

Анализа

РАЗВОЈОТ НА МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА СПОРЕД ИНДИКАТОРИТЕ НА УНЕСКО

*Индикаторите на УНЕСКО за развој на медиумите се достапни на
<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>*

Анализа

РАЗВОЈОТ НА МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА СПОРЕД ИНДИКАТОРИТЕ НА УНЕСКО

Издавач:	Македонски институт за медиуми ул. Јуриј Гагарин, 17-1/1 1000 Скопје Република Македонија
За издавачот:	Билјана Петковска, директор на МИМ
Уредници:	м-р Весна Никодиноска и проф. д-р Весна Шопар
Група автори:	м-р Весна Никодиноска м-р Снежана Трпевска Петрит Сарачини Билјана Петковска м-р Жанета Трајкоска м-р Слаѓана Димишкова Тамара Чаусидис Насер Селмани
Лектор:	Виолета Караџовска-Стојанова
Дизајн:	Јане Стефанов

Оваа анализа е финансирана преку регионалниот проект на УНЕСКО „Мониторинг на медиумскиот развој“. Компаративната анализа „Имплементација на индикаторите на УНЕСКО за медиумски развој во Југоисточна Европа“ (2011) е предводена од Центарот за истражување медиуми и комуникации што е дел од Факултетот за политички науки при Универзитетот во Загреб. Оваа национална студија е прв дел од компаративниот проект што го вклучува и Медија центарот при Факултетот за политички науки на Универзитетот во Белград.



ВОВЕД

Република Македонија е повеќепартиска парламентарна демократија основана во 1991 година, откако стекна самостојност по распадот на поранешната СФР Југославија. Политичкиот систем е поделен на законодавна, извршна и судска власт. Уставот е највисокиот закон во државата. Собранието е централната и најзначајна институција на државната власт и, според Уставот, тоа е претставничко тело на граѓаните и нему му е доверена законодавната власт. Претседателот се избира на општи и непосредни избори, со мандат од пет години. Извршната власт на Република Македонија е поделена меѓу Владата и Претседателот на Републиката. Владата ја избира Собранието на Република Македонија со мнозинство гласови од вкупниот број пратеници, а таа за својата работа одговара пред Собранието.

Актуелната Влада е предводена од коалицијата на десничарската партија ВМРО-ДПМНЕ на Македонците и левичарската партија Демократска унија за интеграција која ги претставува македонските Албанци, и двете со мнозинство пратеници во парламентот. Ова е трет мандат на Владата на ВМРО-ДПМНЕ, откако во 2008 и 2011 година два пати беа организирани предвремени парламентарни избори. Една од карактеристиките на Македонија е тоа што е конституирана како држава на македонскиот народ, како и на граѓаните кои живеат во нејзините граници кои се дел од албанскиот, турскиот, влашкиот, српскиот, ромскиот, бошњачкиот народ и другите. Заложбите за негување на мултиетничкиот карактер на државата се рефлектираат во сите сфери на општеството и државата, на локално и на централно ниво.

Според податоците на Државниот завод за статистика на Македонија во Република Македонија во 2011 година живееле 2.057.284 жители на вкупната територија од 25.713 км². Номиналниот бруто-домашен производ по глава на жител за 2010 година изнесувал 3.360 евра (според Државниот завод за статистика на Македонија), а според Светските индикатори за развој, Македонија е земја со висок среден приход (анг. „Upper middle income“), односно спаѓа во групата средно развиени земји. Според Индексот на човечки развој (анг. „Index of Human Development“), државата се наоѓа на 78 место и е во редот на земји со висок степен на човечки развој.

Македонија е 38-ма членка на Советот на Европа и дел од Светската трговска организација од 2003 година. Македонија ја ратификува Конвенцијата за заштита на човековите права и основните слободи во 1997 година. Во однос на приближувањето кон Европската унија, државата ја потпиша Спогодбата за стабилизација и асоцијација во 2004 година, додека, пак, од 2005 година има статус на кандидат за членство во Европската унија. Извештаите на Европската комисија за напредокот на земјата, од 2006 до 2011 година, меѓу другите области, ги нотираат и проблемите и постигнувањата во сферата на слободата на изразување, како и во делот што се однесува на медиуми и информатичко општество.

Плурализацијата и демократизацијата на медиумскиот простор во Македонија почна по осамостојувањето на државата по 1991 година. Дотогаш сите електронски и печатени медиуми, печатниците и другите продукциски фирми беа во државна сопственост. Промените прво ја зафатија сферата на електронските медиуми, при што беа отворени многу приватни телевизиски и радиостаници (повеќе од 300), од кои повеќето работеа нелегално. Бројот на електронските медиуми се намали по донесувањето на првиот Закон за радиодифузна дејност во 1997 година. Во 1991 година, програма почна да емитува првото приватно радио, а во 1993 година беше отворена првата



приватната телевизија (тоа беше ТВ А1, која престана да работи во 2011 година). Со отворањето приватни електронски медиуми се разниша монополот на Јавниот радиодифузен сервис МРТ. Плурализацијата во сферата на печатените медиуми, пак, се случи со излегувањето на пазарот на приватниот дневен весник *Дневник* во 1996 година, кој претставуваше конкуренција за државната НИП „Нова Македонија“. (Прв независен весник во Македонија беше дневниот весник *Република*, кој се појави на пазарот во 1991 година, но згасна по 218 објавени броја.) На почетокот на 2000-та почна падот на оваа најголема новинска издавачка куќа, по што следеше процесот на приватизација.

И домашната и странската експертска јавност со години наназад ги нотираа проблемите во медиумската сфера во Македонија, посочувајќи на политичките и економските влијанија врз медиумите (што понатаму се одразуваа врз уредувачката политика на медиумите и врз практикувањето самоцензура од страна на новинарите), политичката, финансиската и економската зависност на Јавниот радиодифузен сервис и на Советот за радиодифузија, недоследна примена на законската медиумска регулатива, државните реклами и кампањи како извор на приход за некои медиуми, неограничени парични казни за клевета и навреда и слично. Проблемите беа бројни и во изминатите 20 години се таложеа поради тоа што институциите, но, од друга страна, и самите медиумски работници неефикасно се справуваа со нив.

Првиот Закон за радиодифузна дејност беше донесен во 1997 година, со што беше поставена правната основа за регулаторно интервенирање во радиодифузијата. Сепак, клучните овластувања комплетно не му беа дадени на новиот регулатор - Советот за радиодифузија, кој во текот на првите две години од спроведувањето на Законот се соочи со своите сопствени ограничувања и неефикасност, кои, уште тогаш, резултираа со барање за измени на регулативата. Новиот Закон за радиодифузната дејност усвоен во ноември 2005 година беше речиси целосно усогласен со Директивата „Телевизија без граници“ и со стандардите на Советот на Европа на полето на радиодифузијата. Неколку клучни измени во Законот ги поставија институционалните рамки за постигнување целосен капацитет на новоименуваните членови на регулаторниот орган за донесување одлуки: Советот за радиодифузија одлучува за доделувањето, одземањето или обновувањето на радиодифузните дозволи, има овластување да донесува подзаконски акти и да врши надзор над спроведувањето на Законот, подзаконските акти и специфичните услови во радиодифузната дозвола, има овластување да наметнува санкции (иако со некои ограничувања), овластување да решава жалби итн.

Во 2011 година беше направен чекор напред во унапредувањето на ситуацијата во медиумската сфера во Македонија. Имено, беа спроведени неколку иницијативи кои околу себе ги обединија мнозинството медиумски работници. Здружението на новинарите на Македонија започна разговори со Владата околу клучните проблеми во медиумската сфера кои беа групирани во следните категории: доследно почитување на законите во медиумската сфера, транспарентност при распределбата на буџетските средства за јавните и владините кампањи, зајакнување на јавниот сервис МРТ, декриминализација на делата за навреда и клевета, како и подобрување на професионалните стандарди во новинарството. Понатаму, МИМ и Здружението на новинарите на Македонија поддржани од Амбасадата на Кралството Холандија собраа на иста маса четириесетина еминентни медиумски професионалци – уредници, новинари, експерти, академски професори – кои изработија Акциски план кој ги содржи сите проблематични области од медиумската сфера. Идејата е овој план да послужи како основа/платформа врз која ќе се градат и ќе се имплементираат натамошните политики и чекори во правец на подобрување на медиумската состојба во Македонија.

Дополнително, носител на една од идеите за средовање на состојбите во медиумската сфера беше и Министерството за транспорт и врски кое предложи концепт за донесување нов закон за медиуми, кој освен традиционалната радиодифузија, аудио и аудиовизуелната медиумска услуга на барање, како и издавањето електронски Интернет-публикации, содржеше и предлог за регулација на издавањето печат и на дистрибуцијата на печатот, а дополнително навлегуваше во уредувачките аспекти од функционирањето на сите медиуми, вклучувајќи ги и електронските публикации. Идејата за нов закон за медиуми ја подели медиумската заедница, а во текот на декември 2011 и јануари 2012 година се одвиваше јавна расправа околу текстот предложен од Министерството и околу тоа во која насока треба да се движи натамошното законско усогласување со европската регулатива.

* * *

Индикаторите за медиумски развој на УНЕСКО беа дефинирани во 2008 година од страна на Меѓународната програма за развој на комуникациите на УНЕСКО, програма специјално дизајнирана „да придонесе кон одржлив развој, демократија и владеење на правото преку поттикнување универзален пристап на дистрибуција на информацијата и на знаењето преку зајакнување на капацитетите на земјите во развој и земјите во транзиција во областа на електронските и печатените медиуми“. Целта беше да се развијат технички и човечки ресурси, што ќе промовираат трансфер на технологија, зајакнување на плурализмот и независноста на медиумите, на демократијата и на човековите права. Во последната декада промовирањето на плурализмот и различностите станаа еден од трите главни приоритети на проектите поддржани од Меѓународната програма, заедно со градењето човечки ресурси и со развојот на медиумите на заедницата.

Првата анализа според Индикаторите на УНЕСКО за медиумски развој во Европа беше спроведена во Хрватска, од страна на Центарот за истражување на медиуми и на комуникации (www.cim.fpzg.hr) во 2008/2009 година и објавена во: Peruško, Z., Perišin, T., Topić, M., Vilović, G., Zgrabljic Rotar, N. (2011) Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja. Zagreb: Politička misao, како и во англиската верзија: Peruško, Z. (2011) Media Development in Croatia According to UNESCO Media Development Indicators. Paris: UNESCO (наскоро се очекува, http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/ipdc_mdi_croatia.pdf).

Индикаторите на УНЕСКО вклучуваат пет главни категории на медиумски развој, што се составен дел од секој медиумски систем и што го рефлектираат неговото ниво на развој:

1. Регулаторниот систем како предуслов за ефикасно остварување на слободата на изразувањето, плурализмот и разновидноста на медиумите
2. Плурализам и разновидност на медиумите, пазарот и економското опкружување и транспарентност на сопственоста
3. Медиумите како платформа за демократска дебата
4. Професионален капацитет на институциите кои се основа на слободата на изразувањето, плурализмот и разновидноста
5. Инфраструктура за поддршка на независните и плуралистички медиуми

Анализата на медиумската сфера според индикаторите на УНЕСКО, која ја спроведува МИМ, и по опсег и по содржина, е прва од ваков тип во Македонија. Со надеж дека ќе го свртиме фокусот кон медиумските состојби во Македонија, ја истакнуваме потребата од постоење ваков механизам за континуирано и конзистентно скенирање на медиумската сфера.



I. РЕГУЛАТОРНИОТ СИСТЕМ КАКО ПРЕДУСЛОВ ЗА ЕФИКАСНО ОСТВАРУВАЊЕ НА СЛОБОДАТА НА ИЗРАЗУВАЊЕТО, ПЛУРАЛИЗМОТ И РАЗНОВИДНОСТА НА МЕДИУМИТЕ

A. ЗАКОНСКА И РЕГУЛАТОРНА РАМКА

1.1 Слободата на изразување во законската рамка и во практиката

Индикатори: Уставот и законските одредби со кои е гарантирана слободата на изразувањето. Кои значајни меѓународни документи државата ги има потпишано и ратификувано? Дали има некои значајни исклучоци во однос со преземените обврски од меѓународните договори? Дали јавноста е свесна и го користи своето право за слобода на изразување? Дали постојат механизми и тела кои гарантираат конкретна примена на ова право?

Слободата на изразување во Македонија е регулирана со членот 16 од Уставот, со кој се гарантира слободата на уверувањето, совеста, мислата и јавното изразување на мислата, слободата на говорот, јавниот настап, јавното информирање и слободното основање институции за јавно информирање. Слободата на изразување е гарантирана и во Законот за радиодифузна дејност (Службен весник бр.100/2005) чија цел е да обезбеди „слободата на изразувањето во радиодифузната дејност во согласност со Уставот на Република Македонија и со меѓународните договори што ги ратификувала и кон кои пристапила Република Македонија“ (чл. 2). Според Законот, „радио и телевизиските програми се темелат врз правото на слободен прием и пренесување информации и правото на слобода на изразување“ (чл. 68). Во однос на ограничувањето на слободата на изразување, Законот за радиодифузна дејност во согласност со членот 10 од Европската конвенција за заштита на човековите права, не дозволува емитување програми што се насочени кон насилно уривање на уставниот поредок на Република Македонија или кон поттикнување или повикување на воена агресија или на разгорување национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост (чл. 69), како и програми кои можат сериозно да го загрозат физичкиот, психичкиот и моралниот развој на децата и младите (чл. 70). Правните гаранции за слободата на новинарите и медиумите се зајакнаа со делумното укинување на затворската казна за клеветата во 2006 година, меѓутоа во Кривичниот законик сè уште се задржани одредбите за клеветата и навредата како кривични дела против честа и угледот. (Види повеќе во деловите I.B.1.8. и I.B.1.9)

Република Македонија ги има ратификувано релевантните европски и меѓународни правни документи кои ја гарантираат и регулираат заштитата на слободата на изразување. Европската конвенција за заштита на човековите права и основните слободи е ратификувана во 1997 година, со што членот 10 кој ја регулира слободата на изразување, односно правото на секој човек на слобода на мислење, примање и пренесување информации или идеи, без мешање на јавните власти и без оглед на границите, нормативно стана дел од нејзиниот правен поредок и практично применлив и во судската практика. Македонија, исто така, ја има прифатено и Европската конвенција „Телевизија без



граници“, која е ратификувана во 2003 година, и учествува во подготовките за нејзино хармонизирање со најновата Директива за аудиовизуелните медиумски услуги на Европската унија. Македонија е меѓу малиот број земји во Југоисточна Европа која ја прифати и Рамковната конвенција за заштита на националните малцинства, ратификувана во 1997 година, која се однесува на овозможување еднаков пристап на националните малцинства до медиумите и можноста за формирање медиуми на малцинствата со цел да се промовира толеранција и да се овозможи културен плурализам.

Нормативно, Македонија има задоволителна рамка за гаранција и заштита на слободата на изразувањето. Меѓутоа, повеќе домашни и странски организации во изминативе години, особено во текот на 2010 и 2011 година, изразуваа загриженост за слободата на изразувањето во земјава. Така, Здружението на новинарите на Македонија (ЗНМ), Македонскиот институт за медиуми (МИМ) и Самостојниот синдикат на новинарите и на медиумските работници (ССНМ), по повод одбележувањето на 3 Мај - Денот на слободата на медиумите (2011 година), истакнаа дека медиумите се изложени на силен притисок од партиите кои ги користат за политичка пресметка со неистомислениците, дека им служат на сопствениците како инструмент за исполнување на нивните политички и бизнис-интереси, законите што ја регулираат медиумската сфера се спроведуваат селективно, државното рекламирање ја поткопува независноста, а уредничките тимови се немоќни да се спротивстават на ваквиот вкрстен притисок.¹ И претседателот на ЗНМ посочи дека состојбата со слободата на медиумите, особено во 2011 година, назадува: „Слободата на изразувањето во Македонија е исклучок, не правило. Не може да има слобода кога медиумите и новинарите се изложени на жесток политички и финансиски притисок од власта. Нема амбиент кој овозможува услови за развој на професионални медиуми, кои ќе бидат коректор на власта. Имаме непочитување на законите или селективно применување и заобиколување, социјална несигурност на новинарите, дисторзиран пазар, непочитување на независноста на регулаторното тело, слаб јавен сервис, информациите од јавен карактер се тешко достапни. Не случајно Македонија од релевантни меѓународни организации се третира како земја со делумна слобода на медиумите[...]“²

Хелсиншкиот комитет за човекови права на Република Македонија (ХКЧП), пак, во својот Извештај од јуни/јули 2011 година³ ја критикува власта за задушување на слободата на говорот, како и на критичките медиуми: „Силните притисоци кон медиумите, обидот за дисквалификација на поединци и поединечни медиуми, отпуштањето новинари поради тоа што го ползувале своето демократско право на протест или се појавиле на ‘непријателска телевизија’ и, конечно, затворањето на неколку медиуми кои биле критички расположени кон власта, го помрачува медиумскиот простор во државата, а со тоа и демократијата во истата.“

И повеќе меѓународни организации со години континуирано предупредуваат на проблемите во медиумската сфера. Во последниот Извештај на Европската комисија (ЕК) од октомври 2011 година, се вели дека уставната и регулаторната рамка за слободата на изразување се добри, но дека треба да се обезбеди конзистентна и транспарентна имплементација што ќе биде на линија на правото на Европскиот суд за човекови права. Во Извештајот се нагласува дека сопственоста на

1 „Медиумскиите слободи во Македонија - сериозно загрозени“. Заедничка изјава на ЗНМ, МИМ и ССНМ, 3 мај 2011 година. Достапно преку: www.mim.org.mk

2 Насер Селмани, интервју за весникот *Дневник*, 23 септември 2011. Достапно преку: <http://www.dnevnik.com.mk/default.asp?ItemID=9B822F38EA6F2141A7D737F5E8840363>

3 ХКЧП (2011) „Месечен извештај за човекови права во Република Македонија за јуни/јули“. Скопје: ХКЧП. Достапно преку: <http://www.mhc.org.mk/?ItemID=5A287426D7EC4D4796C33CBC98885F1E>



медиумите е нејасна и високо концентрирана, со силни политички врски. Константно повторуваните забелешки во повеќето извештаи на ЕК за Македонија се однесуваат на политичките влијанија врз медиумите и новинарите, на влијанието на државното рекламирање врз уредувачката политика на медиумите, на политичките притисоци врз Советот за радиодифузија и врз јавниот сервис МРТ и на фактот што сè уште не е обезбедено одржливо финансирање за овие две институции.

Во ноември 2011 година во Македонија престојуваше делегација на Меѓународната партнерска група за слободата на изразувањето, составена од претставници на видни независни меѓународни организации во полето на слободата на изразувањето и слободата на медиумите, меѓу кои и Светската организација на весници и издавачи (WAN-IFRA), Организацијата на медиуми од Југоисточна Европа (SEEMO), Меѓународниот прес-институт (IPI), Фридом хаус, Артикал 19, Институтот отворено општество (OSI), Институтот за развој на медиуми (MDI) и др. Мисијата се сретна со владини и партиски претставници, видни уредници и новинари, претставници на медиумските здруженија и организации, Синдикатот, регулаторните тела и на надлежните министерства од медиумската сфера, со цел да направи реална процена на медиумската средина во Македонија. Во заедничкото соопштение се нотира алармантно влошување на состојбата со слободата на медиумите во текот на изминатата година и се повикува на итни реформи на правната регулатива за медиумите, како и доследно спроведување на постојните закони. Како клучни наоди на мисијата се наведуваат отсуството на медиумски плурализам и нетранспарентната сопственичка структура. Воедно, на Владата ѝ се препорачува да ја декриминализира клеветата, да овозможи заштита на слободата на изразување преку реформи на Кривичниот законик, како и да изгради вистински и неполитизиран јавен сервис. Исто така, во соопштението се наведува дека предистражниот притвор на управители на медиуми, кој трае од 2010 година (н.з., се мисли на случајот со ТВ А1), е во спротивност со меѓународните и европските стандарди за човекови права.⁴

И во последниот Извештај на Фридом хаус од 2011 година⁵ беше истакнато дека слободата на медиумите во Македонија назадувала во однос на претходните години, односно дека оценката од 4.50 била најниска споредено со годините од 2002 година наваму. Имено, од 2004 до 2010 година оценката за независни медиуми била 4.25, во 2003 година – 4.00, а во 2002 година била највисока – 3.75. (Рејтинзите се базирани на скалило од 1 до 7, при што 1 е највисоко ниво на демократски прогрес, а 7 е најниско.)⁶ Во Извештајот беше нагласено дека е нарушена улогата на медиумите кои треба да претставуваат чувар на демократијата (анг. „watchdog role“). Беше констатирано дека „повеќе новинари завршија на суд откако бројот на тужби за клевета и за навреда го достигна рекордот во 2010 година“, како и дека изречените парични казни се мошне високи. Извештајот наведуваше дека многу тужби против новинари биле иницирани од политичари, судии и владини претставници, дека автоцензурата била во пораст, како и дека Владата, преку трошењето средства за рекламирање и промоции, ја загрозувала независноста на медиумите, особено што има докази кои сугерирале дека тоа се прави на медиумите блиски до владината коалиција. Во Извештајот беше посочен и случајот со притворањето на Велија Рамковски, сопственикот на телевизијата А1, која беше водечки медиум во земјата,⁷ како и на неколку негови вработени, поради

⁴ Freedom House. Press Release: „Macedonia's Free Speech Backsliding Worrisome“. Достапно преку: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=70&release=1524>

⁵ Фридом Хаус (2011) „Извештај на Фридом хаус 2011 година“. Достапно преку: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2011>

⁶ Фридом Хаус (2011) „Рејтинзи и просечни оценки за нации во транзиција“ од Извештајот на Фридом хаус за 2011 година. Достапно преку: <http://www.freedomhouse.org/images/File/nit/2011/NIT-2011-Macedonia.pdf>

⁷ Повеќе за случајот околу престанокот со работа на ТВ А1 во делот III.ѓ.3.13.

даночни затајувања. Овој настан следуваше по полициската асистенција на Управата за јавни приходи, која на крајот на 2010 година влезе во ТВ А1 и во трите весника кои се поврзуваат со Рамковски, а кои беа особено критични кон Владата. Свкупната оценка на Фридом хаус за 2011 година во однос на независноста на медиумите е дека тие биле „многу пристрасни, оставајќи малку простор за непристрасно известување,“ како и дека „многу новинари немаат ресурси, ниту професионални вештини да спроведуваат комплексни новинарски истраги и да служат како чувари на демократијата“⁸

Организацијата Репортери без граници (РБГ), во реакцијата насловена „*Кашасирофално лејџо за македонскиџе медиуми, со зајворање на една телевизија и на три весника*“, во текот на летото 2011 година изрази загриженост за нарушените медиумски слободи во Македонија.⁹ „Влијателниот бизнисмен и медиумски барон, Рамковски, беше безрезервен поддржувач и партнер на владата на премиерот Никола Груевски од 2006 до 2008 година, но се дистанцираше од неа во 2009 година. Поради тоа „Плус продукција“ стана пречка на Владата, на која ѝ беше тешко да го прифати отворениот критицизам од страна на телевизијата А1“.¹⁰ Според организацијата, новинарите не треба да бидат виновни за нелегалното однесување на нивните медиумски сопственици, дека би можело и дека треба да се договори план за одложено плаќање на долгот за да се овозможи опстанок на овие независни медиуми. Извештајот констатираше дека „Владата очигледно ја искористи шансата да замолчи некои од малкуте медиуми кои ја критикуваат.“¹¹ РБГ ја повика Владата да биде конзистентна во случајот со ТВ А1 и да го почитува Законот, упатувајќи на одземањето на фреквенцијата на А1 од страна на Агенцијата за електронски комуникации, без претходна согласност на Советот за радиодифузија. Организацијата апелираше Владата да не дозволи одземање на дозволата и принципиелно да ги почитува прерогативите на Советот.¹² РБГ ги осуди и промените во Советот за радиодифузија, односно зголемувањето на бројот на негови членови од девет на 15,¹³ што според организацијата, било обид на Владата да го стави ова тело под своја контрола. Реакцијата се однесуваше и на разрешувањето на сите членови на Управниот одбор на МРТ, при што некои и пред истекот на нивниот мандат,¹⁴ како и на отпуштањето од работа на претседателот на Самостојниот синдикат на новинарите и на други синдикално активни членови.¹⁵

Сепак, и покрај вака строгите оценки на меѓународната и на домашната заедница, треба да се нотира дека во Македонија не се попречува отворањето нови медиуми кои се критички настроени кон власта. Доказ за тоа е што кон крајот на 2011 година, на пазарот излезе еден дневен весник, а уште два беа во најава за излегување. Дневниот весник *Фокус*, што е во иста сопственост како и најтиражниот неделник *Фокус*, обедини околу себе и новинари кои претходно работеле во ТВ А1 и во весниците кои беа дел од истата групација, од кои ниту еден веќе не работи. Двата весника имаат критички став кон власта.

Неспорно е дека и Македонија, како и сите постсоцијалистички земји, вклучувајќи ги и петте што последни станаа членки на ЕУ (Словенија, Унгарија, Чешка, Словачка, Бугарија), имаше проблеми

8 Фредом Хаус (2011) „*Рејтинзи и просечни оценки за нацииџе во транзиција*“ од Извештајот на Фридом хаус за 2011 година. Достапно преку: <http://www.freedomhouse.org/images/File/nit/2011/NIT-2011-Macedonia.pdf>

9 Веб-страница на Репортери без граници: <http://en.rsf.org/macedonia-disastrous-summer-for-macedonian-17-08-2011,40797.html>

10 Ибид.

11 Ибид.

12 Повеќе за случајот околу престанокот со работа на ТВ А1 во делот III.Г.3.13

13 Повеќе за измените во Законот за радиодифузна дејност во однос на составот на СРД во делот I.Б.1.6

14 Повеќе за разрешувањето на УО на МРТ во делот III.Б.3.3

15 Веб-страница на Репортери без граници, <http://cima.ned.org/disastrous-summer-macedonian-media-tv-station-and-three-dailies-closed>

со слободата на изразување и генерално со јавната и медиумската сфера. Плурализацијата на медиумската сфера и создавањето пазарни услови и конкуренција, автоматски не придонесоа кон зголемување на степенот на слободата на изразување, артикулирање критичка јавност и партиципација на граѓаните во политичките процеси. Во Македонија слободата на изразувањето прво се поистоветуваше со рекордниот, но во суштина несоодветен број медиуми во согласност со големината на територијата, бројот на населението и економските потенцијали (во 1997 година имаше повеќе од 300 радио и телевизиски нелегални станици). Кога со првите конкурси за доделување дозволи во 1998 година нивниот број се намали на околу 120, се покажа дека тие на пазарот на рекламирање се позиционираа нарушувајќи ја конкуренцијата, што кулминираше со дисторзија на пазарот од страна на медиумските групации, кои со т.н. врзана понуда го продаваа времето за рекламирање и врз таа основа нудеа попусти и до 90%.

Што се однесува до механизмите за заштита на правото на слобода на изразување, практиката покажува многу амбивалентна, и во суштина, противречна состојба. Во практиката на македонските основни и апелациони судови во предметите поврзани со слободата на изразувањето не се применува правото на Европскиот суд за човекови права. И медиумските и правните експерти уште пред десетина година предлагаа во вакви случаи надлежни за постапување да бидат само неколку судови во државата со специјално обучени кадри. Врховниот суд, како највисока инстанца, во повеќе наврати генерално се изјаснувал околу заштитата на слободата, но пред него не е иницирана постапка за заштита на законитоста за неговите одлуки да претставуваат зародиш на домашно прецедентно право.

Уставниот суд, како највисок судски орган, во согласност со членот 110 од Уставот на Република Македонија, ги штити слободите и правата на човекот и граѓанинот што се однесуваат на слободата на уверувањето, совеста, мислата и јавното изразување на мислата, политичкото здружување и дејствување и забраната за дискриминација на граѓаните по основ на пол, раса, верска, национална, социјална и политичка припадност. Во целата практика на Уставниот суд, до 2010 година, не била утврдена ниту една повреда поврзана со слободата на мислата и на јавното изразување на мислата.¹⁶ Според надлежностите, Уставниот суд постапува по индивидуални иницијативи, но тој не се изјаснува за одделни судски одлуки, туку за законите или другите акти со кои било повредено или попречено остварувањето на правото на слобода на изразувањето. Со други зборови, тој може да укине дел или целосно законски или подзаконски акт кој го ограничува правото на слобода на изразување, но не може да интервенира во врска со конкретна судска одлука. Последната иницијатива пред уставните судии за заштита на слободата на јавното изразување на мислата беше поднесена од страна на колумнист во весникот *Дневник*, кој од страна на Основниот и на Апелациониот суд беше прогласен за виновен за делата клевета и навреда поради тврдењата во својата колумна. Во овој случај, Уставниот суд го одбил барањето за заштита на слободата на јавно изразување на мислата, бидејќи оценил дека „[...] во рамките на слободата на јавно изразување на мислата не може да се изнесуваат невиности, ниту, пак, да се навредува“.

За поголема и суштинска афирмација на слободата на изразувањето многу можат да придонесат и самите новинари и медиуми, со тоа што стриктно ќе го почитуваат правото на одговор и исправка, во согласност со членот 16 од Уставот. Во исто време, професионалните новинарски

¹⁶ Николовска, Цаца Маргарита и други (2010) Преглед на правните лекови во Република Македонија низ призмата на ефективна заштита на правата и слободите на граѓаните. Скопје: Институт за човекови права. Стр. 13-14. Достапно преку: http://www.ihr.org.mk/images/pub/pregled_na_pravni_lekovi.pdf

стандарди обврзуваат задолжително консултирање два извора на информации инволвирани во процесот на создавањето на новинарско-медиумската содржина. Меѓутоа, ретки се примерите кога редакциите ќе им се извинат на физички или на правни лица за непровереното и штетно изнесување информации за нив, а евентуално објавената исправка не соодветствува на просторот и времето на информацијата на која се однесува исправката. Постојат примери кога некои редакции одбиваат да објават демант и после судски налог за тоа, правдајќи се дека тоа штетно ќе влијае врз нивниот кредибилитет, огласувачите и слично. Европската конвенција за човековите слободи и права во членот 11, како што е познато, утврдува дека користењето на слободата на изразувањето не треба да биде направено на начин со кој ќе биде ограничено или оневозможено остварувањето на слободата на изразувањето на друг.

1.2 Правото на слободен пристап до информации во законската рамка и во практиката

Индикатори: Како законски е регулирано и како се остварува во практиката? Дали државата има потпишано и ратификувано значајни меѓународни документи и дали има некои значајни исклучоци во однос со преземените обврски од нив? Дали јавноста е свесна и дали го практикува правото на слободен пристап до информациите? Дали државните институции работат транспарентно и отворено – дали ја информираат јавноста на своја иницијатива и/или на барање на граѓаните? Извештаи и информации на Комисијата за остварувањето во практиката (статистички показатели). Дали и какви ограничувања на правото за слободен пристап до информациите постојат во врска со заштитата на приватноста, а кога не постои оправдан јавен интерес за објавување информации?

Правото на пристап до информациите од јавен карактер е утврдено со Уставот (чл. 16, став 4), каде што се вели дека „се гарантира слободниот пристап кон информациите, слободата на примање и пренесување информации.“ Ова право е регулирано и со Законот за слободен пристап до информациите од јавен карактер, донесен во јануари 2006 година, чија цел е да се обезбеди јавност и отвореност во работењето на имателите на информации (органите на државната власт и други институции и организации - правни и физички лица што вршат јавни овластувања), да им се овозможи на физичките и на правните лица да го остварат правото на слободен пристап до информациите од јавен карактер, како и да се утврди должноста на имателите на информации да овозможат информираност на јавноста за својата работа.¹⁷

За спроведувањето на одредбите од Законот за слободен пристап до информациите од јавен карактер се грижи Комисијата за заштита на правото за слободен пристап до информациите од јавен карактер. Комисијата претставува независно тело (чишто членови ги именува Собранието), кое освен што одлучува по жалби против решението и заклучокот со којшто имателот на информацијата го одбил барањето за пристап до информации на барателот, подготвува и објавува листа на иматели на информации, дава мислења по предлози на закони со кои се уредува слободниот пристап до информации, соработува со имателите на информации во однос на остварувањето на правото на пристап до информации итн.

¹⁷ Закон за слободен пристап до информации од јавен карактер. Достапно преку: <http://www.komspi.mk/>

Според Законот, постапката за барање информација од јавен карактер почнува кога барателот поднесува барање (усно, писмено или со електронски запис) на образец (чл. 12). Имателот на информацијата е должен веднаш да одговори на барањето, а најдоцна во рок од 30 дена по приемот на барањето (чл. 21), или, поради обемност на бараниот документ, во рок од 40 дена од приемот на барањето (чл. 22). Доколку имателот на информацијата го одбил барањето, барателот има право на жалба во рок од 15 дена од приемот. Жалбата се поднесува до Комисијата за заштита на правото за слободен пристап до информациите од јавен карактер, и тоа:

а) поради „молчење на администрацијата“ - ако во законскиот рок имателот на информации не му овозможил на барателот пристап до информацијата, ако не донел и не му доставил решение за делумно или за целосно одбивање на барањето (чл. 20);

б) кога барателот смета дека информацијата со која се запознал не е онаа што ја навел во барањето, може да поднесе повторно барање по кое имателот на информацијата е должен да му одговори во рок од 10 дена по приемот на повторното барање (чл. 24);

в) ако имателот на информацијата го одбил во целост или делумно барањето поради тоа што смета дека станува збор за класифицирани информации (чл. 6 и чл. 26), а притоа спровел „тест за јавен интерес“.

Инаку, исклучок од правото на слободен пристап до информации од јавен карактер, според Законот се предвидува во случај кога се бара класифицирана информација со соодветен степен на тајност, личен податок чие откривање би значело повреда на заштитата на личните податоци, информација за архивско работење која е утврдена како доверлива, информација чие давање би значело повреда на доверливоста на даночната постапка, информација стекната или составена за истрага, за кривична или за прекршочна постапка, за спроведување управна и граѓанска постапка, а чие давање би имало штетни последици за текот на постапката; информација што се однесува на комерцијални и други економски интереси, вклучувајќи ги и интересите на монетарната и на фискалната политика и чие давање ќе има штетни последици во остварувањето на функцијата; информација која ги загрозува правата од индустриска или од интелектуална сопственост итн. (чл. 6).

Меѓутоа, тргнувајќи од императивот дека јавноста има право да знае сè, и во вакви ситуации во кои се утврдени рестрикции, раководителите на институциите на централно државно или на локално ниво треба да наоѓаат соодветни форми преку кои ќе информираат. Во спротивно, во општеството се создава атмосфера на недоверба, шпекулации, дезинформации, „подземни“ гласишта (најчесто во име на фиктивни информатори). Ова особено се однесува доколку актерите ѝ се добро познати на јавноста или се носители на значајни функции, вклучително и медиумски.

Според податоците на Комисијата, бројот на граѓаните кои го користеле правото на слободен пристап до информации во периодот од 2006 до 2010 година се зголемил од 513 на 2.379. Во 2010 година, од вкупно поднесени 2.379 барања за слободен пристап до информации од јавен карактер, позитивно било одговорено на 2.208. Сепак, во Комисијата констатираат дека интересот на граѓаните за да го искористат своето право на слободен пристап до информации е мал, а како причина за тоа се наведува недоволната информираност за можностите што ги нуди Законот.¹⁸ Во годишниот Извештај на Комисијата за 2010 година се истакнува дека постои големото непознавање и неразбирање на суштината на правото

¹⁸ Станојовска, Љубица (уредник) (2009) Примери од досегашната работа на Комисијата. Скопје: Комисија за заштита на правото за слободен пристап до информациите од јавен карактер и Македонскиот институт за медиуми. Стр. 6-7

Табела 1. Споредбени податоци од моментот на стапување на сила на Законот

Година	2006	2007	2008	2009	2010
Иматели	445	1393	1460	1475	1380
Примени годишни извештаи	246	791	690	884	802
Поднесени барања до иматели на информации	513	1476	1876	2106	2379
Позитивно одговорени барања	482	1330	1765	1890	2208

Извор: Годишен извештај за 2010 година, Комисија за заштита на правото за слободен пристап до информации од јавен карактер

за слободен пристап до информации од јавен карактер, и тоа не само кај имателите на информации од јавен карактер, туку, уште повеќе, кај граѓаните како баратели на тие информации.

За пет години од функционирањето на Законот, до Комисијата биле упатени 1.911 жалби поради недозволен пристап до информации од јавен карактер од страна на имателите. Комисијата позитивно се изјаснила по 1.480 жалби, односно ги задолжила имателите да дозволат пристап до бараните документи од јавен карактер. Во 2006 година биле поднесени 35 писмени поднесоци до Комисијата; во 2007 година – 330 жалби, од кои 205 поради молчење на администрацијата; во 2008 година – 670 жалби, од кои 100 од физички лица, а 570 од здруженија на граѓани и од претставници на невладини организации; во 2009 година биле доставени 340 жалби, а во 2010 година – вкупно 540.¹⁹

Кога станува збор за новинарите и медиумите, треба да се истакне дека роковите за добивање информации се целосно депласирани, дури и за сториите поврзани со т.н. „споровозно“ новинарство. Оттука, потребно е да се направат промени во постојниот Закон, со кои рокот за одговор на новинарите и редакциите би се намалил на 48 часа, и само по исклучок би се продолжил до 7 дена. Во спротивно, тој нема да има значење на алатка за навремено и непристрасно информирање, бидејќи на пазарот на информации, углед и профит, добива оној кој е прв и веродостоен.

Постојниот Закон за слободен пристап до информации, исто така, нема јасни решенија за определување на тоа што се информации од јавен интерес кога станува збор за институции од јавната власт, а што претставуваат информации од јавен интерес кога се работи за јавни субјекти или корпорации, чија дејност и информациите за нив се од исклучително значење за некои витални сектори, како, на пример, здравје, животна и природна средина итн. Познато е дека раководствата на корпорациите прават сè, определен вид информации – особено доколку се поврзани со некаков вид неажурност, штетни или негативни ефекти – воопшто да не се појават во јавноста.²⁰

Во однос на тоа дали институциите пласираат информации само на барање на граѓаните или и на сопствена иницијатива, може да се наведе податокот дека речиси сите државни и јавни

¹⁹ Комисија за заштита на правото за слободен пристап до информациите од јавен карактер (2011) „Годишен извештај за работата на Комисијата за заштита на правото за слободен пристап до информациите од јавен карактер од први јануари до 31 декември 2010 година“. Извор: КОМСПИ

²⁰ Европскиот суд во Стразбур уште во 1979 година во случајот „Sunday Times“ покажа дека, кога се тестира седатив или кој било друг медикамент пред да биде пласиран на пазарот, медиумот има право да објави информација. Судот сосема јасно заклучи дека не само што медиумите имаат право да поседуваат такви информации, туку и јавноста има право да ги знае. Парадоксот на овој пример е што со претходната (укината) пресуда на надлежниот англиски суд за забрана на објавување информации, трудниците кои го користеле тој седатив (thalidamid), родиле деца со тешки деформитети.

институции имаат Интернет-страници на кои пласираат тековни информации, соопштенија, билтени, публикации и други материјали. Така, на пример, собраниската веб-страница има информации за седниците, за донесените закони, како и за сите собраниски активности и проекти; Министерството за правда, пак, на својата Интернет-страница има објавено листа на информации од јавен карактер од неговата област, го има поставено барањето за пристап до информации, како и името и презимето на службеното лице за посредување со информации; Министерството за внатрешни работи објавува информации за тековни активности, дневни билтени, соопштенија, кампањи итн. Инаку, сите иматели на информации од јавен карактер, според Законот, треба да определат службеници кои ќе посредуваат со граѓаните при остварувањето на нивното право за слободен пристап до информации.

Сепак, не постои продлабочена и опсежна анализа за сите државни и јавни институции со вкрстени податоци, за тоа колку институциите имаат развиен сензибилитет за принципот на транспарентност и, во тој контекст, за овозможување слободен пристап до информации, самоиницијативно или само стриктно на барање на граѓаните. Тоа би бил значаен индикатор за јавната промоција на политиките што ги креираат и/или водат и за развивање добри практики на општествено управување, кои подразбираат и активна партиципација на граѓаните. Форум – Центарот за стратегиски истражувања и документација има спроведено истражување за транспарентноста и отчетноста на сите општини во Македонија во текот на 2010 година, кое нуди еден специфичен видик. За истражување на ова прашање биле одредени повеќе критериуми: прво, состојбата на веб-страниците на општините, што била бодирана според ажурирањето, квантитативната и квалитативната понуда на содржините, можноста да се пристапи до службените гласила на општините и до формулари или документи поврзани со работата на општините, можноста да се пријави проблем до општинските служби и постоење достапна архива на одговори на овие пријави. Друг критериум било дали постои служба и/или лице за односи со јавноста, како и колку време им било потребно на општинските служби да го пополнат и вратат прашалникот.²¹

Сознанијата добиени од истражувањето утврдуваат дека од вкупно 84 општини плус градот Скопје, во 2010 година само 14 немале веб-страници, но затоа, пак, 43 имале Интернет-страници кои редовно се ажурираат. Според перцепцијата на граѓаните, просечната оценка за транспарентноста на локалните самоуправи во државата била со средна вредност околу 3 (на скала од 1 до 5). За недоволно развиената транспарентност на единиците на локална самоуправа се наведуваат повеќе причини:

„[...] Од она што може да се види на теренот, евидентен е недоволно изграден капацитет на локалната самоуправа за таа навистина да може да биде сервис на граѓаните. Општините сè уште не ја разбрале до крај важноста дека мораат да бидат транспарентни пред граѓаните за сè што работат. [...] Градоначалниците понекогаш сакаат да ја држат под контрола целата ситуација и само тие да одлучуваат и да бидат надлежни за информациите кои треба да излезат во јавност, со што практично го узурпираат правото на општинските служби и професионалната администрација во рамките на своите надлежности да ги информираат граѓаните за одредени политики. [...] Друга причина што некои општини грчевито ја бранат сопствената недопирливост и автономија, не дозволувајќи често никаков пристап дури ни до информации од јавен карактер, е потребата да се сокријат некои девијации и да се закамуфлираат одредени незаконски работи во општината.

²¹ Центар за стратегиски истражувања и документација – Форум (2011) Истражување на транспарентноста на општините. Скопје: Форум – ЦСИД. Достапно преку: <http://www.forum-csr.org.mk/documents/Transparentnost%20na%20opstini%20final.pdf>

Таквите општински власти би сакале граѓаните да не им се мешаат во политиката или да партиципираат во донесување на одлуките. Последица на сево ова е сè уште недоволната транспарентност на локалните самоуправи, а краен резултат се незадоволни граѓани.“²²

1.3 Уредувачката независност во законската рамка и во практиката

Индикатори: Какви се одредбите во регулативата со кои се гарантира независноста? Дали има некакви сознанија за мешање во уредувачката политика од страна на државата, регулаторните тела или од страна на комерцијални субјекти? Дали постојат извештаи од други извори кои имаат кредибилитет во врска со мешањето во уредувачката политика на јавниот радиодифузен сервис или на комерцијалните медиуми? Дали се бара од електронските медиуми да алоцираат време за, или да емитуваат специфични програми во име на владата (ова не се однесува на обврските што електронските медиуми ги имаат за време на избори)?

