквенци од комуницирањето, преку хуманистички и општествени истражувања. Институтот ќе спроведува фундаментални и применети истражувања во две следниве области: новинарството, медиумите, односите со јавноста, политичката комуникација, корпоративното комуницирање, интегрираните маркетинг комуникации и други сродни области. Институтот ќе претставува референтна научно-истражувачка организација која ќе им служи на истражувачките, професорите и практичарите во сферата на комуникациите, давајќи им поддршка и платформа за нивниот професионален интерес за научно-истражувачка дејност.

Иницијативата за формирање Институт за комуникациски студии се темели врз потребата да се понудат нови области на научно истражување и на постдипломски студии во согласност со краткорочните и долгорочните приоритети за развој на научно-истражувачката и високообразовната дејност во Република Македонија. Медиумите и новинарството во Република Македонија, во последниве две децении, главно беа опфатени со сферата на применетите истражувања. Поради низа причини, академскиот интерес за оваа област беше редуциран на мошне мал број поединечни студии. Од друга страна, во сферата на корпоративното комуницирање и односите со јавноста која во земјава допрва почнува да се развива, речиси воопшто не постојат фундаментални истражувања. Поголемите приватни компании во развивањето на стратемските цели во комуницирањето главно се потпираат на резултати од применети маркетиншки истражувања кои ги спроведуваат неколку приватни истражувачки агенции. Натаму, процесот на приближување до Европската унија и до нејзиниот систем на научни истражувања и високообразовна дејност на ниво на постдипломски студии (специјалистички, магистерски и докторски студии) налага радикални промени на организациските модели, брзо прилагодување и отвореност кон постојана промена, динамични форми на организација, поврзување и соработка на високообразовните и научно-истражувачките институции и постојана циркулација и размена на наставен кадар, истражувачи и студенти.

Дејноста на идниот Институт за комуникациски студии, во оваа смисла, треба да го надомести сериозниот недостаток од емпириски истражувања во овие две области кои би имале за цел да понудат сеопфатно теоретско објаснување на општествените, културните, институционалните и социјално-психолошките аспекти на употребата на медиумите и на комуникациските технологии, како и да ја унапредат академската дебата и научната теорија во овие две области. Главен фокус на научно-истражувачката дејност на ИКС ќе биде комуницирањето во јавната сфера и промените што во нашето општество, неговите институции и

организации се случуваат преку медиумите и јавната сфера. Истражувањето на структуралната трансформација на јавната сфера ќе се фокусира на: промените во јавната комуникација и на нејзините ефекти врз пошироките општествени процеси; на заемните односи меѓу сферата на медиумите, економија и политиката; на ефектите од „медијатизацијата“ на општествените системи, институции и процеси како последица на структуралната трансформација на јавната сфера; на општествените, економските, културните и политичките промени што ги предизвикуваат технолошките промени во медиумскиот сектор и др.

Од ова произлегуваат главните општествени придобивки од формирањето на Институтот за комуникациски студии што најкусо може да се сублимираат во следното: придонес во развојот на научната мисла, подигање на научното ниво во истражувањата на новинарството, медиумите, корпоративното комуницирање и комуникациите широко, придонес во едукацијата на нов истражувачки и наставен кадар и во дисеминацијата на стекнатото знаење во овие две области.

Истражувањата ќе се спроведуваат врз основа на строги методолошки стандарди, а нивното финансирање ќе се обезбедува со поддршка од компаниите од приватниот сектор, од фондации и од други извори кои финансираат истражувачки проекти во овие области.

Целите на ИКС се следниве:

- Да се промовираат и развиваат релевантни фундаментални и применети истражувања чија цел е да се унапреди теоретското знаење и истражувачката пракса во сферата на комуницирањето, медиумите и односите со јавноста.
- Да се обезбеди поволно опкружување и поддршка за развој на академските и применетите истражувања во областа на комуницирањето, медиумите и односите со јавноста кои се поврзани со процесот на наставата и учењето (создавање и ширење на знаењето);
- Да се развиваат иновативни идеи и правци во истражувањата што се поврзани со потребите на индустријата, јавниот и цивилниот сектор во областа на комуницирањето;
- Да се поттикнува развојот на младите кадри во истражувачката дејност преку вклучување на студентите и на други млади истражувачи во оваа област;
- Да се развива и поттикнува придонесот на Институтот и на Високата школа во развивањето на професионалните стандарди во областа на новинарството, односите со јавноста и корпоративното комуницирање.
- Со публикување на резултатите од истражувањата за актуелни теми и прашања да се даде придонес во јавната дебата и во градењето на политиката во областите во кои работи Институтот.