Прашањата поврзани со уредувачката независност на електронските медиуми во Македонија се третираани во Законот за радиодифузна дејност, додека содржините во печатените медиуми треба да се во согласност со одредбите од Кодексот на новинарите.

Законот за радиодифузна дејност (Службен весник, бр. 100/2005) не содржи експлицитни одредби за уредувачката независност на електронските медиуми од нивните сопственици, од политичките центри на моќ или од државата. Меѓутоа, заложбите за независност на уредувачката политика се препознаваат во повеќе членови. Најнапред, целта на Законот е да обезбеди транспарентност, независност и недискриминација во регулаторните процеси, како и независен и ефикасен јавен радиодифузен сервис (чл. 2). Во делот каде што се утврдени програмските стандарди се вели дека електронските медиуми треба да ги темелат своите програми врз „самостојност, независност и одговорност на електронските медиуми, односно уредниците, новинарите и другите автори при создавањето на програмите и креирањето на уредувачката политика“ (чл. 68).

Законот се осврнува на заштита на уредувачката независност и за време на избори, пропишувајќи дека Јавниот радиодифузен сервис МРТ и трговските радиодифузни друштва што одлучиле да ги покриваат изборите, се должни да донесат сопствени правила врз основа на принципите за самостојност, автономност и уредувачка независност, како и да понесат одговорност за медиумското покривање на изборите, а правилата да ги објават на своите програми (чл. 80).

Уредувачката независност на медиумите од политичките центри на моќ, како заложба на законодавецот, сепак најмногу се препознава во членот 11 од Законот, според кој политички партии, државни органи, органи на државна управа, јавни претпријатија, единици на локална самоуправа, носители на јавни функции и членови на нивните семејства, не можат да вршат радиодифузна дејност ниту да бидат основачи, соосновачи или да стекнуваат учество во сопственоста на електронските медиуми.

Во однос на уредувачката независност кај печатените медиуми, важат одредбите од Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија. Членот 14 пропишува дека известувањето од политичките

²² Центар за стратегиски истражувања и документација – Форум (2011) Истражување на транспарентноста на општините. Скопје: Форум – ЦСИД. Стр. 13-14

процеси, посебно од изборите треба да биде непристрасно и избалансирано, и се нагласува дека новинарот мора да обезбеди професионална дистанца од политичките субјекти.

Од печатените медиуми, единствено германскиот медиумски концерн ВАЦ, кој преку локалната компанија „Медија принт Македонија“ (МПМ)²³ ги поседува трите весника – *Дневник*, *Уџрински весник* и *Весѝ*, има и свои посебни стандарди за уредувачка независност. Имено, тој ја има потпишано Повелбата за почитување на стандардите за слобода на медиумите на ОБСЕ.²⁴

Независноста на уредувачката политика на медиумот се регулира и со одредбите за недозволената медиумска концентрација од Законот за радиодифузна дејност.²⁵ Недозволената медиумска концентрација години наназад претставуваше сериозен проблем во медиумската сфера на Македонија, како во поглед на влијанието врз уредувачката политика така и во поглед на нарушувањето на конкуренцијата (некои случаи се елаборирани во делот II.A.2.1).

Во однос на (не)зависноста врз уредувачката политика, говори примерот на влијанието на сопственикот на сега веќе згаснатата ТВ А1, кој во 2006 година за печатот изјавуваше: „[...] тоа е моја телевизија и генералната уредувачка политика е моја работа“.²⁶ Законските одредби за спречување на недозволената медиумска концентрација не само што не се применуваат доследно, туку Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата како регулаторни тела надлежни за оваа област, меѓусебно си ја префрлаа одговорноста.

Наспроти постоењето законска рамка, практиката покажува дека повеќе медиуми, особено Јавниот радиодифузен сервис Македонска радиотелевизија (ЈРС МРТ), трпат политички влијанија или се пристрасни кон некоја политичка опција. МРТ, според Законот за радиодифузна дејност, треба да има уредувачка независност и институционална автономија (чл. 2, 116, 133), но во изминативе години ЈРС постојано беше под влијание на владејачките гарнитуре. Ова беше нотирано и во извештаите на Европската комисија од 2006 до 2010 година, кои постојано предупредуваа на отсуството на финансиска самостојност на ЈРС и влијанието врз уредувачката политика. Извештаите посочуваа на слабата наплата на радиодифузната такса како главна причина за економската и институционална зависност на МРТ од власта, а со тоа и за програмската зависност. Проблемот кулминираше во август 2008 година, кога беа усвоени измените во Законот за радиодифузна дејност со кои се предвидуваше можност за стечај на МРТ, што од страна на Европската комисија (на 5-тиот состанок на Комитетот за стабилизација и асоцијација одржан на 18-19 септември 2008 година) беше оценето како неприфатливо решение кое сериозно ја загрозува независноста на јавниот сервис. Подоцна, со измените на Законот за радиодифузна дејност од 2010 година беа укинати одредбите со кои се предвидуваше можноста за прогласување стечај на МРТ.

Дополнително во Извештајот за 2009 година беше нагласено дека државното рекламирање може да ја поткопа уредувачката независност на медиумите, додека, пак, во извештајот за 2010 година се нагласува дека медиумите останале поделени по етничка и по политичка линија, а самоцензурата била широко распространета.²⁷

²³ Во јануари 2012 година, МПМ беше продадена на македонската компанија „Орка Холдинг“

²⁴ Интервју со Бодо Хомбах, управител на концернот ВАЦ за *Дневник*, 18 март 2006 година

²⁵ Подетално објаснето во делот II.A.2.1.

²⁶ „Рамковски: Нормално е да се мешам во уредувачката политика на А1“, *Уџрински весник*, 16 октомври 2006 година

²⁷ Европска комисија. Извештаи за напредокот на Република Македонија за 2009 и 2010 година. Достапно преку: http://www.sep.gov.mk/content/Dokumenti/MK/mk_rapport_2010_mk.pdf

Политички влијанија врз уредувачката политика на медиумите беа забележани и при известувањето во текот на предизборната кампања за Парламентарните избори што се одржаа на 5 јуни 2011 година. Така, Извештајот на ОБСЕ/ОДИХР истакнува дека, иако постоењето на многу медиуми овозможило разновидно и широко покривање на кампањата, сепак, уредувачката политика на мнозинството медиуми била пристрасна. Во квантитет, но и во содржинска смисла, Јавниот радиодифузен сервис ги фаворизирал владејачките партии и значително ја критикувал опозицијата, што е во спротивност со неговите обврски и со неговата општествена мисија.²⁸ На иста линија беше и „Извештајот за мониторингот на медиумите за вонредните Парламентарни избори 2011 година“ што го спроведе Македонскиот институт за медиуми, според кој повеќето комерцијални медиуми, како и јавниот сервис МРТ, известуваа пристрасно и неизбалансирано, како во квантитативна, така и во квалитативна смисла, што беше очигледно преку експлицитно заземање политичка страна во вестите и во програмата наменета за изборната кампања.²⁹

Имајќи ја предвид оваа ситуација, Здружението на новинарите на Македонија, Македонскиот институт за медиуми и Самостојниот синдикат на новинарите, во соопштението по повод одбележувањето на 3 Мај – Денот на слободата на медиумите (2011 година), предупредија дека „медиумите им служат на сопствениците како инструмент за исполнување на нивните политички и бизнис-интереси,“ ситуација што хронично се провлекува во изминативе десетина години. Трите медиумски здруженија повикаа „политичките партии да престанат да се мешаат во работата на медиумите, сопствениците на медиумите да не ги претвораат во мегафони на партиските и бизнис-центри на моќ, а уредниците да застанат во одбрана на професијата и на новинарите и да се придржуваат кон професионалните стандарди и етиката.“³⁰

Инаку, во Македонија законите не им наложуваат на електронските медиуми да одвојуваат време за специфични програми на владата, ниту, пак, пропишуваат дека владата може да преземе контрола над медиумите во случај на итност.

1.4 Правото на новинарите да ги заштитат своите извори во законската рамка и во практиката

Индикатори: Дали постојат и какви се законските одредби за гарантирање на правото на новинарите да не ги откриваат своите извори? Како се остварува во практика ова право? Постојат ли податоци за случаи кога новинари биле принудени да ги откријат изворите, информации или извештаи на новинарските асоцијации, други сознанија? Информации за медиумски организации или професионални асоцијации кои активно го бранат правото на заштита на изворите.

Заштитата на изворот на информацијата во средствата за јавно информирање е гарантиран во највисокиот законодавен акт, Уставот (чл. 16), како и со Законот за радиодифузија (чл. 68) во кој

²⁸ Прелиминарно соопштение на Мисијата на ОБСЕ/ОДИХР за текот на кампањата на Парламентарните избори 2011 година. Достапно преку: <http://www.osce.org/odihr/78439>

²⁹ Македонски институт за медиуми (2011) „Финален Извештај за мониторингот на медиумите за вонредните Парламентарни избори 2011“. Достапно преку: http://mim.org.mk/attachments/338_FINALEN%20IZVESTAJ_MONITORING%20NA%20MEDIUMITE%20ZA%20IZBORITE%202011_FINAL_j.pdf

³⁰ Веб-страница на МИМ, www.mim.org.mk



се вели дека треба да се почитува тајноста на изворот на информацијата, што спаѓа во темелните принципи на радио и телевизиските програми.

И Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија во иста насока со регулативата вели дека „новинарот ќе го назначи изворот на информациите, но ако изворот бара да остане анонимен, новинарот ќе го заштити“ (чл. 4).

Тужби поради неоткривање на изворите на информации не се забележани, но затоа, пак, има случаи кога новинари биле тужени поради клевета и навреда, а тужителите од нив барале да ги откријат и изворите на информации.

1.5 Јавните и организациите на граѓанското општество и нивната вклученост во обликувањето на регулаторната политика што се однесува на медиумите

Индикатори: Во која мера државните и јавните институции го вклучуваат граѓанскиот сектор во развојот на регулативата (конференции, дебати, јавни расправи, вклучување во дебати на ТВ, на радио или во печатот и др.)? Дали има податоци за посветеноста на владата да работи со граѓанското општество во насока на развој на регулативата што се однесува на медиумите?

Придонесот на невладиниот сектор во Македонија во создавањето на законската регулатива за медиумите бележи осцилации во изминативе две децении. Почетоците на создавањето законска рамка за медиумите беа охрабрувачки, но како што минуваше времето, опаѓаше интересот на политиката да го вклучи невладиниот сектор во натамошното дизајнирање на законските решенија. Во 2011 година, имаше повеќе обиди при што невладиниот сектор не успеа да ги наметне своите сугестии до Владата и до другите државни институции. Таков беше случајот со владиниот предлог за проширување на Советот за радиодифузија од девет на 15 члена, кој и покрај противењето на медиумските организации, беше донесен од Собранието.

Заедничката соработка меѓу владата и невладиниот сектор почнува да се интензивира во 2003 година, при донесувањето на Законот за радиодифузна дејност што влезе во сила во 2005 година. Учеството на неколкуте невладини организации што беа вклучени во подготвувањето на Законот, беше поддржано од странски донатори преку неколку проекти.

Од 2005 година наваму, постоеше одредена соработка, но невладиниот сектор реално немаше многу можности да влијае врз процесот на носење на законите. Во 2006 година, на иницијатива на ЗНМ и МИМ, а со поддршка од ОБСЕ, беше издејствувано Министерството за правда да интервенира во Кривичниот законик и делумно да ја укине казната затвор за делата клевета и навреда, иако беше барано целосно укинување на затворската казна и декриминализација на овие дела.

Во врска со Законот за слободен пристап до информациите од јавен карактер, пак, невладиниот сектор активно беше вклучен во процесот на неговото подготвување. Имено, уште при подготовката на првиот текст во 2002 година, главната забелешка на невладиниот сектор околу Законот беше во однос на статусот на Комисијата за слободен пристап до информации од јавен карактер, која требаше да биде



второстепена владина комисија. Невладините организации тогаш реагираа дека со тоа ќе се наруши нејзината независност. Законот за слободен пристап до информации беше донесен дури во 2006 година, кога оваа забелешка беше прифатена, а Комисијата беше формирана како независно тело. Повеќе невладини организации во изминативе години спроведуваа различни активности со цел ефикасна имплементација на Законот, меѓу кои и Про Медија, Македонскиот институт за медиуми и други. Така, Здружението на граѓани Про Медија уште од 2002 година спроведуваше истражувања и обуки за граѓаните и за службениците кои посредуваат со информациите од јавен карактер, а објави и водичи за баратели и за иматели на информации, во рамките на проектот за зајакнување на слободниот пристап до информации, финансиран од Набљудувачката мисија на ОБСЕ. Дополнително, од 2007 до 2009 година, Комисијата во соработка со МИМ, спроведе обуки за 1000 службеници одговорни за посредување со информации од јавен карактер и издаде неколку брошури за пристап до јавните информации. Сепак, една од поголемите забелешки поврзана со овој Закон останува рокот за одговор на институциите на барањата на новинарите, што изнесува 30, односно 40 дена, исто како и за сите граѓани.

Во 2008 година, пак, Владата предложи измени на Законот за радиодифузија, со цел да овозможи отворање стечај за јавниот сервис МРТ. И покрај сите предупредувања од невладиниот сектор и експертската јавност дека е незамисливо земја-кандидат за членство во ЕУ да го затвори јавниот сервис, Владата го изгласа Законот. Тој дел од Законот беше ревидиран во 2010 година, дури откако Европската унија изврши силен притисок, така што беше укината можноста за отворање стечај за јавниот сервис.

Еден од примерите кога невладиниот сектор не беше вклучен при носење закони од медиумската сфера беа измените на Законот за радиодифузна дејност во јули 2011 година, со кои бројот на членовите на Советот за радиодифузија беше зголемен од девет на 15. Собранието ги донесе измените по скратена постапка, без консултирање на Советот за радиодифузија и без јавна дебата. Здружението на новинарите на Македонија, Македонскиот институт за медиуми и Самостојниот синдикат на новинарите побараа измените да се донесат по редовна постапка, со цел да им се даде можност на сите заинтересирани да го кажат својот став, но тоа беше одбиено, а Законот беше донесен експресно, по скратена постапка. Трите здруженија побараа „[...] секоја промена на регулативата која се однесува на медиумите секогаш [...] да се разгледува и да се усвојува внимателно, преку транспарентен и отворен процес во кој потребите и сознанијата на медиумските професионалци, експертите и професионалните медиумски организации ќе бидат земени предвид“.³¹

Во средината на септември 2011 година беа започнати активности за отворање институционални разговори за унапредување на слободата на медиумите и на правата на медиумските работници помеѓу Владата на Република Македонија и Здружението на новинарите на Македонија. На почеток беше одржана тркалезна маса „Предизвиците и перспективите на македонскиот медиумски сектор“ на која присуствуваа претставници на Владата на Република Македонија и на Здружението на новинарите на Македонија, како и претставници од други медиумски организации, медиуми, од меѓународните и националните институции. Беше формирана работна група составена од претставници на Владата и на ЗНМ, која ќе го води процесот. На првата средба на работната група беа договорени неколку теми за кои ќе се преговара во наредната година, и тоа: почитување на законите во медиумската сфера, транспарентност при распределбата

³¹ Соопштение на ЗНМ, МИМ и ССНМ. 18 јули 2011 година. Достапно преку: http://mim.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=341%3A2011-07-18-12-36-46&catid=39%3A2008-12-01-12-31-11&lang=mk

на буџетските средства за јавните и за владините кампањи, зајакнување на јавниот сервис МРТ, декриминализација на делата за навреда и клевета, како и подобрување на професионалните стандарди во новинарството.

Додека, од една страна, течеше дијалогот меѓу ЗНМ и Владата, од друга страна министерот за транспорт и врски во декември 2011 година презентираше предлог-концепт за нов закон за медиумите, кој би требало да го усогласи македонското законодавство со европската Директива за аудиовизуелни медиумски услуги (анг. „AVMS Directive“) и со препораките и стандардите на Советот на Европа и на Европската комисија, нотирани во Извештајот за напредокот на Македонија. Прашањето за донесување ваков закон беше неколкупати иницирано во последниве години, но не наиде на поддршка од медиумската заедница. Последниот концепт бил изработен во соработка со Европската комисија, преку нејзиниот Инструмент за техничка помош и размена на информации (TAIEX). Експертот од мисијата во Скопје се сретна со здруженија и невладини организации, со претставници од Советот за радиодифузија, на МРТ, операторите, со издавачи на печатени и електронски публикации. Според најавите, во текот на декември 2011 година Министерството очекуваше предлози од заинтересираните страни, за во јануари 2012 година да може да го стави евентуалниот текст на јавна расправа. Медиумските организации не беа вклучени во работната група во првата фаза на подготовка на предлог-концептот.

Овој концепт, всушност, освен традиционалната радиодифузија, аудио и аудиовизуелната медиумска услуга на барање и издавањето електронски Интернет-публикации, содржи и предлог за регулација на издавањето печат и на дистрибуцијата на печатот, а дополнително навлегува во уредувачките аспекти на функционирањето на сите медиуми, вклучувајќи ги и електронските публикации. За медиумските организации не е спорно дека Македонија треба да го усогласи Законот за радиодифузна дејност со Директивата на ЕУ за аудиовизуелни услуги, меѓутоа впечатокот беше дека предлогот на Владата ќе биде преточен во закон, со или без поддршка на медиумската заедница, и тоа, според најавите, за период од 4 месеци, што е краток рок за носење квалитетно законско решение. Пошироката медиумска заедница, пак, во 2011 година беше поделена околу тоа дали треба или не треба да се донесе закон за медиуми. Така на пример, од другата страна на заложбите печатот да остане нерегулиран, се поставуваат и прашања како да се реши нелегалната концентрација во сферата на печатот, дистрибуцијата и продажбата на бесплатните изданија, регистрацијата на печатените изданија, преземањето текстови од Интернет кои содржат говор на омраза и слично.

Инаку, во врска со регулацијата на сферата на печатени медиуми во Македонија постои една апсурдна ситуација. Наспроти општоприфатеното мислење во последниве дваесетина години дека печатот не е регулиран, медиумските експерти последнава година открија еден пропуст на институциите. Имено, Законот за основите на системот за јавно информирање што потекнува од 1990 година од претходниот општествено-политички систем (Службен лист на СФРЈ бр. 84/90), сè уште е делумно на сила. Во овој Закон се опфатени сите средства за јавно информирање, печатот и програмите на радиото, телевизијата и новинските агенции. Само деловите што се однесуваат на вршењето на радиодифузната дејност од овој Закон престанале да важат со донесувањето на Законот за радиодифузна дејност од 1997 година (чл. 94, став 4, Службен весник 20/97), но други одредби, меѓу кои и оние со кои се регулира печатот, сè уште се на сила.



Б. РЕГУЛАТОРЕН СИСТЕМ ВО РАДИОДИФУЗИЈАТА

1.6 Независноста на регулаторниот систем во законската рамка и во практиката

Индикатори: Дали постојат законски гаранции за самостојност и независност од партиски или од комерцијални влијанија? Дали има законски гаранции за независноста на регулаторното тело? Дали овластувањата и одговорностите на регулаторот се јасно предвидени во законот? Дали членовите на регулаторното тело се избрани преку транспарентен и демократски процес со цел минимизирање на ризикот од партиски или од комерцијални влијанија (на пример, поставување правила за некомпатибилност и квалификуваност)? Дали соодветното и постојано финансирање за регулаторот е гарантирано со закон со цел да се заштити неговата независност?

Радиодифузијата е првата област во која беше основано независно регулаторно тело во земјата и македонскиот радиодифузен регулатор беше еден од првите во регионот. Првиот Закон за радиодифузна дејност усвоен во 1997 година ја постави правната основа за регулаторно интервенирање во радиодифузијата, иако не давајќи ги комплетно клучните овластувања на новиот регулатор.³² Самиот Совет за радиодифузија, во текот на првите две години од спроведувањето на Законот, се соочи со своите сопствени ограничувања и неефикасност, кои, уште тогаш, резултираа со барање за измени на регулативата.

Новиот Закон за радиодифузна дејност усвоен во ноември 2005 година беше речиси целосно усогласен со Директивата „Телевизија без граници“ и со стандардите на Советот на Европа на полето на радиодифузијата, поконкретно со Препораката 2000 (23) која ги поставува стандардите за позицијата и овластувањата на независните регулаторни органи во радиодифузијата. Неколку клучни измени во Законот ги поставија институционалните рамки за постигнување целосен капацитет на новоименуваните членови на регулаторниот орган за донесување одлуки: Советот за радиодифузија одлучува за доделувањето, одземањето или обновувањето на радиодифузните дозволи, има овластување да донесува подзаконски акти и да врши надзор над спроведувањето на Законот, подзаконските акти и специфичните услови во радиодифузната дозвола, има овластување да наметнува санкции (иако со некои ограничувања), овластување да решава жалби итн.³³ Исто така, Советот за радиодифузија експлицитно се дефинира како „[...] независно регулаторно непрофитно тело со јавни овластувања во радиодифузната дејност“, кој мора да „[...] се грижи за обезбедување на слободата и плурализмот на изразувањето, за постоење разновидни, независни и самостојни медиуми, економски и технолошки развој на дејноста и за заштита на интересите на граѓаните во радиодифузната дејност“.³⁴

Независноста на регулаторниот орган беше едно од најдебатираниите прашања пред усвојувањето на новиот Закон, особено фактот што изборот на членовите на регулаторот во согласност со Законот од 1997 година беше под силно влијание на владејачките политички партии. Затоа, демократизацијата

³² Главните слабости на Законот за радиодифузна дејност од 1997 година беа поврзани со фактот што не постоеше режим на дозволи и што конечната одлука за доделувањето, одземањето или обновувањето на „концесиите“ беше донесувана од владата. Самиот Совет за радиодифузија ја спроведуваше целата постапка и поднесуваше предлог до владата.

³³ Закон за радиодифузна дејност, чл. 37, став 1 (Службен весник, бр. 100/2005)

³⁴ Ибид. чл. 21

на постапката на именување се сметаше како една од најважните позитивни промени претставени со новиот Закон, чија цел беше зацврстување на независната позиција на регулаторот. Имено, таканаречените „овластени предлагачи“ ги поднесуваат своите предлози до Собранието, кое ги именува членовите на регулаторот, но без можност да го одбие предлогот или да предложи други кандидати. Како овластени предлагачи на членови во Советот за радиодифузија во Законот од 2005 година беа предвидени: Македонската академија на науките и уметностите, Интеруниверзитетската конференција, мнозинското здружение на новинарите на Македонија и Комисијата за прашања на изборите и именувањата на Собранието на Република Македонија (чл. 26).

Сепак, како општо размислување може да се каже дека не се исполнија очекувањата дека новата постапка на именување ќе го направи регулаторот понезависен. Се покажа дека политичките партии на власт, преку различни канали сè уште можат да влијаат врз одлуката на некои од овластените тела за предлагање на „најсоодветните“ кандидати. Исто така, во постапката на предлагање на членовите на Советот за радиодифузија не беа земени предвид стручната експертиза на кандидатите, нивните квалификации и искуство во медиумската сфера, иако тие експлицитно се наведени во Законот. Освен тоа, процесот на именување не беше доволно транспарентен и не овозможуваше јавен надзор како што е дефинирано во Законот, односно отсутствуваше јавна стручна дебата за компетентноста на кандидатите и нивното академско и творечко искуство. Така, на пример, изборот на членовите на првиот состав на Советот за радиодифузија, во првата половина од 2006 година, беше придружен со контроверзии поради фактот што двајца од предложените кандидати беа многу блиски со тогашните лидери на владејачките партии. Веројатно ова беше една од причините зошто најголемата опозициска партија ВМРО-ДПМНЕ (која, пак, подоцна во јуни/јули истата година победи на парламентарните избори) го сметаше целиот состав на новоименуваниот регулатор како многу близок до нивниот политички противник СДСМ. Дури и за време на својата изборна кампања, ВМРО-ДПМНЕ ќе најави измени на законодавството - и во радиодифузијата и во електронските комуникации, употребувајќи некакви „технолошки и регулаторни аргументи“ за да ја оправда својата намера да ги спои двата регулаторни органа – Советот за радиодифузија и Агенцијата за електронски комуникации. Во март 2007 година, Министерството за транспорт и врски изготви нов Закон за радиодифузна дејност и нов Закон за електронски комуникации. Вистинската намера зад оваа иницијатива беше да се постигне политичка доминација врз работата на двата регулатора, за кои се сметаше дека се под големо влијание на нивните политички противници. По живите јавни дебати и препораките дадени од Европската комисија, по неколку месеци Владата ги повлече предложените закони. „Иако е веројатно да се случи вакво спојување во иднина, независните набљудувачи сметаат дека тоа е несоодветно поради тоа што двете институции беа штотуку основани и сè уште немаа време да созреат“.³⁵ Сепак, тензиите меѓу Советот за радиодифузија, од една страна, и Министерството за транспорт и врски и Владата, од друга страна, продолжија во текот на 2007 година. Резултат беше недостаток на соработка и одбивање на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност донесена од Советот за радиодифузија, од страна на Владата, односно од Министерството за транспорт и врски.

Во текот на 2008 и 2009 година се намалија притисоците од страна на Владата и Министерството за транспорт и врски врз работата на регулаторот, особено имајќи предвид дека во декември 2008 година Владата му додели 600.000 евра на Советот за радиодифузија

³⁵ Sopar, Vesna (2008) Television across Europe - Follow-up Reports 2008, Macedonia. Bucharest: OSI. Стр. 29 Достапно преку: http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/television_20090313/macedonia_20080429.pdf.

за вршење надзор врз медиумското покривање на претстојните избори. Треба да се истакне и дека ова доделување средства од државниот Буџет на независниот регулатор се совпадна со фактот што во 2008 година Владата беше вториот најголем корисник на рекламни услуги во комерцијалниот телевизиски сектор. Имено, во 2008 година, националните ТВ-станции емитуваа повеќе од 185 часа или 6.422 телевизиски спотови со јавни кампањи платени од страна на Владата.³⁶ Затоа, бројни медиумски експерти³⁷ во различни пригоди истакнуваа дека ова може да води кон политичко мешање во уредувачката политика на комерцијалните медиуми. Главните уредници на повеќе дневни весници јавно реагираа дека „владините јавни кампањи емитувани само во некои медиуми поттикнуваат нелојална конкуренција и ги ставаат претставниците на седмата сила во нееднаква позиција. [...] Владата сака да ги стави медиумите под своја контрола и ги казнува оние кои се непослушни не објавувајќи ги таму своите кампањи“.³⁸ Самата Европска комисија истакна дека „јавните трошоци за државно рекламирање се значаен извор на приход за некои електронски медиуми, но тоа не е доволно транспарентно, и како резултат на тоа, има потенцијал да ја поткопа уредувачката независност“.³⁹ Само Советот за радиодифузија реагираше двосмислено на новиот феномен на државно рекламирање тврдејќи дека „[...] расправал неколкупати на оваа тема, меѓутоа не постои закон што би ја спречил Владата да се саморекламира во медиумите“.⁴⁰ Во истото соопштение за медиумите, претседателот на Советот за радиодифузија изјави дека „[...] прашање на вкус е дали, како и колку Владата ќе го злоупотребува медиумскиот простор. Во секој случај, ваквото рекламано бомбардирање оди на штета на електронските медиумите, кои со банално долги телопи ја уништуваат својата програма“.⁴¹

Најнов обид за вршење притисок врз работата на радиодифузниот регулатор е владиниот предлог за измени на Законот за радиодифузна дејност, усвоен од Собранието по скратена постапка на 18 јули 2011 година, кој само го зголеми бројот на членови на Советот за радиодифузија од девет на 15. Оправдувањето за ова решение е дека со овие промени ќе се зголемел квалитетот на работата на регулаторот, како и неговата ефикасност и транспарентност. Здружението на новинари, Македонскиот институт за медиуми и Самостојниот синдикат на новинари и медиумски работници, како и медиумските експерти, јавно реагираа дека зголемениот број членови нема да донесе дополнителен квалитет во радиодифузијата, туку само укажува на постоење намера Владата и владејачките партии да ја преземат контролата врз Советот за радиодифузија.⁴² Новите членови беа именувани на предлог на нови овластени предлагачи: Претседателот на државата, Заедницата на единиците на локална самоуправа на Република Македонија, Комисијата за заштита на конкуренцијата и Државната комисија за спречување корупција. Освен фактот што барем двајца од именуваните членови се блиски до владејачките партии, некои од забелешките беа

36 Владата никогаш јавно не го изјавила точниот износ на средства доделени на комерцијалните радиодифузери, иако имаше многу јавни дискусии по ова прашање. Според некои проценки, нето-износот на платените средства на ТВ-станциите за емитување реклами за јавна кампања бил приближно 17 милиони евра

37 Веб-страница на невладината организација Транспарентност Македонија, <http://www.transparentnost-mk.org.mk/?p=1305> и „Државни пари за приватни реклами“, *Дневник*, 2 февруари 2008. Достапно преку: <http://www.dnevnik.com.mk/?itemID=F953A63D860BF64A9D45D2FBC85A099C&arc=1>.

38 „Владините кампањи - притисок врз медиумите“, *Утрински весник*, 9 јануари 2008. Достапно преку: <http://www.utrinski.com.mk/default.asp?itemID=40D51152CD71BA4DBEEFF5EC5D8A7133>.

39 Европска комисија. Извештај за напредокот на Поранешна Југословенска Република Македонија за 2009 година. Достапно преку: http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key_documents/2009/mk_rapport_2009_en.pdf

40 „Владата подготвува нови реклами“, *Утрински весник*, 17 декември 2008. Достапно преку: <http://www.utrinski.com.mk/?itemID=6AE6F58FD5F2D4488670A445F016EC3D>.

41 Ибид.

42 Соопштение за медиуми на ЗНМ, МИМ и ССНМ, 18 јули 2011. Достапно преку: http://mim.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=341%3A2011-07-18-12-36-46&catid=39%3A2008-12-01-12-31-11&lang=mk



дека давањето право на овие институции да предлагаат членови на Советот за радиодифузија би значело партизација на ова регулаторно тело. Инаку, основна забелешка е дека овие тела немаат институционална основа да предлагаат членови на Советот за радиодифузија бидејќи и самите се регулатори. На овој начин би се дошло до една апсурдна ситуација, регулаторните тела да си предлагаат членови едни на други.

Несомнено, иако постојниот Закон за радиодифузна дејност ја обезбедува неопходната правна основа за независни, транспарентни и недискриминирачки регулаторни процеси, сè уште постои недостиг од капацитет, како и висок степен на изложеност на политичко и друго влијание во работата на регулаторното тело. Ова се одразува врз целата ситуација во радиодифузијата, но исто така и врз другите медиумски сектори во земјата. Во тој контекст и во Извештајот за напредок на државата за 2011 година од Европската комисија се нагласува: „Измените во Законот за радиодифузна дејност го зголемуваат бројот на членови именувани од телата под Владина контрола. Измените се усвоени без консултација со Советот за радиодифузија или каква и да е јавна дебата. Измените поттикнуваат загриженост за ослабувањето на независноста на телото и за зголемување на бирократизацијата“.

1.7 Регулаторниот систем во насока на овозможување медиумски плурализам и слобода на изразување и информирање

Индикатори: Дали регулаторното тело формално дава отчет пред јавноста? Дали регулаторот има цел да овозможи радиодифузниот сектор да функционира на фер, плуралистички и ефикасен начин и е овластен со закон да унапредува правичност, слобода на изразување, погледи и сопственост, програмски содржини на јавниот сервис и достапност на радиодифузните услуги за општата јавност?

Советот за радиодифузија е експлицитно дефиниран како независно регулаторно непрофитно тело чијашто главна мисија е да „се грижи за обезбедување на слободата и плурализмот на изразувањето, за постоење разновидни, независни и самостојни медиуми, економски и технолошки развој на дејноста и за заштита на интересите на граѓаните во радиодифузната дејност“.⁴³ Неговата работа е јавна. Советот работи и одлучува на јавни седници и е должен да ги објавува јавните конкурси, одлуките и записниците од своите седници и сите други документи. Исто така, тој е должен да организира јавни седници со сите заинтересирани лица, најмалку еднаш на секои три месеци за да им се овозможи да бидат запознаени со неговата работа и да им се даде можност да ги изразат нивните ставови и мислења за состојбите во радиодифузијата.⁴⁴

Споредено со претходниот Закон од 1997 година, новиот Закон за радиодифузна дејност му дава целосни регулаторни овластувања на Советот за радиодифузија како што е предвидено со Препораката 2000 (23) од Советот на Европа. Овие овластувања опфаќаат утврдување општи политики (изготвува Стратегија за развој на радиодифузната дејност, дава мислења или учествува во изготвување на законодавството), спроведување политики (усвојува специфични регулативи, доделува дозволи), како и овластувања да донесува одлуки во врска со електронските медиуми (надзор и санкции). Законот му

⁴³ Закон за радиодифузна дејност, чл. 21 (Службен весник бр. 100/2005).

⁴⁴ Ибид. чл. 33

дава на Советот за радиодифузија целосно овластување за надзор (чл. 37). Експлицитно е овластен да ги спроведува законските одредби во врска со програмските содржини, како и со условите во доделените дозволи. Советот, исто така, може да наметне и санкции, почнувајќи од прво писмено предупредување, потоа второ писмено предупредување со барање предупредувањето да биде емитувано, преку привремена забрана за емитување реклами или телешопинг во период од еден до седум дена, па сè до привремена забрана за емитување на програмскиот сервис во период до три месеци.

По усвојувањето на новиот Закон за радиодифузна дејност, во текот на 2006 и 2007 година сите напори на Советот за радиодифузија беа насочени кон ефикасно спроведување на Законот и усвојување на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност, која претставува сеопфатен документ што ги одредува стратегиските цели во четири области: натамошен развој на плурализмот и разновидноста, зајакнување на медиумската индустрија, технолошки развој и дигитализација на терестријалната телевизија и натамошен развој на законодавството. Важно е да се истакне дека Стратегијата беше првиот документ кој ја разработи потребата од усогласување на националното законодавство со новата Директива за аудиовизуелни медиумски услуги. Во јануари 2008 година, Советот за радиодифузија исто така донесе и Акциски план за спроведување на Стратегијата. Еден од клучните проблеми истакнати во Стратегијата беше очајната ситуација на радиодифузниот пазар: комерцијалните електронски медиуми не беа способни за работа и се соочуваа со исклучително големи тешкотии поради потпросечно развиената економска средина, мал прилив на финансии од реклами, голем број субјекти на пазарот и нелојална конкуренција меѓу електронските медиуми. Затоа, Советот за радиодифузија нагласи дека е неопходно да се рационализира пазарот, односно да се намали бројот на субјекти, што е од суштинско значење за ефикасно спроведување на законодавството, особено во поглед на авторските права, финансиското управување и нелојалната конкуренција.

Но, имплементацијата на регулаторната политика во радиодифузијата од 2008 година наваму покажа дека регулаторот не ги следел долгорочните цели определени во документот што самиот го донесе - Стратегијата за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Наместо да се рационализира пазарот и да се подготви теренот за дигитализација, Советот за радиодифузија во 2008 година додели голем број дозволи за аналогно емитување, со што дополнително се нарушија пазарните услови. Последиците од чекорите преземени од страна на регулаторот може да се сумираат во следниве точки:

- Пазарот, на кој работат 163 електронски медиуми (вкупно 157 комерцијални), и во 2011 година е презаситен;
- Повеќето влијателни ТВ-станции сè уште се во рацете на влијателни сопственици што ги користат за промоција на своите бизнис и политички интереси;
- Трошоците за рекламирање во телевизискиот сектор се зголемија како резултат на доделувањето голем број нови дозволи за телевизиско емитување на државно ниво преку сателит во 2008 година (вкупно 17). Како последица на ова, приходите во радискиот и печатениот сектор драматично опаднаа;
- Дигитализацијата во телевизискиот терестријален сектор доцни. Тендерот за доделување три мултиплекси на државно ниво се одвиваше во услови на непостоење соодветно законодавство. Јавниот интерес е загрозен затоа што главниот оператор главно реемитува странски канали, наместо да ја заштити културната разновидност во општеството;
- Не постоеше мораториум на доделување дозволи за аналогни фреквенции, додека, пак, дигитализацијата не се одвива според стратегискиот план на Советот.

В. РЕГУЛАТИВА ЗА КЛЕВЕТА И ДРУГИ ЗАКОНСКИ ОГРАНИЧУВАЊА НА НОВИНАРИТЕ

1.8 Дали државата наметнува неоправдани законски ограничувања врз медиумите?

Индикатори: Дали во законската рамка постојат некакви ограничувања (регистрација, дозволи) за вршењето на новинарската професија? Дали постапките на акредитација на новинарите за известување од работата на државните институции се транспарентни и правични? Дали навредата и клеветата се дел од граѓанското, а не од кривичното право?

Во Македонија не постојат правни норми со кои се регулира вршењето на професијата новинар, односно не се издаваат ниту лиценци за работа како новинар, ниту се врши каква било регистрација на новинарите. Сепак, според Законот за определување дополнителен услов за вршење јавна функција (чл. 17, став 2), сите основачи и вработени новинари, уредници во трговско радиодифузно друштво и непрофитна радиодифузна установа кои имаат дозвола за вршење радиодифузна дејност, како и основачи и вработени во друштвата од областа на печатот, треба да достават писмена изјава до Комисијата за верификација на фактите за тоа дали соработувале со тајните служби во поранешниот социјалистички систем.

Новинарите доброволно може да се вклучат во Здружението на новинари на Македонија.

Сепак, во Македонија постои системот на акредитации на новинари со кои тие добиваат привилегиран пристап до некои места и настани врз основа на нивната обврска да ја информираат јавноста. На пример, за да може новинарот да известува од Собранието, Владата или од спортски настани, треба да добие акредитација од соодветните институции или тела. Посебно тело кое издава новинарски акредитации во Македонија, не постои. Генерално, државните институции не селектираат новинари, иако во практиката е забележан случај кога ЗНМ реагирало поради „селекција“.

За основање печатен медиум не е потребна посебна дозвола. За електронските медиуми е потребно одобрување дозвола за работа, која ја доделува Советот за радиодифузија.

Клеветата и навредата се регулирани во Кривичниот законик, меѓутоа доколку судот не изрече глоба по основа на КЗ, страните можат да поднесат тужба и во граѓанска постапка по основ на барање за надомест за нематеријална штета.

1.9 Дали законските одредби за навреда и клевета наложуваат само минимални ограничувања врз новинарското известување, неопходни за да се заштити угледот на поединците?

Индикатори: Дали законските одредби за навреда и клевета ја попречуваат јавната дебата за однесувањето на носителите на јавни функции? Дали законите за навреда и клевета испитуваат дали некоја спорна изјава била мислење или набедување без доказ, дали печатењето или емитувањето на некој спорен факт е разумно или е во



јавен интерес или се случило при пренос во живо и/или пред суд или изборно тело? Дали се тесно дефинирани законските одредби за клевета, во смисла на тоа кој може да поднесе тужба? До која мера е декриминализирана клеветата? На кого паѓа товарот на докажувањето во судската постапка - на новинарот или на оној кој тужи?

Правната рамка за слободата на изразување и за слободата на медиумите ги исполнува повеќето меѓународни стандарди, што е констатирано во повеќе извештаи на Европската комисија, иако во истите има забелешки за практиката. Во 2006 година, со измените на Кривичниот законик, делумно е укината казната затвор за кривичните дела клевета и навреда. Поточно, иако членот 172, што се однесува на казненото дело за клевета, во ставот 1 предвидува дека „тој што за друг изнесува или пронесува нешто неистинито што е штетно за неговата чест и углед, ќе се казни со парична казна“, вториот став од истиот член пропишува и казна затвор доколку „она што неистинито се изнесува или се пронесува е од такво значење што довело до тешки последици по животот и здравјето на оштетениот или нему блиско лице“. Ова значи дека сторителот на вакво дело може да се казни со затвор од три месеци до три години. И членот 173, кој се однесува на казнено дело навреда, во ставот 1 предвидува „тој што ќе навреди друг, ќе се казни со парична казна“, но во ставот 2 стои дека „тој што друг јавно ќе изложи на подбив по пат на компјутерски систем поради неговата припадност на група која се разликува според расата, бојата на кожата, национална припадност или етничко потекло, или ќе ја изложи на подбив групата лица која се одликува со некоја од тие особености, ќе се казни со парична казна или со затвор до една година“.

Во дваесетгодишниот период на независна Македонија е изречена една казна затвор и една условна казна затвор⁴⁵ (Закон за изменување на Кривичниот законик, Службен весник бр. 60/2006). Во периодот кога во Законот постоеше казната затвор поради клевета и навреда, можностите за попречување на слободата на изразување и на јавната дебата беа поголеми. Затоа може да се каже дека фактот што постоеше казна затвор, повеќе влијаеше врз слободата на изразување на новинарите.

Одредбите на Кривичниот законик не предвидуваат казна за клевета ако обвинетиот ја докаже вистинитоста на своето тврдење или ако докаже дека имал основана причина да поверува во вистинитоста на она што го кажувал или пишувал (чл. 172 од Кривичниот законик, пречистен текст, Службен весник бр. 19/2004). Ова значи дека, според Законот, лицето (новинарот) нема да биде виновно ако ја докаже вистинитоста на своето тврдење или ако покаже дека верува дека е така, значи дека имало легитимна цел, на пример, спречување корупција и слично. Притоа, Законот прецизно не предвидува разлика меѓу факти, кои се докажуваат во постапка, и вредносни оценки, кои како лични проценки за некој настан не подлежат на докажување⁴⁶ (според правото на Европскиот суд за човекови права во Стразбур⁴⁷). Во 2009 година, со измените на Кривичниот законик е предвидено да нема казна за клевета за новинарот што известува за нешто што е јавно соопштено од друго лице (Закон за изменување и дополнување на Кривичниот законик, Службен весник бр. 114/2009). Значи, според Законот лицето/новинарот не е виновен ако известува за нешто што е јавно соопштено од друго лице кое навело неистина.

⁴⁵ Условна казна затвор значи дека доколку казната затвор е, на пример, три месеци затвор, а условно две години, новинарот нема да ја издржува казната затвор од три месеци, само ако во следните две години не стори друго кривично дело

⁴⁶ Повеќе во Janis, M. and Kay, R. (2000) *European Human Rights Law*. Oxford: Clarendon Press

⁴⁷ Причината е супранационалноста на правото на Советот на Европа или директна применливост на правото во земјите-членки на организацијата

Гонењето за кривичните дела против угледот и честа или за клеветата и навреда се презема по приватна тужба. Ова значи дека, доколку некој носител на функција претседател на држава, претседател на парламент, премиер и слично смета дека е наклеветен или навреден од новинар, треба да поднесе приватна тужба против сторителот (новинарот), но јавниот обвинител не може да го гони сторителот (новинарот) по службена должност. До 2004 постоеше и можност да се иницираат кривични пријави против новинари и по службена должност од страна на јавниот обвинител.

Доколку се поднесе тужба за клеветата или навреда, докажувањето паѓа на двете страни. Поточно тужениот води/спроведува доказна постапка за да докаже дека е во право, односно дека не е виновен, а тужителот за да докаже дека тужениот не е во право.

Во согласност со Кривичниот законик, кривично гонење не може да се преземе кога ќе поминат две, односно три години од извршувањето на кривичното дело, во конкретниов случај клеветата или навреда (чл. 107, став 1, точки 5 и 6 од Кривичниот законик). Доколку две или три години по објавата на текст или прилог не се иницира кривична пријава, делото застарува и лицето не може да се гони по тој временски период. Кривично гонење не може да се спроведе ниту откако ќе поминат три години од извршување на кривичното дело или откако ќе се изнесат невиности што довеле до тешки последици по животот и здравјето на оштетениот или нему блиско лице. Кривично гонење не може да се преземе ниту кога ќе поминат две години откако некој јавно ќе изложи на подбив некој друг по пат на компјутерски систем,⁴⁸ и тоа поради неговата припадност на група која се разликува според расата, бојата на кожата, национална припадност или етничко потекло, или, пак, откако ќе ја изложи на подбив групата лица која се одликува со некоја од тие особености.

Извештајот на Европската комисија за напредокот на Македонија од 2011 година повторно го истакнува фактот дека клеветата не е декриминализирана, како и тоа дека казните може да бидат изразени во неограничени суми. Новинарите самите се одговорни за својата работа и поради тоа се изложени на опасноста да бидат казнети со високи парични казни, па во тој контекст Европската комисија изразува загриженост поради заплашувањата на новинарите кои се соочуваат со политички притисоци, закани и зголемена самоцензура.⁴⁹

Една од клучните забелешки на медиумската заедница во однос на клеветата и навредата е дека досега македонските судови при носењето на пресудите ретко ја применувале или, пак, се повикувале на практиката на Европскиот суд за човекови права во Стразбур во однос на пресудите за клеветата и навреда, која е директно применлива во земјите-членки на Советот на Европа. Ова беше истакнато и на „мавровската средба“ за подобрување на состојбата со медиумите во Македонија, како и на стручната расправа организирана во врска со развојот на медиумската сфера во Македонија според индикаторите на УНЕСКО. На двата настана беше истакнато и барањето на медиумската заедница за декриминализација на делата за клеветата и навреда, односно префрлање на овие кривични дела во граѓанското право, иако имаше и ставови да не се менува законодавството, туку само да се стави акцент на примена на практиката на Европскиот суд за човекови права. Сепак, правниците кои работат во медиумската сфера, советуваат дека, дури и во тој случај, треба да се најде механизам за лимитирање на надоместокот за нематеријална

⁴⁸ Под компјутерски систем најсоодветно е да се подразбираат социјалните мрежи, како *Фејсбук*, на пример, со оглед на тоа што тие имаат карактер на јавно информирање

⁴⁹ Европска комисија. Извештаи за напредокот на Република Македонија за 2010 и 2011 година. Достапно преку <http://www.sep.gov.mk/Default.aspx?ContentID=36&ControlID=lzvestaiEU.ascx>

штета во граѓанска постапка. Во текот на стручната расправа, учесниците предложија да се поведе иницијатива до Врховниот суд тој да направи анализа на случаите за изречени казни за клеветата и навреда, но и да се определи рамка на надоместокот за нематеријална штета во граѓанските постапки. Исто така, беше препорачано дека во судските постапки треба да се исцрпат сите правни лекови на домашното законодавство, односно во врска со заштитата на човековите права и слободи, постапките да се поднесуваат до Врховниот суд, што е препорака и на Судот во Стразбур.

Во текот на декември 2011 година, на конференцијата што Здружението на новинарите на Македонија ја организираше на тема декриминализација, министерот за правда истакна дека претставници од ЗНМ ќе бидат вклучени во работната група во која ќе се дебатира за евентуални измени на Кривичниот законик, меѓу другото, и во делот на клеветата. Во истиот период, Академијата за судии и јавни обвинители одржа дводневна конференција за правилната примена на членот 10 од европската Конвенција за човекови права „Односи со јавноста, медиумите и судството“, во чии рамки меѓународни експерти истакнаа дека, кога станува збор за случаи во кои новинарите ги критикуваат носителите на јавни функции, односно политичарите, Европскиот суд за човекови права е многу јасен – тие не треба да бидат во привилегирана положба, туку мора да се свесни дека секогаш ќе бидат предмет на опсервација и критика. Експертите истакнаа дека и покрај тоа многу политичари се обидуваат со својата дискусија да провоцираат критика, а потоа се обидуваат да се бранат од новинарите со поднесување кривични пријави. Во рамките на конференцијата, од Академијата за судии и јавни обвинители најавија дека ќе се организираат обуки за судиите за правилна примена на членот 10 од Конвенцијата.⁵⁰

1.10 Други ограничувања на слободата на изразувањето (со цел заштита на националната сигурност, заштита на приватноста, оневозможување говор на омраза, заштита на авторитетот на судството и заштита од непристојно изразување) треба да се тесно (прецизно) дефинирани во законите и за тоа да постои оправданост како што доликува на едно демократско општество и во согласност со меѓународното право

Индикатори: Дали законите за национална безбедност и други рестриктивни закони ја попречуваат јавната дебата за прашања од јавен интерес? Дали има дефинирано какви било ограничувања во законите? Дали јавниот интерес преовладува каде што е возможно? Извештаи (странски и домашни) и други информации за дебата поврзана со прашањата на клеветата. Судски случаи за клеветата и навреда.

Македонија е потписничка на Европската конвенција за заштита на човековите права и слободи со што овој документ е директно применлив во земјава. Имено, во согласност со членот 118 од Уставот, ратификуваните меѓународни документи се дел од внатрешниот правен поредок и не може да се менуваат со закон. Оттука, во Македонија е директно применлив членот 10 од Европската конвенција, кој во првиот став ја гарантира слободата на изразување, а во вториот предвидува ограничувања кои во едно демократско општество претставуваат мерки неопходни за државната безбедност,

⁵⁰ „Политичариите не треба да бидат привилегирани со тужбиите“, Утрински весник, 5 декември 2012 година. Достапно преку: <http://utrinski.com.mk/?ltemID=4578FAC9CF69CC41B3ED2AF1C2AD871A>

територијалниот интегритет и јавната безбедност, заштитата на редот и спречувањето нереди и злосторства, заштитата на здравјето или моралот, угледот или правата на другите, за спречување на ширењето доверливи информации или за зачувување на авторитетот и непристрасноста на судството.

Ограничувањата на човековите права и слободи воопшто, меѓу кои и на слободата на изразување, се предвидени во Уставот, како и во други закони кои, директно или индиректно, регулираат одделни области. Според Уставот, слободите и правата на човекот можат да бидат ограничени за време на воена и вонредна состојба, а ограничувањето не може да биде дискриминаторско по основа на пол, раса, боја на кожа, јазик, вера, национално или социјално потекло, имотна или општествена положба (чл. 54).

Кривичниот законик во неколку членови предвидува казна за повикување на насилна промена на уставниот поредок (чл. 318), говор на омраза (чл. 319, 417), како и казна против оној што по пат на информациона систем јавно негира, грубо минимизира, одобрува и оправдува геноцид, злосторства против човештвото или воени злосторства (чл. 407-а). Законот предвидува ограничувања и против оној „што друг јавно ќе изложи на подбив по пат на компјутерски систем поради неговата припадност на група која се разликува според расата, бојата на кожата, национална припадност или етничко потекло, или ќе ја изложи на подбив групата лица која се одликува со некоја од тие особености, ќе се казни со парична казна или со затвор до една година“ (Измени на КЗ од 2009, чл. 173).

Казнениот законик предвидува парична казна за оние што изнесуваат детали од личниот или семејниот живот на некое лице што е штетно за неговиот углед (чл. 174 од КЗ). До 2006 година, за изнесување детали од приватноста имаше парична казна или казна затвор една година ако изнесувањето на деталите било сторено преку печат, радио, телевизија, електронска пошта или со други средства за јавно информирање или на јавен собир. Оваа одредба беше укината со измените на КЗ во 2006 година.

Со цел заштита на националната безбедност, пак, постојат ограничувања на слободата на изразување или пристапот до информации и во други закони, како на пример, Законот за внатрешни работи, Законот за класифицирани податоци и слично. Станува збор за ограничувања кога станува збор за информации окарактеризирани како државна тајна, доверливо или интерно.

Правните норми за ограничување на слободата на изразување главно не ја попречуваат јавната дебата, туку причините главно се од политичка природа, како што констатираат Извештаите на Европската комисија.

Во врска со постапките кои се водат пред судовите за кривичните дела клевета и навреда, Коалицијата „Сите за правично судење“ во октомври 2011 година ја објави публикацијата Набљудување на судските случаи во кои новинари се обвинети за клевета и навреда, којашто содржи анализа на 77 предмети против 120 лица (новинар, главен и одговорен уредник или друго лице - хонорарец, водител, управител, правно лице) во периодот од 2010 до 2011 година. Оваа организација идентификувала 166 предмети, меѓутоа, само дел од нив, 77, биле предмет на мониторинг. Во 2011 година, пред Основниот суд 1 имало 10 предмети за клевета и навреда, за кои била иницирана постапка во 2007 година, 12 предмети за кои постапката почнала во 2008 година, 30 предмети датираат од 2009 година, а во 2010 година била поведена кривична постапка дури

за 96 случаи. Пред Основниот суд Битола била иницирана една кривична постапка за клевета и навреда, пред тетовскиот Основен суд – вкупно 4 предмети, а во кумановскиот Основен суд се водела една постапка против новинар. Најмногу, 83% од набљудуваните 77 предмети биле поради кривичното дело клевета (64 случаи), а навреда се јавува само во два случаја, додека, пак, во 14% од предметите се водела постапка за кривичните дела клевета и навреда. Според истражувањето, во улога на тужител во сите набљудувани случаи, се јавувале носители на јавни функции. Во публикацијата се наведува дека „она што предизвикува загриженост [...] се однесува на прашањето за временскиот период од поднесувањето на приватната тужба до закажувањето на првото рочиште“. Овој временски период во просек изнесувал 145 дена, но имало и случаи кога времето на чекање било повеќе од 300 дена. „Честото одложување на рочиштата претставува битен фактор што влијае врз одложувањето на постапките и го отвора прашањето за доследно почитување на стандардите за фер судење во разумен рок“.⁵¹

Инаку, еден од најпознатите предмети за клевета во Македонија датира од 2006 година, кога сопственикот на неделникот *Фокус* беше осуден со парична казна од 30.000 евра, поради текст во кој навел дека тогашниот претседател на државата Бранко Црвенковски, поседува тајни сметки во швајцарските банки. И последниот случај од октомври 2011 година, кога главната уредничка на истиот неделник беше прогласена за виновна во случај што против неа го иницираше поранешен министер за надворешни работи, вклучуваше висока казна од 15.000 евра.

Г. ЦЕНЗУРА

1.11 Цензурата - во законите и во практиката

Индикатори: Дали во законската рамка постојат такви одредби? Дали во практиката се случило нешто такво кон кој било вид медиуми? Дали постојат извештаи на други организации за евентуална цензура? Дали има присилно затворање весници, периодични списанија или електронски медиуми, забранети книги или публикации?

Цензурата во Македонија е забранета со највисокиот правен акт (чл. 16 од Уставот на РМ). Сепак, во јавноста се дебатира за прашања поврзани со влијанијата на политиката и капиталот врз медиумите. Но, тоа не може да се сведе под цензура, туку повеќе претставува дел од дебатата за независност и професионалност на медиумите. Еден таков настан од октомври 2011 година отвори сомневања за можно цензурирање содржина. Имено, неделникот *Публика*, кој излегува како дел од дневниот весник *Дневник*, беше испечатен, но не и дистрибуиран поради текст кој наводно ќе му нанесол огромна штета на *Дневник*, кој е во сопственост на германска компанија.⁵²

⁵¹ Кипријановска, Драгана (2011) Набљудување на судските случаи во кои новинари се обвинети за клевета и навреда. Скопје: Коалиција „Сите за правично судење“

⁵² „Прилогодий ‘Публика’ во Дневник повлечен поради штејшен шексџ“, Плусинфо, онлајн-весник. Достапно преку: <http://www.plusinfo.mk/vest/19085/Prilogot-Publika-vo-Dnevnik-povlechen-poradi-shteten-tekst>

1.12 Дали државата настојува да блокира или филтрира содржини на Интернет кои се сметаат за чувствителни или штетни?

Индикатори Дали се случило да биде блокирана или филтрирана некоја содржина од страна на државата? Дали се случило корисници на Интернет да бидат санкционирани поради тоа што пристапиле или објавиле содржини кои биле чувствителни или штетни на Интернет? Случаи со затворање или закани за затворање веб-страници.

Интернетот е област за која не постои регулатива во Македонија, а оттука не постојат ниту ограничувања. Единствено, на оваа област се однесува одредбата во Кривичниот законик која предвидува казна за говор на омраза сторена по пат на компјутерски систем. Според неа, доколку некој изложи некое лице на подбив по пат на компјутерски систем поради неговата припадност на група која се разликува според расата, бојата на кожата, национална припадност или етничко потекло, или ќе ја изложи на подбив групата лица која се одликува со некоја од тие особености, ќе се казни со парична казна или со затвор до една година (Измени на КЗ од 2009, чл. 173).

Инаку, во практиката имаше неколку случаи поврзани со закани или затворање веб-страници. Прв е случајот на онлајн-изданието на весникот *Време* (сега веќе згаснат, како еден од групацијата медиуми блиски до Велија Рамковски), кога во делот за коментари, Интернет-корисници му се заканувале на главниот и одговорен уредник на весникот. Случајот бил пријавен во полиција, по што коментаторот на Интернет бил откриен, но весникот ги затвори онлајн-страниците за коментирање на читателите и ги избриша сите архиви на коментари. Уште еден случај е кога на почетокот на 2011 година, Министерството за внатрешни работи упати апел до сите корисници на *Фејсбук* да се воздржат од објавување содржини со експлицитен говор на омраза поврзано со случајот на изградба на музеј-црква на тврдината Кале во главниот град Скопје. Инаку, изградбата на објект на скопското Кале беше случај што предизвика многу тензии, како и масовна тепачка на меѓуетничка основа, по што на социјалните мрежи на Интернет беа формирани повеќе групи „за“ и „против“ изградбата на објектот на Калето, во кои беше користен говор на омраза, како и навреди на етничка и на религиозна основа. По ова МВР побара од администраторите на *Фејсбук* да ги блокираат ваквите групи.⁵³

⁵³ „Полициска ојсага за мир на Калето“. *Нова Македонија*, 21 февруари 2011 година. Достапно преку: <http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=22111830495&id=9&setlzdanie=22212>



ПРЕПОРАКИ:

1) Усогласување на постојната национална радиодифузна законска и подзаконска регулатива (статути, правилници и слично) со новата Директива за аудиовизуелни медиумски услуги на Европската унија. Во овој процес на *Aquis Communautaire* да бидат опфатени и законската и подзаконската регулатива во телекомуникациите, особено во делот каде што регулаторните тела (СРД и АЕК) имаат одвоени или заеднички надлежности, како и заштитата на авторските и другите сродни права и правата од интелектуална сопственост.

2) Преиспитување на постојните законски одредби од Законот за слободен пристап до информациите од јавен карактер кога станува збор за времето за одговор од институциите, односно скратување на времето кога баратели на информацијата се новинарите и медиумите.

3) Заострување на казнената политика кон институциите кои нема да одговорат на барањата на граѓаните, новинарите и медиумите, во согласност со Законот за слободен пристап до информациите од јавен карактер.

4) Преиспитување на одредбите од Законот за радиодифузна дејност со кои се менува моделот за избор на членови на Советот за радиодифузија, во однос на бројот на членови на регулаторното тело и вклучувањето нови овластени предлагачи, кои немаат автентична база и структура, и како регулатори и самите подлежат на процедура на предлагање пред изборот во Собранието на Македонија.

5) Отворање дебата за *de jure* и *de facto* независноста на регулаторното тело во радиодифузијата, како и за целите и ефектите од Стратегијата за развој на радиодифузијата и политиките на регулација врз телевизијата и радиото, како најзначаен сегмент на медиумскиот сектор во Македонија во изминатите години.

6) Да се направи сеопфатна правна и медиумска содржинска анализа на досегашните судски постапки за клевета и навреда против новинари пред македонските судови, од аспект на правото на Европскиот суд за човекови права, препораките на Советот на Европа и Артикл 19.

7) Декриминализација на делата за клевета и навреда, или имплементирање решенија и инструменти, и во кривичното и во граѓанското право, кои ќе гарантираат доволно широка рамка за слободата на изразување, на истражувачкото и критичкото новинарство. Врховниот суд, како највисок судски орган и пониските судски институции, во рамки на своите надлежности да утврдат насоки врз основа на кои судиите и судовите ќе се раководат и во првостепена и во второстепена постапка (стандарди и критериуми за утврдување висина за надоместок на нематеријална штета поврзана со делата клевета и навреда во областа на граѓанско-правна постапка, што соодветствува со реалните македонски услови и материјалниот статус на новинарите и медиумите).

8) Иницирање измени во процесните закони, со што ќе му се наложи на судот да му помогне на новинарот во обезбедувањето докази од институциите, со цел сеопфатно и ефикасно да ја подготви својата одбрана.

9) Министерството за правда и Академијата за обука на судии и обвинители да обезбедат институционални и финансиски ресурси и форми за континуирано организирање обуки за судии со цел домашното судство да ги применува пресудите на Европскиот суд за човекови права. Во овие процеси на едукација да бидат вклучени и новинари, главни уредници и сопственици на медиуми.

II. ПЛУРАЛИЗАМ И РАЗНОВИДНОСТ НА МЕДИУМИТЕ, ПАЗАРОТ И ЕКОНОМСКОТО ОПКРУЖУВАЊЕ И ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА СОПСТВЕНОСТА

A. МЕДИУМСКА КОНЦЕНТРАЦИЈА

2.1 Мерки што државата ги презема за промовирање на плурализмот во медиумите

Индикатори: Дали постојат ефикасни законски одредби за спречување на концентрацијата и дали се применуваат? Дали постојат и дали се применуваат законските одредби за транспарентност на сопственоста, изворите на финансирање? Дали низ процесот на издавање дозволи се промовира плурализмот на сопственоста и програмската разновидност? Дали регулаторните тела кои имаат надлежности за спречување на концентрацијата можат да одбијат барање за дозвола кога се достигнува неприфатливо ниво на концентрација? Извештаи и одлуки на регулаторни тела. Дали легислативата е во согласност со меѓународните стандарди? Извештаи на организации (домашни и странски) во врска со концентрацијата и др.

Законот за радиодифузна дејност од 2005 година воведува полиберални одредби за медиумската концентрација во споредба со оние од претходниот закон. Главното образложение притоа беше фактот што претходните рестриктивни законски решенија спречуваа циркулација на капиталот и трансфер на сопственоста така што медиумската индустрија при донесувањето на Законот се заложи цврсто за либерализација. Иако новите одредби предвидуваат ограничувања на сопственоста и антиконцентрациски мерки, сепак во целина се прилично либерални и овозможуваат окрупнување на медиумската индустрија, што во основа беше главна цел при нивното усвојување. Мерките за контрола на сопственоста на електронските медиуми и за утврдување недозволена медиумска концентрација се вградени во Глава III од Законот за радиодифузна дејност.

Законот дозволува *хоризонтална интеграција* на капиталот (субјекти на еден ист пазар), но предвидува ограничувања во поглед на учеството во основачкиот капитал, како и во поглед на бројот на електронските медиуми што едно физичко или правно лице може да ги поседува. На пример, физичко или правно лице кое поседува дозвола на државно ниво може да поседува уште четири дозволи – една на државно ниво (со удел во капиталот до 50%), една на регионално и две на локално ниво кои се во несоседски подрачја (Слика 1).



Слика 1. Хоризонтална интеграција (чл. 14 став 1 и 2)

Доколку, пак, некое лице поседува дозвола на регионално ниво (чл. 14, став 3), може да поседува уште три дозволи – една на регионално и две на локално ниво, под услов да се во несоседски подрачја. Трет облик на хоризонтална интеграција (чл. 14, став 4) е кога едно правно или физичко лице поседува дозвола на локално ниво, може истовремено да се јави како основач на уште две дозволи на локално ниво, но само во несоседски подрачја.

Вертикалната интеграција подразбира учество во сопственоста или, пак, интегрирање на капиталот на радиодифузер и трговски друштва од сродни дејности. Како сродни дејности со чие поврзување се создава недозволена медиумска концентрација во Законот (чл. 13) се определени: рекламата и пропагандата, филмската продукција, дистрибуцијата на аудиовизуелни дела и телекомуникациските услуги. Радиодифузер ниту негов основач не смее да учествува во сопственичкиот капитал на друштва што се регистрирани за овие дејности.



Слика 2. Недозволена вертикална интеграција (чл. 13 и 14)

Дијагоналната интеграција подразбира учество во сопственоста или, пак, интеграција на капиталот помеѓу правни субјекти кои не припаѓаат на ист пазар, на пример, електронските медиуми што емитуваат телевизиска програма, радиостаници и печатени медиуми. Во однос на поврзаноста на електронските медиуми со печатените медиуми, ограничувањето се однесува само на дневните весници. Ниту радиодифузер, ниту негов основач може да учествува во сопственоста на друштво од областа на печатот кое издава дневен весник.

Законот утврдува и други дејности кои се неспоиви со вршењето радиодифузна дејност. Имено, во смисла на овој Закон се смета дека недозволена медиумска концентрација постои и кога радиодифузер или основач на радиодифузер учествува во основачки капитал на друштво за истражување на пазарот и јавното мислење, друштво за спроведување активности на истрага и обезбедување, како и новинска агенција.

За да се ограничи преголемото влијание на еден или група поврзани радиодифузери на еден релевантен пазар, во членот 17 од Законот се предвидени и т.н. прагови на учество на радиодифузерите во приходите од рекламирање, во вкупната гледаност/слушаност како и во покривањето на населението, над кои некое конкретно спојување ќе се смета за недозволена



Слика 3. Недозволена интеграција со други дејности (чл. 13 и 14)

медиумска концентрација. Поконкретно, се смета дека недозволена медиумска концентрација постои кога радиодифузерите се стекнуваат со доминантна положба во следните случаи:

- кога спојувањето на капиталот доведува до доминантна позиција на пазарот на реклами, односно кога вкупниот удел на еден или група радиодифузери во продажбата на вкупното рекламно време е над 30%;
- кога спојувањето на капиталот доведува до доминантна позиција во формирањето на јавното мислење, поточно кога уделот во гледаноста или слушаноста на еден или група радиодифузери е повеќе од 40%;
- кога со спојувањето радиодифузери на регионално и на локално ниво тие постигнуваат покривање поголемо од 50% од населението на Република Македонија.

Советот за радиодифузија во изминатите пет години ја следеше недозволената медиумска концентрација и реагираше во неколку помали случаи до електронските медиуми кај кои е утврдена недозволена концентрација. Станува збор за неколку радиостаници чии сопственици односно управители поседуваа друштва за реклама и пропаганда односно филмска продукција.⁵⁴ Меѓутоа, вниманието на јавноста во минатиот период беше особено свртено кон последиците што врз јавното мислење, пазарот и конкуренцијата ги предизвикуваа два поголеми случаи на недозволена медиумска концентрација: (1) меѓу радиостаницата на државно ниво Рос Метрополис и две регионални радиостаници на подрачјето на Скопје (Сити радио и Радио Клуб ФМ); и (2) телевизијата на државно ниво А1 и дневните весници *Време* и *Шпиц*, а подоцна и дневниот весник на албански јазик *Коха* (кој по одвојувањето на екипа од весникот и формирањето нов весник под назив *Коха*, го промени името во ***** е ре (Коха е ре)*).

Поради голем број поплаки упатени од страна на електронските медиуми, како и текстови објавени во печатените медиуми за тоа дека сопственикот на радиото Рос Метрополис, покрај едно регионално радио (Сити радио) поседува уште една радиостаница на подрачјето на Скопје (Радио Клуб ФМ), во првата половина на 2008 година Советот за радиодифузија започна активности со цел да се утврди дали трите субјекти заеднички настапуваат на пазарот, односно дали во своето деловно работење применуваат практики со кои се нарушува конкуренцијата. Истите активности беа започнати и за случајот на телевизијата А1. Проблемот и во двата случаја беше што не постоеја формални докази за сопственичка поврзаност, а сепак од електронските медиуми постојано доагаа поплаки за тоа дека се нарушува конкуренцијата. Ваквите поплаки најмногу се однесуваа на

⁵⁴ Совет за радиодифузија (2008) „Анализа на пазарот на радиодифузна дејност за 2007 година“. Скопје: СРД, стр. 89, Совет за радиодифузија (2009) „Анализа на пазарот на радиодифузна дејност за 2008 година“. Скопје: СРД, стр. 90 и Совет за радиодифузија (2010) „Анализа на пазарот на радиодифузна дејност за 2009 година“. Скопје: СРД, стр. 120. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=93&Itemid=76&lang=mk

нарушувањето на конкуренцијата што го правеа телевизијата А1 и дневните весници Време и Шпиц.

Во анализите на пазарот на радиодифузна дејност за 2004, 2005 и 2006 година на Советот за радиодифузија се наведува дека „[...] честите поплаки на некои од националните електронски медиуми се однесуваат на практиките на врзано продавање на рекламното време - за телевизија и дневен весник, во ситуациите на недозволена медиумска концентрација“. Советот, натаму, заклучува дека, „ова прашање треба мошне внимателно да се испита од аспект на заедничко дејствување на регулаторните тела - за радиодифузија и за конкуренција“.⁵⁵ Во Стратегијата за развој на радиодифузната дејност овој проблем е посочен како една од најголемите бариери за развој на радиодифузниот пазар и, затоа, една од главните насоки препорачува: „[...] за да се обезбеди развој на пазарот и поттикнување на конкуренцијата, неопходно е Советот за радиодифузија и другите институции, при работењето да применуваат строга и рестриктивна политика во поглед на почитувањето на законските обврски [...]“, како и дека е неопходно „Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата да разработат области и механизми на соработка“.⁵⁶

Со оглед на фактот што не е директно надлежен за заштита на конкуренцијата, со цел решавање на овие случаи, Советот за радиодифузија започна заеднички активности со Комисијата за заштита на конкуренцијата, врз основа на потпишаниот меморандум за соработка меѓу двете тела. Во јануари и февруари 2008 година, Советот направи анализа на емитираните реклами на двете групи медиуми и собра податоци за практиките на продавање на времето за рекламирање. Со анализата е констатирано дека постојат индикации за заедничко настапување на пазарот на двете групи медиуми и дека продажбата на рекламното време се врши од исти маркетиншки служби, односно исти агенции. Анализата е доставена до Комисијата за заштита на конкуренцијата, која е надлежна да постапува во согласност со Законот за заштита на конкуренцијата. Од двата случаи доставени од Советот за радиодифузија, Комисијата спровела постапка за радиостаниците Рос Метрополис, Сити радио и Клуб ФМ и во декември 2009 година донела одлука според која овие радиостаници го прекршиле членот 7 (став 1) од Законот за заштита на конкуренцијата бидејќи склучувале договори за заедничко рекламирање преку заеднички маркетинг-агенции⁵⁷.

Од друга страна, не постојат сознанија дали постапката против медиумите поврзани со ТВ А1 е започната од страна на регулаторот за заштита на конкуренцијата. На веб-страницата на ова тело не е објавена одлука ниту, пак, каква било друга информација поврзана со овој случај. Во средината на 2011 година медиумите од групацијата блиска до Рамковски престанаа да работат како резултат на постапката што се водеше против поголем број правни субјекти, осомничени за затајување данок кон државата.⁵⁸

Во однос на транспарентноста и одредбите кои важат за медиумските компании, треба да се каже дека во согласност со членот 20 од Законот за радиодифузна дејност, радиодифузерите се должни најмалку еднаш годишно да ги објавуваат податоците за сопственичката структура и за финансиското работење во претходната година, со цел да се обезбеди транспарентност на сопственоста и на изворите на финансирање, што е мошне важно ако се има предвид влијанието

⁵⁵ Совет за радиодифузија (2004, 2005 и 2006) „Анализа на пазарот на радиодифузна дејност“. Достапно преку: <http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/analiza%202004%202005%20i%202006.pdf>

⁵⁶ Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Скопје: СРД. Стр. 53. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/strategija_za_razvoj_na_radiodifuznata_dejnost_2007_2012.pdf

⁵⁷ Одлука бр. 07-42/27 од 18.12.2009 година. Достапно преку: <http://kzk.gov.mk/images/Vestiiimages/822/%D0%9F%D0%A0%D0%95%D0%97%D0%95%D0%9C%D0%98.PDF>

⁵⁸ Повеќе за случајот околу престанокот со работа на ТВ А1 во делот III.ѓ.3.13.

што медиумите, а особено телевизијата, го имаат врз формирањето на јавното мислење. Транспарентноста на сопственичката структура е исто така важна од аспект на следењето на медиумската концентрација и затоа електронските медиуми се обврзани за сите промени во сопственоста да го известуваат Советот за радиодифузија, а за оние со кои се менуваат над 10% од основната главнина, да бараат и согласност од Советот. Покрај тоа, електронските медиуми имаат и обврска на Советот да му достават завршна сметка за претходната година и податоци за приходите остварени од рекламирање, телешопинг и спонзорство.

Од анализата на годишните извештаи на Советот за радиодифузија може да се утврди дека најголем дел од електронските медиуми ги исполнуваат овие обврски, што упатува на заклучокот дека транспарентноста на сопственоста и на изворите на финансирање не претставува проблем во сферата на електронските медиуми во Република Македонија. Овластувањето да бара податоци за финансиското работење на електронските медиуми, на Советот му овозможува да изработува редовни анализи на пазарот на радиодифузна дејност, што се од клучна важност за следењето на развојот на дејноста.

Процесот на доделување дозволи е еден од клучните механизми на регулаторните тела во радиодифузијата да се постигне медиумски плурализам, разновидност на содржините и квалитет на програмите што ѝ се нудат на публиката. Со првите конкурси за доделување дозволи за радиодифузна дејност, спроведени во 1998 година, тогашниот Совет за радиодифузија додели повеќе од 120 дозволи за ТВ и радиостаници. Всушност, пред усвојувањето на Законот за радиодифузна дејност и објавувањето на конкурсите во 1998 година, во етерот веќе постоеја околу 300 нелегални радио и ТВ-станици. Оттука, со доделувањето дозволи во 1998 година, веќе воспоставениот медиумски плурализам беше легализиран, односно ставен во правна рамка. Оттогаш па до денес, главниот проблем во медиумската сфера на Република Македонија беше фактот што плурализмот постоеше главно во квантитативна, но не и во квалитативна смисла. Во годините наназад главен проблем во радиодифузијата беше преголемиот број медиуми односно преголемата фрагментираност на пазарот. Во услови кога економијата е неразвиена и кога има малку средства од огласувањето, тоа создаваше нездрава конкуренција на пазарот и мошне неповолни услови за оние медиуми кои сакаат да инвестираат во развој и да работат квалитетно.

Во декември 2006 година, по одржувањето серија јавни работилници одржани со сите заинтересирани лица за одредување на постојната состојба во радиодифузијата и идните насоки кои би биле внесени во Стратегијата, самиот Совет за радиодифузија ги објави следните заклучоци:

„[...] Комерцијалните радиодифузери не се способни за работа и се соочуваат со исклучително големи тешкотии поради потпросечно развиената економска средина, малиот прилив на финансии од реклами, големиот број субјекти на пазарот, нелојалната конкуренција меѓу радиодифузерите [...] Затоа е неопходно да се рационализира пазарот, т.е. да се намали бројот на субјекти, што е од суштинска важност за ефикасно спроведување на законодавството, особено во поглед на авторските права, финансиското управување и нелојалната конкуренција [...] Достигнат е плурализам и медиумска разновидност, но само квантитативно. Финансиските тешкотии во обата сектора имаа влијание врз квалитетот на програмите и придонесоа кон недостаток на ново и квалитетно домашно производство[...] Сопственичката структура во приватниот сектор влијае негативно врз независноста на уредувачката политика: сопственици на медиуми кои се меѓу најголемите бизнисмени или

се поврзани со политички партии претежно ги користат своите медиуми за промоција на нивниот сопствен бизнис или за нивна политичка промоција [...]”⁵⁹

Во Македонија во моментот во организациска смисла се присутни двата наједноставни типа на организација на трговските друштва: Друштво со ограничена одговорност на едно лице (ДООЕЛ) и Друштво со ограничена одговорност (ДОО). Меѓутоа, не постои влез на странски инвестиции кои би донеле свеж капитал, знаење и иновации во програмата. Препорачливо е во медиумскиот сектор да се основаат и посложени форми на организација на медиумските субјекти, како што се акционерските друштва, со што би се оневозможило влијанието на моќни поединци, но и би се поттикнала поголема транспарентност во работењето и создавање внатрешни контролни механизми.

2.2 Државата овозможува мерки за промовирање медиумски плурализам

Покриено во делот II.A.2.1.

Б. РАЗНОВИДЕН ЗБИР ОД ЈАВНИ, ПРИВАТНИ И МЕДИУМИ НА ЗАЕДНИЦАТА

2.3 Државата активно промовира разновиден збир од јавни, приватни и медиуми на заедницата

Индикатори: Какви се законските одредби со кои се гарантира улогата, изборот, финансирањето и надлежностите на регулаторното тело? Има ли извештаи (странски и домашни) во кои се даваат оценки за фактичката институционална автономија на регулаторното тело? Постојат ли податоци и информации за тоа колку медиуми има во трите сектори, како се доделуваат дозволите и дали се води сметка за рамномерен развој на трите сектори? Дали постојат официјални изјави или Интернет-страници на регулаторни тела кои ги објаснуваат процедурите за алокација на фреквенции меѓу јавните, приватните и медиумите на заедницата? Дали постои објавен национален план за алокација на радио и ТВ-каналите?

Во 2007 година Советот за радиодифузија изработи Стратегија за развој на радиодифузната дејност, која ги постави целите што треба да се постигнат во сферата на електронските медиуми и насоките како тие да се остварат. Имајќи ја предвид специфичната ситуација во која се случи легализирањето на плуралниот медиумски пејзаж во 1998 година (обработено во точка I.B.1.7.), Стратегијата заклучи: „Во Македонија постои квантитативен плурализам [...] Меѓутоа, податоците од мониторинзите на Советот за радиодифузија [...] и резултатите од истражувањата спроведени за потребите на оваа стратегија, покажуваат недостиг од разновидност и квалитет на програмската понуда”⁶⁰ Затоа, првата генерална цел на Стратегијата во однос на програмската понуда беше токму поголемата разновидност и квалитет.

⁵⁹ Соопштение за медиуми на Советот за радиодифузија издадено на 8 декември 2006. Соопштението за медиуми не е достапно на веб-страницата на Советот за радиодифузија

⁶⁰ Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Скопје: СРД. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/strategija_z_a_razvoj_na_radiodifuznata_dejnost_2007_2012.pdf. Стр. 8

Клучната насока во поглед на натамошниот развој на радиодифузијата на национално ниво беше, при процесот на дигитализација, да се поттикнуваат специјализирани програмски сервиси.⁶¹ Барањето за развој на специјализираните сервиси особено се однесуваше на националните ТВ, зашто четири од вкупно петте беа претежно со забавен општ формат (за форматите повеќе во точка II.B.2.7). Во меѓувреме беа доделени нови дозволи за емитување програма преку сателит, кои, всушност, преку јавните комуникациски мрежи се враќаат на македонскиот пазар. Дванаесет од овие телевизии зрачат програма во 2011 година, а од нив само две се специјализирани (едната за вести, а другата за музика). Шест се претежно со забавен општ формат, односно бројот на вакви национални телевизии пораснал од четири на десет.

На регионално ниво се очекуваше квалитетот на телевизиските сервиси да се подобри при процесот на регионализација. Имено, на регионално ниво има 10 медиуми и тоа само во главниот град Скопје, кој со Законот за радиодифузна дејност (чл. 4) е определен како регион, а другите региони требаше да ги определи Советот и да распише тендер преку кој од веќе постоечките локални телевизии ќе се регионализираа оние кои ќе дадеа најквалитетна понуда. Во 2010 година Советот одреди осум региони и распиша конкурс за доделување 20 регионални дозволи за телевизија, но сето ова остана нереализирано. Иницијативата наиде на негативен одзив, најпрвин кај националните радиодифузери,⁶² а потоа беше поткопана и од самите членови на Советот, бидејќи на седницата кога требаше да се донесе одлука за регионализацијата, тоа не се случи, поради „[...] недостиг на потребниот број гласови за донесување одлука.“⁶³

Наспроти тоа, во периодот по донесувањето на Стратегијата, најмногу аналогни дозволи се доделија на локално ниво - од 36 во 2007 година, нивниот број во 2011 година достигна 48, а од нив 36 имаат претежно забавен општ формат.

Кај радијата, во 2007 година, повеќе од една третина или 26 од вкупно 61 радио беа музичко-говорни со општ формат (со помалку од 10% говор дневно и емитуваа различни музички жанрови – најчесто поп-музика). Во Стратегијата се препорачува регионалните радиостаници да добиваат дозволи за претежно информативни формати⁶⁴, но по неуспешниот обид за регионализација на телевизијата, кај радијата на регионално ниво не се случува ништо ново. Во изминатиот период се доделувани само дозволи за радија на локално ниво, и тоа најчесто музичко-говорни со општ формат. Имено, во 2011 година, во Македонија имало 77 комерцијални радија, од кои 32 биле од овој формат.⁶⁵

На Јавниот радиодифузен сервис Македонска радиотелевизија (МТВ) со Закон му е гарантирано дека неговите програми бесплатно ќе се пренесуваат преку дигитални мултиплекси (чл. 75 став 10 и 11 од Законот за електронски комуникации), а ЈРС претставува и задолжителна обврска за пренесување (анг. „must carry“) за сите оператори на јавни комуникациски мрежи (чл. 110 од Законот за радиодифузна дејност). Стратегијата за развој на радиодифузната дејност, за

61 Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Скопје: СРД. Стр. 65. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/strategija_za_razvoj_na_radiodifuznata_dejnost_2007_2012.pdf

62 Во прилогот „Регионализација зад затворени врати“, на националното терестријално Радио Канал 77, Советот беше обвинет дека регионализацијата се врши зад затворени врати и во време на годишните одмори. Достапно преку: <http://daily.mk/Kanal-77/regionalizacija-zad-zatvoreni-vrati/345432>

63 Извештај за работата на Советот за радиодифузија на РМ за периодот од 1 јануари 2010 до 31 декември 2010 година. Достапно преку: www.sobranie.mk/ext/exporteddocumentdownloadwindow.aspx?ld. Стр. 31

64 Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Скопје: СРД. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/strategija_za_razvoj_na_radiodifuznata_dejnost_2007_2012.pdf. Стр. 77-78

65 Види список на регистрирани радија. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/19052011_tvstancii_-_web.xls

МТВ предвидува:

„За да може целосно да ги исполнува своите функции, МТВ има потреба од најмалку уште еден телевизиски програмски сервис, ориентиран пред сè кон културата и спортот. Дигитализацијата ќе создаде услови да се ефектуира оваа потреба, но притоа е неопходно Советот на МРТ да донесе програма за долгорочен техничко-технолошки и програмски развој при што новите специјализирани канали мора да одат во прилог на исполнување на мисијата и функциите на јавниот сервис.“⁶⁶

Бројот на програмските сервиси на МРТ е определен со Законот за радиодифузна дејност. Дали во текот на неговото усогласување со Директивата за аудиовизуелни сервиси (анг. „AVMS Directive“) ќе бидат имплементирани препораките од Стратегијата, останува да се види. Во меѓувреме, споредбената анализа на програмите што ја направи Советот за радиодифузија во 2010 година покажува дека:

„И на Првата и на Втората ТВ-програма на МРТ доминираат забавните содржини, недостига полемички отворена, изворна информативна програма, а како резултат на отсуството на конзистентна уредувачка политика, се јавуваат силни контрасти при третманот на општествените теми, додека образовната програма е без карактеристичен и во суштина – карактерен, сценаристички/ драматуршки/режисерски ангажман“.⁶⁷

2.4 Независен и транспарентен регулаторен систем

Индикатори: Дали регулаторниот систем овозможува еднаков пристап до фреквенции за разновидните медиуми, вклучувајќи ги и оние на заедницата? Дали процесот на одлучување за распределба на фреквенции меѓу јавните, приватните и медиумите на заедницата е отворен и транспарентен? Како се одвива постапката за доделување дозволи, дали е отворена и транспарентна? Дали надлежното контролно тело за распределба на фреквенции е слободно од политички и комерцијални влијанија или контрола? Одлуки и извештаи на регулаторните тела. Извештаи на независни организации, други документи и информации.

Регулаторниот систем дозволува еднаков пристап до фреквенции за сите медиуми, вклучително и за медиумите на заедницата. Сепак, постапката за доделување дозволи, за која е надлежен Советот за радиодифузија, не беше секогаш транспарентна и имаше случаи кога се косеше со Законот во изминатите години. Така, на пример, во 2008 година имаше неколку прекршувања на Законот, на тендерската документација и на правилата зацртани во правилниците на Советот за радиодифузија (повеќе во делот II.B.2.8).

Националниот план за распределба на радио и ТВ-фреквенциите, пак, е во надлежност на Агенцијата за електронски комуникации. Таа ги има објавено Планот за намена на радиофреквенциски опсеци и Планот за доделување и користење радиофреквенции на својата веб-страница.⁶⁸ Според

⁶⁶ Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Скопје: СРД. Стр. 63. Достапно на: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/strategija_za_razvoj_na_radiodifuznata_dejnost_2007_2012.pdf

⁶⁷ Совет за радиодифузија (2010) „Анализа на програмите на МРТ за 2010“. Скопје: СРД. Достапно преку: <http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/analiza%20na%20programite%20na%20mrt.pdf>. Стр.15

⁶⁸ Веб-страница на Агенцијата за електронски комуникации. Достапно преку: http://www.aek.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=143%3A2011-06-23-10-51-20&catid=49%3AArf-spektar&Itemid=103&lang=mk

Законот, Агенцијата за електронски комуникации е независно регулаторно тело. Иако работата на ова тело во Извештајот на Европската комисија за 2011 година генерално е оценета како добра, сепак Извештајот посочува на фактот дека процесот на назначување нов директор на Агенцијата, отворил простор за загриженост од можна политизација на ова тело (види и во делот II.B.2.6).