## **II. НАУЧНО-ИСТРАЖУВАЧКА ДЕЈНОСТ**

Комуникациските студии на Институтот имаат интердисциплинарна перспектива низ која се испреплетува истражувачкиот интерес на повеќе истражувачи од општествените и хуманистичките науки. Во делот на општествените науки, предметот на комуникациските студии се преклопува со социологијата, психологијата, антропологијата, политичките науки, економијата, историјата, правото и јавната политика. Од хуманистичка перспектива, комуникациите се во фокусот на реториката, семиотиката, лингвистиката, културните студии и други области. Истражувачката активност на ИКС ги инкорпорира сите овие спекти и се фокусира на две генерални истражувачки области: (1) Новинарството и медиумите и (2) Односите со јавноста, корпоративното комуницирање и интегрираните маркетинг комуникации.

### **(1) Истражувања на новинарството и на медиумите**

Состојбата во која се наоѓаат новинарството и медиумите во Република Македонија наметнува потреба од релевантни и сеопфатни истражувања со кои академската заедница ќе даде придонес за развој на оваа значајна општествена сфера и за подигнување на професионалните стандарди и етичките вредности. Истражувачката дејност на ИКС е насочена не само кон идентификување на тенденциите, проблемите и причините за состојбата новинарството и медиумскиот сектор, туку и кон откривање нови сознанија и информации за употребата на новите медиуми и технологии што можат да им помогнат на редакциите и медиумите во изнаоѓањето идеи и решенија за нивниот иден развој. Истражувањата ќе бидат насочени кон следните потесни истражувачки области:

- *Публиката на масовните медиуми*
- *Медиумски содржини и улогата на медиумите во општеството*
- *Развој на новите медиуми и јавната сфера*
- *Медиумски институции и медиумска економија*
- *Медиумска политика*
- *Медиумска економија*

### **(2) Истражувања на односите со јавноста и корпоративното комуницирање**

Корпоративната комуникација е управувачка функција која настојува на најефикасен начин да ги хармонизира сите облици на интерна и екстерна комуникација со цел во јавноста да се постигне позитивна слика за компанијата или за организацијата. Во досегашните комуникациски истражувања во Македонија се посветуваше малку внимание на улогата на комуницирањето во вкупниот успех на една компанија или организација. Вниманието беше еднострано насочено само кон односите со јавноста и кон маркетинг комуникацијата.

Институтот ќе нуди нови видови истражувања кои можат да ја унапредат теоријата на комуникациите во оваа област и кои реално можат да им помогнат на менаџерите и професионалците за комуникации во нивното секојдневно работење, но и во подобрувањето на вкупниот успех на компанијата или организацијата. Потесни области во кои ќе се реализираат истражувањата се следните:

- *Однесувањето на вработените во компаниите*
- *Корпоративно брендирање*
- *Управување со ситуации и комуницирање во период на криза*
- *Истражувања на репутацијата*
- *Анализа на процесот на комуникација*
- *Истражувања на односите со јавноста*
- *Истражувања на социјалниот маркетинг*

### **III. ПОСТДИПЛОМСКИ СТУДИИ**

Заради остварување на својата цел да го поттикнува развојот на младите кадри во истражувачката дејност Институтот организира постдипломски студии во двете научно - истражувачки области кои се главен домен на неговото работење: (1) магистерски студии од областа на корпоративното комуницирање и односите со јавноста, (2) магистерски студии од областа на медиумите и новинарството. Истражувачката дејност на Институтот ќе биде поврзана со процесот на наставата и учењето на овие постдипломски студии, со цел да се создаваат нови кадри кои по завршувањето на студиите ќе бидат оспособени да се занимаваат со научно - истражувачка дејност во наведените области.