2.5 Државата и НВО активно го промовираат развојот на медиумите на заедницата

Индикатори: Дали е резервиран дел од спектарот за медиуми на заедницата? Дали има докази (показатели) за зголемување или драстичен пад на бројот на медиуми на заедницата, број на медиуми на заедницата и нивниот досег? Дали висината на надоместокот за дозвола за медиуми на заедницата е соодветна? Дали има јавни дебати и дали е вклучен НВО-секторот за развој на медиумите на заедницата? Дали парите што се добиваат од надоместоците за користење на спектарот се користат за развој на медиумите на заедницата? Дали државата има други позитивни мерки за поттикнување на медиумите на заедницата? Дали НВО им помагаат на медиумите на заедницата во развој на капацитети, правење програма и сл.?

Законот за радиодифузна дејност од 2005 година за првпат го озакони постоењето на трет – непрофитен сектор во радиодифузијата. Непрофитните медиуми можат да ги основаат „образовни, културни и други установи и здруженија на граѓани и фондации [...] со цел да се задоволат потребите и интересите на специфични целни групи“ (чл. 10). Дозволите се доделуваат на конкурс, при што се пропишуваат критериуми во согласност со потребите на заедницата за која ќе биде наменет тој сервис. Ова се медиуми кои не смеат да емитуваат реклами туку се финансираат од донации и од слични извори. Со Законот е определено дека за нив се плаќа најнизок надоместок за дозвола (чл. 60).

Советот има доделено четири вакви дозволи – три наменети за студентските радија на универзитетите „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје, „Гоце Делчев“ во Штип и „Климент Охридски“ во Битола, а едно за турската етничка заедница во Штип.

Се очекуваше дека во непрофитни радија ќе се трансформираат некои од локалните јавни радија кои постоеја во Македонија со децении, но беа „укинати“ со Законот за радиодифузна дејност од 2005 година. Тие имаа улога на медиуми на заедницата бидејќи информативно беа насочени кон публиката во градовите во кои емитуваа програма, а секаде каде што значаен дел од населението припаѓаше на некоја од етничките заедници - имаше програми на нивните јазици. Иако Законот за овие субјекти нудеше неколку можности за трансформација - да станат дел од системот на МРТ, да станат непрофитни радиодифузни установи или трговски радиодифузни друштва - во 2006 година Советот донесе одлука сите овие радија да се трансформираат во комерцијални медиуми, што не се покажа како најсоодветно решение бидејќи „[...] до декември 2010 година, (трансформацијата) успешно ја завршија само неколку радија, некои воопшто не ја ни започнаа, а некои дури и престанаа да зрачат програма“.⁶⁹

⁶⁹ Група автори (2010) „Состојбата со медиумите на јазиците на заедниците во Република Македонија“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Достапно преку: http://www.mim.org.mk/attachments/342_sostojba%20so%20medium-ite%20na%20jazicite%20na%20zaednicite_v4g.pdf. Стр. 10

Исто така, се сметаше дека за непрофитното радио особено ќе бидат заинтересирани етничките заедници, но до 2010 година беше доделена дозвола само на едно непрофитно радио на немнозинска заедница – Радио Дост ФМ од Штип, кое емитуваше програма на турски јазик. Но, во септември 2010 година, ова радио ја врати дозволата со образложение дека не може да опстане поради недостиг од финансиски средства.

Се покажува дека не постои доволна поддршка и заинтересираност кај граѓанскиот сектор за значењето и можностите на медиумите на заедницата. Во државата постои владина Агенција за остварување на правата на заедниците која во Програмата за работа за 2010 година предвидуваше активности за подобро информирање на припадниците на заедниците. Во нејзиниот Извештај за работа за 2010 година, се спомнува како активност панел-дискусија на тема „Медиумите и заедниците – трендови и предизвици“, чија цел била „да се лоцираат проблемите од областа на информирањето на заедниците, кои се провлекуваат со години наназад без некое значајно подобрување“⁷⁰.

Всушност, успешно функционираат само трите непрофитни студентски радија кои зад себе ја имаат поддршката од универзитетите во чиј состав работат. Во 2012 година треба да се изработи нова стратегија за развој на радиодифузната дејност. Се очекува во неа да биде преточено искуството од непрофитниот сектор.

В. ИЗДАВАЊЕ ДОЗВОЛИ И РАСПРЕДЕЛБА НА СПЕКТАРОТ

2.6 Планот на државата за распределба на спектарот е направен во јавен интерес

Индикатори: Дали регулаторното тело има план усогласен со Меѓународната унија за телекомуникации и препораките на УНЕСКО за промовирање на јавната радиодифузија? Дали планот е усвоен во консултации со НВО и со медиумскиот сектор? Дали планот е објавен и дистрибуиран?

Намената и доделувањето на фреквенциите во Македонија се определени со План за намена на радиофреквенциски опсези и План за доделување и користење радиофреквенции.⁷¹ Нивното донесување и спроведување е надлежност на Агенцијата за електронски комуникации. Тие се изработени во согласност со македонската правна рамка и стандардите и актите на Меѓународната унија за телекомуникации (ITU), на Европската конференција на администрациите за пошти и телекомуникации (CEPT) и на Европскиот институт за телекомуникациски стандарди (ETSI).⁷²

Функционирањето на Јавниот радиодифузен сервис во Македонија е уредено со Законот за радиодифузна дејност, со кој му е доделена дозволата. Тој ги пропишува неговите органи,

⁷⁰ Извештај за работата на Агенцијата за остварување на правата на заедниците за 2010 година. Достапно преку: <http://www.aopz.gov.mk/materijali/izvestaj%20za%20rabota%20za%202010.pdf>. Стр.6

⁷¹ Веб-страница на Агенцијата за електронски комуникации. Достапно преку: http://www.aek.mk/index.php?option=com_content&view=category&id=49&Itemid=103&lang=mk

⁷² Веб-страница на Агенцијата за електронски комуникации. Достапно преку: http://www.aek.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=248&Itemid=54&lang=mk

финансирањето, програмските сервиси, а ја поставува и обврската ЈРС да биде третиран како задолжителна обврска за пренесување (анг. „must carry“) за сите оператори на јавни комуникациски мрежи. Техничките средства (аналогни и дигитални) за бесплатно пренесување на неговите програми на територијата на целата држава се регулирани со Законот за електронски комуникации и Законот за основање јавно претпријатие Македонска радиодифузија.

Од 2005 година, односно од донесувањето на актуелниот Закон за радиодифузна дејност, вршењето радиодифузна дејност во Македонија се заснова врз издавање дозвола, а не концесија како во претходниот период. Дозволите самостојно ги доделува Советот за радиодифузија преку конкурсна постапка која е прецизно опишана во Законот. Имено, Глава 5 опишува на кој начин се распишува конкурс, кои сè податоци и барања тој треба да ги содржи, што сè треба да содржат пријавите на кандидатите, кои критериуми треба да се земат предвид при оценувањето на пријавите, како се пресметува надоместокот за дозвола, содржината на дозволата, условите под кои може таа да се одземе итн.

Странските лица можат да конкурираат за дозвола под истите услови како и домашните. Одредбите за спречување медиумска концентрација се подетално разработени во делот II.A.2.1.

2.7 Државниот план за распределба на спектарот промовира разновидност на сопственоста и на содржината

Индикатори: Дали планот еднакво води сметка за трите сектори – приватен, јавен и за медиумите на заедницата на национално, регионално и локално ниво? Дали придобивките од дигиталната дивиденда се користат повторно во радиодифузијата? Дали постојат „must-carry“ обврски (на пример за јавниот сервис) чија цел е промовирање на плурализмот?

Дозволата на Јавниот радиодифузен сервис МРТ му е доделена со Законот за радиодифузна дејност. Во комерцијалниот и во непрофитниот сектор нема загарантирани фреквенции, туку дозволите се доделуваат на конкурс и ги добиваат најдобрите понудувачи. Информации за тоа какви се потребите и ставовите на публиката за радио и ТВ-програмите, Советот добива од истражувањата на публиката. Исто така, за идеите за нови медиуми дознава и преку т.н. писма за намери, односно сите кои се заинтересирани да отворат радио или телевизија, се охрабрани својата идеја писмено да ја образложат.

Дозволата за вршење радиодифузна дејност на комерцијална основа, меѓу другото, е врзана за посебен формат, односно природа на програмскиот сервис. Законските одредби кои се однесуваат на форматот и на висината на надоместокот за дозвола на секој од нив, Советот за радиодифузија ги операционализира во посебен подзаконски акт - „Правилник за форматиите на радио и на телевизискиите програмски сервиси“. Во Стратегијата за развој на радиодифузната дејност се истакнува дека како основа за определување на форматот се земени „[...] трите медиумски функции: информативна, образовна и забавна, а во случајот на радиото, основата е дополнета и со соодносот говор наспроти музика во вкупната програма [...]“.⁷³ Идејата на форматите е да им се

⁷³ Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Скопје: СРД. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/strategija_za_razvoj_na_radiodifuznata_dejnost_2007_2012.pdf. Стр. 83

остави на електронските медиуми поголем простор за градење и менување на својата програмска шема без да бараат согласност од регулаторот, но притоа да не се нарушат програмските услови од дозволата. Имено, телевизиите и радијата можат полесно да одговорат на промените на пазарот и потребите на публиката со тоа што можат да вршат замена на програми кои се различни по жанр, но вршат иста функција. На пример, доколку утврдат дека вестите не им се гледани, можат да ги заменат со квалитетна актуелно-информативна програма. Важно е да не се смени соодносот на медиумските функции информативна-забавна-образовна, кој е различен за секој формат.

Правилникот за форматирање, кој се однесува на комерцијалните електронски медиуми, е еден од механизмите за остварување на јавниот интерес во радиодифузијата бидејќи тој „[...] е изграден во насока да се стимулираат програмските сервиси со повеќе образовни жанрови [...] [и] оние [радио]станции кои емитуваат повеќе говорни содржини [...]“⁷⁴ така што за нив се плаќа најмал надомест за дозвола.

Уште еден елемент од поддршката на јавниот интерес е и обврската комерцијалните електронски медиуми да го штитат и развиваат културниот идентитет преку определени дневни квоти за програми и за вокално-инструментална музика на македонски јазик или на јазиците на етничките заедници во земјата. Ваквите обврски се поголеми за јавниот сервис.

Националните телевизии се должни да обезбедат застапеност на европски аудиовизуелни дела најмалку 51% од вкупно емитуваната програма во текот на годината, при што во вкупното време на емитување не се смета времето одредено за вести, спортски настани, игри, рекламирање, телетекст и телешопинг услуги (чл. 73).

Сите оператори на јавни комуникациски мрежи се обврзани бесплатно да ги пренесуваат сите програми на Јавниот радиодифузен сервис МРТ (анг. „must-carry“). Притоа, иако не е законска обврска, на инсистирање на Советот за радиодифузија операторите треба да ги пренесуваат и програмите на националните комерцијални станици на територијата на целата држава, а на локално ниво да ги пренесуваат програмите од конкретното локално подрачје. Ова во практиката се прави, иако не е законска обврска.

Во поглед на искористувањето на дигиталната дивиденда, ставот на Советот за радиодифузија е дека тој фреквенциски спектар што ќе се ослободи со дигитализирањето на аналогната радиодифузија и натаму треба да се користи за аудиовизуелни услуги (на пример, развој на ХД ТВ (анг. „High Definition TV“)).⁷⁵ Македонската влада има донесено одлука дека целиот под-опсег од 790 MHz до 862 MHz ќе се користи за 4G, како и за безжичен широкопојасен Интернет.⁷⁶

⁷⁴ Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Скопје: СРД.

⁷⁵ Види: http://www.srd.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=122%3Aidninata-na-televizijata-i-digitalnata-dividenda&catid=42%3Atop-temi&lang=mk

⁷⁶ Види <http://epolicy.mk/wp-content/uploads/content/Koristenje%20na%20Digitalnata%20Dividenda%20za%20voveduvanje%20na%204G%20i%20wireless%20broadband/Zaklucok%20na%20Vlada%20za%20koristenjeto%20na%20Digitalna%20Dividenda.pdf>

2.8 Независен и транспарентен регулаторен систем

Индикатори: Дали дозволите се доделуваат според објективни и транспарентни критериуми утврдени со закон? Дали регулаторот врши мониторинг над исполнувањето на условите во дозволите? Дали цените за различните типови дозволи се транспарентни и однапред утврдени? Какви се одлуките и извештаите на регулаторното тело или други независни извештаи (домашни и странски) или написи во медиумите и сл.?

Процесот на доделување дозволи е детално уреден со Законот за радиодифузна дејност, со цел да се овозможи транспарентно, независно и недискриминаторно одлучување од страна на регулаторното тело. За издавање дозволи за радио и ТВ-емитување, Советот за радиодифузија распишува конкурс (чл. 43), но пред тоа СРД треба да спроведе јавно истражување и анализа во поглед на видот на програмските сервиси за кои треба да се објави конкурсот од аспект на потребите на публиката, па може да изврши консултации со заинтересираните страни (чл. 45). Според Законот, при определувањето на бројот на дозволи за радио и телевизиски програмски сервиси за кои се објавува конкурсот, Советот тргнува од критериуми како обезбедување разновидност и квалитет на програмите, задоволување на потребите на публиката, развој на плурализмот, економскиот потенцијал на пазарот и поттикнување на лојалната конкуренција и техничките ресурси и капацитети (чл. 46). Рокот за поднесување пријави е од еден до три месеци. Советот ги оценува пријавите врз основа на критериуми како: природата на програмскиот сервис на понудената радио, односно ТВ-програма; жанровската и тематската разновидност на програмските содржини, процентот на учеството на програмите изворно произведени на македонски јазик или на јазиците на мнозинските етнички заедници кои живеат во Македонија во вкупната дневна програма што се планира да се емитува, застапеноста на програмите што ќе третираат настани и случаи од значење за подрачјето на кое ќе се емитува програмата и застапеноста на европските аудиовизуелни дела; застапеноста на програми со кои се поттикнува развој и зачувување на националната култура итн.; техничките услови за производство и емитување на програмите во согласност со утврдените стандарди; просторните услови за вршење на дејноста; бројот и структурата на вработените потребни за вршење на дејноста; финансиската способност за остварување на дејноста за времето за кое се доделува дозволата и понудените гаранции и други понудени услови што придонесуваат за унапредување на плурализмот во радиодифузната дејност, поттикнување лојална конкуренција и поквалитетно остварување на правото за информирање, односно на потребите на публиката на соодветното подрачје (чл. 51).

Меѓутоа во практиката, регулаторното тело не секогаш ги применуваше доследно овие одредби, што беше особено забележливо за време на конкурсите распишани по донесување на Законот за радиодифузна дејност во 2005 година. Најевидентен пример за тоа како процесот на давање дозволи може да биде искористен од страна на регулаторот на своеволен и несоодветен начин се одлуките за доделување дозволи за аналогно емитување во текот на процесот на дигитализација во Македонија. Имено, спроведувањето на Стратегијата за развој на радиодифузијата, донесена од Советот за радиодифузија, го следеа бројни контроверзии. Ова особено се однесува на предвидените активности поврзани со дигитализацијата на терестријалната телевизија. Имено, наместо да се прифатат препораките дадени од експертите вклучени во подготовката на Стратегијата за воведување мораториум за натамошно доделување аналогни фреквенции за терестријалната радиодифузија,



Советот во 2008 и 2009 година продолжи со доделувањето нови дозволи. Во јавноста, објаснувањето беше дека доделувањето на ваквите фреквенции е неопходно со цел да се обезбеди натамошен плурализам, иако според Стратегијата во некои области медиумските капацитети не би можеле да функционираат поради тоа што тие не би имале извори на финансирање.

Оттука, наместо Советот да преземе задача да се исчистат брановите за да се овозможи процес на дигитализација, во текот на 2008 и 2009 година тој додели голем број нови дозволи и на национално и на локално ниво. Како резултат на тоа, во 2011 година радиодифузниот пазар во Македонија беше фрагментиран повеќе од кога и да е претходно, со вкупно 157 комерцијални електронски медиуми, од кои 77⁷⁷ се комерцијални ТВ-станции (18 национални, од кои пет терестријални и 13 сателитски, потоа 10 регионални и 49 локални), а 77 се комерцијални радиостаници (три национални, 16 регионални, 58 локални) и три се непрофитни радиостаници.

Најголем проблем претставува начинот на кој Советот ги донесе одлуките за доделување на дозволи во текот на 2008 година. Имаше неколку прекршувања на Законот, на тендерските документации и на правилата наведени во Кодексот на однесување на Советот за радиодифузија.⁷⁸ Така, на пример, Советот прифати неколку апликации поднесени по наведениот рок, иако во тендерската документација експлицитно беше наведено дека тоа нема да биде случај; беа прифатени и нецелосни апликации, т.е. апликации на кои им недостасува соодветна документација (без технички елаборат, финансиски план, документ како гаранција за финансирањето на деловниот план итн.); оние подносителите на кои им недостасуваа одредени документи, беа повикани на интервју со членовите на Советот и беа упатени да достават дополнителни документи; а на стручните служби им беше наложено да пополнат нови формулари за апликација за оние субјекти кои не доставиле точни или целосни информации за форматот на програмата за која се пријавуваат итн.

Иако е обврзан со закон, Советот за радиодифузија не даде образложение во јавноста за реалната потреба од доделување толку многу нови дозволи за емитување преку сателит, односно на кој начин тие дозволи би придонеле за плурализмот и разновидноста во медиумската сфера во Македонија. Прашање е кои беа вистинските причини за таквото „размножување“ дозволи на веќе фрагментираните телевизиски и радиопазари. Првото објаснување е дека регулаторниот орган бил под многу силен притисок што доаѓал од некои деловни/политички центри на моќ кои, како и другите влијателни сопственици на медиуми, исто така сакале да имаат сопствени ТВ-станции за да го обликуваат јавното мислење. Второ, самиот регулатор, имајќи го на ум она што беше претходно кажано за овластувањата, политичката припадност и личните/групните интереси, подлегнал многу лесно на таквите притисоци. Теоретски, такво однесување може да се поврзе со теоријата на политичкиот клиентелизам,⁷⁹ иако ова е тема која треба дополнително да се истражува. Трето, постои објаснување дека Советот, всушност, се стремел да го зголеми нивото на средства кои се собираат од таксите за радиодифузни дозволи со цел да си обезбеди финансиска стабилност, особено имајќи предвид дека радиодифузниот систем речиси и да не беше функционален.

Доделувањето дозволи во текот на изминатите две години се одвиваше спротивно на

⁷⁷ Советот за радиодифузија сè уште ѝ ја нема одземено дозволата на ТВ А1, иако телевизијата не зрачи програма во етерот.

⁷⁸ Авторот на овој дел од извештајот во тоа време беше вработен во стручните служби на СРД и направи повеќе обиди (некои од нив и во писмена форма) за да го насочи вниманието кон неправилностите во постапката.

⁷⁹ Hallin, Daniel & Stylianos Papathanassopoulos (2002) „Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective“, in *Media, Culture & Society*, 24 (2), 2002: 175-195.

стратегиските цели определени со Стратегијата за развој на радиодифузната дејност. Иако Советот за радиодифузија изјави дека новите дозволи за аналогно емитување се доделуваат за обезбедување плурализам, плурализмот, всушност, се достигнува само од квантитативна гледна точка. Ова, од своја страна, имаше сериозни последици врз севкупниот медиумски пазар кој веќе беше многу фрагментиран. Бројот на национални телевизиски станици е поголем од каде и да е на друго место - во текот на минатите две години порасна до 21 - и ова влијаеше врз пазарите и на радио и на печатените медиуми, поради тоа што ТВ-секторот привлекува најголем дел од трошоците за реклами.⁸⁰

И Извештајот на Европската комисија за 2010 година нагласуваше дека процесот на давање дозволи за радиодифузна дејност е под силно влијание на економските и политичките интереси. Европската комисија години наназад укажува и на тоа дека Советот за радиодифузија, иако по дефиниција претставува независно регулаторно тело, е предмет на политички притисок.⁸¹ Во Извештаите од 2010 и од 2011 година се утврдува дека Советот за радиодифузија го зајакнал својот капацитет, но сè уште не е обезбедена негова финансиска самостојност, ниту, пак, е подготвен за ефективно следење на пазарот.

Непостојаната регулаторна политика во радиодифузијата, во текот на 2009 и 2010 година, сериозно се одрази и врз дигитализацијата на терестријалната телевизија. Имено, без претходно усвојување на неопходното законодавство (наведено во сценариото за дигитализација) беше објавен тендерот за доделување дигитални мултиплекси на национално ниво. Покрај ова, во Стратегијата беше одредено дека со цел да се зачува медиумскиот и културниот плурализам, треба да бидат доделени два национални мултиплекса за реемитување на домашните ТВ-каналите бесплатни за емитување на национално ниво. Но, наместо два, беа доделени три национални мултиплекса на странска телекомуникациска компанија, која сега најмногу ги користи националните дигитални фреквенции за реемитување на странски ТВ-каналите. Во април и мај 2010 година се случи голем спор меѓу лиценцираниот дигитален терестријален оператор и четири комерцијални ТВ-каналите бесплатни за емитување (Алсат-М, Телма, Сител и Канал 5)⁸² поради проблемите „мора да носи“ и „мора да нуди“, како и поради тоа што составот на канали на платформата на дигиталниот терестријален оператор не е законски регулиран. Четирите ТВ-станции се жалеа на нелојалната конкуренција бидејќи комерцијалната ТВ-станција на национално ниво – ТВ А1, нелегално го промовирала и продавала дигиталниот пакет на дигиталниот терестријален оператор.

Во исто време, улогата и придонесот на Јавниот радиодифузен сервис во процесот на дигитализација е сè уште контроверзна тема, за која не се дебатира дури и од страна на самиот радиодифузен регулатор чијашто улога, како што е наведено во Стратегијата, е да се грижи за целите на јавниот интерес при дигитализацијата на терестријалната телевизија.

⁸⁰ Во текот на пет години, од 2004 до 2009 година, трошоците за реклами во ТВ-секторот се зголемија од 8,27 на 27,15 милион евра, во радиосекторот од 1,44 на 1,84 милиони, додека во секторот на печатени медиуми тие се намалуваат.

⁸¹ Европска комисија. Извештаи за напредокот на Република Македонија од 2006-2010 година. Веб-страница на Секретаријатот за европски прашања <http://www.sep.gov.mk/Default.aspx?ContentID=36&ControllID=IzvestaiEU.ascx>

⁸² „Сител, Алсат-М, Канал 5 и Телма сами ќе се исклучаат од Бум ТВ“, *Весџ*, 13 мај 2010. Достапно преку: <http://www.vest.com.mk/?1temID=35DEFA1252A3EE46A0B42CFC88C4BEB2&arc=1>

Г. ОДАНОЧУВАЊЕ И БИЗНИС-РЕГУЛАЦИЈА

2.9 Државата ги користи оданочувањето и бизнис-регулацијата во насока на поттикнување на развојот на медиумите на недискриминирачки начин

Индикатори: Дали постојат повластени даночни стапки или тарифни режими за охрабрување на развојот на радиодифузијата и на печатените медиуми? Дали државата наметнува превисоки даночни стапки за медиумските организации? Дали преку даночната политика се врши дискриминација меѓу различни медиуми?

Повластена даночна стапка во висина од 5% (општата даночна стапка е 18%) се применува за книгите и печатените медиуми, по претходно добиено мислење од Министерството за култура на Република Македонија. Исклучок се весниците, списанијата и другите периодични публикации кои содржат повеќе од 50% рекламна содржина (односно имаат претежно рекламна цел) или, пак, се со порнографска содржина. Субвенциите што државата ги издвојуваше за дневните весници беа укинати во 2006 година.

Не се предвидени никакви даночни олеснувања за субјектите кои вршат телевизиска или радииска дејност. Во согласност со одредбите од Законот за данок на додадена вредност, данокот се пресметува според општата даночна стапка која изнесува 18%. Досега не е започната никаква официјална иницијатива за примена на повластена даночна стапка ниту од страна на електронските медиуми, ниту од страна на државата.

Што се однесува до царинските давачки што медиумските организации ги имаат при увоз на опрема, материјали и програма, се применуваат општите стапки кои важат за сите трговски друштва.

Овие даночни стапки се применуваат за сите субјекти што работат во определен медиумски сектор, и во досегашната практика не се забележани примери на дискриминација, односно фаворизирање определени медиуми преку даночната политика.

Сепак, во истражувањето „Индекс на медиумска одржливост“ за 2011 година (МСИ) на американската организација ИРЕКС (IREX),⁸³ еден од интервјуираните панелисти наведува дека во практиката се случува даночните власти да вршат притисок врз медиумите попречувајќи ги нивните активности, при што се наведува случајот со ТВ А1. Друг панелист нагласува дека даночните постапки се инструмент за притисок врз медиумите, односно дека речиси сите сопственици на медиуми се однесуваат слично (не постапувајќи во согласност со даночните закони), но дека даночната контрола е селективна. И покрај барањата на јавноста сите медиуми да бидат проверени од Управата за јавни приходи, со цел да се докаже дека пристапот е неселективен, до моментот на објавувањето на Индексот, во истражувањето на ИРЕКС се нагласува дека само ТВ А1 била проверена од страна на финансиската полиција и од Управата за јавни приходи.⁸⁴

⁸³ ИРЕКС (2011) „Индекс на медиумска одржливост“. Достапно преку: http://www.irex.org/sites/default/files/EE_MSI_2011_Macedonia.pdf. Стр. 72

⁸⁴ Ибид. Стр. 72

Д. РЕКЛАМИРАЊЕ

1.10 Дали државата дискриминира преку политиката на рекламирање?

Индикатори: Дали државата ги распоредува рекламите во медиумите на фер, транспарентен и недискриминаторски начин, на пример, преку некој востановен кодекс? Дали распоредувањето на владините реклами е строго мониторирано со цел да се овозможи фер пристап за сите медиуми? Дали постојат фер правила во однос на рекламирањето на јавниот сервис? Постојат ли кодекси или други правила за распоредување на државно финансираните рекламни кампањи?

Прашањето за распоредувањето на рекламите и кампањите нарачани од страна на Владата по одделни медиуми е особено значајно, имајќи предвид дека овие средства претставуваат значаен извор на приход за медиумите. Во 2009 година, помеѓу најзначајните огласувачи на телевизискиот пазар, Владата на Република Македонија се наоѓаше на петтото место со околу 12 милиони евра издвоени за телевизиско рекламирање, а во 2008 година на второто место со нешто повеќе од 17 милиони евра.⁸⁵ Овие износи се однесуваат на бруто-вредноста на емитуваните реклами, односно пресметани се според цените во официјалните ценовници и не ги земаат предвид попустите што ги одобриле медиумите, па оттука се очекува фактурираните износи да се помали.

И покрај очигледната важност на ова прашање, не постои посебен правен акт кој ги дефинира условите за рекламирањето на Владата. Во однос на содржината на рекламните спотови важат истите одредби како и за комерцијалното рекламирање од Законот за радиодифузна дејност.

Во согласност со законската регулатива за јавните набавки, Владата распишува конкурс за ангажирање агенција, којашто покрај продукцијата на рекламниот спот, го изработува и планот за медиумска промоција и закупот на рекламното време кај телевизиите и радиостаниците и рекламниот простор кај печатените медиуми.

Во последниве три години, во јавноста Владата честопати беше обвинувана дека токму преку изборот на медиумот каде што ги пласира рекламните содржини, врши дискриминација, односно фаворизира одредени медиуми. Овие обвинувања најмногу се однесуваат на нетранспарентната распределбата на средствата од буџетот, и тоа според податоците за гледаноста и читаноста, како што е случај со економското рекламирање, што значи дека овие средства се доделувани врз основа на тоа кому му се блиски медиумите.⁸⁶

Во оваа насока Извештајот на Европската комисија за напредокот на Македонија од 2011 година истакнува загриженост дека Владата е еден од најголемите огласувачи во државата и дека фондовите се насочени кон телевизиските канали што ја поддржуваат Владата. Во тој контекст, се нагласува и дека одредени телевизии се главни донатори на политички партии.⁸⁷

⁸⁵ Совет за радиодифузија (2010) „Анализа на пазарот на радиодифузна дејност за 2009 година“. Скопје: СРД. Достапно на: http://www.srd.org.mk/images/stories/Analiza_na_pazarot_2009.pdf

⁸⁶ „Транспарентноста како реклама“, Дневник, 1 ноември 2010. Достапно на: <http://www.dnevnik.com.mk/default.asp?ItemID=7528CBD2A1A4CC4DA53E1B14EDBCD093>

⁸⁷ Европска комисија. Извештај за напредокот на Македонија за 2011 година. Достапно преку: <http://www.sep.gov.mk/Default.aspx?ContentID=36&ControllID=IzvestaiEU.ascx>

Друго сериозно обвинување упатено до Владата беше дека преку рекламирањето со буџетски средства, таа влијае врз уредувачката политика на медиумите. Во Извештајот на Европската комисија за напредокот на Македонија во 2009 година беше истакнато: „Потрошените јавни средства наменети за државно рекламирање се значаен извор на приход за некои електронски медиуми, но тие не се доволно транспарентни и поради тоа имаат потенцијал да ја поткопаат уредувачката независност“.⁸⁸ Секако, ваквите обвинувања Владата ги демантираше со официјални соопштенија до јавноста во кои ваквите наводи ги квалификуваше како неточни, невистинити и како класична дезинформација.⁸⁹

Сепак, останува впечатокот за нетранспарентност при трошењето на парите за рекламирање, со оглед на тоа што досега Владата ниту еднаш не ја извести јавноста колку средства издвоила за рекламирање на секој медиум поодделно. Со оглед на тоа дека ниту медиумите немаат ваква обврска, сумите во договорите за емитување на рекламните спотови чиј нарачател е Владата, остануваат тајна за јавноста.

Законот за радиодифузна дејност не го забранува емитувањето реклами на Јавниот сервис нарчани од Владата. Овие реклами треба да ги почитуваат стандардите за рекламирање предвидени во овој закон и треба да бидат емитувани во рамките на предвидените лимити и периоди за рекламирање на јавниот сервис.

Заклучоците од анализата за бесплатното емитување на МТВ изработена од Советот за радиодифузија во 2010 година⁹⁰ сосема јасно упатуваат дека на програмите на Македонската радиотелевизија зад слоганот „бесплатно емитување“ било емитувано скриено политичко рекламирање. Имено, начинот на кој се изработени овие реклами, односно графичкото решение на слоганот е истоветен со слоганот на политичката партија која е на власт. На тој начин, овие спотови, кои инаку треба да се од јавен интерес, добиваат обележја на платено политичко рекламирање, што, пак, е забрането на јавниот сервис МРТ. Од друга страна, пак, зачестеноста и обемот на овие реклами сериозно ја доведуваат во прашање самостојноста на уредувачката политика на Македонската радиотелевизија. Констатирано е дека под ознаката „бесплатно емитување“ се емитува класично рекламирање на Владата, што покрај влијанието врз уредувачката независност на јавниот сервис, значи и директно нарушување на конкуренцијата. Во декември 2011 година Собранието го прифати предлогот на Владата на МРТ да ѝ се дозволи да емитува реклами во ударните термини, како и зголемување на процентот на реклами на час емитувана програма (од постоечките 4% на 20%, што е изедначување со времето за рекламирање на приватните радио и телевизиски станици). По ова ќе следи комисијска расправа во парламентот. Предлогот дојде во момент кога беше подготвуван (а во декември 2011 година веќе и промовиран) концепт за нов закон за медиуми, што треба да биде усогласен со новите технолошки и комуникациски трендови, како и со европската легислатива.

Инаку, јавните кампањи и реклами на Владата во медиумите беа посочени како еден од клучните проблеми во разговорите меѓу Владата и ЗНМ. Оваа тема се најде како точка и во

88 Прилог: „Владајќа продолжува со рекламирање“, ТВ Алфа, 21 април 2011 година. Достапно преку: <http://vesti.alfatv.com.mk/default.aspx?egId=6&eventId=36208&mlId=36>.

89 Прилог: „Демант од Владата на прилогот 'Корупција озаконета во реклами' емитуван на А1 телевизија“, Курир, онлајн-медиум. 1 февруари 2011. Достапно преку <http://kurir.mk/makedonija/vesti/18640-Demant-na-Vladata-na-prilog-na-A1-televizija>

90 Совет за радиодифузија (2010) „Извештај од анализата на соопшенијата емитувани со ознака 'бесплатно емитување' на МТВ1, МТВ2 и на Собранискиот канал. Скопје: СРД. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/Analiza_na_besplat-noto_emituvanje_na_MTV.pdf

Акцискиот план на МИМ и на ЗНМ, подготвен по „мавровската средба“, при што беа истакнати следните проблеми: отсуство на јасни критериуми за распоредување на буџетските средства за јавни кампањи и огласување, нетранспарентност во работата на рекламните агенции, нивно преголемо влијание врз медиумската содржина, селективно рекламирање според непазарни критериуми, нетранспарентност во тиражите и рејтинзите, непостоење системи на координација на сите учесници во медиумскиот пазар итн. Рекламирањето на Владата и на јавните институции беше посочено како еден од начините на корупција на медиумите.

Меѓутоа, рекламирањето треба да се гледа и од еден друг агол – постоењето тајна спрега меѓу Владата и телевизиите, од една, и телевизиите и приватните бизниси, од друга страна. Доколку од една страна Владата или институциите фаворизираат определени медиуми, постои и ситуација кога едни исти приватни бизниси се рекламираат постојано и единствено само на едни медиуми, или, пак, само на една иста емисија. Имено, постои т.н. скриен маркетинг, односно договори не само меѓу телевизиите и Владата, туку и меѓу телевизиите и различни бизнис-центри.

2.11 Ефикасна регулација на рекламирањето во медиумите

Индикатори: Дали постои регулатива за ограничување на обемот на рекламирање, одвојување на рекламните од програмите и други правила? Дали електронските медиуми се придржуваат до одредените правила? Дали постојат кодекси за рекламирање основани од независни професионални тела, со цел да се спречи погрешно/прикриено рекламирање?

Условите за емитување рекламни спотови на радио и телевизиските програми се определени во Глава 7 од Законот за радиодифузна дејност. За комерцијалните електронски медиуми, вкупното времетраење на рекламните спотови емитувани во еден реален час не смее да биде подолго од 12 минути на час емитувана програма, односно не смее да изнесува повеќе од 20% од дневно емитуваното време. На јавниот сервис не е дозволено рекламирање во периодот од 17.00 до 21.00 часот на телевизиските програмски сервиси и во периодот од 07.00 до 14.00 часот на радиските програмски сервиси, а времетраењето на емитуваните реклами не смее да биде подолго од 4 минути и 12 секунди на час, односно не смее да изнесува повеќе од 7% од дневно емитуваното време. Во декември 2011 година, Собранието го усвои, во прва фаза, предлогот на Владата за измени на Законот за радиодифузна дејност, со што би се зголемил износот на радиодифузната такса која граѓаните треба да ја плаќаат. Објаснувањето на предлагачите беше дека со ова ќе се зголеми финансиската стабилност и независност на МТВ. Дополнително, со евентуалните измени МТВ ќе може да емитува реклами во ударен термин и да организира самостојно игри на среќа. Предлог-измените допрва ќе влезат во собраниска процедура, односно ќе се разгледуваат на надлежните комисији. Опозицијата се спротивстави на овој предлог со образложение дека ова ќе биде удар за приватните медиуми кои се финансираат од реклами и спонзорства⁹¹.

Законот за радиодифузна дејност предвидува дека рекламирањето и телешопингот треба да бидат јасно препознатливи и издвоени од другите делови на програмата со оптички или акустички средства.

91 Во јануари 2012 Собранието ги усвои сите овие измени на Законот.



И прашањето за содржината на рекламните спотови е уредено со одредбите од Глава 7 на Законот за радиодифузна дејност каде што е јасно наведено дека рекламирањето и телешопингот треба да бидат вистинити и чесни, да не ја заведуваат јавноста и да не се против интересите на купувачите, односно корисниците на услугите.

Советот за радиодифузија го следи исполнувањето на овие обврски од Законот. Во „Извештајот за работата на Советот за радиодифузија во 2010 година“,⁹² и покрај тоа што е јасно наведено дека при анализите „кај сите медиуми беа констатирани прекршувања на Законот за радиодифузна дејност и на подзаконските акти“, на комерцијалните електронски медиуми не им била изречена ниту една мерка за прекршувањата на одредбите од оваа глава од Законот. Единствено јавниот сервис бил повеќепати писмено опоменуван. Во „Извештајот на Советот за радиодифузија за 2009 година“,⁹³ исто така е наведено дека се констатирани прекршувања на Законот кај сите анализирани електронски медиуми, а како едни од најчестите прекршувања се посочени одредбите што се однесуваат на рекламирањето, телешопингот и спонзорството. Од друга страна, во текот на целата година, Советот изрекол само една писмена опомена кон еден комерцијален радиодифузер за прикриено рекламирање и една писмена опомена со барање за објавување на јавниот сервис поради тоа што рекламирањето не било јасно препознатливо и издвоено од другите делови на програмата со оптички и акустични средства.

Рекламирањето во печатените медиуми не е регулирано со правен акт, ниту, пак, постои институција која има надлежност да се грижи за тоа.

Една од препораките на медиумската заедница во Маврово беше дека треба да постојат независни механизми и тела во сферата на медиумската индустрија и пазарот, кои би ги регулирале односите меѓу играчите на пазарот и би го надгледувале спроведувањето на договорените механизми, на пример: кодекси на рекламирање, саморегулаторни тела, повеќепартитни комитети на индустријата, кои би определувале критериуми и начини на работа на индустријата (на пример, најниска цена за рекламирање и слично).

92 Достапно преку: <http://www.srd.org.mk/images/stories/doc/izvestaj%20za%20rabota%20na%20srd%20za%202010%20godina.pdf>

93 Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/lzveshtaj_za_rabotata_na_SRD_za_2009.pdf



ПРЕПОРАКИ:

1) Утврдување јасни критериуми (како, на пример, податоците за реално остварениот тираж, гледаноста, односно слушаноста) за транспарентна распределба на буџетските средства за јавните реклами/кампањи на Владата, државните институции, јавните претпријатија и органите на локалната самоуправа, вклучувајќи ги и агенциите или регулаторните тела, и во конвенционалните и во новите медиуми.

2) Создавање механизми за мониторирање на пласманот и ефектите од рекламите во медиумите финансирани од буџетски или јавни средства, како, на пример, кодекси за транспарентност или формирање независни тела од страна на самата медиумска индустрија, кои воедно би ги регулирале односите меѓу различните актери на пазарот и би го надгледувале спроведувањето на договорените обврски.

3) Во процесот на усогласување на постојната радиодифузна регулатива со Директивата на ЕУ за аудиовизуелни услуги да се утврди цензус на остварен годишен приход, над кој би се предвидела обврска за трансформација на трговските радиодифузни друштва од ДООЕЛ во акционерски друштва. Со тоа ќе се поттикне докапитализацијата на телевизиската индустрија со домашен и странски капитал, ќе се забрза трансферот на технологија и знаења и ќе се поттикне производството на поквалитетна домашна и оригинална продукција. Повисоките облици на сопственичка структура би создале и нови корпоративски стандарди на управување и раководење, а на тој начин би се создале општествено препознатливи механизми за балансирање на уредувачката политика на медиумите, нивната независност на пазарот и сложениот сплет на легитимни интереси и влијанија на различни општествени актери.

4) Сеопфатна анализа на постигнатото ниво на плурализам во медиумската сфера во Македонија, во поглед на законските предуслови, плурализмот на сопственоста, плурализмот на медиуми и жанрови, како и политичкиот, културниот и географскиот аспект на медиумскиот плурализам.

5) Подигање на капацитетот на регулаторното тело во радиодифузијата, но и на другите субјекти со регулаторна или надзорна функција, со цел обликување и имплементација на регулаторна политика која води кон компетитивен плурализам, содржинска разновидност во медиумската сфера, и во квантитативна и во квалитативна смисла. Ова, во прв ред, се однесува на попречување на медиумската концентрација, која малиот пазар, каков што е македонскиот, го претвора во своевидна гладијаторска арена, со што се „узурпираат“ медиумите од публиката.



III. МЕДИУМИТЕ КАКО ПЛАТФОРМА ЗА ДЕМОКРАТСКА ДЕБАТА

A. МЕДИУМИТЕ ЈА РЕФЛЕКТИРААТ РАЗНОВИДНОСТА ВО ОПШТЕСТВОТО

3.1 Јавните, приватните и непрофитните медиуми им служат на интересите на сите групи во општеството

Индикатори: На кои сè јазици се емитуваат програмите и дали се рефлектира јазичната разновидност? Колку непрофитните медиуми им служат на маргинализираните и малцинските групи? Колку Јавниот радиодифузен сервис ги рефлектира различните политички гледишта, социјалните интереси, вклучувајќи ги и најмаргинализираните делови од општеството? Колку информациите на медиумите им се достапни на жените и на различните маргинализирани групи?

Македонија е држава на македонскиот народ и на граѓаните кои живеат во нејзините граници, а се дел од албанскиот, турскиот, влашкиот, српскиот, ромскиот, бошњачкиот народ и другите народи. Мултиетничкиот карактер на општеството е основа на највисокиот законодавен акт, Уставот, и како таков се одразува и врз регулативата во медиумската сфера. Уставот на Република Македонија на припадниците на националностите им го гарантира правото слободно да го изразуваат, негуваат и развиваат својот идентитет и националните особености (чл. 48). Во истиот член се наведува дека државата ја гарантира заштитата на етничкиот, културниот, јазичниот и верскиот идентитет на националностите, како и правото на припадниците на националностите да основаат културни и уметнички институции, научни и други здруженија заради изразување, негување и развивање на својот идентитет.

Законот за радиодифузна дејност пропишува дека Јавниот радиодифузен сервис Македонска радиотелевизија ќе зрачи еден телевизиски и еден радио програмски сервис на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните, а кој е различен од македонскиот јазик, и на јазиците на другите мнозински јазици (чл. 117). Исто така, предвидено е МРТ да емитува и радиопрограми за иселениците и граѓаните на Република Македонија кои живеат во странство. Вакви програми треба да се емитуваат и на сателитските програмски сервис – еден радио и еден телевизиски.

Инаку, Законот за радиодифузна дејност ги третира и прашањата на титлувањето на програмите (чл. 83), на преводот на рекламите и телешопинг спотовите (чл. 104), дури и на најавите за програмите на странски јазици кои не се преведуваат (чл. 83) – сите тие треба да бидат емитувани на јазикот на заедницата за која е наменета програмата.

Во 2002 година, Вториот програмски сервис на Македонската телевизија (МТВ2) беше целосно отстапен за емитување на програмите на јазиците на етничките заедници. Притоа беше зголемено времетраењето на постојните програми, а се воведоа програми и на јазиците на некои

од помалубројните заедници. Во „Анализата на програмите на МРТ“, изработена од Советот за радиодифузија во 2010 година, е наведено дека на МТВ 2 доминира програмата на албански јазик, со околу 96 часа неделно, што претставува удел од околу 18% во неделната програма на трите канали на МРТ и на Собранискиот канал.⁹⁴ Потоа следува програмата на турски јазик (околу 16 часа и 30 минути неделно, што е 3% во вкупната неделна програма), додека програмите емитувани на српски, влашки, босански и на ромски јазик се минимално застапени, со по околу еден ипол час седмично, односно 0,3% удел во седмичната програма на МТВ.

Што се однесува до времетраењето и квалитетот на содржините на програмата на јазиците на етничките заедници на Македонското радио, истата *Анализа* посочува дека неделно се емитуваат 119 часа програма на албански јазик, 35 часа програма на турски јазик и по 3 часа и 30 минути на влашки, ромски, босански и на српски јазик (стр. 85). Во структурата на програмата „доминира информативната функција на медиумот, и тоа, пред сè, вестите“. За програмата на албански јазик е карактеристично што, освен вестите од сопствено производство, се емитуваат и вести на албански јазик од Дојче Веле и од Би-Би-Си. На албански, турски и на босански јазик се емитуваат и емисии и музика за деца. Говорниот дел на секоја од програмите е придружен со музика на соодветниот јазик, при што најчесто се емитува поп-музика или традиционална народна музика“.⁹⁵

Советот за радиодифузија, во *Анализата*, констатирал дека МРТ со програмите на јазиците на немнозинските заедници исполнува значајни функции на јавниот сервис – емитува програми за целата јавност, нејзините програми се отворени за различните култури што се составен дел на општеството и придонесуваат за зачувување и негување на националниот идентитет и јазичната култура. Сепак, заклучок на Советот е дека треба да се размислува програмите на ромски, српски, влашки и на босански јазик да се прошират, бидејќи и покрај тоа што настојуваат да понудат разновидност на темите и информациите, тоа не можат да го постигнат поради ограниченото времетраење. Се препорачува и подобрување на квалитетот на програмите со кои, пред сè, се поттикнува развојот и зачувувањето на националната култура, и програмите што ја поттикнуваат културата на дијалог и го зацврстуваат заемното разбирање и толеранцијата меѓу заедниците во мултиетничка и мултикултурна средина.⁹⁶ Една од препораките што произлегоа од „мавровската средба“ беше и зголемување на обемот на домашната продукција и кај ЈРС МРТ и кај комерцијалните медиуми, бидејќи во моментот, програмата, а особено ударните термини се презаситени со серии од странско производство. И на стручната расправа по повод оваа анализа беше истакната истата заложба, а како еден од начините беше посочено поставувањето критериум при доделувањето дозволи.

Во однос на тоа колку ЈРС МРТ ги рефлектира различните политички гледишта, индикации може да се добијат од анализата на Советот за радиодифузија публикувана во 2010 година Политичкиот плурализам во вестите на Јавниот радиодифузен сервис, во која се посочува дека во Македонија нема конкретни законски одредби за обезбедување политички плурализам надвор од период на изборна кампања. „Меѓутоа, во Законот за радиодифузна дејност, во програмските стандарди е утврдено дека радио и телевизиските програми треба да се темелат врз принципите на отвореност за различни политички мислења и гледишта и објективно и непристрасно прикажување

⁹⁴ Македонската телевизија дневно емитува 73-часовна програма на своите три канали и на Сателитскиот канал. Извор: веб-страница на МРТ, http://mrt.com.mk/MK/za_mrt.aspx

⁹⁵ Совет за радиодифузија (2010) „Анализа на програмите на МРТ“. Скопје: СРД. Стр. 19. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=93&Itemid=76&lang=mk

⁹⁶ Ибид. Стр. 60.

на настаните со еднаков третман на различните гледишта и мислења, како и овозможување слободно оформување на мислењето на публиката за одделни настани и прашања и гарантирање на правото на одговор и исправка“.

Анализата утврдува дека во вестите емитувани на Првиот програмски сервис на МТВ (период од 5 до 11 јули 2010 година) не е обезбеден политички плурализам,⁹⁷ односно најзастапени биле претставниците на институциите на власта (членовите на Владата), а далеку зад нив другите субјекти, особено партиите од парламентарното мнозинство и парламентарната опозиција. Сликата е речиси идентична и во вестите на албански јазик, односно, најзастапени се претставниците на институциите на власта, а далеку помалку граѓанскиот сектор или меѓународните субјекти.⁹⁸

Што се однесува до комерцијалните електронски медиуми, ако се наменети за етничка заедница, тие ја емитуваат програмата на нејзиниот јазик (чл. 82 од Законот за радиодифузна дејност). Овие електронски медиуми ги исполнуваат и законските обврски за негување на културната и јазичната посебност на етничката заедница за која се наменети, односно обврската за најмалку 30% дневна програма изворно создадена на одреден јазик и за најмалку 30% вокално-инструментална музика на тој јазик (член 74). Кај Јавниот радиодифузен сервис ваквата обврска е поголема, и за радиото изнесува најмалку 40% програма изворно произведена на јазиците на етничките заедници и најмалку 45% од емитуваната вокално-инструментална музика (чл. 124).

Во 2010 година, 19 телевизии и 13 радија емитуваа програми на некој од јазиците на етничките заедници. На државно ниво, работела две телевизии на јазиците на другите заедници: една терестријална национална телевизија ТВ Алсат-М, која освен на албански, емитува програми и на македонски јазик, и една сателитска телевизија на албански јазик – ТВ Алб.⁹⁹ Третата, сателитската телевизија ЕРА САТ, се откажа од дозволата во ноември 2010 година поради финансиски причини. На регионално ниво, во Скопје функционираат четири телевизии и две радија: ТВ БТР и ТВ Шутел, на ромски и на македонски јазик, ТВ Едо, на босански јазик, и ТВ Ера, на албански јазик, како и радијата Арачина и Ват, исто така на албански јазик. На локално ниво постојат 15 радија и телевизии кои зрачат програма само на албански јазик, потоа едно радио и една телевизија кои емитуваат програма на албански и на македонски јазик, една телевизија на албански, македонски и на турски јазик, една на босански, македонски и на албански јазик, едно радио на македонски и на турски јазик, едно радио на македонски, српски и на хрватски јазик, телевизија на македонски, турски и на албански јазик и две радија на ромски и на македонски јазик.

Законот овозможува и основање непрофитни електронски медиуми, што беше една од можностите за трансформација на јавните радиодифузни претпријатија на локално ниво. Една од целите на воведувањето на непрофитниот сектор беше да се овозможи и нов облик на задоволување на програмските потреби на малите етнички заедници, по примерот на другите европски земји. Имајќи ги предвид промените во европската аудиовизуелна политика, во периодот од 2007 до 2010 година се очекуваше да се интензивираат мерките за развој на непрофитниот медиумски сектор и за збогатување на јазичниот плурализам во медиумската понуда, особено во поглед на правата на помалите етнички заедници чии медиуми во минатото не успеваа да опстанат на

97 Совет за радиодифузија (2010) „Политичкиот плурализам во вестите на јавниот радиодифузен сервис“. Скопје: СРД. Стр. 13

98 Ибид. Стр. 15, 17

99 Во 2011 година ТВ Алб ја врати дозволата

пазарот. Меѓутоа, непрофитните електронски медиуми не профункционираа според очекуваното. Како што претходно објаснивме, Радио Дост ФМ од Штип, кое емитуваше програма на турски јазик, во септември 2010 година ја врати дозволата, со образложение дека не може да опстане поради недостиг од финансиски средства.¹⁰⁰

Советот за радиодифузија треба конзистентно да го спроведува она што во Стратегијата за развој на радиодифузната дејност го има предвидено за непрофитните медиуми.¹⁰¹ Досега не се иницирани најголем дел од мерките утврдени во Декларацијата за улогата на медиумите на заедницата во промовирањето на социјалната кохезија и интеркултурниот дијалог на Советот на Европа, односно не е направено сеопфатно согледување на потребите на етничките, но и на другите општествени заедници во медиумскиот сектор; не е инициран ниту еден проект за поддршка на програмите на медиумите на заедницата; нема резервирани фреквенции за непрофитниот сектор; нема конкретен план за развој на овој сектор во дигиталното опкружување; не постојат иницијативи за финансиска поддршка на овој сектор и др.¹⁰²

Што се однесува до печатените медиуми, во средината на јули 2011 година, во Македонија излегуваа три дневни весника на албански јазик: *Коха*, *Факџи* и *Лајм*, а од септември 2011 година почна да излегува и весникот на албански јазик *Журнал*. Весникот ***** е Ре (Коха е Ре)*, на почетокот на јули 2011 година престана да излегува. Овој весник беше дел од групацијата медиуми што се поврзуваа со Велија Рамковски, осомничен за затајување данок, по што повеќето негови медиуми престанаа да излегуваат или згаснаа. Од 2009 година, издание на албански јазик има и неделникот *Теа модерна*. Изданија кои произведуваат содржини на албански јазик на регионално ниво се *Кичевско огледало*, двојазичен весник за кичевскиот регион, што се оформи пред две години, како и двојазичниот месечник за млади *Тајм аут*, кој излегува во Куманово, а го издава невладината организација Интер-етник проект.

Од печатените изданија на другите заедници, излегуваат неделниците *Заман* и *Јени Балкан* на турски јазик. Весници или неделници на јазиците на другите заедници не постојат. Според она што се случуваше во изминатите години, доколку такви се појавеа на пазарот, тие имаа незначителни тиражи и згаснуваа бргу.

Во Извештајот на Европската комисија за напредокот на Македонија за 2011 година се истакнува дека престанокот со работа на ТВ А1, како и на весниците *Шџиц* и ***** е ре (Коха е ре)*, кои беа критички настроени кон актуелната Влада, влијаеше врз намалување на разновидноста во медиумската сфера.

Од друга страна, не постојат податоци за тоа колку информациите на медиумите им се достапни на жените и различните маргинализирани групи. Тоа може да се објасни со фактот што до 1995 година се практикуваше регистрација на медиуми во Министерството за информации, што подоцна се префрли како обврска на Агенцијата за информации. Со укинувањето на Агенцијата, беше укината и регистрацијата на медиумите. Тоа доведе до ситуација да не постои никаква евиденција за бројот на печатени медиуми, за жанровска поделеност на медиумите, за бројот на

100 Група автори (2011) „Состојбата со медиумите на јазиците на заедниците во РМ“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Достапно преку: http://mim.org.mk/attachments/342_sostojba%20so%20mediumite%20na%20jazicite%20na%20zaednicite_v4g.pdf

101 Достапно преку: http://mim.org.mk/attachments/342_sostojba%20so%20mediumite%20na%20jazicite%20na%20zaednicite_v4g.pdf

102 Група автори (2011) „Состојбата со медиумите на јазиците на заедниците во Република Македонија“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Стр. 29

локални и регионални печатени медиуми, за постоењето специјализирани списанија, за јазикот на кој излегуваат, бројот на вработени во нив и слични податоци.

3.2 Медиумите ја рефлектираат општествената разновидност преку политиката на вработување

Индикатори: Дали жените новинари се добро застапени во медиумската индустрија и во медиумскиот сектор, вклучувајќи ги и повисоките позиции? Дали новинарите од различните малцински, јазични или религиски групи се добро застапени низ медиумскиот сектор, вклучувајќи ги и повисоките позиции?

Во Македонија нема прецизен податок за бројот на активни новинари во сите медиуми, а уште помалку за нивниот број во однос на етничката припадност или припадност на верски или други јазични групи. Единствено Советот за радиодифузија во рамките на своите годишни анализи на пазарот прави истражувања за структурата на вработените во електронските медиуми во однос на пол, образование и статус. Во однос на политиката на вработување претставници од различните малцински и јазични групи, може да се каже дека во националните медиуми на македонски јазик кои се обраќаат на пошироката публика, мал е бројот на вработени од другите етнички заедници. Тука треба да се истакне примерот на Алсат –М, како приватен медиум каде што се вработува кадар претежно од албанската и од македонската заедница, но и од другите заедници, за реализирање на програмата која се одвива на два јазика.

Инаку, проценки за вкупниот број новинари во медиумската индустрија се извлекуваат од бројот на новинари зачленети во Здружението на новинари, како и од истражувањата на Советот за радиодифузија. Според ЗНМ, во државата има регистрирано 1.360 зачленети новинари, од кои 660 се жени, но во оваа бројка не влегуваат оние кои не се членови на ЗНМ или, пак, членуваат во други асоцијации на новинари. Советот за радиодифузија, пак, располага со податок од 765 новинари кои

Табела 2. Структура на вработените во телевизиската индустрија

Состојба на 31.12.2010 година													
Кадар		Вкупен број		Образование						Статус			
				ВСС		ССС		друго		редовен работен однос		хонорарно ангажирани	
		ж	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м
1	Новинари	300	231	214	156	84	70	2	5	239	195	61	36
2	Уредници	25	48	22	32	3	16	0	0	23	38	2	10
3	Управители/директори	15	57	11	21	3	36	1	0	14	55	1	2
4	Технички кадар (инженери и техничари)	30	130	13	20	17	102	0	8	26	105	4	25
5	Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	98	475	19	79	77	357	2	39	96	412	2	63
6	Преостанат кадар	157	132	50	31	96	88	11	13	137	122	20	10
ВКУПНО		625	1073	329	339	280	669	16	65	535	927	90	146

Извор: Совет за радиодифузија, декември 2011



работеле во електронските медиуми во 2011 година (овде не се вклучени новинарите кои работеле во ТВ А1), но тој нема податоци за бројот на вработени во печатените и во Интернет-медиумите. Проценките за вкупниот број новинари во Македонија се движат во распонот од 1.000 до 1.500.

Според податоците на Советот, само 37 отсто од вработените во телевизиската индустрија биле жени. Жените биле побројни кај новинарскиот кадар (64%), и дополнително од вкупниот број новинари во телевизиската индустрија, најбројни биле жените новинари со високо образование. Сепак, најголем број од уредниците (44%) биле машки лица со високо образование.

Во радиото, 43% од вкупниот број вработени биле жени, но тие биле побројни како новинарски кадар (54%).

Табела 3. Структура на вработените во радиската индустрија

Состојба на 31.12.2010 година														
Кадар	Вкупен број	Образование								Статус				
		ВСС		ССС		друго		редовен работен однос		хонорарно ангажирани				
	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м
1 Новинари	127	107	94	57	30	44	3	6	103	85	24	22		
2 Уредници	12	11	8	4	4	7	0	0	6	10	6	1		
3 Управители/директори	12	39	3	7	9	31	0	1	10	35	2	4		
4 Технички кадар (инженери и техничари)	10	57	3	3	7	52	0	2	4	42	6	15		
5 Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	26	82	3	14	21	60	0	10	19	76	5	8		
6 Преостанат кадар	49	22	7	8	37	10	5	4	45	22	4	0		
ВКУПНО	236	318	118	93	108	204	8	23	187	270	47	50		

Извор: Совет за радиодифузија, декември 2011 година

Во јавниот сервис МРТ во 2010 година работеле 177 жени, од вкупно 344 новинари.¹⁰³ Притоа, во 2011 година од осум одговорни уредници на Првиот и на Вториот програмски сервис, петмина биле мажи, а три жени.¹⁰⁴

Што се однесува до бројот на вработени од различни етнички групи во ЈРС МРТ, одредени сознанија може да се извлечат од анализата за „Сосџојбајџа со медиумите на јазиците на заедниците во Македонија“, изработена од МИМ и од Високата школа за новинарство и за односи со јавноста. Во неа се посочува дека сервисите на заедниците на Вториот програмски канал на МТВ (МТВ2) немаат доволно ниту новинарски, ниту технички и друг продукциски кадар (последниве се заеднички за сите сервиси на МРТ) за да ги опслужат сите канали и да ги задоволат обврските кои ги бара Законот, со што би се оствариле функциите на јавен сервис. На пример, секторите како здравство и социјала, култура, образование и музичката програма (значајна во овој контекст, во насока на обврските за негување на етничките особености на немнозинските заедници) во програмата на албански јазик, ги покрива по еден човек, кој треба да известува и за вестите, а и да подготвува неделни емисии.

¹⁰³ Извор: Совет за радиодифузија, податоци за 2010 година

¹⁰⁴ Извор: Ефтим Гаштов, извршен директор на МРТ (2011)

Кај програмата за деца има новинар/уредник, а програмата ја реализираат водители/деца.¹⁰⁵

Отсуството на кадар е уште повидливо во редакциите на помалите етнички заедници. Според Анализата, кај нив ситуацијата со новинарскиот кадар е уште полоша, а бројот на сниматели и камермани и друг технички кадар за реализирање на целиот овој продукциски процес е далеку од доволен. Така, „еден до двајца новинари ја реализираат целата програма на ромската редакција на МТВ, иста е состојбата на ромската редакција во радиото, како и во другите редакции на помалите етнички заедници, во Вториот сервис на МТВ и во Третиот сервис на Македонското радио. Делумно, во подобра состојба е влашката редакција на Македонско радио, во која работат дури четворица вработени, а ситуацијата е малку подобра и во редакциите на турски јазик“.¹⁰⁶ Од друга страна, Анализата посочува дека во Вториот сервис на МТВ има вработено 11 режисери, но и покрај тоа отсуствува производство на оригинална играна програма, додека документарната програма речиси е замрзната и се сведува на неколку проекти годишно.

Б. ЈАВЕН РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС

3.3 Мисијата и целите на јавниот радиодифузен сервис се дефинирани и гарантирани со закон

Индикатори: Како се дефинирани законските одредби за мисијата, програмските задачи и независноста на Јавниот радиодифузен сервис (ЈРС)? Постојат ли специфични гаранции за независноста на уредувачката политика на ЈРС, како и соодветно и стабилно финансирање за заштита од влијанија? Дали ЈРС има соодветни технички ресурси? Дали ЈРС, преку своите менаџерски тела, промовира одговорност кон јавноста?

Функциите на јавен радиодифузен сервис во Република Македонија ги врши Македонската радиотелевизија. Нејзината мисија е определена во Законот за радиодифузна дејност, односно како јавен сервис МРТ е должна да создава и емитува програми од јавен интерес со кои се одразува општествениот и културниот плурализам во државата, а кои се состојат од информативни, културни, образовни, научни, спортски и забавни содржини (чл. 120). Принципите и препораките за јавниот радиодифузен сервис утврдени во европските документи се сублимирани во четири основни функции/задачи: универзалност, разновидност, независност и квалитет. Сите овие програмски принципи на јавниот сервис се целосно вградени во членот 121 од Законот за радиодифузна дејност (Службен весник, бр. 100/2005) и во неколку други законски одредби. Во таа смисла, македонската регулатива е целосно усогласена со европските документи. Законот ги дефинира програмските задачи што МРТ е должна да ги остварува заради остварување на јавниот интерес: да обезбеди програмите што се произведуваат и емитуваат да бидат заштитени од какво и да е влијание на власта, политички организации или центри на економска моќ; да ја развива и планира програмската шема во интерес на целата јавност и да произведува и емитува програми за сите сегменти на општеството

¹⁰⁵ Група автори (2011) „Состојбата со медиумите на јазиците на заедниците во Република Македонија“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Стр. 22

¹⁰⁶ Ибид. Стр. 23

без дискриминација, водејќи притоа сметка за специфичните општествени групи; да се грижи низ програмите да се рефлектираат различни идеи, да се негува културниот идентитет на заедниците, да се почитуваат културните и религиозни разлики и да се поттикнува културата на јавен дијалог, со цел да се зацврстува заемното разбирање и толеранција во функција на унапредување на односите меѓу заедниците во мултиетничка и мултикултурна средина; да ги негува и развива говорните и јазичните стандарди на сите заедници во Република Македонија; да ги негува, поттикнува и развива сите облици на домашно аудиовизуелно творештво кои придонесуваат за развој на македонската култура, како и да придонесува за меѓународна афирмација на македонскиот културен идентитет; да го промовира почитувањето на основните човекови права и слободи, демократските вредности и институции, да ги почитува приватноста, достоинството, угледот и честа на човекот; да развива, планира и емитува програми, информативни емисии и вести наменети за глуви лица кои ќе бидат преведувани на знаковен јазик; во време на изборна кампања да обезбеди бесплатно и избалансирано време за емитување на програмите на политичките партии, коалиции и кандидати кои имаат доставено листи на кандидати за општи, локални или претседателски избори, во согласност со правилата за медиумска презентација на политичките партии, коалиции, независни кандидати и нивните програми; да обезбеди информирање за регионалните и локалните посебности и настани во Република Македонија; да обезбеди услови за користење и развој на современи техничко-технолошки стандарди во производството и емитувањето на програмата и да подготви план за премин во определен временски период на дигитална технологија во согласност со утврдената Стратегија за развој на радиодифузијата во Република Македонија и да обезбеди чување и архивирање на сопствените радио и телевизиски записи и други материјали и документи за работата на МРТ, како дел од аудиовизуелното богатство за Република Македонија (чл. 121).

Во однос на независноста на МРТ, како јавен сервис на граѓаните во Законот за радиодифузната дејност е јасно наведено дека програмите на МРТ треба да бидат независни од кој било центар на моќ: „Заради остварување на јавниот интерес МРТ е должна да обезбеди програмите што се произведуваат и емитуваат да бидат заштитени од какво и да е влијание на власта, политички организации или центри на економска моќ“ (чл. 121, став 1). Исто така, „МРТ е должна при создавањето и емитувањето на програмите да ги почитува професионалните принципи и на различните интереси во општеството да им обезбеди рамноправен пристап, да се залага за слободата и плурализмот на изразување на јавното мислење[...]“ (чл. 122).

Наспроти тоа, вестите и актуелно-информативните програми на МРТ, од осамостојувањето на државата па до денес, генерално се под влијание на политичките структури на власт така што довербата на публиката во нивната независност и непристрасност континуирано се намалуваше, што се одрази и врз гледаноста. Во „Анализата на јавната радиодифузија во РМ во контекст на европската медиумска политика“,¹⁰⁷ се констатира дека МРТ одамна не е препознатлива по вестите и актуелно-информативните емисии. „Поголем број искусни и професионални новинари од МРТ преминаа во приватните медиуми или работат како самостојни новинари во рамките на независни продукции. Дел од професионалните кадри кои сè уште работат во МРТ, не можат да ги изразат своите способности и знаења, како поради континуираниот недостиг од средства, така и поради хаотичниот начин на управување со Куќата и недостигот на визија на раководствата кои

107 Група автори (2011) „Анализата на јавната радиодифузија во РМ во контекст на европската медиумска политика“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Стр. 10. Достапно преку: http://mim.org.mk/attachments/291_izvestaj%20Analiza%20na%20javen%20servis.pdf.

се сменија во последните неколку години. Според тоа, може да се каже дека МРТ, денес, сè уште не ја исполнува обврската да претставува 'форум на јавна дебата', ниту, пак, обезбедува доволно простор за слободно изнесување идеи, мислења и критика", се заклучува во *Анализаџа*.

На проблемот со отсуство на независна уредувачка политика во МРТ повеќепати посочуваше и Европската комисија во своите извештаи. Последниот Извештај од 2011 година нагласува дека ЈРС не успева да ја исполни својата статутарна улога да обезбеди разновидност на информативни, образовни и забавни програми. Во однос на известувањето и покривањето на настаните, во вестите се забележуваат фаворизирачки тенденции кон владејачките партии, што беше пример и во текот на предизборната кампања за Парламентарните избори во 2011 година.¹⁰⁸ И во публикацијата Политичкиот плурализам во вестите на јавниот радиодифузен сервис, објавена од Советот за радиодифузија во 2010 година, се заклучува дека и временски и во однос на директни обраќања во вестите на македонски и на албански јазик, во текот на истражуваниот период доминирале партиите од владејачкото мнозинство во однос на извештаите за опозициските партии.

Со измените на Законот за радиодифузна дејност во 2010 година беше укината можноста за прогласување стечај или ликвидација на Јавниот радиодифузен сервис МРТ (што беше овозможено во измените од 2008 година), беше утврдено Управата за јавни приходи да ги преземе обврските околу пресметувањето, утврдувањето и наплатата на радиодифузната такса, а воедно беше намален и износот на месечната радиодифузна такса со цел да се подобри наплатата. Ова влијаеше на зголемување на стапката на наплата. Сите овие измени се важни во насока на обезбедување одржливо финансирање на Јавниот радиодифузен сервис и на Советот за радиодифузија, што сè уште не е во потполност овозможено. Во изминативе години, во извештаите на ЕК постојано се предупредуваше дека ЈРС нема финансиска самостојност со оглед на тоа дека наплатата на таксата беше блиску до нула, а тоа влијаеше и на уредувачката независност.¹⁰⁹ Инаку, во Законот е утврдено дека МРТ се финансира од радиодифузната такса, од рекламирање, спонзорство, донации, продажба на програма и услуги и од средства обезбедени во Буџетот на Република Македонија за тековната година. Донациите не смеат да влијаат или да ја нарушат уредувачката независност на МРТ (чл. 116). Кон крајот на 2011 година, Собранието го прифати предлогот на Владата за измени на Законот за радиодифузна дејност, за повторно зголемување на износот на радиодифузната такса. (Види исто во делот II.Д.2.11.)

Поради долгогодишната финансиска криза, резултат на неефикасното собирање на радиодифузната такса, МРТ заостанува во техничко-технолошкиот развој зад другите комерцијални електронски медиуми. Тоа е констатирано и во Стратегијата за развој на радиодифузната дејност 2007-2012 година направена од Советот за радиодифузија. Имено, во 2006 година МРТ имала најмалку инвестиции од сите телевизии на државно ниво во период од неколку години. Меѓутоа, во рамки на претстојниот процес на дигитализација, во ноември 2011 година, Македонската телевизија беше во фаза на набавка на нов дигитален систем за снимање, обработка и емитување на програмата на Првиот и Вториот програмски сервис. Очекувањата беа дека МРТ во 2012 година ќе добие нова ХД-опрема за Првиот и Вториот програмски сервис, додека, пак, програмата на Македонското радио веќе се снима, обработува и емитува преку дигитална техника.¹¹⁰

108 МИМ, СРД и ОБСЕ/ОДИХР

109 Европска комисија. Извештаи за напредокот на Република Македонија (2006-2010). Достапно преку: <http://www.sep.gov.mk/Default.aspx?ContentID=36&ControllID=IzvestaiEU.aspx>

110 Извор: Ефтим Гаштов, извршен директор на МРТ (2011)



Вкупните приходи на МРТВ за 2010 година изнесувале 731.091.357 денари,¹¹¹ што е двојно повеќе споредено со 2009 година кога биле 349 милиони денари. Во 2004 година вкупниот приход на МРТ изнесувал 524 милиони денари, во 2005 година – 418 милиони денари, во 2006 година - 428 милиони денари, во 2007 година – 473 милиони денари и во 2008 година – 612 милиони денари.

3.4 Јавниот сервис не се соочува со дискриминација на кое било поле при извршување на активностите

Индикатори: Дали кабелските, сателитските оператори и операторите на дигитална терестријална телевизија (ДТТ) го пренесуваат Јавниот радиодифузен сервис?

Со одредбите од Законот за радиодифузна дејност се обезбедува пристап до програмите на МРТ и се утврдува дека, „МРТ емитува програмски сервиси на територијата на целата држава“ (чл. 117), се гарантира преносот на неговите сервиси преку мрежата на Јавното претпријатие Македонска радиодифузија (чл. 118) и се утврдува обврска за задолжителна дистрибуција (анг. „must carry“) на неговите сервиси преку сите јавни комуникациски мрежи (чл. 110).

ЈРС се пренесува на дигиталните терестријални телевизии преку операторот „Боом“, на кабелска и на ИП ТВ-платформа, додека, пак, во Македонија нема платформа што испорачува сателитски сигнал внатре во земјата.

3.5 Независен и транспарентен систем на управување

Индикатори: Дали јавниот сервис е надгледуван од страна на независно регулаторно тело чија автономија е гарантирана со закон? Дали именувањата во управните тела на ЈРС се отворени, транспарентни и ослободени од директно мешање на владата или од контрола на политички и економски интереси? Дали независното регулаторно тело се грижи ЈРС да ја исполнува својата улога на јавен сервис и ја заштитува неговата независност?

Законот за радиодифузна дејност од 2005 година ги дефинира органите на МРТ, но нивните надлежности не се сосема јасно разграничени во смисла на поделба на управната од надзорната функција. Членот 126 од Законот ги утврдува органите на МРТ: Советот на МРТ, Управниот одбор на МРТ и извршниот директор. Меѓутоа, експлицитно не е наведено дека Советот на МРТ е орган кој е задолжен да врши надзор врз програмското работење на МРТ, иако тоа посредно може да се заклучи од членот 133, став 1, алинеја 1 и 2 каде што се наведени неговите надлежности: „[...] се грижи за остварувањето на јавниот интерес во програмите на МРТ врз основа на принципите на уредувачка независност и самостојност; ја утврдува програмската политика на МРТ и го надгледува спроведувањето на програмските начела [...]“.¹¹²

¹¹¹ Стенограми од седница на Собранието на Република Македонија. Извор: www.sobranie.mk

¹¹² Група автори (2010) „Анализа на јавната радиодифузија во Република Македонија во контекст на европската медиумска политика“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Достапно преку: http://mim.org.mk/attachments/291_izvestaj%20Analiza%20na%20javen%20servis.pdf. Стр. 15

„Анализата на јавната радиодифузија во Република Македонија во контекст на европската медиумска политика“, објавена од МИМ и Високата школа за новинарство и за односи со јавноста во 2010 година, утврдува дека во организацијата на работењето на јавниот сервис треба да се направи јасна разлика меѓу двете нивоа на управување: утврдувањето на генералната политика/долгорочните одлуки и секојдневното тековно работење. Односно, за водењето на генералната политика треба да се одговорни управните одбори, или одборите на директори (утврдување на деловната политика, одобрување на буџетот, назначување на извршните директори и сл), а извршните директори, пак, треба да се одговорни за секојдневното управување со материјалните и човечките ресурси, донесувањето одлуки поврзани со реализацијата на програмата и сл.¹¹³ Со цел да се избегне политичкото влијание врз секојдневното работење на јавниот сервис, извршниот директор му одговара само на одборот на директори, кој поднесува извештај за своите активности, по правило, на законодавната власт. На ваков начин, одборот на директори е замислен како еден вид брана меѓу извршните директори и власта.¹¹⁴

Според Анализата, споредувањето на надлежностите што им се дадени на трите органи на МРТ покажува дека разграничувањето на нивоата на управување не е сосема јасно направено. „Некои функции на водење на генералната политика му се доделени на Советот на МРТ (кој би требало да врши надзор), а другите на Управниот одбор. Од друга страна, се чини дека извршниот директор нема доволно надлежности за спроведување на тековното работење на МРТ. Сето ова, во крајна линија, создава конфузија и неефикасност во функционирањето на овие органи што, всушност, се покажа како практика во изминатите четири години.“¹¹⁵

Што се однесува до надзорот врз јавниот сервис во насока на исполнување на неговите функции, тој може да се додели на тела формирани во самиот јавен сервис или, пак, на независни експертски тела. Практиката во некои земји е регулаторните тела надлежни за надзор врз целата радиодифузна дејност да имаат овластување за вршење надзор врз програмите и на јавниот сервис. Во такви случаи, јавниот сервис треба да поднесува отчет за своето работење пред ваквите тела. На тој начин, тие се и еден вид брана од политичко мешање на власта во работењето на јавниот сервис. Во нашиот Закон за радиодифузна дејност постојат одредени противречности за ова прашање. Од една страна, ваков надзор треба да врши Советот на МРТ, а, од друга страна, и Советот за радиодифузија. Ова двојство во надзорот нужно создава конфузија во имплементацијата на Законот, во смисла на тоа дека не е сосема јасно кои се надлежностите на Советот на МРТ, а кои на Советот за радиодифузија во поглед на надзорот врз програмите. Притоа, анализата на исполнувањето на програмските функции на јавниот сервис е сложено прашање кое подразбира сериозни технички и програмски капацитети и, оттаму, е логично да му се даде како овластување на независното регулаторно тело.¹¹⁶

Советот на МРТ е составен од 23 члена кои ги именува Собранието на Република Македонија на предлог на следниве овластени предлагачи: Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје (предлага два члена), Државниот тетовски универзитет „Тетово“ (два члена), Универзитетот „Св. Климент Охридски“ -

¹¹³ Група автори (2010) „Анализа на јавната радиодифузија во Република Македонија во контекст на европската медиумска политика“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Достапно преку: http://mim.org.mk/attachments/291_izvestaj%20Analiza%20na%20javen%20servis.pdf. Стр. 15-16.

¹¹⁴ Ибид. Стр. 16

¹¹⁵ Ибид. Стр. 16

¹¹⁶ Ибид. Стр. 16-17

Битола (еден член), Универзитетот на Југоисточна Европа - Тетово (еден член), националната установа - Албански театар (еден член), националната установа - Турски театар (еден член), Заедницата на единиците на локалната самоуправа (еден член), Олимпискиот комитет на Република Македонија (еден член), мнозинското здружение на новинари (два члена), Стопанската комора на Република Македонија (еден член), Македонската асоцијација за информатичка технологија (МАСИТ) (еден член), Музичката академија (еден член), Мнозинското здружение на автори на музички дела и композитори (еден член), Факултетот за драмски уметности (еден член), Заедницата на инвалидските организации на Македонија (еден член) и Комисијата за прашања на изборите и именувањата на Собранието на Република Македонија (пет члена).

Со МРТ управува Управен одбор составен од седум члена кои ги избира Советот на МРТ врз основа на претходно спроведена постапка на јавен конкурс (чл. 134).

Во контекст на тоа дали назначувањата во овие тела се ослободени од директно мешање на Владата или на различни политички и економски интереси, може да се истакне последниот случај на колективна смена на Управниот одбор на јавниот сервис МРТ од август 2011 година. На иницијатива на Советот на МРТ, мандатот им престана колективно на сите членови на Управниот одбор на ЈП МРТ. Инаку, според времетраењето кога биле избрани, од вкупно седуммина, мандатот вистински им истекувал само на двајца членови, а останатите петмина биле на таа позиција во различен временски период – некој шест-седум месеци, некој една ипол година итн. Според Законот за радиодифузна дејност, „мандатот на членовите на Управниот одбор трае пет години, со право на уште еден избор“ (чл. 134). Во член 137, пак, се утврдуваат случаите во кои на член на УО на МРТ му престанува мандатот пред истекот на рокот: во случај на настанување причини поради кои едно лице не може да биде избрано за член на Управниот одбор на МРТ предвидени во членот 136 од Законот за радиодифузна дејност; ако членот на Одборот отсутува од седниците на Управниот одбор подолго од три месеци; и ако членот поднесе оставка. Престанокот на мандатот на членовите на УО не беше направен врз основа на овој член од Законот.

Воедно, треба да се истакне дека Законот никаде не регулира дека УО на ЈП МРТ се избира како колективно тело, ниту, пак, се наведува дека мандатот му престанува како на колективно тело. Уште повеќе, законската одредба во членот 137 е напишана во еднина и се однесува на мандатот на член на УО на МРТ. Претседателот на Советот на МРТ преку медиумите негираше дека станува збор за незаконска смена, поткрепувајќи го ова со тврдењето дека УО е колективно тело. Тој тврдеше дека Советот побарал толкување од надлежната парламентарна комисија, но од таму им било речено дека Законот е јасен и нема потреба од автентично толкување. Токму од тие причини било побарано мислење од правната служба на МТВ.¹¹⁷

Инаку, надзор врз програмите на МРТ врши Советот за радиодифузија, како независно регулаторно тело. Генерално, улогата на СРД при остварувањето на своите надлежности е да се грижи за обезбедување на слободата и плурализмот на изразувањето, за постоење разновидни, независни и самостојни медиуми, економски и технолошки развој на дејноста и за заштита на интересите на граѓаните во радиодифузната дејност.

Во практиката, и органите на МРТ (впрочем, како и содржината на вестите) и СРД, во

¹¹⁷ „Тивок йуч во МРТ или законска смена на Управниот одбор?“, Уџирински весник, 9 август 2011 година. Достапно преку: <http://www.utrinski.com.mk/default.asp?ItemID=BC0E667E6D393744A5789140605CAD44>

изминатите години се под влијание на политичките елити, на што посочуваа извештаите на Европската комисија од 2006 до 2010 година, извештајот на „Индекс за медиумска одржливост на ИРЕКС“ за 2011 година,¹¹⁸ како и домашната експертска јавност.

3.6 Јавниот радиодифузен сервис соработува со јавноста и со граѓанскиот сектор

Индикатори: Дали јавниот радиодифузен сервис има докажана соработка и консултации со јавноста и со граѓанскиот сектор? Дали има систем на поплаки? Дали јавноста е вклучена во процесот на именувања во управните тела?

Врската меѓу Јавниот радиодифузен сервис, јавноста и НВО-секторот е регулирана со Законот за радиодифузна дејност. Намерата е кандидатите за членови на Советот на МРТ да ги претставуваат различните групи во општеството, меѓу кои и граѓанските здруженија (чл. 127).

Според Законот за радиодифузна дејност, Советот за радиодифузија е надлежен да разгледува претставки од граѓаните во врска со радио и телевизиските програми и програмските сервиси реемитувани преку јавните комуникациски мрежи и во врска со работата на радиодифузерите и редовно да ја известува јавноста во врска со преземените мерки (чл. 37). Оваа одредба се однесува и на Јавниот радиодифузен сервис. Меѓутоа, специфичен систем на комуникација со јавноста, како „омбудсман“ во рамките на МРТ, не постои. Затоа една од препораките во „Анализата на јавната радиодифузија во Република Македонија во контекст на европската медиумска политика“, направена од МИМ и ВШ, упатува дека МРТ треба да воспостави систем на редовна комуникација со јавноста и со граѓаните: „По примерот на некои европски јавни сервиси, препорачливо е да воведат „омбудсман“, или друго тело кое ќе се грижи за одговор на поплаки и реакции на гледачите“.

¹¹⁸ ИРЕКС (2011) „Индекс за медиумска одржливост“. Стр. Достапно преку: http://www.irex.org/sites/default/files/EE_MSI_2011_Macedonia.pdf

В. САМОРЕГУЛАЦИЈА ВО МЕДИУМСКИОТ СЕКТОР

3.7 Механизми за ефикасна саморегулација кај печатените и електронските медиуми

Индикатори: Дали постојат саморегулаторни тела или омбудсман за медиуми? Дали медиумите имаат кодекси на однесување и уредувачки насоки? Дали кодексите им се достапни на новинарите и дали се ревидираат редовно? Дали на ниво на медиумска индустрија постои систем на поплаки во врска со прекршувањето на етичките стандарди? Дали саморегулаторните тела се независни од владата и од моќните, комерцијални интереси?

Македонскиот институт за медиуми и Здружението на новинарите на Македонија, во соработка со ИРЕКС/Промедија (медиумски проект на УСАИД) и Меѓународната федерација на новинарите (ИФЈ), во 2001 година го донесоа Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија, што ја промовира улогата на новинарите во градењето на демократијата и на граѓанското општество, при што се истакнува дека новинарите ќе ги бранат човековите права, достоинството и слободата, ќе го почитуваат плурализмот на идеите и ставовите, ќе придонесуваат за јакнење на правната држава и во контролата на власта и на другите субјекти од јавниот живот. Од донесувањето па до денес, Кодексот не е ревидиран.

За почитувањето на принципите од Кодексот се грижи Советот на честа на ЗНМ, единствено саморегулаторно тело на новинарите во Македонија, што постои од 2001 година. Неговата основна задача е да се грижи и да ги промовира етичките принципи, критериуми и стандарди на професионалното и одговорно новинарство (дефинирани во Кодексот на новинарите на Македонија), да разгледува случаи и да иницира постапки што се однесуваат на членови на ЗНМ, самостојно јавно да реагира и да изнесува вредносни мислења/судови во случај на повреда на начелата и одредбите на Кодексот на новинарите на Македонија, самостојно да иницира или да предлага расправа во другите тела на ЗНМ кога се кршат начелата и одредбите на Кодексот на новинарите при информирањето, да поднесува иницијативи до Управниот одбор на ЗНМ за промена на законски одредби или подзаконски акти што ги оневозможуваат или ги кршат начелата и одредбите на Кодексот на новинарите на Македонија.

Според Статутот на ЗНМ, Советот на честа го сочинуваат седум члена кои ги избира Собранието на ЗНМ. Во периодот од 2007 до почетокот на 2010 година, Советот опсервирал и решил повеќе од 70 случаи. Дел од нив се резултат на претставки, а за дел Советот реагирал самоиницијативно. За повеќето случаи Советот има објавено и соопштение кое е доставено до сите медиуми и поставено на веб-страницата на ЗНМ. Меѓутоа, не се објавени неколку случаи што се решени со медијација. Повеќе од 40 случаи се одговори на поднесени претставки, што, сепак, укажува дека постои потреба од инстанца која ќе може да арбитража во случаи кога постои сомневање дека новинар ја злоупотребил својата позиција.

На почетокот на јули 2011 година, тогашниот состав на Советот на честа си поднесе колективна оставка поради тоа што „нема на располагање други алатки за да може неговите препораки да го



постигнат очекуваниот ефект. Колективната оставка на членовите на Советот на честа е и знак на протест за состојбата во која се најде македонското новинарство, кое стана целосен заложник на интересите на сопствениците на медиумите и на останатите центри на моќ, главно на политичките партии, наместо да ѝ служи на јавноста и на вистината“. Според Статутот, ако некој член си даде оставка, тогаш го наследува следниот кој бил номиниран и кој добил најмногу гласови на Собранието. Во октомври 2011 година се оформи новиот состав на Советот на честа.

Што се однесува до постоењето етички кодекси на ниво на редакција, може да се истакне само обидот на „Медија принт Македонија“, чие раководство во 2010 година предложи вработените во издаваштвата и редакциите на медиумската групација ВАЦ во Македонија – *Дневник*, *Уџрински весник* и *Весџ* – да усвојат Кодекс на однесување, а уредниците - Етички начела за известување. Етичкиот кодекс и Етичките начела биле изготвени во согласност со Кодексот на однесување усвоен од страна на медиумската групација ВАЦ во мај 2007 година и со Начелата за гаранција на редакциската слобода, потпишани во јуни 2003 година меѓу ВАЦ и ОБСЕ. За да се обезбеди придржување кон Кодексот на однесување и Етичките начела, бил назначен омбудсман, како и тричлен Издавачки совет. За омбудсман бил именуван главниот и одговорен уредник на *Весџфаленјосџ* од Хаген и претседавач на советот на омбудсмани за германскиот Кодекс на однесување.¹¹⁹ Издавачкиот совет, пак, составен од експерти од Македонија, беше укинат во 2011 година, затоа што, според известувањето од ВАЦ, омбудсманот ја презел неговата улога.

И јавниот сервис МРТ има саморегулаторен етички кодекс воведен во 2003 година, наречен Декларација за професионални и етички принципи во програмата.¹²⁰ Според овој документ, „информациите презентирани од радиодифузерот не смеат да бидат пристрасни, додека фактите и ставовите презентирани во програмите мора да бидат балансираны и етички соодветни“. Во Декларацијата се наведува дека информациите мора да бидат прецизно и правилно цитирани.