#### **(1) Студиска програма за Менаџирање на стратески комуникации**

Комуницирањето во корпоративен контекст денес се третира како управувачка функција која директно придонесува за развојот и успехот на една компанија. Комуницирањето на една компанија или организација не може да се сведе само на работата на едно лице задолжено за внатрешна или надворешна комуникација. Комуницирањето е составен дел на управувањето и претставува сложен процес за кој е неопходно да се поседуваат низа специфични знаења од различни области.

Студиската програма од втор циклус на Институтот за комуникациски студии идните студенти ќе ги оспособува за менаџери по комуникации на највисоко ниво, во сите сектори: приватните компании, јавната администрација, невладините организации и др. Пристапот на ИКС ќе им овозможи на студентите да стекнат глобална перспектива за комуникациите, без разлика дали станува збор за компанија, државна институција, непрофитна организација или за меѓународни односи со јавноста, и

да станат комуникациски професионалци способни да управуваат на највисоко ниво во организациите. Посебен акцент во оваа студиска програма ќе биде ставен на аспектот на интеркултурната комуникација.

### **(3) Студиска програма за Менаџирање на медиуми и мултимедија**

За да се постигне успех во медиумското работење неопходно е да се создаде и одржува моќна основа за ефективно управување и континуирано развивање на лидерските вештини. Тоа, пак, треба да доведе до промовирање на слободно и плуралистичко новинарство и независност и одржливост на медиумите, што е суштински елемент во модерните демократски општества. Менаџирањето со медиумските организации подразбира управување со креативноста, развој на стратешкото размислување и анализа на променливото медиумско опкружување. Тргувајќи од овие постулати, магистерските студии за менаџирање на медиумите и мултимедија ќе ги научи студентите да размислуваат критички и аналитички, претставувајќи им ја новата улога на медиумите во интерес на јавноста, ќе ги научат да користат методите на истражување во масовните комуникации за анализа на пазарот и за сегментирање на публиката, како да го практикуваат интерактивно и онлајн новинарство, да создаваат мултимедијални новинарски содржини и да ја развиваат интеракцијата со публиката. Програмата нуди можности за продлабочена едукација во областа на медиумското претприемништво, мултимедијалната продукција, дигиталните медиуми и конвергенцијата, како и дигиталната и аудиовизуелната култура. Во вториот циклус на студиската програма на Институтот за комуникациски студии прв пат во Македонија се нудат основни и специфични знаења од областа на менаџмент на медиумите кои ќе ги внесат студентите во економско разбирање, изучување, толкување и комуницирање во медиумската индустрија. Оваа програма е логичен баланс на теорија и пракса фокусирана на современите трендови во медиумите и медиумскиот пазар, која ќе им овозможи на студентите, активните новинари, медиумските професионалци, менаџерите на медиумите професионално и подготвено да ги искористуваат предностите на новите медиуми и да се соочуваат со неизбежните предизвици во комуникациите. Со работа на студии на случај и проблеми од праксата, студентите се поттикнуваат на развивање аналитички способности, носењето одлуки во улога на раководители на успешни и профитабилни медиумски организации нудејќи квалитетна програма и професионална продукција.

## **IV. ИЗДАВАЧКА ДЕЈНОСТ**

Резултатите од истражувањата и теоретските текстови од областа на комуникациите, медиумите и односите со јавноста ќе се објавуваат во истражувачки монографии, научни списанија и други печатени или онлајн

публикации. Со цел да ја поттикне научната дебата и да ја развива размената на знаење во областите на своето дејствување, ИКС ќе организира и семинари, симпозиуми, научни советувања и конференции на кои ќе учествуваат научни работници и истражувачи од земјава и од странство.

- Истражувачки монографии. Во едицијата „Истражувања“ ќе бидат публикувани резултатите од различните истражувачки проекти што ќе ги спроведува Институтот во двете главни области на истражување. Сите овие публикации ќе се објавуваат во електронски формат на Веб страницата на Институтот, а дел од нив ќе се објавуваат и во печатени изданија.
- Книги. Истражувачите на Институтот ќе објавуваат и теоретски трудови во доменот за кој се специјализирани. Во оваа едиција ќе бидат публикувани и докторските и магистерските тези на дел од истражувачите на Институтот и студентите на постдипломските студии.
- Академски статии во други научни списанија и зборници. Дел од истражувачите на Институтот ќе објавуваат свои трудови и во странски списанија од познати издавачи и во зборници.
- Зборници од научни собири и конференции. Трудовите презентирани на симпозиумите и научните конференции што ќе ги организира Институтот ќе бидат публикувани во посебна едиција – зборници.