Според панелистите во *Индексот на медиумска одржливост* за 2011 година на ИРЕКС во јавноста не било забележано практикување на Кодексот во секојдневната работа.¹²¹

Инаку, за саморегулаторно тело во редакциски рамки може да се спомне и Советот на МРТ, кој во својот опсег на работа има и одредени надлежности од саморегулаторна природа, на пример, ја утврдува програмската политика и го надгледува спроведувањето на програмските начела. Но, во основа, тој е дефиниран како орган кој врши надзорни и управувачки функции во јавниот сервис и нема карактеристики на вистинско саморегулаторно тело.

119 „ВАЦ усвојува Кодекс на однесување и етички начела“, *Уџрински весник*, 17 март 2010 година. Достапно на: <http://www.utrinski.com.mk/?ItemID=C553B8069F506449A09F19FE78FDF24F>

120 Декларација за професионалните и етичките принципи во програмите(2003) (внатрешен документ на МРТ, достапен во архивата на МРТ) во Open Society Institute (2008) Телевизијата во Европа. Budapest. Достапно преку: <http://www.soros.org.mk/dokumenti/Mac-Media-Ful-MAK-1029-2.pdf>

121 ИРЕКС (2011) „Индекс на медиумска одржливост“. Стр. 73. Достапно преку: http://www.irex.org/sites/default/files/EE_MSI_2011_Macedonia.pdf

3.8 Медиумите поседуваат култура на саморегулација

Индикатори: Дали постои независна новинарска асоцијација и дали таа се грижи за поттикнување на добрите практики? Дали медиумите се одговорни на својата публика, дали реагираат на нејзините поплаки, барања за одговор и исправка и сл.? Колку е присутна самоцензурата во работата на новинарите и на медиумите?

Здружението на новинарите на Македонија е независна асоцијација која го претставува мнозинството новинари во Македонија. Советот на честа како орган на ЗНМ е должен да ги заштитува и спроведува принципите од Етичкиот кодекс на новинарите во практиката. Меѓутоа, во текот на 2010 година ЗНМ иницираше формирање Совет за етика во медиумите - независно саморегулаторно тело кое би се грижело за почитување на етичките и професионалните стандарди во содржините објавени во електронските, печатените и информативните онлајн-медиуми во Македонија. Неговата улога би била заштита на правата на поединците во медиумските содржини, истовремено водејќи сметка за зачувување на слободата на изразување во медиумите. Советот би претставувал трипартитно тело составено од претставници на сопствениците на медиумите, уредниците и новинарите, како и претставници на граѓанскиот сектор во Македонија. Ова тело сè уште не е формирано, а почетокот на активностите во оваа насока ЗНМ ги најавуваше за последниот квартал од 2011 година.

Инаку, во анализата на МИМ и на Високата школа, „Осврќи кон ѝрашањето за саморегулацијата во медиумската сфера во Македонија“,¹²² се истакнува дека клучни проблеми со кои се соочува Советот на честа се недоволната информираност на новинарите за тоа што, всушност, претставува саморегулацијата. Според оваа анализа, дел од новинарите саморегулацијата ја разбирале како механизам што треба да ги заштитува нивните синдикални права, а дополнително новинарите и медиумите не биле подготвени за самокритичност, односно многу ретко се случувало одреден медиум да признае дека направил пропуст. Според авторите, медиумите ги објавувале оценките на Советот на честа само кога станувало збор за конкурентски медиум или кога поводот бил да се оспорува и да се критикува оценката на Советот. Сепак, биле евидентирани и одредени позитивни примери, кога медиумот јавно ја признал грешката (*Шџиц, Дневник*) или кога новинар усно потврдил дека, „сепак, Советот бил во право“. Кај дел од новинарите владее чудно уверување дека Етичкиот кодекс и правилата на професијата не се однесуваат на нив само затоа што не се членови на ЗНМ. Со други зборови, тоа значи дека секој новинар кој не е член на еснафско здружение, има право да не ги почитува правилата на професијата, и на тоа никој не смее да реагира. Во Осврќот се искажува загриженост што ваквото искривено поимање на професионалните стандарди и новинарската етика како „право на избор“ е тренд кој има тенденција длабоко да се вкорени во новинарската заедница.

Дополнително, треба да се има предвид дека, иако Кодексот на ЗНМ не ги обврзува новинарите кои не се дел од ова здружение, сепак, доколку тие се приклонат до или основаат други новинарски асоцијации, и тие би требало да имаат свој етички кодекс.

Анализата покажува дека во практиката меѓу македонските новинари постои подготвеност за саморегулација, но таа е повеќе декларативна отколку реална. „Во услови кога дел од новинарите работат со нерегулирани економски и социјални права, тие одбиваат да разговараат

¹²² Група автори (2010) „Осврќи кон ѝрашањето на саморегулацијата во медиумите во Македонија“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Стр. 11. Достапно преку: http://mim.org.mk/attachments/292_osvrt%20kon%20samoregulacija.pdf.

за професионалните стандарди, аргументирајќи дека не се можни професионални стандарди во услови на загрозен егзистенцијален статус“.¹²³

Г. БАРАЊА ЗА ФЕР И НЕПРИСТРАСНОСТ

3.9 Постојење ефикасен закон за радиодифузија што поставува барања за избалансираност и непристрасност

Индикатори: Какви се законските одредби за приватните и за јавните медиуми? Дали постои регулатива за почитување на правилата за правичен, балансиран и непристрасен пристап за време на избори? Дали законските одредби ја гарантираат уредувачката политика? Дали постои усогласеност со меѓународните стандарди?

Што се однесува до фер и непристрасно известување, Законот за радиодифузна дејност во делот за програмските стандарди генерално за сите електронски медиуми утврдува дека радио и телевизиските програми треба да се темелат и врз принципот на „објективно и непристрасно прикажување на настаните со еднаков третман на различните гледишта и мислења и овозможување слободно оформување на мислењето на публиката за одделни настани и прашања“ (чл. 68). За време на избори, пак, Законот ги обврзува Јавниот радиодифузен сервис и трговските радиодифузни друштва што одлучиле да ги следат изборите, тоа да го прават на правичен, избалансиран и непристрасен начин во својата вкупна програма (чл. 80).

За време на изборна кампања, електронските медиуми се должни на организаторите на кампањата да им овозможат подеднакви услови за пристап до сите облици на медиумско претставување, во согласност со своите правила и техничките услови и можности. Според Законот, Јавниот радиодифузен сервис е должен за време на изборна кампања да обезбеди бесплатно и избалансирано време за емитување на програмите на политичките партии, коалиции и кандидати кои имаат доставено листи на кандидати за општи, локални или за претседателски избори, во согласност со правилата за медиумска презентација на политичките партии, коалиции, независни кандидати и нивните програми (чл. 121). Комерцијалните медиуми, доколку одлучат да ги покриваат изборите, треба да ги почитуваат обврските од Законот за радиодифузија, Изборниот законик и правилниците на Советот за радиодифузија.

Изборниот законик, исто така, пропишува колку време за рекламирање на реален час емитувана програма може да емитуваат електронските медиуми за време на кампања, ги обврзува да донесат ценовници за платено политичко рекламирање, одредува дека ЈРС не смее да емитува платено политичко рекламирање, туку дека е должен да емитува бесплатно политичко рекламирање, ги определува обврските на ЈРС при информирањето на граѓаните за начинот и техниката на гласање (Изборен законик, Службен весник бр. 54/2011, чл. 75, 75а, 76, 76а). Со Изборниот законик се регулира и објавувањето резултати од испитувањето на јавното мислење (чл. 77).

¹²³ Група автори (2010) „Осврќи кон прашањето на саморегулацијата во медиумите во Македонија“. Скопје: МИМ и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста. Стр. 12

Јавниот радиодифузен сервис и комерцијалните медиуми што ги покриваат изборите се должни да донесат сопствени правила врз основа на принципите за самостојност, автономност и уредувачка независност, како и одговорност за медиумското покривање на изборите, а правилата да ги објават на своите програми.

Советот за радиодифузија во 2011 година донесе два правилника за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања – едниот за периодот од распишувањето на изборите до официјалниот почеток на кампањата, а другиот само за периодот на кампањата. „Правилникој за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања“¹²⁴ им наложува и на Јавниот радиодифузен сервис, и на оние трговски радиодифузни друштва што одлучиле да ги покриваат изборите, тоа да го прават на правичен, избалансиран и непристрасен начин во својата вкупна програма (чл. 3), да им овозможат подеднакви услови за пристап до сите облици на изборно медиумско претставување на организаторите на кампањата (чл. 4), да го почитуваат принципот на избалансираност и да им обезбедат рамноправен медиумски пристап на сите организатори на изборната кампања (чл. 5). Правилникој пропишува дека известувањето за редовните активности на јавните власти, во програмите на радиодифузерите, во периодот на изборната кампања, не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект, а ја регулира и рамноправната распределба на време меѓу кандидатите, објавувањето резултати од истражувањата на јавното мислење и политичкото рекламирање.¹²⁵ Од друга страна, Правилникој не навлегува во уредувачката политика, во самостојноста и во независноста на радиодифузерите (чл. 1). Во Законот за радиодифузна дејност,¹²⁶ не постојат експлицитни законски одредби за гарантирање на уредувачката политика, но тие произлегуваат од некои членови на Законот (чл. 68 и чл. 80).

Според Препораката бр. Р (99) 15 на Советот на Европа, усвоена од Советот на министри за земјите-членки на СЕ на 9 септември 1999 година¹²⁷, покривањето на изборните кампањи од страна на електронските медиуми, и јавни и комерцијални, треба да биде фер, балансирано и непристрасно. Тоа значи дека треба да им се даде еднаков третман на сите страни инволвирани во изборниот процес, не толку во смисла на одвојување еднакво време за секој, туку да се овозможи сите политички гледишта и партии да бидат слушнати. За време на Парламентарните избори 2011 година, ТВ А1 отворено се декларираше дека на овие избори ќе ја поддржи целата опозиција, односно партиите што не се на власт. Во Извештајот на Советот од мониторингот на медиумското покривање на предвремените избори за пратеници во Собранието на Република Македонија во 2011 година, се наведува дека ТВ А1 се ставила на страна на опозицијата и против власта.

¹²⁴ Совет за радиодифузија (2011) „Правилник за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања“. Скопје: СРД. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/IZBORI_2011/ZA_SLUZBEN_VESNIK_-_Pravilnik_z_a_ramnopraven_pristap_za_vreme_na_kampanja.pdf

¹²⁵ Ибид.

¹²⁶ Повеќе за уредувачката независност види во делот I.A.1.3.

¹²⁷ Совет на Европа, Комитет на министри. Препорака бр. Р (99) 15 на Комитетот на министри до државите-членки за мерките што се однесуваат на медиумското покривање на изборни кампањи. Достапно преку: http://www.medialaw.ru/laws/other_laws/european/e-rec99-15.htm

3.10 Ефикасно спроведување на радиодифузната регулатива

Индикатори: Колку се прекршува и колку санкции се изречени? Дали постои систем на постапување по оплаки? Колку при спроведувањето се води сметка за немешање во уредувачката политика?

Според истражувањата на Советот за радиодифузија,¹²⁸ МИМ¹²⁹ и ОБСЕ/ОДИХР, повеќето медиуми во Македонија за време на Парламентарните избори 2011 година биле пристрасни во известувањето и имале неизбалансиран пристап, заземајќи претерано фаворизирачки или претерано критички став кон одредена политичка партија. На пример, од истражувањето на МИМ произлегува дека од вкупно пет комерцијални телевизии на државно ниво (А1, Сител, Канал 5, Телма и Алсат-М) и двата канала на јавниот сервис (МТВ 1 и МТВ 2 на албански јазик), само две телевизии известувале релативно непристрасно, избалансирано и фер.

Во контекст на тоа дали медиумите овозможиле рамноправен третман кон сите политички партии, во телефонската анкета на Институтот за демократија „Социетас Цивилис“ спроведена пред Парламентарните избори 2011 година, 61,7% испитаници сметале дека сите политички партии немале рамноправен третман од страна на медиумите при спроведувањето на нивната кампања, додека, пак, 23,8% одговориле потврдно. Речиси еднаков процент од испитаниците (24,8% и 24,1%) рекле дека биле фаворизирани партиите на власт, односно поголемите партии, а само 4,4% рекле дека биле фаворизирани партиите во опозиција.¹³⁰

По завршувањето на Парламентарните избори 2011 година, поради непочитување на Изборниот законик, како и на правилата определени во „Правилникот за однесување на радиодифузериите пред зайочнување на изборната кампања“ и „Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборната кампања“, Советот констатирал 30 повреди на Изборниот законик и подзаконските акти, и тоа - четири повреди во периодот пред започнувањето на изборната кампања и 26 повреди во текот на изборната кампања и за време на изборниот молк.

Инаку, надвор од период на избори, Советот за радиодифузија може да изрече мерки против електронските медиуми поради повреда на одредбите на Законот за радиодифузна дејност, на дозволата за вршење радиодифузна дејност и на подзаконските акти донесени од страна на Советот за радиодифузија што се однесуваат на програмските содржини. Во периодот од 1 јануари до 30 јуни 2011 година, СРД изрекол четири мерки за прекршување на Законот за радиодифузна дејност, односно електронските медиуми во повеќе наврати не ја исполниле обврската предвидена во Законот и во одредениот рок не ги објавиле податоците за нивното работење во претходната година, и до Советот не доставиле копија од објавената содржина во дневен весник и снимка од

¹²⁸ Совет за радиодифузија (2011) „Извештајот од мониторингот на медиумското покривање на предвремениите избори за граѓаници во Собранието на РМ 2011 година“. СРД: Скопје. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/26082011_Izvestaj_z_a_izborite_vo_2011_WEB.pdf

¹²⁹ Македонски институт за медиуми (2011) „Финален Извештај за мониторингот на медиумите за вонредните Парламентарни избори 2011“. Скопје: МИМ. Достапно преку: http://mim.org.mk/attachments/338_FINALEN%20IZVESTAJ_MONITORING%20NA%20MEDIUMITE%20ZA%20IZBORITE%202011_FINAL_j.pdf

¹³⁰ Веб-страница на МЦМС. Достапно преку: <http://mcms.org.mk/mk/za-nasata-rabota/istravuvana-i-publikacii/istravuvana/1080-izbornite-kampanji-na-politickite-partii.html>

емитуваната содржина на ДВД-формат.¹³¹

Според „Правилникот на СРД за рамноправен пристап во медиумската претставка за време на изборна кампања“, ова тело не навлегува во уредувачката политика, во самостојноста и во независноста на електронските медиуми.

Советот за радиодифузија има развиено и систем на претставки, преку кои сите правни или физички лица можат да реагираат до ова тело. Претставките се евидентираат во посебна архивска книга и потоа се дистрибуираат до соодветните служби. Доколку е потребно, понекогаш се прави и мониторинг врз основа на добиена претставка. Во 2010 година, Советот постапувал по 26 барања за пристап до информации од јавен карактер.

Д. ДОВЕРБА ВО МЕДИУМИТЕ

3.11 Нивото на доверба на публиката во медиумите

Индикатори: Какви се перцепциите на публиката за следните прашања: дали медиумите известуваат за прашања од јавен интерес, дали постои рамнотежа меѓу локални и национални вести и информации, каков е интегритетот на медиумите и дали новинарите се корумпирани, дали во вестите се известува на објективен и непристрасен начин? Какво е учеството на граѓаните во програмите и во текстовите на печатените медиуми (учество во контактни емисии, дебатни емисии, простор за читателските коментари во весниците)?

Според истражувањето Довербата во Македонија¹³² спроведено од Македонскиот центар за меѓународна соработка во 2010 година, нивото на доверба на јавноста во медиумите во 2010 година било 40,4%, што е пад од 13% во споредба со 2008 година, кога 53,6% граѓани изразиле доверба во медиумите, слично како и во претходната 2007 година (52,6%).

Податоците од „Истражувањето на публиката на Советот за радиодифузија за 2009 година“, пак, покажуваат дека главна причина за доверба во вестите на преферираните ТВ-станции на публиката биле објективноста (28,8%), реални, проверени информации (20,6%), додека, пак, критериумите како добри новинари, непристрасност и независност, сеопфатни и целосни вести, реномирана станица и навремени и најбрзи вести, биле релевантни за по 5% од испитаниците.¹³³ Кај радијата, главна причина за доверба била објективноста (10,4%), а форматот на забавни радија без многу политика бил важен за помал број испитаници (4,7%). Реални и проверени информации биле критериум за поголем број (3,8%) испитаници, а критериумите брзи и кратки вести, реномирана станица, информирање за локални и регионални настани, добри новинари и непристрасност и независност имале влијание кај 2% од испитаниците.

¹³¹ Совет за радиодифузија (2011) „Правна анализа на резултатите од истражувањето преку социјални медиуми јануари-јуни 2011“. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/Pravna_analiza_na_rezultatite_od_povedenite_prekrsocni_postapki_januari-juni_2011.pdf

¹³² Клековски и др. (2010) Довербата во Македонија. Скопје: МЦМС. Достапно преку: <http://mcms.org.mk/images/stories/Docs/opsta-doverba-i-doverba-vo-instituciite-2011.pdf>

¹³³ Совет за радиодифузија (2009) „Програмски преференци на ТВ и радио публиката“. Скопје: СРД. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/ispituvanje%20na%20publikata_2009.pdf

Со ставот дека „во ТВ-вестите многу често се шпекуира со непроверени информации“, потполно се согласуваат 42,7% испитаници, донекаде се согласуваат 35,2%, донекаде не се согласуваат 11%, воопшто не се согласуваат 2,6%, а не знаат 8,3%.

Истата анкета на СРД покажува дека 40% од анкетираниите донекаде се согласуваат со ставот дека „во ТВ-вестите главно објективно се известува за настаните“, 26% потполно се согласни, 20% донекаде не се согласуваат, а 10% воопшто не се согласуваат. Во врска со ставот дека „политичарите имаат силно влијание врз информациите во ТВ-вестите“, 53% од анкетираниите потполно се согласуваат, 30% донекаде се согласуваат, 7,8% донекаде не се согласуваат, 7,8% рекле дека не знаат.

Во врска со ставот дека „сопствениците на приватните телевизии ги насочуваат вестите во своја полза“, 56% од испитаниците потполно се согласиле, 27% донекаде, 6,4% донекаде не се согласиле, а 2,2% воопшто не се согласиле. Ставот дека „Владата нема влијание врз вестите на МТВ јавниот сервис“, потполно го поддржале 15%, донекаде се сложиле 18%, донекаде не се сложиле 21%, а 30% прашани граѓани сметаат дека ова воопшто не е точно.¹³⁴ СРД нема објавено на веб-страницата слично истражување за 2010 година.

Инаку, во една телефонска анкета на Институтот за демократија „Социетас Цивилис“ наменски направена и спроведена за време на Парламентарните избори во 2011 година, на прашањето: „Дали сметате дека медиумите во целина објективно известуваат за изборната кампања?“, 30,9% од испитаниците рекле дека ниту еден медиум не известува објективно, а 30,4% сметале дека поголемиот дел не известуваат објективно. Дека објективно известуваат поголемиот дел од медиумите сметале 16,4%, а дека сите известуваат објективно, рекле 10,8% од прашаните граѓани.

Во однос на перцепциите на публиката за тоа дали медиумите известуваат за прашања од јавен интерес, не постојат конкретни истражувања, но одредени заклучоци може да се изведат од истражувањето на одделни аспекти на радио и ТВ-известувањето. Така, во истражувањето на СРД за „Програмскиџе ѓреференци на ТВ и на радио ѓубликаџа“ стои дека мнозинство - 40% од испитаниците - донекаде се согласуваат дека ТВ-вестите се презаситени со негативни информации, несреќи и насилство. Од друга страна, пак, мониторингот на медиумите што МИМ го спроведе во предизборната кампања за Парламентарните избори 2011 година,¹³⁵ покажа дека има многу мала застапеност на теми кои се релевантни за граѓаните при нивниот избор на денот на гласањето (како вработувањето, намалувањето на сиромаштијата, развојот на економската и патната инфраструктура, поврзувањето со регионалните текови (коридорите осум и 10), инвестиции за развој на енергетскиот потенцијал, развојот на малите и средни претпријатија, туризмот итн.). Од речиси 50 теми кои беа мониторираны, со релативно пристоен обем се известувало за борбата против криминалот и корупцијата (со фокус на финансирањето на партиите и медиумите), меѓународната политика и ЕУ-интеграциите (главно низ призмата на визната либерализација и проблемот со името), општо за подобрување на економијата и инфраструктурата (главно преку призмата на инвестициските зафати, како проектот „Скопје 2014“). Занемарлив квантитет и слаб квалитет на информации имало за регионалната соработка, реформите во јавниот сектор и воспоставувањето ефикасна администрација, финализирање на процесот на децентрализација, владеењето на правото, начините за реформирање на судството, како и за други

¹³⁴ Совет за радиодифузија (2009) „Програмски ѓреференци на ТВ и на радио ѓубликаџа“. Скопје: СРД

¹³⁵ Македонски институт за медиуми (2011) „Финален извешџај од мониторингоџи на медиумиџе за вонредниџе Парламентарни избори 2011 година“. Скопје: МИМ. Достапно преку: http://www.mim.org.mk/attachments/338_FINALEN%20IZVESTAJ_MONITORING%20NA%20MEDIUMITE%20ZA%20IZBORITE%202011_FINAL_j.pdf

теми кои влијаат на општествената кохезија, просперитетот на општеството и на развојот на нејзините човечки потенцијали, образованието, одржливиот развој, социјалната инклузивност и социјалната заштита, како и еднаквите можности.

Истото истражување покажа дека во известувањето за предизборната кампања и за политичките случувања на домашната сцена, доминирале содржините во кои се известувало за случувања во главниот град и во Првата изборна единица, со што националните медиуми не им овозможиле на граѓаните од другите делови од земјата да се информираат поподробно за другите изборни единици. Иако ова истражување во фокусот ги има парламентарните избори, сепак, може да се каже дека ова се генерални трендови и надвор од период на кампања.

Од содржинската понуда на медиумите може да се констатира дека отсутствуваат теми за регионот, Европа и светот, а дека вестите се локално ориентирани. И МРТ ја укина надворешно-информативната емисија, со што се намали понудата на информации за приближувањето кон Европа. Од друга страна, пак, треба да се истакне и фактот дека ниту МРТ, ниту другите национални медиуми немаат мрежа на дописници од други држави. Само мал број медиуми имаат по неколку дописници од надвор.

Подлабински и редовни истражувања за корумпираноста на новинарите и на медиумите не постојат, но има повремени проекти во кои се истражува и корупцијата меѓу новинарите. Така, Македонскиот институт за медиуми во 2005 година учествуваше во регионалниот проект „Етиката и новинарството во Југоисточна Европа“ при што беше истражуван односот меѓу новинарите и парите. Во публикацијата со истоимен наслов¹³⁶ издадена како резултат на истражувањето се вели: „[...] Нема новинар во Македонија кој не добил мал, макар симболичен подарок“. Некои од испитаниците во ова истражување посочиле дека биле на „бројни платени службени патувања со државните делегации, други дека биле на деловни ручеци организирани од владини функционери, или на разни патувања организирани од невладини организации“, но него сметале тоа за обид за корупција туку како форма на брифинг. Според анкетираниите, „новинарите во основа се чесни, а само малкумина можат да се ‘пофалат’ со покрупни подароци, како што се ципови, станови, пари или кредити со поволни услови за плаќање и сл.“

Без оглед на фактот што нема редовни истражувања, во медиумите повремено излегуваат обвинувања од различни политички и медиумски групации за наводна корумпираност на новинари и медиуми. Токму поради тоа и Здружението на новинарите на Македонија во 2007 година отвори бесплатната телефонска линија за пријавување на можната корупција меѓу новинарите, но таа беше затворена по финансирањето на проектот преку кој беше финансирана. Иако оваа иницијатива беше позитивно пречекана од медиумската заедница и пошироката јавност, сепак бројот на пријави бил многу низок - само десетина јавувања, од кои само едно било релевантно да се разгледа. ЗНМ донело и Прилог кон Етичкиот кодекс на новинарите што определува што сè се подразбира под корупциско однесување меѓу новинарите и кои принципи новинарите треба да ги следат за да ја елиминираат корупцијата во своите редови.

Дури и поранешниот претседател Бранко Црвенковски, пред неговото заминување од функцијата во декември 2008 година изнесе сомневања дека постои корупција во медиумите.¹³⁷

¹³⁶ Група автори (2005) Етиката и новинарството во Југоисточна Европа. Скопје: МИМ

¹³⁷ „На проверка обвинувањата за корупција во медиумите“, Утрински весник, 23 декември 2008. Достапно преку: <http://www.utrinski.com.mk/default.asp?ItemID=BA2B55A4FF38C040969C95BED471A5BC>

Државната комисија за спречување на корупцијата пројави интерес за овие наводи на претседателот, меѓутоа нема информации за исходот.

Сомневања за корумпираност на новинарите имаат искажано и самите медиуми. Таков беше случајот „Фабрика“ – новинари плаќани да работат за владата, објавен во весникот *Време* во 2006 година. Тогаш весникот (кој повеќе не излегува) тврдеше дека група новинари од неколку редакции, преку маркетинг-агенцијата „Фабрика“, а за хонорар од 300-400 евра, работеле за владата, ги подготвувале говорите на тогашниот премиер, како и прес-конференциите, брифинзите и изјавите на неколку министри во тогашната влада. Иако наводите на весникот беа демантирани од сите новинари кои беа спомнати во аферата, весникот тврдеше дека има цврсти докази за вистинитоста на тврдењата, а главните уредници од 12 национални медиуми кои учествуваа во редовната анкета „Месечен барометар на корупцијата“, го прогласија случајот за најматен настан за февруари 2006 година.¹³⁸

Треба да се истакне и тоа дека има случаи кога компаниите „купуваат лојалност“ од македонските медиуми, и тоа со склучување годишни договори за кои медиумите немаат никаква обврска, а компаниите на овој начин си „купуваат“ заштита. Ова, во суштина, претставува одговор зошто не се инсистира на разрешување на некои општествени проблеми, со што се ограничува не само спектарот на темите за кои се известува, туку и слободата на изразување. Уредниците и новинарите стануваат дел од синцирот на самоцензура, а младите новинари во редакциите влегуваат со „ножички во главата“, па не пишуваат за актуелни или спорни теми, туку за оние што ќе им се допаднат на уредниците или нема да ги загрозат бизнис и/или политичките интереси на сопствениците. Се покажа дека и честите трансфери на цели групи новинари од еден во друг медиум ништо посуштински не придонесоа за јакнење на слободата на изразувањето. Така слободата на новинарите е загрозена и од појавата на „новинари во плик“ и корупцијата која ЗНМ повеќепати ја детектираше. Но, Кодексот не е доволен за ефикасно справување со ваквата и слични девијантни појави.

Од друга страна, според новинарите и медиумските експерти (истакнато на средбата во Маврово во октомври 2011 година), трошењето на буџетски средства за кампањи и реклами од страна на Владата се користи како начин за корупција на медиумите. Како аргументи во прилог на ова беа истакнати отсуството на јасни критериуми за буџетските средства за јавни кампањи и огласување, нетранспарентност во работата на рекламните агенции и нивно преголемо влијание врз медиумската содржина, како и селективното рекламирање, според непазарни критериуми.

¹³⁸ „Обвинетиите новинари тврдаат дека не се догон на 'Фабрика', *Дневник*, 20 февруари 2006 година. Достапно преку: <http://star.dnevnik.com.mk/?pBroj=2992&stID=73731>

3.12 Медиумските организации се отворени да ги слушнат перцепциите на јавноста за нивната работа

Индикатори: Дали медиумите прават напори да ги дознаат перцепциите на својата публика за квалитетот и разновидноста на нивните програми и на вестите? Колку медиумите им нудат на граѓаните канали, емисии за да ги изразат своите гледишта - телефонски јавувања, дебати, граѓанско новинарство? Дали постојат интерни контролни механизми во медиумите за да се обезбеди транспарентност и отчетност? Дали постојат механизми во НВО-секторот за оценка на работата на непрофитните медиуми?

Истражувања за перцепциите на публиката за квалитетот и за разновидноста на содржината на медиумите се вистинска реткост во Македонија. Досега во јавноста се објавени сегменти само од едно вакво истражување направено од Советот за радиодифузија (СРД) – „Испитување на мислењето на публиката за 2009 година“.¹³⁹ СРД има направено уште едно вакво истражување во 2007 година, врз основа на кое е подготвена Стратегијата за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. И поединечни странски медиуми кои имаат претставништва во Македонија инцидентно нарачуваат истражувања за перцепциите на публиката, но тие се најчесто за внатрешни потреби и не се објавуваат во јавноста.

Во последните неколку години весникот *Дневник* нарачува периодични истражувања на мислењата на публиката кои ги спроведува професионална истражувачка агенција, но главно за актуелни прашања или теми, но не и за квалитетот и разновидноста на содржините. Од весникот најавуваат дека наскоро ќе се спроведуваат истражувања на мислењата на публиката за квалитетот и разновидноста на содржините и на електронското, како и на печатеното издание. И весникот *Нова Македонија* повремено нарачува истражувања на публиката, но повторно поврзани со актуелни теми. Инаку, истражувачките агенции спроведуваат мерења на публиката на редовна основа испитувајќи ги рејтингот, досегот и гледаноста, што вообичаено се користи во насока на одредување на рекламната политика.

Инаку, МРТ, како јавен сервис, е должна да создава и емитува програми од јавен интерес, со кои се одразува општествениот и културниот плурализам во државата, а кои се состојат од информативни, културни, образовни, спортски и забавни содржини. МРТ е должна при создавањето и емитувањето на програмите да ги почитува професионалните принципи и на различните интереси во општеството да им обезбеди рамноправен пристап, да се залага за слободата и плурализмот на јавното мислење, и во исто време да ја истражува публиката, нејзините ставови и очекувања. МРТ во минатото имаше сектор за истражување на публиката, кој веќе со години не работи. Во однос на разновидноста на програмите, нема конкретни податоци за истражувања на перцепциите и потребите на публиката, меѓутоа во Стратегијата за развој на радиодифузната дејност 2007-2012 на СРД, се препорачува дека МТВ има потреба од најмалку уште еден телевизиски програмски сервис, ориентиран пред сè кон културата и спортот.¹⁴⁰ Во контекст на ова, и Извештајот за прогресот на Македонија во 2011 година истакнува дека јавниот сервис не ја исполнува својата статутарна улога да понуди информативни, образовни и забавни програми.

МРТ нема механизам на саморегулација за да може ефективно да ги вклучи реакциите од претплатниците, иако има таква обврска кон нив поради тоа што тие плаќаат радиодифузна такса.

¹³⁹ Веб-страница на Совет за радиодифузија. Достапно преку: http://www.srd.org.mk/images/stories/publikacii/ispituvanje%20na%20publikata_2009.pdf

¹⁴⁰ Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012. Скопје: СРД Стр. 63

Аргументот на Куката е дека граѓаните на веб-страницата на МРТ „покрај можноста да ги следат програмите на Првиот и на Вториот програмски сервис на МТВ (вести, филмови, забавни, контактни, културно-документарни и образовни емисии), можат да дадат свои мислења, сугестии, поплаки, пофалби, кои ќе придонесат за подобрување на програмите на Македонската телевизија“.¹⁴¹ МРТ е должна да ја објави и предлог-програмата на веб-страницата и да ги повика претплатниците да дадат свои предлози и забелешки, како и да организира јавна дебата за програмата. Отсуството на оваа практика значи чекор назад во споредба со годините особено пред 1990-та, кога на два месеца се организираа јавни дебати.

Сепак, во различни емисии во рамки на утринскиот и попладневниот појас секој ден во неделата се вклучуваат граѓани со телефонски јавувања или како гости во студио („Добро утро Македонија“, утринска емисија што се емитува секој ден). МРТ емитува повеќе информативни емисии, меѓу кои и дебатни емисии („Од наш агол“, „Без пардон“, „Порта“ итн.), во кои граѓаните директно се вклучуваат во програмата и им се дава можност на гледачите да дискутираат за одредена тема, да постават прашања до гостите и слично.¹⁴²

Што се однесува до вклучувањето на публиката преку телефонски јавувања, кај комерцијалните медиуми на национално ниво се сретнува најмалку по една ваква емисија во рамки на програмата („Здраво Македонија“ на Канал 5, „Јади буреќ“ на ТВ Наша, „Црн бумбар-бел бумбар на ТВ Сител“, „Сега и овде“ на ТВ Алфа итн.), при што се отвора дебата на одредена дневно актуелна тема, или, пак, граѓаните се вклучени како гости во различните програми (најчесто во утринскиот појас). Граѓаните, исто така, се вклучени во *vox populi* анкети кои не се чести во вестите на националните телевизии.

Кај помал број од влијателните локални телевизии се сретнуваат контактни емисии со телефонско вклучување на граѓани („Ало, сакам да кажам“ на ТВ Орбис од Битола, „Отворено со градоначалникот“ на ТВ Вис од Струмица и „Под лупа“ на ТВ М од Охрид), како и со гости во студио во рамки на утринските или некои тематски емисии (ТВ Тера од Битола).

Кај радијата на државно ниво во Македонија, посериозни емисии во кои граѓаните се вклучени да дебатираат на релевантни теми (во студио или преку јавувања) се емитуваат на Македонското радио кое е дел од Јавниот радиодифузен сервис, кај комерцијалните еден од поуспешните примери е дебатната емисија „Стадион“ на националното радио Канал 77, каде што граѓаните се јавуваат телефонски во студио. На повеќе радија има специјализирани емисии во кои граѓаните се поканети како гости.

Сепак, емисиите во кои се вклучени граѓаните, кај повеќето телевизии не се во ударните термини, ниту, пак, се доволно во однос на целиот обем на програмската понуда. Кај комерцијалните медиуми е видлива комерцијализацијата на програмите. Дебатите со вклучени граѓани во публика и преку телефонски јавувања беа присутни на програмата на ТВ А1 и на ТВ А2, најчесто веднаш по ударните вести, пред одземањето на фреквенцијата на ТВ А1. На веб-страницата на ТВ А1 беше оставена можноста граѓаните да можат да пишуваат коментари под текстовите.

Кога станува збор за граѓанското новинарство, не постојат многу примери за поттик и негова афирмација. Една од ретките телевизии што направи обид во оваа област беше ТВ Сител која ги повика гледачите да доставуваат свои видеоматеријали до телевизијата, меѓутоа таквите прилози ретко се емитуваат.

¹⁴¹ Извор: Ефтим Гаштов, извршен директор на МРТ (2011)

¹⁴² Извор: Ефтим Гаштов, извршен директор на МРТ (2011)

Кај печатените медиуми, учеството на граѓаните се гледа преку многу ретки *vox-populi* анкети на одделни теми или преку минималниот број писма од граѓани (неколку дневно во весник). Последниве години, преку редизајнирањето на онлајн-изданијата на весниците, на граѓаните им е овозможено да коментираат под текстовите (*Уџрински весник*). Некои весници (како *Дневник*, на пример) следниот ден објавуваат дел од онлајн-коментарите и во печатеното издание.

Г. БЕЗБЕДНОСТ НА НОВИНАРИТЕ

3.13 Безбедноста при работењето на новинарите, медиумските работници и медиумските организации

Индикатори: Дали новинарите и другите медиумски работници се предмет на закани, малтретирање или набљудување, физички напаѓани, противзаконски затворани или убивани поради извршувањето на нивните работни обврски? Дали медиумските организации трпат закани или се приморани да се затворат како резултат на извршување работни обврски? Дали злосторствата извршени против новинарите се процесираат и дали постои практика на неказнување на сторителите? Дали медиумските организации имаат интерни политики за здравствена и безбедносна заштита на нивниот персонал, вклучувајќи ги и хонорарните соработници?

Напади врз новинари, нивно заплашување, закани, физички и економски уцени се честа појава, но многу ретко се известува за нив, а уште поретко институционално се процесираат. Двајца поранешни припадници на единицата „Алфи“ во септември 2007 година го претепаа снимателот на ТВ Алсат-М, а судскиот процес кој потоа се водеше беше потрауматичен за самата жртва отколку за насилниците кои на првостепен суд беа осудени со минимални казни. Регистриран е и случај на јавно удирање шлаганци на новинар во македонскиот парламент. Новинарот никогаш не доби правна и морална сатисфакција за понижувањето направено од страна на лицето за обезбедување на еден пратеник затоа што јавниот обвинител сметаше дека нема елементи за поднесување тужба. Новинарите и медиумските работници неформално зборуваат и за други случаи, но тие не се официјално пријавени. Во 2011 година се пријавени неколку случаи на физички напади кои завршиле без поголеми физички последици по новинарите, но и без правна разврска. Здружението на новинари јавно реагира и ги осудува таквите инциденти, но тука сè завршува. Во недостаток на институционална заштита, новинарите се упатуваат самите да поднесат кривични пријави кои се скапи и со неизвесен исход. Често новинарот-жртва од другата страна е соочен со локален политички или бизнис-моќник и шансите за правна сатисфакција не се на негова страна.

Во однос на тоа дали медиумски организации биле присилени да се затворат или им се заканувало затворање, како резултат на нивната работа, имало примери на закани, но најкарактеристичен е примерот со телевизијата А1, прва приватна телевизија во Македонија и една од највлијателните - со најголема гледаност во земјата - која престана да работи во август 2011 година. На 25 ноември 2010 година, полицијата влезе во телевизијата со образложение дека целта не е ТВ А1, туку други



фирми кои се водат на истата адреса, а за кои постоело сомневање дека затајувале данок. Додека новинарите од телевизијата во текот на целовечерната интервенција на полицијата, од отворено студио, известуваа за упад во телевизијата, полицијата веднаш не соопшти прецизно за каква акција станува збор. Тоа создаде конфузна ситуација, при што јавноста немаше доволно информации дали станува збор за упад во телевизијата или, пак, за основана акција на полицијата. А1, која во тој момент беше опозициски ориентирана (јавно кажано во етер од страна на главниот и одговорен уредник пред почетокот на предизборната кампања за Парламентарните избори кои се одржаа на 5 јуни 2011 година), цело време го претставуваше настанот како загрозување на слободата на изразување, додека во јавноста различни институции информираа за милионски суми затаен данок. Сопственикот на телевизијата и на фирмите кои беа цел на истрагата, Велија Рамковски, уште со 11-мина други вработени во неговите фирми и во телевизијата, беше осомничен за затајување данок и однесен во притвор, каде што сè уште се наоѓа (јануари 2012 година).

Во август 2011 година телевизијата беше ставена под стечај. На ова реагираше Македонскиот институт за медиуми, кој побара СРД да ги искористи сите законски можности и да ѝ дозволи на телевизијата да ја зачува дозволата за работа, водејќи се од начелото за заштита на интересите на граѓаните во радиодифузната дејност и заштита на плурализмот во медиумската сфера, што е и негова законска обврска. „Дејноста на медиумите е од јавен интерес бидејќи придонесуваат за демократскиот амбиент и ја збогатуваат разновидноста на мислења во јавната сфера. Згаснување на еден национален информативен медиум може да нанесе долгорочна штета на слободата на изразувањето и на медиумскиот плурализам во Република Македонија. Сметаме дека дозвола за вршење радиодифузна дејност не смее да биде одземена по автоматизам поради започната стечајна постапка. Треба да се искористат можностите од членот 3 од Законот за стечај ТВ А1 да се реорганизира, со цел да се одржи и да продолжи да емитува програма“, се вели во реакцијата на МИМ. Набрзо по прогласувањето стечај, Агенцијата за електронски комуникации ѝ ја одзеде фреквенцијата на телевизијата А1. МИМ, ЗНМ и Синдикатот реагираа дека ова претставува груба повреда на Законот за радиодифузна дејност и на надлежностите на Советот за радиодифузија, кој претходно ѝ ја немаше одземено дозволата за емитување програма на А1. Имено, СРД е единствено тело надлежно за спроведување на Законот, а во согласност со членот 55 од Законот за радиодифузна дејност, одобрението за користење фреквенции, АЕК го издава само врз одлука за доделување дозвола за радиодифузна дејност. Од ова произлегува дека АЕК не може своеволно да дејствува без претходен акт на СРД.

Инаку, треба да се спомне дека и печатените изданија што беа дел од групацијата медиуми поврзана со Велија Рамковски – *Време, Шџиц, **** е ре (Коха е ре)*, исто така престанаа да излегуваат во јули 2011 година поради тоа што Управата за јавни приходи побаруваше милион евра по основ на неплатен данок од фирмата „Плус продукција“ којашто ги издаваше трите весника.

Европската комисија во Извештајот за напредокот на Македонија за 2011 година предупреди дека затворањето на овие медиуми ја намалува медиумската разновидност. Комисијата упати забелешки и дека истрагата за даночно затајување, и престанокот со работа на ТВ А1 и на весниците кои беа критички настроени кон Владата, што следувааше потоа, ја зголемиле загриженоста за пропорционалноста и селективноста на процедурите.¹⁴³

¹⁴³ Европска комисија. Извештај за напредокот на Македонија за 2011. Достапно преку: <http://www.sep.gov.mk/Default.aspx?ContentID=36&ControlID=IzvestaiEU.ascx>

Во врска со тоа дали медиумите имаат интерни политики за здравствена или безбедносна заштита, треба да се истакне дека освен систематски прегледи на вработените, медиумите немаат други обврски кон нив. Во многу случаи не се исплаќало ниту дополнително осигурување за новинарите кои ја извршувале својата работа во ризични подрачја, како што беше случај за време на конфликтот во 2001 година.

Не постои точна статистика, која би се однесувала на сите медиуми во државата, за тоа колку новинари на определено време и колку хонорарци работат во медиумите. Советот за радиодифузија има вакви податоци само за електронските медиуми. Во медиумите е присутна и т.н. сива економија, а постои и системот исплата пари на рака заради избегнување даночно плаќање.

3.14 Дали постои општа клима на несигурност во медиумите?

Индикатори: Дали постои рутинско практикување на самоцензурата меѓу новинарите поради страв од казна, малтретирање или напад? Дали доверливоста на изворите е заштитена со закон и се почитува во практиката?

Генерален впечаток е дека новинарите се заложници на високата исполитизираност и партизираност на институциите и дека дел од надлежните институции се јавуваат повеќе во улога на некој кој треба да ги дисциплинира медиумите отколку да ги брани во нивниот напор да бидат глас и „адвокат“ на јавниот интерес. Извештаите на Европската комисија од изминативе неколку години константно предупредуваат на постоењето самоцензура меѓу новинарите во Македонија. Во Извештајот од 2009 година, Комисијата изрази загриженост поради политичките влијанија кои водат кон самоцензура и ја ограничуваат слободата на изразување. Високите казни за клевета и навреда кои беа изречени во минатото, претставуваат дополнителна причина за заплашување и практикување самоцензура (Извештаи на Европската комисија од 2010 и од 2011 година).

Македонија не се смета за земја со нарушена безбедност, но фактот што медиумите не се економски слободни, а новинарите се соочуваат со закани за својата безбедност, го прави извршувањето на нивните работни задачи исклучително сложено. Може да се каже дека новинарите често работат под уцени и закани дека ќе ја загубат работата или дека физички ќе бидат нападнати. Потврда за ова е фактот што во Македонија се ретки и со тренд на опаѓање истражувачки стории, откривање корупција или какво било друго лошо управување. Исплашени за својата економска или физичка сигурност, новинарите не ја извршуваат својата основна задача - да бидат совест на општеството и чувари на демократијата.



ПРЕПОРАКИ:

1) Владата и Собранието да водат перманентна грижа за унапредување на јавната мисија на МРТ како јавен сервис во согласност со стандардите на Европската радиодифузна унија. Надлежните државни институции да ги обезбедат сите неопходни механизми и мерки за непречено функционирање на МРТ, особено во поглед на собирањето на радиодифузната такса. Примена на препораката на Европската радиодифузна унија и преиспитување на можноста од квартално усогласување на висината на таксата, врз основа на реалните потреби на МРТ. Доколку тоа не е остварливо, изнаоѓање начин на компензирање на средствата што недостасуваат, но од стабилни и независни извори (независен буџет) и со спроведување транспарентна постапка.

2) Измени на законската регулатива во насока на експлицитно гарантирање на институционалната автономија и уредувачката независност на МРТ и прецизно дефинирање на надлежностите на нејзините органи. Во регулативата треба да се дефинираат и минималните принципи на внатрешна организација и работењето на МРТ, со цел годишно да се планира јасна продукциско-технолошка и финансиска рамка, а уредувачка структура да биде општествено препознатлива и прифатена. За да претставува современа медиумска корпорација во новото дигитално конкурентско опкружување, МРТ мора да има јасно дефинирана организациска структура во сите три сегменти: програма, техника и продукција. Потребна е промена и јасно разграничување на надлежностите и на структурата на управување на јавниот сервис, бидејќи моментно постојат три тела кои го прават процесот на менаџирање комплициран, неефикасен и општествено неодговорен.

3) Обезбедување независност на органите на МРТ од политички или економски центри на моќ, како и подигање на свеста и одговорноста на сите органи или носители на уредувачка одговорност дека законски гарантираната уредувачка независност на јавниот сервис треба да се остварува и фактички во практиката. Во органите на МРТ мора да се избираат личности со неспорен личен и општествен интегритет, професионално искуство, знаење и углед во јавноста.

4) МРТ да воспостави систем на редовна комуникација со сите сегменти на својата публика, јавноста и општеството и по примерот на некои европски јавни сервиси да воведо „омбудсман“ или друго тело кое ќе се грижи за одговарање на поплаки и реакции на слушателите и гледачите.

5) При годишното планирање на програмите за продукција и емитување, МРТ како јавен сервис секогаш да поаѓа од утврдување на реално изразените потреби на различните општествени групи и да обезбедува разновидност на програмите. Притоа, основната цел треба да биде, според реално расположливите средства, да се понуди и најголем можен обем квалитетни програми од сите жанрови, произведени според највисоки уредувачки и продукциски стандарди.

6) Неопходно е да се редизајнира програмскиот концепт на сервисите на МРТ, со цел да се обезбеди застапеност на разновидни програми наменети за сите делови на публиката и исполнување на нејзините законски функции на јавен сервис. МРТ не може да ги исполнува целосно своите функции на јавен сервис додека не ѝ се врати вториот програмски сервис на

македонски јазик. Тоа треба итно да се реши со дигитализацијата на нејзините програми.

7) Сопствената продукција треба да сочинува најголем дел од програмите на МРТ. Неопходно е јавниот сервис да развива продукција на програми што недостигаат во Македонија и што не се обврска и не се нудат од комерцијалните медиуми, а особено: документарна, ТВ-филмови и серии на современи општествени теми, жанровски разновидна детска и младинска програма, образовна, музичка, забавна програма, специјализирани програми (за селото, земјоделството и руралниот развој), за возрасната публика и слично. Со измените на радиодифузната регулатива да се зголемат обврските и на комерцијалните електронски медиуми да емитуваат задолжителен обем на музика и оригинална домашна телевизиска продукција. Како јавен интерес да се утврди обврската за избегнување на емитувањето неквалитетна и програма која промовира насилство, го повредува достоинството и интегритетот на човекот („реалити ТВ“) и други видови недозволена комерцијализација, за сметка на пошироки општествени интереси.

8) Изработка на стратешки документ, во кој ќе се утврди општественото значење на третиот, непрофитен медиумски сектор и на неговата улога како еден вид јавен сервис на локално ниво, а притоа ќе се анализираат и обработат сите проблеми кои се пречка за неговиот развој (финансирањето, недостатокот на фреквенции, формите на поддршка и сл.).

9) Изнаоѓање стабилни извори за финансирање на непрофитниот сектор преку посебни средства од буџетите на државата или од локалната заедница, или пак, со издвојување на дел од средствата од надоместокот за дозвола за работа и на терестријалните и на сателитските комерцијални радиодифузери, вклучувајќи ги и кабелските телевизии како јавни комуникациски мрежи.

10) Поактивно и општествено попрепознатливо извршување на задачите на Советот на честа во рамки на Здружението на новинарите на Македонија во согласност со Статутот на ЗНМ и Деловникот за работа на Советот. Неговите членови, новинарите или медиумската заедница да иницираат промени и прецизирања на Етичкиот кодекс кој ќе ги обврзува и сопствениците на медиумите.

11) Формирање самостоен саморегулациски трипартитен орган (како, на пример, Совет за етика во медиумите), со што саморегулацијата ќе стане инклузивна, ефикасна и транспарентна и ќе овозможи да бидат опфатени што поголем број медиуми, претставници на сопствениците на медиумите и на јавноста.

12) Медиумите да го поддржуваат редовното истражување на мислењата и ставовите на публиката, без инструментализација и раководејќи се исклучиво од целта да се овозможи подобрување на квалитетот и разновидноста на програмите, во функција на исполнување на очекувањата, потребите и барањата на публиката.

13) Невладините организации да иницираат истражувања во медиумската сфера со цел утврдување на состојбите, проблемите и насоките за натамошно унапредување на медиумската сфера.

14) Академските институции да иницираат истражувања на медиумската сфера со цел да придонесат кон создавање функционални релации меѓу медиумите, индустријата и академската заедница.

15) МРТ, како јавен сервис, своите годишни или периодични планови за продукција и емитување на програмите да ги утврдува во најголема мера токму врз истражувањето на публиката. Советот за радиодифузија, како независно регулаторно тело, исто така, задолжително да иницира и самиот да реализира редовни истражувања на публиката.

16) Медиумите, уредниците и професионалните медиумски организации да иницираат заеднички проекти, обуки и јавни дебати со цел да се надмине самоцензурата која ја практикуваат многу новинари во Македонија, како резултат на политичките и економските влијанија во медиумите.

IV. ПРОФЕСИОНАЛЕН КАПАЦИТЕТ НА ИНСТИТУЦИИТЕ КОИ СЕ ОСНОВА НА СЛОБОДАТА НА ИЗРАЗУВАЊЕТО, ПЛУРАЛИЗМОТ И РАЗНОВИДНОСТА

A. ПРОФЕСИОНАЛНИ ОБУКИ ЗА МЕДИУМИ

4.1 Пристапот на медиумските професионалци до обуки соодветни за нивните потреби

Индикатори: Дали се нудат различни програми за обука од страна на домашни и странски организации? Дали постојат можности за надградување на знаењата и вештините на новинарите на сите нивоа? Дали постојат можности за размена на програми на регионално и на меѓународно ниво? Дали постојат програми за специјализација на новинарите во одделни области, за стекнување ИТ-знаења и способности? Дали обуките им се достапни физички на сите новинари, а не само на оние од урбаните центри, дали им се достапни на маргинализираните групи, на жените, дали се на различни јазици? Дали постојат обуки за продукција или за подигање свесност за потребата за градење ефикасни системи на управување, транспарентност и дијалог меѓу менаџментот и вработените?

Во Македонија, во 2010/2011 година, имало 163 електронски медиуми, околу 20 печатени изданија и приближно исто толку Интернет-портали кои нудат сериозна информативна содржина. Советот за радиодифузија прави истражувања за степенот на образование на новинарите кои работат во електронските медиуми. Според овие истражувања, бројот на новинари со високо образование бил речиси двапати поголем од бројот на новинари со средно образование во 2010 година (види табела 2 и 3 во делот III.A.3.2). Меѓутоа, нема податоци за бројот на новинари со специфично новинарско образование.

Покрај високообразовните институции за насочено и за стручно образование, новинарите од медиумите во Македонија своето професионално знаење поврзано со медиумите го стекнуваат и стекнуваат и преку разни обуки спроведувани од разни медиумски и немедиумски граѓански и други организации. Во изминативе 20 години се реализираа повеќе зафати за подигање на квалитетот и нивото на знаења кај медиумските професионалци во земјата. Обуките за новинари се организираа уште на почетокот на 90-тите, од домашни и од меѓународни организации, како ОБСЕ, ОН, ФИОМ, УСАИД, програмите на Европската унија, а од домашните медиумски организации спорадично преку ЗНМ. Кон крајот на деведесеттите, по оформувањето на Македонскиот прес-центар, се започна со структуриран пристап во обучувањето на медиумскиот кадар. Сите овие првични напори во насока на зајакнување на знаењата на професионалците кои веќе работат во медиумите се потпираа речиси исклучиво на странски донации, што е случај и денес, и како и во другите земји во регионот, се должи главно на незаинтересираноста на сопствениците на медиумите да инвестираат во тековно унапредување на знаењата на своите вработени.



Во 2001 година, со формирањето на Македонскиот институт за медиуми (МИМ), граѓанска организација зад која застанаа редакциите на околу 90 медиуми, стартуваше поорганизирана платформа за обучување на новинарите. Во своето десетгодишно постоење, МИМ организираше голем број обуки за новинарите и друг професионален кадар вработен во медиумите. Обуки се организираа и за основни новинарски вештини, но и за посложени форми на новинарството, како што е истражувачкото новинарство, како и специјализирани обуки за посебни области, како што е известувања за различностите, обуки за новинари од економските и политичките рубрики, обуки за известување при избори, обуки за известување со употреба на компјутерски програми, известување за човековите права итн. Освен кусите обуки, во 2002 и 2003 година се организираа семестрални курсеви за новинарите со помало искуство, кои беа првите подолгорочни образовни зафати за вработениот медиумски кадар, а се организираа и обуки за уредниците. Во тој период, со стручна поддршка од Данската школа за новинарство, започнаа подготовките за формирање на Едногодишната школа за новинарство (ЕШН). Во подготвителниот период за ЕШН, повеќе од 20 истакнати новинари и уредници поминаа серија обуки за обучувачи, предводени од дански предавачи и експерти. Целта на обуките беше најдобрите новинари во земјава да се подготват и да се стекнат со вештини неопходни за да можат да го пренесат нивното знаење на младите генерации. Во четиригодишното постоење, од 2004 до 2008 година, преку ЕШН се образуваа повеќе од 90 млади новинари, од кои над 80% успешно работат во македонските медиуми, а некои од нив станаа и главни уредници, уредници или, пак, популарни водители и новинари во респектирани медиуми. Искуството од ЕШН го поттикна МИМ во 2008 година да ја основа Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, единствена непрофитна високообразовна институција специјализирана за студии по новинарство со најмногу практична работа за студентите, споредено со другите факултети.

4.2 Пристапот до обуки за медиумските менаџери, вклучувајќи ги и бизнис-менаџерите, соодветни за нивните потреби

Индикатори: Дали постојат можности за обуки на менаџери на медиуми, обуки за соодветни вештини за медиумски бизнис: маркетинг, финансиски менаџмент? Колку се овие обуки достапни за жени и за маргинализирани групи?

Кога зборуваме за обучување на менаџерскиот кадар во медиумите, можеме да констатираме дека во овој домен во Македонија е направено многу малку. Обуките и другите активности за зајакнување на капацитетите на медиумските менаџери се ретки и спорадични. Во тој контекст може да се споменат обуките на менаџери и на сопственици на радиостаниците во Македонија, кои ги спроведуваа Гласот на Америка и Радио Слободна Европа во 2000 година, како и обуките кои се спроведуваа со помош на МДЛФ (анг. „Media Development loan Fund“), исто така, на почетокот на новиот милениум. Некои од медиумските компании, како МПМ (дел од концернот ВАЦ), во чии рамки излегуваат дневните весници *Весѝ*, *Дневник* и *Уџрински весник*, спроведуваат внатрешни обуки и студиски посети за менаџерскиот кадар на оваа компанија, а сличен пристап применуваат и неколку други медиуми, главно преку праќање на менаџерите на студиски посети во странски медиуми. Последен едукативен зафат со кој беа опфатени и менаџерските структури во медиумите е Проектот за зајакнување на онлајн-медиумите во Македонија кој го спроведе МИМ во 2010 година, во чии рамки се организираше тридневна обука за 12 менаџери од онлајн

и од традиционалните медиуми, кои добија можност да ги слушнат искуствата на видни странски експерти и да дознаат повеќе за бизнис-можностите што ги нуди Интернетот, како и за начините како тие да се искористат за одржливост на медиумите.

4.3 Обуки за оспособување на медиумските професионалци да ги разберат демократијата и развојот

Индикатори: Дали обуките им помагаат на медиумските професионалци да станат свесни за улогата на медиумите во јакнењето на демократското општество и човековите права, подобро да известуваат за маргинализираните групи, да го развиваат истражувачкото новинарство, да имаат познавања од етика и др.?

Вложувањата во едукацијата на медиумските професионалци придонесоа за значително зголемување на нивните знаења за демократијата, со што тие го имаат неопходниот потенцијал за позитивно да влијаат на развојот на процесите во едно демократско општество. Сепак, медиумите и новинарите, пред сè поради влијанијата на политичките фактори и другите центри на моќ, и поради нивната финансиска слабост, честопати не успеваат да ја остварат оваа нивна улога и да го ефектуираат акумулираното знаење.

Б. АКАДЕМСКИ ПРОГРАМИ ЗА МЕДИУМСКА ПРАКТИКА

4.4 Достапноста на академските курсеви за широк круг студенти

Индикатори: Дали има додипломски и постдипломски студии по новинарство и други медиумски програми? Дали има учебници и други материјали на локалните јазици? Колку овие програми се опремени технички (пристап до информациско-комуникациски технологии) и колку применуваат практична работа?

Во Македонија студиите по новинарство се застапени на неколку факултети кои нудат диплома по новинарство, а постојат и повеќе факултети кои нудат дипломи по комуникации или други области поврзани со медиумите. Првпат студиите по новинарство во Македонија биле воспоставени во 1977 година како интердисциплинарни студии во организација на три факултети: Правниот, Економскиот и Филолошкиот факултет во Скопје. Кон крајот на осумдесеттите години, студиите по новинарство станаа дел од Правниот факултет како интердисциплинарни студии, а подоцна прераснаа во посебна студиска програма - правни студии, студии по новинарство и политички студии. (<http://www.pf.ukim.edu.mk>)

Студиите по новинарство на државниот универзитет со години имаа проблеми околу спроведувањето практична настава за студентите, како и со застарената наставна програма. Во 2003 година се формираше Комисија за воведување кредит-систем и за измени на наставниот план на студиите по новинарство, со цел да се осовременат и збогатат општообразовните содржини (со



акцент врз содржините кои се неопходни во процесите на политичко и образовно приближување на Македонија кон Европа - европски интеграции, права и слободи на човекот, слобода на изразување, етика, интеркултурните аспекти на медиумите итн.), стекнување поширок корпус стручни знаења и воведување практична обука. При конципирањето на наставниот план според ЕКТС, беа користени критериуми приспособени на специфичностите на новинарските студии, на новите циклуси на студирање според Болоњската декларација и според светските искуства. Студиите траат 3 години, поделени во 6 семестри, по што постои можност да се продолжи студирањето во следен двегодишен циклус, во кој како насоки на студирање може да се изберат новинарство, медиуми и комуникации или односи со јавноста. Во текот на тие две години, програмата е организирана во 4 семестри, а на студентите им се нуди двојна специјализација: според избраната насока (новинарство, медиуми и комуникации или односи со јавноста) и според областа (со помош на широката листа изборни предмети). Десеттиот семестар е предвиден за практична работа во зависност од медиумот за кој студентот се определил.¹⁴⁴

На државниот универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, во рамки на Правниот факултет, од 2009 година постои студиска програма за новинарство и за односи со јавноста. Студиите траат три години и се организирани според Европскиот кредит-трансфер систем. Програмата вклучува изучување стручни предмети од областите на новинарството и на односите со јавноста, како што се: вовед во новинарството, новинарска етика, известувачко новинарство, медиумите и глобализацијата, испитување на јавното мислење, новинарство во печатените и во електронските медиуми, односи со јавноста, комуникации и односи со медиумите и др. (<http://ugd.edu.mk>)

Високата школа за новинарство и за односи со јавноста е основана во 2008 година во Скопје и претставува прва високообразовна институција во Македонија која нуди додипломски специјализирани стручни студии на две насоки: новинарство, и корпоративни комуникации и односи со јавноста. Студиската програма по новинарство е единствена во земјата и во регионот по тоа што е усогласена со Моделот студиска програма за образование на новинари на УНЕСКО од 2007 година и со Декларацијата од Тарту, усвоена во 2006 година од членките на Европската асоцијација за образование на новинари (ЕЈТА). Студиската програма по корпоративни комуникации и односи со јавноста е развиена според највисоките стандарди за високо образование и усогласена со Етичкиот кодекс на Институтот за односи со јавност од Велика Британија.

Школата нуди применето високо образование со урамнотежен однос меѓу теоретските и практичните предмети, со примена на методот „учење преку работа“ со ТВ, радио, печатени и онлајн-медиуми. И двете студиски програми, по новинарство и по корпоративни комуникации и односи со јавноста, предвидуваат задолжителна практична работа во медиумите во земјата, како и во приватни компании, во агенции за односи со јавноста, во истражувачки агенции и во јавни институции, што досега се покажа како шанса за вработување за многу студенти. Во три студиски години досега се запишани 100 студенти, а првата генерација се очекува да дипломира во првата половина на 2012 година. На ниво на постдипломски студии, почнувајќи од следната академска година, Високата школа планира да понуди две различни студиски програми: менаџирање на медиуми и мултимедија и менаџирање на стратемски комуникации. И обете студиски програми се воведуваат за првпат во Македонија, инкорпорирајќи ги светските искуства и знаења во развојот на високото образование, како и најновите трендови во двете студиски области.

144 Веб-страница на Правниот факултет, <http://www.pf.ukim.edu.mk/DesktopDefault.aspx?tabindex=0&tabid=242>

Од јуни 2011 година, со одлука на организацијата на УНЕСКО во Париз, Високата школа стана носител на Катедра на УНЕСКО за медиуми, дијалог и заемно разбирање. Примарната цел на Катедрата е да се подигне квалитетот на високото образование за новинарство и за комуникации, според највисоките меѓународни и европски стандарди во областа на високото образование. Студиските програми и другите иницијативи на Катедрата ќе бидат фокусирани на развивањето на културната разновидност и промовирањето на интеркултурната комуникација и дијалог меѓу различните општествени и културни групи во македонското општество. (www.vs.edu.mk)

Државниот универзитет во Тетово, во рамки на Правниот факултет, според Интернет-страницата на факултетот, исто така, организира студии по новинарство, на додипломско ниво. (<http://www.unite.edu.mk/Maqedonisht/Kontakt.html>)

Штуловиот универзитет, во рамки на Факултетот за јазици, култура и комуникации, организира програми за медиумски студии, културни релации, политичка и социјална анализа од 2001 година, што се соодветни за студентите кои се заинтересирани за новинарство и за односи со јавноста. (<http://www.seeu.edu.mk/en/faculties/LCC>)

Од сродните аспекти на медиумската сфера, во рамки на Универзитетот за туризам и менаџмент работи Факултетот за односи со јавноста. (<http://www.utms.edu.mk/>)

На Универзитетот ФОН постои Факултет за политички науки, дипломатија и новинарство, каде што и на додипломско и на постдипломско ниво се вклучени предмети од областа на комуникациите. (www.fon.edu.mk)

На Европскиот универзитет, во рамки на Факултетот за политички науки, на додипломско ниво се изучуваат предмети од областа на комуникациите и медиумите, а на постдипломско ниво постои посебна насока комуникации и медиуми. (www.eurm.edu.mk)

На Факултетот за драмски уметности во Скопје се изучуваат продукција, режија, камера, монтажа. (<http://www.fdu.ukim.edu.mk>)

Литературата од медиумската област и сродните аспекти од оваа сфера од македонски автори и на македонски јазик, многу малку се пишуваше и издаваше во изминативе две децении. Во оваа област, Високата школа за новинарство и за односи со јавноста предничи пред другите образовни институции, која само од 2010 година досега има издадено шест книги од домашни автори и преводи на релевантна литература од странски автори од областа на новинарството, и корпоративните комуникации и односите со јавноста (Слобода на изразување, јавен интерес и медиумска регулација, Вовед во односите со јавноста, Медиумите, граѓаните и интеркултурните комуникации и три преводи.)

Значаен дел од активностите на Македонскиот институт за медиуми се посветени на издавачката дејност. Така, едицијата „МИМ“ брои повеќе од 30 наслови на македонски, албански и на англиски јазик издадени во изминативе 10 години – новинарски прирачници, тематски публикации, регионални истражувања и прирачници за комуникација со медиуми и односи со јавноста. Книгите Пишување за печатени медиуми (2005) и Пишување за електронски медиуми (2005) ги содржат основите и практичните начела за пишување во весник, за радио, ТВ и онлајн-новинарство и им служеа како главно наставно помагало на повеќе високообразовни институции.

И Правниот факултет има издадено повеќе учебници за студиите по новинарство на додипломско ниво поврзани со јавно мислење, комуникациски теории, етика, а на постдипломско ниво – за медиумско право, етика на медиумите и др.

Во однос на техничките капацитети на образовните институции, може да се каже дека повеќето се опремени со современа техничка опрема и соодветни простории, вклучувајќи и пристап до Интернет.

Во однос на врските меѓу академските институции и работодавците во индустрискиот сектор, Високата школа склучува меморандуми за соработка со јавни институции, компании, невладини организации итн. (досега има склучено повеќе од 50) врз основа на кои студентите ќе можат да ја остваруваат задолжителната практична работа. Исто така, и Правниот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ има склучено меморандуми за соработка со медиуми, како на пример со Јавниот радиодифузионен сервис МРТ.

4.5 Академска подготовка на студентите поврзана со демократскиот развој

Индикатори: Дали програмите опфаќаат предмети како: медиумско право, етика, медиумска политика и регулација од јавен интерес? Колку програмите се во насока на градење свесност за потенцијалот на медиумите во промоцијата на демократијата и човековите права? Дали ги оспособуваат студентите за независно размислување и анализа? Дали програмите содржат дисциплинарен пристап во студирањето, односно дали опфаќаат и други области за кои се очекува новинарите да ги покриваат? Дали постојат курсеви за медиумска писменост посветени на модерните начини на комуницирање?

Повеќето факултети нудат студиски програми кои се комбинација од комуникациските, социолошките и политичките науки, но малку од нив изучуваат медиумско право, регулација и етика, како предмети неопходни за идните новинари и медиумски експерти. Освен тоа, на повеќето академски институции им недостига практика во оваа област.

Високата школа за новинарство и односи со јавноста во теоретското студирање ги вклучува медиумското право, регулацијата и етиката во рамки на посебни предмети, а овие области се интегрирани и во рамки и на други предмети. Теориската настава е поткрепена со добар удел на практична работа, така што студентите имаат можност уште додека студираат да ги учат и практикуваат новинарските вештини и знаења.

Високата школа е основана од Македонскиот институт за медиуми, со заедничка цел да се унапредува квалитетот на образованието за новинари во Република Македонија. Високата школа и МИМ, преку проектите, искуствата и знаењето, се заемно поврзани и упатени една на друга. Така, Високата школа е партнер во проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Македонија“, што го спроведува МИМ. Експерти од МИМ и предавачите на ВШ учествуваа во пишувањето Прирачник за наставници за медиумска писменост, а беа и дел од тимот обучувачи на наставниците од основно и од средно образование. Високата школа има воспоставено долгорочно партнерство со: Данската школа за новинарство, Универзитетот за применети науки Виндесхејм од Холандија, Мировниот институт од

Љубљана, Институтот за различности во медиумите од Лондон, како и со неколку домашни партнери: Институтот за социолошки и политичко-правни истражувања од Скопје, Институтот за мировни студии при Филозофскиот факултет од Скопје, Факултетот за јавна администрација при Универзитетот „Климент Охридски“ од Битола, Универзитетот на Југоисточна Европа од Тетово и др.

На Правниот факултет во рамки на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ се изучуваат етика и слобода на изразување, како посебни предмети, но медиумското право и регулацијата не се изучуваат во рамки на посебен курс. Практичната настава се одвива по предметите известување и уредување во новинарството, како и технологија и организација во медиумите. И Правниот факултет, според информациите на Интернет-страницата, има интензивна соработка со повеќе странски и домашни невладини организации кои се занимаваат со образование на новинари, со странски универзитети, со домашни и со странски медиуми, новинари од практиката и експерти.

На Правниот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип, во рамки на првиот циклус студии на наставната програма за новинарство, се изучуваат и предмети како новинарска етика, медиумско право и медиумско уредувачка политика, а на ниво на постдипломски студии, во рамки на студиските програми за јавна администрација, правосудство и применета политика и дипломатија, се изучуваат, исто така, и предмети по политичка етика, маркетинг и комуникации со јавноста и етика и деловна комуникација.

V. СИНДИКАТИ И ПРОФЕСИОНАЛНИ ОРГАНИЗАЦИИ

4.6 Правото на медиумските работници да се приклучат кон независни синдикати и практикувањето на ова право

Индикатори: Дали правото да се формира синдикат е почитувано во законите и во практиката? Дали правото да се преземе акција е заштитено законски и почитувано во практиката? Дали националниот новинарски синдикат и професионалните здруженија може да се приклучуваат кон Меѓународната федерација на синдикати и кон меѓународните професионални асоцијации?

Иако формално-правно синдикалното организирање на вработените во медиумите е дозволено според Законот за работни односи, тоа во Македонија е релативно на самите почетоци. По бројните неуспешни обиди во изминативе 20 години, на 12 ноември 2010 година е формиран првиот Самостоен синдикат на новинари и медиумски работници (ССНМ). Во Синдикатот членуваат и редовно вработените, и „фриленсерите“ и хонорарните соработници, кои сочинуваат голем дел од вкупниот број на медиумските работници во Македонија. Веќе во првите шест месеци Самостојниот синдикат на новинари и медиумски работници собра повеќе од 600 пристапници на вработени од сите медиуми и од сите градови во земјата.

По неполна година од основањето на Синдикатот, тој почна да се соочува со предизвици. Новинарите кои се осмелуваат јавно да проговорат за условите во кои работат, се соочуваат со реална опасност да ја загубат работата.



Така, претседателот на Синдикатот и синдикалниот претставник, и двајцата вработени во телевизијата Алсат-М, во втората половина на 2011 година беа отпуштени од работа. Во случајот со претседателката на Синдикатот, објаснувањето на телевизијата беше дека станувало збор за спогодбен отказ, иако таа тврдеше дека не го потпишала. Според двајцата новинари, причините за отпуштањето се поради нивното синдикално организирање, а отпуштањето на синдикалниот претседател од работа било спроведено токму за да се обесхрабрат натамошните обиди за јакнење на синдикалното организирање.

Синдикатот реагираше и кога петмина новинари од *Уштински весник* беа експресно отпуштени во јуни 2011 година, без отказен рок, а им беше забранет и влез во просториите на редакцијата поради тоа што ја прекинаа работата во знак на протест поради најавените кратења на работните места. Тогаш, Државниот инспекторат за труд при Министерството за труд и социјална политика ги отфрли како неосновани отказите за петтемина новинари, со образложение дека работодавецот не го почитувал отказниот рок и го прекршил Законот за работни односи.

Во целина, новинарите во Македонија се доведени во една парадоксална ситуација – од една страна, од нив се бара да бидат критичари на општествените деформитети, а, од друга страна, тие не можат да искажат минимални критики за медиумите и за условите во кои работат.

Од март 2011 година, ССНМ е член на Меѓународната федерација на новинарите, а активно соработува со постојните новинарски синдикати во регионот.

Од професионалните организации, Здружението на новинарите на Македонија е најстарата и најголема асоцијација на новинарите, основана во 1946 година. Основна задача на Здружението е да ја брани слободата на медиумите, како и да ги заштитува и унапредува слободите, правата и одговорноста на новинарите. Во досегашната практика, ЗНМ активно учествувало во подготовката на законски прописи и меѓународни конвенции од интерес на професијата и го бранело професионалниот интерес, во согласност со Кодексот на новинарите на Македонија.

Во Македонија постои и Македонска асоцијација на новинарите (МАН), основана во 2002 година, меѓутоа таа не е активна.

4.7 Синдикатите и професионалните здруженија лобираат во име на својата професија

Индикатори: Дали синдикатите се признат партнер за преговори од страна на работодавците, како за работнички така и за професионални прашања? Дали професионалните новинарски асоцијации активно дебатираат за медиумската етика и за професионалните стандарди? Дали здруженијата на работодавците поставуваат стандарди и активно ја бранат слободата на изразувањето? Дали синдикатите и професионалните здруженија промовираат етички кодекси и активно ја бранат слободата на изразувањето?

Самостојниот синдикат на новинари и медиумски работници се залага за почитување на слободата на медиумите и заедно со другите медиумски организации (ЗНМ, МИМ и други) реагира во случаи кога таа се загрозува. ССНМ почива на уверувањето дека правото на правичен надомест

и достоинствени услови за работа се клучни за професионалната автономија која, пак, е предуслов за слободно и професионално новинарство.

Паралелно со градењето на капацитетот на самата организација, ССНМ се профилираше како активен бранител на основните работнички права на вработените во медиумите. Степенот на нивното непочитување во Македонија од страна на работодавците е драматично висок. Има случаи кога сопствениците и менаџерите во македонските медиуми, иако е тоа спротивно на законот, со закани и уцени вршат притисоци со цел да ги обесхрабрат вработените синдикално да се организираат. Оттаму ССНМ е принуден својата битка судски да ја води преку судството, а не преку колективно преговарање и социјален дијалог.

Сепак, треба да се истакне дека сопствениците на медиумите/работодавците во Македонија не се организирани во сопствено здружение, иако неколку медиуми се дел од Стопанската комора на Македонија. Така, доколку Синдикатот иницира потпишување колективен договор, се поставува прашањето кој од другата страна, освен Владата, односно Министерството за труд и социјална политика, ќе биде партнерот за преговарање во отсуство на вакво здружение.

Синдикатот обезбедува правна помош и бесплатно застапување на суд за своите членови. Повеќе од 15 случаи на бесправно отпуштање, неисплатени плати или други повреди на работнички права се веќе на суд, а на 4 јули 2011 година со поддршка и на Здружението на новинарите, ССНМ организираше „Марш за солидарност“ во борбата за работничките права.

ССНМ е активен учесник во професионалната дебата (на конференции, јавни настапи, работилници) за состојбите во новинарството особено од социјален и економски аспект.

Новинарските организации во Македонија дебатираат за етиката и етичките стандарди во новинарството во рамки на различни настани, семинари, конференции, работилници и слично. Во однос на заштитата и промовирањето на етичките и професионалните стандарди, активна улога има и Здружението на новинарите на Македонија, кое во текот на 2011 година презеде низа активности за заштита на новинарите од сите форми на притисок, пред сè од кривични тужби за клевета и навреда, а заедно со другите медиумски организации лобираше околу различни законски иницијативи. Една од краткорочните цели на ЗНМ е формирање независно саморегулаторно тело на медиумите во Македонија кое треба да го подигне степенот на примена на професионалните и етички стандарди, но и да го намали степенот на автоцензура меѓу новинарите. ЗНМ се стреми да обезбеди и одредени бенефиции за своето членство. ЗНМ е член на Меѓународната федерација на новинарите.



Г. ОРГАНИЗАЦИИ НА ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО ВО МЕДИУМСКАТА СФЕРА

4.8 Мониторинг на медиумите од страна на невладините организации

Индикатори: Дали НВО систематски ги набљудуваат медиумските содржини и сопственоста од аспект на плурализмот и разновидноста? Дали има критичка анализа на медиумите од аспект на претставувањето на маргинализираните групи? Дали НВО придонесуваат за промовирање на медиумската писменост?

Освен Здружението на новинарите на Македонија (ЗНМ), како најголемо професионално здружение на новинарите, уште неколку невладини организации активно и ангажирано работат во областа на медиумската сфера во државава: Македонскиот институт за медиуми (МИМ), НВО Инфоцентарот, Центарот за развој на медиумите (ЦРМ), Фондацијата отворено општество преку својата Програма за медиуми.

Од нив, МИМ и Инфоцентарот имаат развиена истражувачка компонента во своите активности. МИМ за време на Претседателските и Локалните избори 2009 и на Парламентарните избори 2011, спроведе опсежни мониторинзи за начинот на известувањето на медиумите, фокусирајќи се на почитувањето на професионалните новинарски стандарди при известувањето за време на изборите. Анализите се објавени на веб-страницата на МИМ (www.mim.org.mk). Институтот спроведе десетина истражувања во последниве години, од кои позначајни се: Медиуми: Бизнисот во етиката, етиката во бизнисот (2005), Истражување за работните односи во медиумите и Ударни ТВ-вести во домашните медиуми (2007), Состојбата со онлајн-медиумите и онлајн-новинарството во Македонија (2010), додека, пак, во 2010/2011 МИМ во соработка со Фондацијата Фридрих Еберт спроведе и објави три истражувања: „Осврќи кон истражувањето на саморегулацијата во медиумите во Македонија“, „Анализа на јавната радиодифузија во Република Македонија во контекст на европската медиумска политика“ и „Состојбата со медиумите на јазичките заедници во Република Македонија“.

Што се однесува до критичка анализа, особено во корелација со застапеноста на маргинализираните групи во медиумите, една од ретките на оваа тема е анализата на МИМ во 2007/2008 година, врз основа на спроведениот мониторинг на медиумите во 2007/2008 година при што беше следен квантитетот и квалитетот на известувањето за трговија со луѓе во вестите на 19 медиуми. Коалицијата „Сексуални и здравствени права на маргинализирани заедници,“ пак, спроведе истражување насловено „Медиумите и маргинализираните заедници“. Сепак, овој тип анализи се мошне ретки.

Во насока на поддршка на слободата на изразувањето и развојот на независни, слободни и демократски медиуми, МИМ, ЗНМ и ССНМ, особено последнава 2011 година, презедоа многу активности поврзани со лобирање околу донесувањето некои законски решенија, како и за медиумските состојби во државава. Така, МИМ и ЗНМ го поддржаа новинарскиот протест организиран од страна на ССНМ на 4 јули 2011 за заштита на новинарските права и реагираа во

однос на брзите измени на Законот за радиодифузна дејност донесени во Собранието на Република Македонија, со кои бројот на членови на Советот за радиодифузија беше зголемен од девет на 15 (види дел I.A.1.1 и I.A.1.5). Понатаму, МИМ реагираше кога беше отворена стечајната постапка за ТВ А1, повикувајќи да се земе предвид јавниот интерес за натамошно функционирање на телевизијата, како и кога Агенцијата за електронски комуникации ѝ ја одзеде фреквенцијата на ТВ А1, без претходно одземање на дозволата од страна на Советот за радиодифузија (види III.Г.3.13).

НВО Инфоцентарот прави анализи на содржината на вестите поврзани со конкретни теми (општествени, политички, медиумски итн.) и редовно објавува извештаи кои се наречени Медиумско огледало (www.nvoinfocentar.org.mk). Оваа организација, исто така, вршеше и мониторинг на Парламентарните избори во 2011 година, како и на Претседателските и Локалните избори во 2009 година.

Центарот за развој на медиумите неколку години ја спроведува анализата „Индекс на медиумска одржливост“ (МСИ), според методологијата на американската организација ИРЕКС (IREX). (www.mdc.org.mk)

И Фондацијата отворено општество преку Програмата за медиуми спроведува повеќе проекти поврзани со медиумите. Така, некои од активностите се поттикнување јавна дебата за теми поврзани со ЕУ, промоцијата на вредностите на ЕУ, следење и поттикнување на развојот на соодветна правна и регулаторна рамка за медиумите, мониторинг на нејзината имплементација во согласност со меѓународните стандарди, вклучувајќи го и работењето на соодветни регулаторни тела итн. (www.soros.org.mk)

Што се однесува до медиумската писменост, МИМ е единствената организација која работи во оваа област. Институтот иницираше и спроведуваше тригодишен проект за воведување на медиумската писменост во образованието, во чии рамки беа одржани 60-ина обуки на 1.200 професори од сите основни и средни училишта низ Македонија, експертите на МИМ и на ВШ го напишаа Прирачникот за медиумска писменост за наставници, беше пуштена во употреба веб-страницата посветена на теми од оваа област и беа одржани две конференции кои ги собраа на едно место експертите за медиумска писменост.

4.9 Невладините организации директно се залагаат за промовирање на слободата на изразување

Индикатори: Дали НВО-секторот активно ги промовира слободата на изразување, правото на достапност до информации, безбедноста на новинарите? За кои прашања се залагаат? Дали соработуваат со креаторите на медиумската политика?

Невладиниот сектор во 2011 година настапи мошне организирано и презеде серија активности за заштита на слободата на изразување и на безбедноста на новинарите. Трите организации – МИМ, ЗНМ и Синдикатот – одржаа заедничка прес-конференција по повод 3 Мај – Меѓународниот ден на слобода на медиумите, укажувајќи на поразителните состојби во медиумската сфера барајќи од институциите, политичките центри и медиумските сопственици да овозможат неселективна примена на регулативата и слободно функционирање на медиумите без какви било притисоци. Мнозинството

медиумски организации, новинари и медиуми застааа зад протестот што го организираа Синдикатот и ЗНМ, како сигнал до центрите на моќ кои вршат притисок врз медиумите и новинарите.

И МИМ и ЗНМ редовно реагираат на состојбите во медиумската сфера преку соопштенија, реакции или изразување протести.

Сепак, една од позначајните иницијативи на МИМ и на ЗНМ, поддржана од Амбасадата на Кралството Холандија во Македонија, се однесуваше на средување на состојбите во медиумската сфера во Македонија. На почеток се организираше дводневна работна средба која се одржа во Маврово во октомври 2011 година, а на која се собраа околу 40 истакнати уредници, новинари, сопственици на медиуми и медиумски експерти од различни групации во земјава и ги утврдија проблемите со кои се соочува медиумската заедница.

Средбата им овозможи на македонските новинари по долго време заеднички да ја реafirмираат својата подготвеност да се здружат во решавањето на состојбите во медиумите и да работат активно со сите релевантни институции и поединци за изнаоѓање начини за надминување на проблемите. Како резултат од работилницата произлезе Акциски план, во кој беа наведени сите проблеми со кои се соочува медиумската заедница, групирани на следниот начин: 1) законодавство (декриминализација на клеветата и навредата, спроведување на законите што ја регулираат медиумската сфера, регулирање на медиумскиот и рекламниот пазар, регулирање на јавните реклами и кампањи финансирани од буџетски средства, субвенционирање медиуми – локални, регионални, непрофитни итн.); 2) јавен радиодифузен сервис МРТ (политички притисоци врз уредувачката политика, кадровска политика, финансирање, недоволен број програмски сервиси, дефинирањена јавен интерес итн.); 3) квалитет на новинарството, етички и професионални стандарди (саморегулација и непочитување на етичките и професионалните стандарди, ниско ниво на генерално новинарско образование и недостиг на специфични програми за дообразование на новинарите, непочитување на работничките права и непостоењето колективни договори создава несигурност кај новинарите и влијае на квалитетот на новинарскиот производ).

Во рамките на овие активности во декември 2011 година МИМ и ЗНМ организираа конференција „Подобрување на состојбата со медиумите во Македонија“ на која беше презентиран Акцискиот план во кој се посочени приоритетните области и проблеми, целите, како и можните пристапи за решавање на овие состојби. Идејата е овој план да послужи како основа/платформа врз која ќе се градат и ќе се имплементираат натамошните политики и чекори во правец на подобрување на медиумската состојба во Македонија.

Од другите невладини организации кои активно работат во медиумската сфера, Центарот за развој на медиуми (ЦРМ) примарно се залага за подобрување на правната регулатива поврзана со медиумите и информирањето, како и за креирање квалитетни медиумски политики кои ќе ги промовираат принципите на непристрасно и постојано информирање на јавноста. ЦРМ своите цели и задачи ги остварува примарно преку семинари и работилници, а поретко организира и обуки на медиумски професионалци. ЦРМ, според нивната Интернет-страница, во изминативе години соработувал со регулаторни тела, медиуми, политичките партии и со меѓународни претставници, во насока на подигање на свеста за подобра имплементација на легислативата за радиодифузија, како и за идните измени на оваа регулатива, која треба да биде во согласност со стандардите на ЕУ.

До пред неколку години постоеја и професионални асоцијации на електронските и на печатените медиуми – Асоцијација на приватните електронски медиуми на Македонија (АПЕММ) и Асоцијација на печатените медиуми и новински агенции на Македонија (АПНАМ), кои ги застапуваа интересите на електронските, печатените медиуми, како и на новинските организации. По скратувањето на средствата од донаторите за покривање на оперативните трошоци на канцелариите, овие две асоцијации престанаа да функционираат.

4.10 Невладините организации им помагаат на заедниците што ги претставуваат полесно да обезбедат пристап до информациите и пристап до медиумите

Индикатори: Дали граѓанските организации им помагаат на луѓето кои сакаат да имаат пристап до медиумите? Дали обезбедуваат обуки за новинарите, за медиумски развој или за градење капацитети?

Во Македонија се многу ретки обуките за граѓани, што се поврзани со пристапот до медиумите. Обуките за медиумска писменост на Македонскиот институт за медиуми, чија основна цел беше публиката да научи критички да им пристапува и да ги анализира медиумските пораки, наменети за наставниците, се еден од ретките примери во оваа сфера.

Обуките што ги организира невладиниот сектор најчесто се наменети за новинари. МИМ, на пример, претставува специјализиран центар за обука на новинари и медиумски професионалци. Во изминативе 10 години Институтот организираше стотина обуки од областа на новинарството, комуникациите и односите со јавноста, предводени од реномирани уредници и новинари од највлијателните медиуми во земјава. МИМ сè поинтензивно ги насочува своите едукативни програми кон користење на дигиталните медиуми и Интернетот, но има организирано и обуки за граѓанскиот (за НВО) и за јавниот сектор (за јавни и државни организации и институции). Институтот има организирано и новинарски обуки за медиумите на другите етнички заедници, како што се обуки на албански јазик со кои беа опфатени околу 100 новинари и други медиумски професионалци, како и Програмата за едукација на новинари Роми, од која произлегоа 30-ина новинари, професионалци кои работат во граѓанскиот сектор, јавната администрација и во односите со јавноста. Од основањето на Институтот во 2001 година до сега, повеќе од 1.500 новинари учествувале на најразлични обуки и работилници во земјава, а повеќе од 200 новинари биле испратени на различни студиски посети и обуки надвор од земјата.