## **V. КАДРОВСКИ ПОТЕНЦИЈАЛ, ОПРЕМА И ФИНАНСИСКИ РЕСУРСИ**

### **(1) Интердисциплинарен тим од истражувачи**

Интердисциплинарноста како приод во современите научни истражувања е императив. Многу феномени на општествената реалност не можат да се разберат или објаснат само во рамките на една научна дисциплина. Во Институтот е ангажиран интердисциплинарен тим од истражувачи кои имаат знаење и богато искуство во областите на истражување со кои ќе се занимава Институтот:

- 1) Д-р Весна Шопар, доктор по комуникациски науки, предавач на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста  
*области на истражување:* медиуми и политика, етика во новинарството, медиумска регулација, истражувања на медиуми и публика, јавен радиодифузен сервис.
- 2) М-р Игор Мицевски, магистратура на London School of Economics (тема: Национализам и Етницитет), предавач на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста  
*области на истражување:* глобализација, пост-тоталитарни системи и конфликт, мултикултурализам, методи на компаративна политика, инклузивно новинарство, етика во новинарството.

- 3) Д-р Љупчо Ефремов, доктор на психологија, предавач на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста  
*области на истражување:* корпоративна репутација и углед, корпоративно брендирање, однесување на вработените, анализа на процесот на комуникација, истражувања на ефектите од кампањи за односи со јавноста.
- 4) Д-р Снежана Трпевска, доктор на социолошки науки, докторат по методологија на социолошки истражувања на Филозофскиот факултет (одбрана во јуни 2012), Доцент на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста  
*области на истражување:* корпоративна репутација и углед, истражувања на медиуми и публика, медиумска политика, истражувања на медиумските содржини, ефекти од медиумските содржини, јавен радиодифузен сервис.
- 5) М-р Мери Каранфиловска, кандидат на докторски студии по социјален маркетинг, предавач на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста  
*области на истражување:* корпоративна репутација и углед, социјален маркетинг, истражување на односите со јавноста.

Покрај истражувачите кои ќе бидат редовно вработени во Институтот, во истражувањата и на постдипломските студии ќе бидат ангажирани и поголем број надворешни експерти и истражувачи од земјава и од странските институти и високо - образовни институции кои се партнери на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста.

## **(2) Просторни услови, опрема и литература**

Институтот е сместен во просториите на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, при што за неговите потреби ќе бидат прилагодени две простории, три училници и една просторија со компјутерска опрема. Високата школа располага со три училници по со капацитет од по 20 студентски места, радио студио, ТВ студио, 7 наставнички кабинети, библиотека со интернет места: Дополнително се превидени три училници со по 20 студентски места, амфитеатар со 60-80 студентски места и дополнителни 7 наставнички кабинети. За реализирање на наставно - научната дејност ќе се користи следната опрема инсталирана во училниците: 60 компјутери, 7 принтери, 5 скенери, 5 проектори, 2 телевизори, 6 табли, графоскопи и платна за проектирање. ТВ студиото е опремено со 4 монтажни единици, 6 дигитални преносливи камери со целокупна дополнителна опрема за снимање на терен и продукција на истата и 4 мали камери за мутлимедијална продукција. Радио студиото е опремено со дигитална миксета и опрема за продукција на радио емисии, 8 радио снимачи и др.



Високата школа за новинарство и за односи со јавноста во својата библиотека има веќе набавено голем број наслови од двете предметни области. Високата школа и МИМ поседуваат библиотека со над 4.000 книги во различни области, вклучително: новинарство, комуникации, економија, историја, политика и др.

### **(3) Извори на финансирање**

Изворите на финансирање на истражувањата ќе бидат комбинирани: домашни и странски фондови за научно-истражувачка дејност, фондови на Европската унија наменети за оваа дејност, извори од приватниот сектор. Изворите на финансирање на постдипломските студии ќе бидат од школарина и од странски фондови наменети за оваа цел.