Програмата за медиуми на ФООМ, пак, спроведува неколку проекти во медиумската сфера, меѓу кои еден се однесува на зајакнување на капацитетите на медиумите за покривање прашања поврзани со пристапувањето во ЕУ. Фондацијата во соработка со Заедницата на единиците на локалната самоуправа на Република Македонија (ЗЕЛС) го спроведуваше проектот „Имплементација на слободниот пристап до информации на локално ниво“, од 2004 до 2006 година. Во рамките на овој проект беа спроведени обуки за претставници на локалната самоуправа, за локалните невладини организации и за граѓаните. Обуките беа фокусирани на подигање на свеста на службениците од општините и граѓаните за правата/обврските поврзани со развојот на унифицираната политика за слободен пристап до информации од јавен карактер на локално ниво.



Во врска со тоа колку невладиниот сектор им помага на граѓаните полесно да обезбедат пристап до медиумите и информациите, може да се каже дека постојат ретки примери. Еден од нив е проектот на Форум – Центарот за стратегиски истражувања и документација за транспарентноста и отчетноста на сите општини во Македонија во текот на 2010 година. Проектот ја истражувал состојбата на веб-страниците на општините, во однос на ажурирањето, квантитативната и квалитативната понуда на содржините, потоа можноста да се пристапи до службените гласила на општините и до формулари или документи поврзани со работата на општините, како и можноста граѓаните да пријават проблем до општинските служби. Центарот во своето истражување, исто така, истражувал дали општината има служба и/или лице за односи со јавноста (види повеќе во делот I.A.1.2.)

ПРЕПОРАКИ:

- 1) Со цел да се воспостави социјален дијалог и решавање бројни статусни прашања на новинарите, освен коморско организирање на медиумите врз нивна деловна иницијатива или интереси, неопходно е основање здружение на сопствениците на медиумите како работодавци или реактивирање на професионалните здруженија (Асоцијацијата на приватни електронски медиуми на Македонија и Асоцијацијата на печатени медиуми и новински агенции на Македонија) врз принципот на финансиска самоодржливост, при што тие активно би ги застапувале интересите на медиумите пред органите на државата и во општеството, како што беше практика во минатото.
- 2) Иницирање подготовки и преговори за потпишување колективен договор меѓу Синдикатот на новинарите, Министерството за труд и социјална политика и соодветното тело на работодавците.
- 3) Организирање обуки за менаџерите во различни сегменти од медиумската индустрија преку кои тие постојано би се стекнувале и надоградувале со соодветни вештини за успешно водење медиумски бизнис. Со тоа би се градела нова и модерна структура на организација и раководење, во услови на фер компетитивно опкружување на медиумскиот пазар.
- 4) Анимирање на граѓанското општество преку самостојни или чадорски невладини организации, кои како партнер ќе учествуваат активно во процесот на усогласувањето на постојните закони со законодавството на ЕУ и во измените/донесувањето на други закони кои директно или индиректно ја опфаќаат и медиумската сфера.
- 5) Подобрување на соработката меѓу универзитетите, факултетите и школите за новинарско образование и медиумската индустрија, со цел новите генерации професионалци (новинари и други медиумски работници) да бидат во тек со модерните трендови во новинарството и медиумите, со што успешно ќе одговорат на барањата на индустријата.
- 6) Организирање обуки за веќе вработените новинари и другите медиумски работници според потребите на индустријата.
- 7) Поддршка на внатрешните облици на едукација и практика на новинарите и другите професионалци во редакциите, како автономен процес на пренесување знаења и вештини од постарите на помладите колеги (систем на обуки, „менторството“ итн.).
- 8) Иницирање и спроведување проекти за дообука на новинарите кои немаат формално новинарско образование (преку специјализирани обуки или новинарска школа).
- 9) Поттик за истражувачкото и граѓанското новинарство од страна на медиумите и организациите од невладиниот сектор преку проекти и обуки, во кои освен редовно вработени новинари и хонорарни соработници, би биле вклучени и студенти од факултетите за новинарство, медиуми и комуникации.
- 10) Иницирање и спроведување обуки за новинарите кои работат во медиумите на јазиците на заедниците, за новинарите во регионалните и локалните медиуми, како и за дописници.



V. ИНФРАСТРУКТУРА ЗА ПОДДРШКА НА НЕЗАВИСНИТЕ И ПЛУРАЛИСТИЧКИ МЕДИУМИ

A. ДОСТАПНОСТ И КОРИСТЕЊЕ НА ТЕХНИЧКИТЕ РЕСУРСИ ОД СТРАНА НА МЕДИУМИТЕ

5.1 Медиумските организации имаат пристап до модерна техника за собирање, продукција и дистрибуција на вести

Индикатори: Дали новинарите имаат пристап до современи информациско-комуникациски технологии и дали се доволно оспособени да работат со нив? Дали новинарите имаат пристап до референтни и архивски материјали? Дали непрофитните медиуми имаат соодветна техничка опрема? Дали печатените медиуми имаат соодветни технички можности за печатење и дистрибуција? Дали медиумите имаат можност да ги дистрибуираат своите содржини на повеќе платформи? Дали медиумите ги користат информациско-комуникациските технологии за да го поттикнат ангажманот на граѓаните во однос на медиумите?

Податоците за техничко-технолошката опременост на електронските и на печатените медиуми во Македонија не се обновуваат на редовна основа. Ваквите податоци може да се добијат единствено преку индивидуални контакти со сопствениците на медиумите.

Во однос на техничката опременост на електронските медиуми (ЈРС МРТ и комерцијалните медиуми), во Советот за радиодифузија нема актуелни податоци, иако постојат одредени информации кои се содржани во елаборатот што електронските медиуми го поднесуваат кога конкурираат за дозвола. Меѓутоа, тие податоци се застарени со оглед на фактот дека повеќето електронски медиуми со години (и децении) емитуваат програма во етерот. Сепак, генерална оценка е дека четирите приватни телевизии на национално ниво (без ТВ А1) се релативно добро технички опремени, новинарите имаат пристап до современи информациско-комуникациски технологии и знаат да ги користат.

Меѓутоа, повеќето локални телевизии заостануваат во техничко-технолошкиот развој. Техничката опременост е чест проблем и кај медиумите на јазиците на заедниците, што е посочено и во анализата на МИМ и на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста „Сосџојбаџа со медиумите на јазиците на заедниците во РМ“. Во незавидна ситуација се наоѓаат сервисите на заедниците што се емитуваат на Втората програма на јавниот сервис МТВ, кои немаат доволно ниту новинарски, ниту технички кадар за да ги реализираат обврските на јавен сервис. За непривлечноста на програмата придонесуваат и лошите технички услови за нејзино производство, што е проблем со кој се соочува целата МРТ. Вториот сервис на МТВ има на располагање само три простории, со уште толку компјутерски системи за монтажа на сите ТВ-емисии на заедниците и три-четворица монтажери кои ги опслужуваат сите. Модерна опрема е добиена главно од меѓународни

донатори во рамките на зафатите за трансформирање на МРТ во периодот по 2001 година, но и таа е веќе застарена, амортизирана и не може квалитетно да одговори на потребите на редакциите на заедниците, се вели во *Анализата* на МИМ и Високата школа.

Групацијата „Медија принт Македонија“ (МПМ), со весниците *Дневник*, *Уџирински весник* и *Весѝ*, има своја печатница „Графички центар“, како и свој организиран систем на дистрибуција на изданијата. Во печатницата на МПМ се печати и весникот *Нова Македонија*, а дистрибуцијата се одвива, исто така, преку МПМ. Весникот *Вечер* има своја печатница „АБЦ принт“, а за дистрибуцијата е надлежна повторно МПМ. И весниците на медиумската групација блиска до Велија Рамковски, додека излегуваа, имаа свој организиран систем на печатење и дистрибуција.

Весниците на албански јазик најчесто немаат сопствен систем на дистрибуција и печатење. Така, весникот *Коха* на почетокот беше дел од медиумската групација блиска до Велија Рамковски, па печатењето, маркетингот и дистрибуцијата се одвиваа преку оваа групација. По одвојувањето на *Коха* од оваа медиумска групација, во нејзини рамки се разви нов дневен весник на албански јазик, *Pe (Коха е Pe)*, кој за мошне кус рок, како и неговиот претходник, исто така, имаше поддршка од оваа медиумска групација во печатењето, маркетингот и дистрибуцијата. Групацијата МПМ соработува со дневниот весник *Коха*, каде што се преведува неделникот *Tea модерна* на албански јазик, а соработката опфаќа и дистрибуција на *Коха* преку мрежата на МПМ. Обезбедувањето реклами за обете изданија на *Tea модерна*, на македонски и на албански јазик, се врши преку единствена служба на МПМ, што значи дека огласувачите (независно дали се од македонската, албанската или од друга етничка заедница) можат да ги рекламираат своите производи и услуги за целата публика на *Tea модерна*. И другите весници на албански јазик најчесто немаат сопствена дистрибуција и печатење.

Повеќето медиуми - и печатени и електронски - имаат свое Интернет-издание. Последен тренд кај печатените медиуми е поделбата меѓу онлајн-издание и електронска верзија на печатеното издание, со тоа што онлајн-изданието е подинамично и пренесува најнови вести од случувањата во текот на денот, односно помалку наликува на агенциско известување, додека, пак, електронското издание дословно го пренесува печатеното издание на весникот. Продажниот тираж на весниците се намалува не толку поради тоа што губат читатели, туку поради тоа што читателите се префрлаат на електронското издание.¹⁴⁵ Последен тренд кај онлајн-изданијата е тоа што весниците *Дневник*, *Уџирински весник* и *Весѝ* воведоа наплата за целосен пристап до содржината на печатеното издание на Интернет.

Во однос на достапност на архивски материјали, Јавниот радиодифузен сервис МРТ има богата архива и документација. Поранешното државно Новинско и издавачко претпријатие „Нова Македонија“, исто така, имаше своја архива, која по приватизацијата и продажбата на куќата беше подарена на градската библиотека „Браќа Миладиновци“. Националните весници имаат свои архиви, кои се достапни и на Интернет.

Што се однесува до можноста за дистрибуција на медиумските содржини на Интернет, сите телевизии на национално ниво имаат можност за емитување на вестите во целост или на одделни прилози и емисии онлајн. МТВ 1, А2, Алфа, Канал 5, Телма, Сител, Наша ТВ, Џангл ТВ, и БТР имаат можност и за пренос на програмата во живо на Интернет преку www.zulu.mk. Телевизијата www.makedonija24.mk е првата Интернет-телевизија во Македонија. Оваа телевизија не подлежи под

¹⁴⁵ ИРЕКС (2011), *Индекс на медиумска одржливост*. Достапно преку: <http://www.irex.org/resource/macedonia-media-sustainability-index-msi>

регулација бидејќи македонската регулатива сè уште не е усогласена со европската Директива за аудиовизуелни медиумски услуги.

За жал, радиото во Македонија генерално е во лоша состојба што се пресликува и на обидите за емитување радио на Интернет, и покрај шансата за комплементарно функционирање на двете платформи, што не е редок пример надвор од земјава. Како најактивна национална радиомрежа од информативен аспект, Радио Канал 77 има свое веб-издание, кое не е високо пласирано во однос на другите информативни веб-страници.

Во врска со постоењето граѓанско новинарство, тоа во Македонија не е развиено, иако медиумите прават обиди да ги вклучат и граѓаните преку користењето на информациските технологии. Некои од веб-страниците имаат опција за пласирање содржини од граѓани, но бројот и квалитетот на содржините е низок и се сведува главно на фотографии направени од читатели/гледачи. Се случува граѓанските содржини да се доработат од новинари и да се објават во вестите. Блогосферата е генерално развиена, но информациите не може да се земат како кредибилни. Во Македонија се ретки случаите кога познати новинари или креатори на јавно мислење пишуваат на свои блогови. Поголемиот број од нив се префрлија, пред сè, на *Твитер* и на *Фејсбук*.

Повеќе онлајн-изданија, и на националните дневни весници и на телевизиите, имаат простор за граѓаните да можат да остават свој коментар под текстовите. Некои контактни емисии („Здраво Македонија“, „Јади бурек“, „Црн бумбар-бел бумбар“, „Овде и сега“ итн.) имаат свои страници на *Фејсбук*, а некои медиуми (како весникот Нова Македонија, на пример) може да се следат на *Фејсбук* и на *Твитер*.

Б. ПЕНЕТРАЦИЈА НА ПЕЧАТОТ, РАДИОДИФУЗИЈАТА И ИНТЕРНЕТОТ

5.2 Маргинализираните групи имаат пристап до форми на комуникација коишто можат да ги користат

Индикатори: Дали Јавниот радиодифузен сервис е технички достапен во целата земја? Дали државата презема мерки комерцијалните електронски медиуми да обезбедат максимална географска покриеност? Дали електронските медиуми се присутни и во средини со висок степен на неписменост? Дали непрофитните медиуми имаат високо ниво на пенетрација во нивната целна област?

Според Законот за радиодифузна дејност, јавно радиодифузно претпријатие се основа за целата територија на Република Македонија (чл. 8). Што се однесува до комерцијалните електронски медиуми, тие може да вршат дејност на државно, на регионално и на локално ниво. Според Законот, радиодифузна дејност на државно ниво подразбира радиодифузерот да обезбеди опфат на слушаност, односно гледаност на најмалку 80% од населението на Република Македонија (чл. 4, став 5). Медиумот што зрачи на регионално ниво треба да обезбеди опфат на слушаност/гледаност на подрачје на повеќе општини што претставуваат засебна природна географска и

демографска целина со население меѓу 150.000 - 400.000 жители. Градот Скопје со неговата околина претставуваат посебен регион (чл. 4, став 6). Кога се зборува, пак, за радиодифузна дејност на локално ниво, тоа значи дека радиодифузерот треба да обезбеди опфат на слушаност/гледаност на подрачје на едно населено место со најблиската околина кое опфаќа до 150.000 жители (чл. 4, став 7).

Електронските медиуми, особено радиосигналот на јавниот сервис МРТ, се присутни речиси секаде низ територијата на државата. Голема грижа се води од страна на Јавното претпријатие Македонска радиодифузија за покривање со квалитетен сигнал на сите урбани и рурални места во земјата (па и на најоддалечените и најзапуштените) и голем дел од нив се покриени со квалитетен РА/ТВ сигнал.

МТВ Прва програма покрива 99% од населението на Македонија со аналоген ТВ-сигнал, МТВ Втора програма на јазиците на заедниците во Македонија покрива 98,5% од населението, а МТВ Трета програма (Собраниски канал) покрива околу 90% од населението на територијата на државава со аналоген сигнал. Покривањето со квалитетен аналоген радиосигнал на соодветните програмски радиосервиси на МРТ е следно: Македонско радио Прва програма со ФМ-сигнал покрива повеќе од 95% од населението во државата, Македонско радио Втора програма со ФМ-сигнал покрива повеќе од 90% од населението, Македонско радио Трета програма со ФМ-сигнал покрива повеќе од 95% од населението. Македонско радио Прва програма (комбинирано со Радио Македонија) покрива со СБ (АМ) сигнал повеќе од 99% од населението на територијата на државава.

За одделни маргинализирани групи, како, на пример, за лицата со оштетен слух, МТВ 1 емитува знаковни програми. Покрај вестите и емисиите за гледачите со оштетен слух, Македонската телевизија произведува и емитува емисии за категориите граѓани со посебни потреби, како и за децата со посебни потреби („Петтиот ангел“, „Трето доба“ и др). И некои други телевизии, како на пример ТВ АБ, произведуваат емисии за лица со посебни потреби.

За досегот и слушаноста на трите студентски непрофитни радија, нема податоци.

На комерцијалните електронски медиуми им е дадена можност преку Јавното претпријатие Македонска радиодифузија, кое е сопственик на најголемата инфраструктура за радиодифузно емитување, на комерцијална основа да ги користат нивните ресурси. Цените што ги нуди ЈП МРД се одобрени од Владата и се поповолни во однос на останатите корисници на инфраструктурата/ресурсите на ЈП МРД (како што се телеком оператори и други корисници).

Инаку, во Македонија телевизијата е доминантен медиум, преку кој, за домашни и странски настани, секој ден се информираат 77,3% од испитаниците според истражувањето на публиката на Советот за радиодифузија.¹⁴⁶ Истото истражување покажало дека од дневни весници секој ден се информираат 34% од граѓаните, од Интернет 31%, од радио 22%, а од неделни списанија само 5,3 % од испитаниците.

Според уделот на гледаност што го испитувала агенцијата „АГБ Нилсен“, во последниот квартал од 2010 година меѓу Македонците и припадниците на другите етнички заедници во Македонија (Турците, Ромите, Србите, Власите и Бошњациите), најгледана, со безмалку третина удел

¹⁴⁶ Совет за радиодифузија (2009) „Програмски преференци на ТВ и радио јубликаџа“. Скопје: СРД

во гледаноста, била ТВ А1. Следува Сител, со нешто повеќе од 1/5, па странските ТВ-станции. Удел од над 5% кај овој дел од публиката поединечно остварувале уште Канал 5 и МТВ 1. Кај Албанците, најголем удел имала Алсат-М (28,33%), а околу четвртина од гледачите Албанци следеле разни странски ТВ-каналы чии сигнали стигнуваат во Македонија преку различни начини на прием. Меѓу поединечните телевизиски станици, следна по удел во гледаноста била А1 (9,91%), па скопската телевизија на албански јазик ТВ ЕРА (5,68%). Кај Албанците на шестата позиција, со удел од 4,42%, се наоѓала Програмата на албански јазик на јавниот сервис МТВ 2.

Според истражувањето на „Ипсос стратегиџик пулс“, во последното тримесечје од 2010 година кај Македонците најголем досег имало радиото Антена 5, со над 1/5 од радиопубликата. Потоа следувале националното комерцијално радио Канал 77 (со 8,86% досег), па Првата радиопрограма на јавниот сервис, односно Радио Скопје со досег од 6,10%. Кај албанската публика, најголем досег во последното тримесечје од 2010 година имало струшкото Радио Рапи (6,86%), непосредно зад него се Програмата на јазиците на етничките заедници на Македонското радио (5,36%), па скопските радија Ват (5,27%) и Арачина (со досег од 5,05%).

Податоците за читаноста на дневните весници во истражувањето на „Ипсос стратегиџик пулс“ во периодот од ноември 2010 до јануари 2011 година, посочуваат дека кај македонската публика, четири дневни весници имале досег од над 10%. До најголем дел од Македонците како читателска публика досегнувале *Време* (17,95%), *Весџ* (16,52%), *Шџиџ* (15,56%) и *Дневник* (13,31%), а кај албанската популација во Македонија, на прво место се наоѓала *Коха*, со досег од 22,47%, па потоа *Факџи*, со 21,27%, а сите останати весници и на албански и на македонски имале досег помал од 10%.

Во однос на пенетрација на Интернетот, Владата презема мерки што се однесуваат на територијата на цела држава, вклучувајќи ги руралните средини, како и маргинализираните групи. Додека во 2000 година, според податоците на „Интернет ворлд стат“ (анг. „Internet World Stats“) во Македонија имало околу 1,5% претплатници на Интернет-услуги, во 2006 година тој број порасна на 19% како резултат на значителното намалување на цените за Интернетот во 2005 година. Тогаш Македонија стана и светски позната како „прва безжично врзана земја“, вест која ја објавија светските медиуми. Македонскиот проект за безжично вмрежување беше изведен со помош на УСАИД и се однесуваше, пред сè, на поврзувањето на изолираните училишта. Проекти за доближување на Интернетот до граѓаните кои не можат да си го дозволат приклучокот во своите домови се: опремување на сите училишта со компјутери како дел од проектот „Компјутер за секое дете“, отворање бесплатни Интернет-клубови во 15 града низ Македонија, бесплатен Интернет за сите граѓани во 2008 година во тек на два месеца, бесплатни ИТ-курсеви за 40.000 граѓани во 2007 и 2008 година, обезбедување компјутери за лицата со посебни потреби итн., доделување вредносни ваучери за студентите во 2007 и во 2008 година. Во сите студентски домови има пристап на Интернет во секоја соба. Во 2009 година започна поставувањето бесплатни Интернет-киосци во руралните средини, при што досега има 680 на целата територија на државата.¹⁴⁷ Во 2009 година беше креиран веб-порталот www.sakamznam-mozam.gov.mk за лица со инвалидитет, со цел тие полесно да пристапат до електронските содржини. За невработените лица, пак, беа организирани бесплатни напредни ИТ-курсеви.

5.3 Државата има кохерентна политика за развој на информациско-комуникациските технологии, која воедно се стреми да им излезе во пресрет на потребите за информирање на маргинализираните групи

Дали НВО-секторот, медиумите, владата и економските субјекти работат заедно за да обезбедат пристап до информациско-комуникациските технологии? Дали причина за исклученоста на маргинализираните групи се цените на услугите? Дали постои политика за дигитална миграција?

Владата на Македонија има донесено Национална стратегија за развој на информатичкото општество и Акциски план за нејзино спроведување во 2005 година. Целта на Стратегијата беше преку развој и примена на информациско-комуникациските технологии (ИКТ) во сите сфери на животот да се создадат современи и ефикасни сервиси за граѓаните и за бизнис-заедницата. Оваа Стратегија подоцна е надоградена со Националната стратегија за е-влада 2010-2012, што треба да обезбеди стратешки пристап во искористувањето на информациско- комуникациските технологии за поефикасно работење на државната администрација, потоа Национална стратегија за развој на е-содржини 2010-2015, која, пак, има за цел да овозможи исполнување на програмата „Компјутер за секое дете“, со тоа што ќе се овозможи интегрирање на ИКТ во наставата и учењето на сите предмети во образованието и Предлог-националната стратегија за е-вклучување 2011-2014 година која ја претставува севкупната стратешка определба во поглед на вклучување на сите групи граѓани во градењето информатичко општество и искористување на придобивките од ИКТ.

Во последниот документ се вели дека пристапот до информациско-комуникациските технологии треба да биде овозможен за сите граѓани, без разлика на нивното место на живеење, нивните познавања за ИКТ, нивната возраст, образование, ограничени финансии, или без оглед на тоа дали станува збор за лица со инвалидитет или кои се дел од социјално маргинализираните групи. Доколку во Европската унија помеѓу 30% и 40% од популацијата е исклучена од предностите кои ги нуди информатичкото општество, во Македонија таа бројка изнесува меѓу 50-70%. Токму затоа, една од целите во Стратегијата за е-вклученост е зголемување на достапноста на Интернетот и другите ИКТ до сите граѓани, а особено преку вклучување на лицата кои имаат ограничени можности за користење најнови технологии, како што се постарите лица, оние од помалку развиените и тешко достапни области, социјално загрозените групи, етничките групи и маргинализираните групи.

Во периодот од 2008 до 2010 година, Македонија бележеше пораст на Интернет-пенетрацијата, така што според податоците на Државниот завод за статистика, во Македонија во 2010 година, повеќе од половина од домаќинствата - 53% - користеле компјутер, а 46,1% користеле Интернет. Процентите на домаќинствата кои користеле Интернет во град и во село се 54,2% наспроти 32,9 %.

Во однос на дигиталната миграција од аналогна кон дигитална технологија, Владата усвои Акциски план за премин од аналогно на дигитално терестријално телевизиско емитување во Македонија во декември 2010 година. Според податоците од веб-страницата на Министерството за транспорт и врски, планот дефинира повеќе мерки, како што е реемитување на програмските сервиси на електронските медиуми преку дигитален сигнал на терестријалните телевизии во периодот на симултано емитување без надоместок (период на истовремено емитување на двата вида сервиси,



и дигитални и аналогни), како и модернизација на Македонската радиотелевизија. Со овој документ се утврдени повеќе фази на процесот на дигитализација на медиумите. Се предвидува изградба на потребната мрежа од страна на ЈП Македонска радиодифузија, модернизација на опремата во Македонската радиотелевизија и дефинирање рок за аналогно исклучување и начин на пренос на програмите на електронските медиуми во периодот на истовремен аналоген и дигитален сигнал. Се предвидува и обезбедување уреди за лицата кои не можат да обезбедат дигитален приемник.

Акцискиот план предвидува Јавното претпријатие Македонска радиодифузија да изгради терестријална дигитална телевизиска мрежа со најнова технологија која обезбедува најдобар квалитет и најголем капацитет. Во делот на зрачењето е одбран европскиот стандард ДВБ-Т (анг. "Digital Video Broadcast - Terrestrial"), а во делот на кодирањето стандардот MPEG-4 којшто обезбедува на еден мултиплекс да се зрачат до 10 стандардни телевизиски програми или 3 ХД (анг. „High Definition“) телевизиски програми.

Во функција на обезбедување што поголема покриеност на населението со дигитален телевизиски сигнал, проектирана е радиодифузна мрежа којашто се состои од 9 матични пунктови и 46 репетитори. Имплементацијата на овој проект, односно монтирањето на целокупната планирана DVB-T опрема на 46 радиодифузни објекти на ЈП Македонска радиодифузија е предвидено да заврши во рок од една година по завршувањето на сите подготвителни постапки.¹⁴⁸

Владата, пак, ѝ препорачала на Агенцијата за електронски комуникации да распише објава за изразување интерес на оператори за дигитална мрежа DVB-T кои ќе оперираат во Република Македонија.

Утврдениот датум на престанок на телевизиско аналогно терестријално емитување на програмските сервиси на електронските медиуми во Република Македонија е 1 јуни 2013 година.

Извештајот на Европската комисија за напредокот на државава за 2011 година, констатира дека започнале подготовките за почнување на втората генерација дигитална телевизија. Според Извештајот, иако има напредок во доближувањето кон Европската агенда за дигитализација, сепак, државата само парцијално ги исполнува барањата на ЕУ во оваа сфера. Легислативата сè уште не е усогласена со европската Директива за аудиовизуелни медиумски услуги.

Инаку, првиот Акциски план за дигитализација беше донесен уште во 2007 година, како составен дел од Стратегијата за развој на радиодифузијата за периодот 2007-2012 година¹⁴⁹ подготвена од Советот за радиодифузија. Меѓутоа, Стратегијата не се спроведуваше како што беше зацртано. Акцискиот план од 2007 година содржан во Стратегијата предвидуваше првата фаза од дигитализацијата да се спроведе на почетокот на 2008 година, со што би се подготвила и усвоила законска и подзаконска регулатива за воведување ДТТ, односно дигитална радиодифузија. Во документот беше истакната потребата од дополнување на законската рамка која требаше да овозможи експериментално работење на дигиталните мултиплекси, кои требаше да се доделат во јасна, прецизна и транспарентна постапка. Во втората фаза, до крајот на 2009 година, беше предвидено да почнат да работат оператори на мултиплекси на национално ниво откако ќе се создадеа законски услови за тоа. Процесот требаше да започне со Скопје, а потоа да

148 Веб-страница на Министерство за транспорт и врски, http://mtc.gov.mk/new_site/mk/storija.asp?id=2986

149 Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012 година. Скопје: СРД

се прошири во другите региони низ Македонија. Постојните дозволи на електронските медиуми за аналогно емитување требаше да се преточат директно во дозволи за дигитално емитување, а за другите заинтересирани субјекти требаше да се распишат нови конкурси. Во третата фаза, која беше предвидено да трае од 2009 до 2012 година, требаше да се одвива периодот на симулкаст, односно паралелно емитување на аналогни и на дигитални сигнали. Во овој период се планираше да се спроведе кампања за опремување на населението со СТБ (сет-топ-бокс) уреди, а од средината на 2011 година требаше да започне исклучувањето на аналогните ТВ-сервиси по региони, според акцискиот план што требаше да биде подготвен од Националното координативно тело за дигитализација во соработка со Агенцијата за електронски комуникации. Во четвртата фаза, односно до средината на 2012 година, Стратегијата предвидуваше заокружување на дигитализацијата со целосно исклучување на аналогните ТВ-предаватели и ставање во функција на расположливите мултиплекси.¹⁵⁰

Инаку, во 2007 година, кога беше донесена Стратегијата на Советот за радиодифузија, со исклучок на Македонското радио (дел од ЈРС) студиската инфраструктура кај најголемиот број регионални и локални електронски медиуми не беше на технолошко ниво кое би овозможило целосно искористување на придобивките од преминот од аналогна на дигитална радиодифузија. Но затоа, пак, комерцијалните телевизии почнаа да работат на тоа прашање и во 2011 година две телевизии зрачеа дигитален сигнал - ТВ Алфа и ТВ Канал 5.

Во текот на стручната расправа организирана конкретно околу оваа анализа, претставниците од Агенцијата за електронски комуникации истакнаа дека дигитализацијата во Македонија не доцни - процесот веќе е започнат и функционира. Според експертите, за дигитална телевизија во Македонија се резервирани осум мултиплекси, а во секој од нив може да функционираат по осум програмски сервиси, што значи дека вкупно 64 програмски канали може да функционираат со задоволителна содржина.

Според Законот за електронски комуникации, два мултиплекса му се доделени на Јавното претпријатие Македонска радиодифузија. ЈП МРД во соработка со ЈП Македонска радиотелевизија од крајот на 2004 година експериментално емитува еден DVB-T мултиплекс со четири програмски сегменти и го покрива централниот дел од Скопје.¹⁵¹ Со тоа, МРД ќе има можност да располага со 16 програмски сервиси (во ХД-технологија, пак, во еден мултиплекс може да собере 2,5 програмски канала), со обврска да ги пренесува националните концесионери бесплатно во транзицискиот период (од аналоген во дигитален сигнал). На дигиталниот терестријален оператор Боом му се дадени три мултиплекси, како јавна комуникациска мрежа за реемитување на програмски сервиси. Боом, на пример, успева да спакува 11 програми во еден канал, но квалитетот на сликата е послаб и не постои можност за воведување на ХД-технологијата, за што всушност Македонија сè уште не е подготвена. Останатите три мултиплекси ќе бидат доделени на јавен конкурс, на оператор кој ќе ги исполни зададените услови.

Сепак, впечатокот на еден од експертите на стручната расправа беше дека дигитализацијата не се препозна како јавен интерес и дека не постои тело кое ги штити гледачите во смисла на квалитетот на сигналот, кое го следи квалитетот на сигналот - аудио и визуелно, што, пак, зависи од степенот на компресија (колку програми содржи еден мултиплекс). Претставниците од Агенцијата

¹⁵⁰ Совет за радиодифузија (2007) Стратегија за развој на радиодифузната дејност 2007-2012 година. Скопје: СРД. Стр. 14-17

¹⁵¹ Ибид.

за електронски комуникации информираа дека се иницирани измени во Законот за електронски комуникации со цел АЕК да може да го следи квалитетот на кабелските оператори.

Во Македонија има неколку оператори на дигитална телевизија - еден ДВБ-Т оператор со регистриран програмски пакет, тоа е Боом, два ДВБ-С (анг. "Digital Video Broadcast – Satellite") оператора, а тоа се Тотал ТВ и Тринг-Макс, како и ДВБ-К (анг. "Digital Video Broadcast – Cable"). Во Македонија ИПТВ-оператор (телевизија преку Интернет-протокол) е АД „Македонски телекомуникации“.

ПРЕПОРАКИ:

- 1) Спроведување обуки за новинарите и техничкиот кадар во локалните, регионалните медиуми и во медиумите на другите заедници во земјава, со цел да се подобри начинот на продукција, квалитетот на вестите и содржината што ѝ се нуди на публиката.
- 2) Советот за радиодифузија редовно да ги обновува податоците за техничко-технолошката опременост на медиумите врз основа на задолжително известување за секоја промена, за разлика од досегашното евидентирање на овие податоци само при конкурирање за дозвола за вршење радиодифузна дејност.
- 3) Дигитална заштита на целокупната архива (аудио, визуелна, музичка и сценска), комплетна евиденција и одржување на фондусите со носии, униформи, старо оружје и други реквизити собирани и користени во разни фази на продукција на програми на МРТ. Тие треба да добијат законски третман на „национално богатство“. Преку проекти на Министерството за култура да се поттикнуваат и останатите медиуми да водат грижа за своите архиви и да се воспостават национални стандарди за евиденција и чување.
- 4) Спроведување на процесот на дигитализација како што е предвидено во Акцискиот план на Владата, и тоа во зацртаниот рок до 2013 година.
- 5) Медиумите да создадат практики и канали преку кои ќе ги вклучат граѓаните да учествуваат во креирањето на содржините или програмските производи, при што еден од начините може да биде и преку употреба на информациско-комуникациските технологии (граѓанско новинарство, можност за оставање коментари на Интернет-страниците, Интернет-страниците да вклучуваат и блогови на новинари и уредници итн.).
- 6) Промоција и следење на развојот на медиумската писменост во сите сектори на општеството, како што препорачува Директивата на ЕУ за аудиовизуелни медиумски услуги, како и планирани и континуирани обуки за медиумска писменост на различни сегменти од публиката. Зголемувањето на медиумската писменост во општеството подразбира стекнување вештини, знаења и способности што ќе им овозможат на граѓаните ефективно и безбедно користење на медиумите, но и на другите алатки во услови на сè поголема понуда на нови комуникациски производи на пазарот. Зголемувањето на медиумската и вкупната комуникациска писменост е во директна врска со целите што Македонија ги има поставено во развојот на информациското општество.



Работна група која присуствуваше на стручната расправа:

1. Проф. д-р Љубомир Јакимовски, Правен факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“
2. Проф. д-р Весна Шопар, предавач на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста
3. М-р Снежана Трпевска, предавач на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста
4. Роберто Беличанец, директор на Центарот за развој на медиуми
5. Јане Јакимовски, раководител на секторот за радиокомуникации во Агенцијата за електронски комуникации
6. Билјана Илиева, раководител на одделението за радиодифузија и сателитски системи во Агенцијата за електронски комуникации
7. Проф. д-р Марио Макрадули, Факултет за електроника и информациски технологии при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“
8. Александар Чомовски, новинар и уредник
9. Филип Медарски, адвокат (случаи против новинари за клевета и навреда)
10. Мирче Адамчевски, уредник и новинар
11. Симеон Лавчиски, оперативен менаџер во Nielsen Audience Measurement
12. Ивана Цветковска, маркетинг, Nielsen Audience Measurement
13. Билјана Петковска, директор на Македонскиот институт за медиуми
14. Весна Никодиноска, раководител на програми во Македонскиот институт за медиуми
15. Славчо Миленковски, асистент на програми во Македонскиот институт за медиуми

Содржина

ВОВЕД.....	3
I. РЕГУЛАТОРНИОТ СИСТЕМ КАКО ПРЕДУСЛОВ ЗА ЕФИКАСНО ОСТВАРУВАЊЕ НА СЛОБОДАТА НА ИЗРАЗУВАЊЕТО, ПЛУРАЛИЗМОТ И РАЗНОВИДНОСТА НА МЕДИУМИТЕ.....	6
A. ЗАКОНСКА И РЕГУЛАТОРНА РАМКА.....	6
1.1 Слободата на изразување во законската рамка и во практиката.....	6
1.2 Правото на слободен пристап до информации во законската рамка и во практиката.....	11
1.3 Уредувачката независност во законската рамка и во практиката.....	15
1.4 Правото на новинарите да ги заштитат своите извори во законската рамка и во практиката.....	17
1.5 Јавните и организациите на граѓанското општество и нивната вклученост во обликувањето на регулаторната политика што се однесува на медиумите.....	18
B. РЕГУЛАТОРЕН СИСТЕМ ВО РАДИОДИФУЗИЈАТА.....	21
1.6 Независноста на регулаторниот систем во законската рамка и во практиката.....	21
1.7 Регулаторниот систем во насока на овозможување медиумски плурализам и слобода на изразување и информирање.....	24
C. РЕГУЛАТИВА ЗА КЛЕВЕТА И ДРУГИ ЗАКОНСКИ ОГРАНИЧУВАЊА НА НОВИНАРИТЕ.....	26
1.8 Дали државата наметнува неоправдани законски ограничувања врз медиумите?.....	26
1.9 Дали законските одредби за навреда и клевета наношуваат само минимални ограничувања врз новинарското известување, неопходни за да се заштити угледот на поединците?.....	26
1.10 Други ограничувања на слободата на изразувањето (со цел заштита на националната сигурност, заштита на приватноста, оневозможување говор на омраза, заштита на авторитетот на судството и заштита од непристојно изразување) треба да се тесно (прецизно) дефинирани во законите и за тоа да постои оправданост како што доликува на едно демократско општество и во согласност со меѓународното право.....	29
G. ЦЕНЗУРА.....	31
1.11 Цензурата - во законите и во практиката.....	31
1.12 Дали државата настојува да блокира или филтрира содржини на Интернет кои се сметаат за чувствителни или штетни?.....	32
ПРЕПОРАКИ.....	33
II. ПЛУРАЛИЗАМ И РАЗНОВИДНОСТ НА МЕДИУМИТЕ, ПАЗАРОТ И ЕКОНОМСКОТО ОПКРУЖУВАЊЕ И ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА СОПСТВЕНОСТА.....	34
A. МЕДИУМСКА КОНЦЕНТРАЦИЈА.....	34
2.1 Мерки што државата ги презема за промовирање на плурализмот во медиумите.....	34
2.2 Државата овозможува мерки за промовирање медиумски плурализам.....	39
B. РАЗНОВИДЕН ЗБИР ОД ЈАВНИ, ПРИВАТНИ И МЕДИУМИ НА ЗАЕДНИЦАТА.....	39
2.3 Државата активно промовира разновиден збир од јавни, приватни и медиуми на заедницата.....	39
2.4 Независен и транспарентен регулаторен систем.....	41
2.5 Државата и НВО активно го промовираат развојот на медиумите на заедницата.....	42

V. ИЗДАВАЊЕ ДОЗВОЛИ И РАСПРЕДЕЛБА НА СПЕКТАРОТ	43
2.6 Планот на државата за распределба на спектарот е направен во јавен интерес	43
2.7 Државниот план за распределба на спектарот промовира разновидност на сопственоста и на содржината ..	44
2.8 Независен и транспарентен регулаторен систем	46
Г. ОДАНОЧУВАЊЕ И БИЗНИС-РЕГУЛАЦИЈА	49
2.9 Државата ги користи оданочувањето и бизнис-регулацијата во насока на поттикнување на развојот на медиумите на недискриминачки начин	49
Д. РЕКЛАМИРАЊЕ	50
2.10 Дали државата дискриминира преку политиката на рекламирање?	50
2.11 Ефикасна регулација на рекламирањето во медиумите	52
ПРЕПОРАКИ	54
III. МЕДИУМИТЕ КАКО ПЛАТФОРМА ЗА ДЕМОКРАТСКА ДЕБАТА	55
А. МЕДИУМИТЕ ЈА РЕФЛЕКТИРААТ РАЗНОВИДНОСТА ВО ОПШТЕСТВОТО	55
3.1 Јавните, приватните и непрофитните медиуми им служат на интересите на сите групи во општеството ...	55
3.2 Медиумите ја рефлектираат општествената разновидност преку политиката на вработување	59
Б. ЈАВЕН РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС	61
3.3 Мисијата и целите на јавниот радиодифузен сервис се дефинирани и гарантирани со закон	61
3.4 Јавниот сервис не се соочува со дискриминација на кое било поле при извршување на активностите ...	64
3.5 Независен и транспарентен систем на управување	64
3.6 Јавниот радиодифузен сервис соработува со јавноста и со граѓанскиот сектор	67
В. САМОРЕГУЛАЦИЈА ВО МЕДИУМСКИОТ СЕКТОР	68
3.7 Механизми за ефикасна саморегулација кај печатените и електронските медиуми	68
3.8 Медиумите поседуваат култура на саморегулација	70
Г. БАРАЊА ЗА ФЕР И НЕПРИСТРАСНОСТ	71
3.9 Постоене ефикасен закон за радиодифузија што поставува барања за избалансираност и непристрасност	71
3.10 Ефикасно спроведување на радиодифузната регулатива	73
Д. ДОВЕРБА ВО МЕДИУМИТЕ	74
3.11 Нивото на доверба на публиката во медиумите	74
3.12 Медиумските организации се отворени да ги слушнат перцепциите на јавноста за нивната работа	78
Ѓ. БЕЗБЕДНОСТ НА НОВИНАРИТЕ	80
3.14 Дали постои општа клима на несигурност во медиумите?	82
3.13 Безбедноста при работењето на новинарите, медиумските работници и медиумските организации ...	80
ПРЕПОРАКИ	83

IV. ПРОФЕСИОНАЛЕН КАПАЦИТЕТ НА ИНСТИТУЦИИТЕ КОИ СЕ ОСНОВА НА СЛОБОДАТА НА ИЗРАЗУВАЊЕТО, ПЛУРАЛИЗМОТ И РАЗНОВИДНОСТА	86
A. ПРОФЕСИОНАЛНИ ОБУКИ ЗА МЕДИУМИ	86
4.1 Пристапот на медиумските професионалци до обуки соодветни за нивните потреби	86
4.2 Пристапот до обуки за медиумските менаџери, вклучувајќи ги и бизнис-менаџерите, соодветни за нивните потреби	87
4.3 Обуки за оспособување на медиумските професионалци да ги разберат демократијата и развојот	88
B. АКАДЕМСКИ ПРОГРАМИ ЗА МЕДИУМСКА ПРАКТИКА	88
4.4 Достапноста на академските курсеви за широк круг студенти	88
4.5 Академска подготовка на студентите поврзана со демократскиот развој	91
V. СИНДИКАТИ И ПРОФЕСИОНАЛНИ ОРГАНИЗАЦИИ	92
4.6 Правото на медиумските работници да се приклучат кон независни синдикати и практикувањето на ова право	92
4.7 Синдикатите и професионалните здруженија лобираат во име на својата професија	93
Г. ОРГАНИЗАЦИИ НА ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО ВО МЕДИУМСКАТА СФЕРА	95
4.8 Мониторинг на медиумите од страна на невладините организации	95
4.9 Невладините организации директно се залагаат за промовирање на слободата на изразување	96
4.10 Невладините организации им помагаат на заедниците што ги претставуваат полесно да обезбедат пристап до информациите и пристап до медиумите	98
ПРЕПОРАКИ	100
V. ИНФРАСТРУКТУРА ЗА ПОДДРШКА НА НЕЗАВИСНИТЕ И ПЛУРАЛИСТИЧКИ МЕДИУМИ	101
A. ДОСТАПНОСТ И КОРИСТЕЊЕ НА ТЕХНИЧКИТЕ РЕСУРСИ ОД СТРАНА НА МЕДИУМИТЕ	101
5.1 Медиумските организации имаат пристап до модерна техника за собирање, продукција и дистрибуција на вести	101
B. ПЕНЕТРАЦИЈА НА ПЕЧАТОТ, РАДИОДИФУЗИЈАТА И ИНТЕРНЕТОТ	103
5.2 Маргинализираните групи имаат пристап до форми на комуникација коишто можат да ги користат	103
5.3 Државата има кохерентна политика за развој на информациско-комуникациските технологии, која воедно се стреми да им излезе во пресрет на потребите за информирање на маргинализираните групи	106
ПРЕПОРАКИ	110
Работна група која присуствуваше на стручната расправа	111

Македонски институт за медиуми

Јуриј Гагарин 17 / 1-1
1000 Скопје

тел. 30 90 144
факс. 30 90 104
www.mim.org.mk