



ПРЕДЛОГ – СТРАТЕГИЈА

**ЗА РАЗВОЈ НА
РАДИОДИФУЗНАТА ДЕЈНОСТ
ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

за периодот 2013-2017 година

Скопје, декември 2012

СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР	4
ВИЗИЈА	6
АКТУЕЛНА СОСТОЈБА СО ПРЕДЛОГ МЕРКИ И ПРЕПОРАКИ.....	7
1. Плурализам и разновидност на програмските содржини.....	7
2. Недозволена медиумска концентрација и транспарентност на сопственоста.....	9
3. Економски потенцијал на радиодифузната индустрија	10
4. Регулатива за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.....	11
5. Аудиовизуелни медиумски услуги во дигитално опкружување.....	13
6. Медиумска писменост	15
1. ПЛУРАЛИЗАМ И РАЗНОВИДНОСТ НА ПРОГРАМСКИТЕ СОДРЖИНИ	16
1.1 Природата на сервисите	17
1.1.1 Македонска радиотелевизија.....	18
1.1.2 Комерцијален сектор	19
1.2 Жанровска разновидност, програмска инвентивност	20
1.2.1 Понудата на јавниот радиодифузен сервис: реалност и очекувања	20
1.2.2 Трговски радиодифузни друштва	26
1.3 Плурализам на политички гледишта и плурализам на публиката	28
1.4 Нелинеарни програмски сервиси.....	30
1.4.1 Актуелна состојба	30
1.4.2 Идна регулација на нелинеарните сервиси.....	31
1.5 Непрофитни медиуми (медиуми на заедниците).....	32
1.6 Програмски стандарди за човековите права	33
1.7 Заштита на посебни групи публика	35
1.7.1 Малолетна публика	35
1.7.2 Лица со сетилна попреченост (слух и вид).....	36
2. НЕДОЗВОЛЕНА МЕДИУМСКА КОНЦЕНТРАЦИЈА И ТРАСПАРЕНТНОСТ НА СОПСТВЕНОСТА	38
2.1 Антиконцентрациски мерки во ЗРД	38
2.1.1 Досегашни искуства.....	40
2.2 Транспарентност на сопственичката структура	41
3. ЕКОНОМСКИ ПОТЕНЦИЈАЛ НА РАДИОДИФУЗНАТА ИНДУСТРИЈА	42
3.1 Број на радиодифузери	42
3.2 Јавен радиодифузен сервис.....	43
3.2.1 Финансирање на јавниот сервис.....	43
3.2.2 Вкупни приходи, структура на приходите, вкупни трошоци и резултат од работењето	47

3.3	Трговски радиодифузни друштва	48
3.3.1	Економско работење на трговските радиодифузни друштва што емитуваат телевизиска програма	48
3.3.2	Финансирање на трговските радиодифузни друштва во услови на дигитално емитување.....	53
3.4	Економско работење на трговските радиодифузни друштва што емитуваат радиопрограма	53
4.	РЕГУЛАТИВА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ СЕРВИСИ.....	55
4.1	Постојна радиодифузна регулатива	55
4.2	Усогласување на домашното законодавство со Европската регулатива	56
4.3.	Спречување на пиратерија и заштита на авторските и сродните права	58
4.4	Надзор	59
4.5	Несинхронизираност на дел од домашните прописи	60
4.6	Саморегулација и корегулација	61
5.	АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ ВО ДИГИТАЛНО ОПКРУЖУВАЊЕ.....	63
5.1	Актуелна состојба	63
5.2	Дигитализација на аудиовизуелните сервиси во Република Македонија	63
5.2.1	Дигитализација на терестријалната телевизија	63
5.2.2	Зони на распределба.....	65
5.2.3	Стандарди за дигитална телевизија	66
5.2.4	Дигитализација на операторите на јавни комуникациски мрежи	67
5.2.5	Дигитализација на сателитскиот пренос	68
5.2.6	Дигитализација на продукцијата	69
5.2.7	Приемничка опрема	69
5.2.8	Придобивки од дигитализацијата на терестријалната телевизија.....	70
5.3	Дигитална дивиденда	70
5.4	Нови технологии, услуги и Интернет	71
5.5	Конвергенција на технологии	75
6.	МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ	76
6.1	Нормативен пристап и причини за нејзина промоција	76
6.2	Компоненти на медиумската писменост.....	77
6.3	Услови за развој на медиумската писменост во Македонија.....	79
6.4	Цели на идниот развој и целни групи	80

ПРЕДГОВОР

Врз основа на член 22 од Законот за радиодифузната дејност, Советот за радиодифузија е обврзан да изработи Стратегија за развој на радиодифузната дејност во соработка со надлежните институции од областа на радиодифузијата, електронските комуникации и информатичкото општество, а имајќи ги предвид и мислењата и ставовите на невладините организации и другите субјекти во дејноста.

Во април 2012 година, со одлука на Советот за радиодифузија, беше формирана работна група за изработка на Стратегија за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија за периодот 2013-2017 година, во чија работа, покрај вработените во Стручната служба на Советот, активно учествуваа и номинираните претставници од следниве институции: Министерството за информатичко општество и администрација, Министерството за култура, Министерството за правда, Агенцијата за електронски комуникации, Јавното претпријатие Македонска радиодифузија, Јавното претпријатие Македонска радиотелевизија и Комисијата за заштита на конкуренцијата.

Основа за изработка на Стратегијата беа анализите изработени и нарачани од Советот за радиодифузија во изминативе неколку години, истражувањата на други релевантни институции и организации од Република Македонија, директивите, декларациите, препораките и други документи на Европската унија, односно на Советот на Европа, акти и анализи на други европски регулаторни тела. Во тој процес уште еднаш се потврди одличната соработка на Советот за радиодифузија со Европската мрежа на регулаторни тела (EPRA) и Медитеранската платформа на регулаторни тела (MNRA). Уште во раната фаза на изработката на Стратегијата беа одржани состаноци со претставници на повеќе субјекти: трговски радиодифузни друштва, оператори на јавни комуникациски мрежи, државни институции, професионални здруженија, универзитети и невладини организации.

Во текот на изготвувањето на Стратегијата, а со цел поефикасно да се применува Законот за радиодифузната дејност, се појави потреба да се изработат неколку стратешки прирачници. Затоа, на барање на Советот, Европската комисија одобри две TAIEХ мисии за изработка на прирачници за поефикасна имплементација на законската регулатива. Во двете мисии беше ангажиран TAIEХ експертот г-ѓа Сандра Башиќ Хрватин. Првата мисија беше реализирана во периодот 20-24 август 2012 година, а втората во периодот 05-09 ноември 2012 година.

Како резултат на TAIEХ мисиите беа изработени следниве прирачници:

- Прирачник за создавање пазарни услови за одржлив економски раст на медиумската индустрија и фер конкуренција
- Прирачник за изрекување и извршување мерки според Законот за радиодифузната дејност
- Прирачник за оценување на медиумскиот плурализам (внатрешен плурализам)

TAIEХ експертот даде значаен придонес во изработката на Стратегијата, особено во дефинирањето на стратешките цели и усогласеноста на документот со европската легислатива.

Во рамките на јавната расправа беа одржани повеќе состаноци со претставници на различни целни групи, при што беа поканети над шеесет релевантни институции и организации чија дејност е поврзана со радиодифузијата. Беше одржан состанок и со претставници на пратеничките групи во Собранието на Република Македонија.

Истовремено, сите заинтересирани субјекти имаа можност своите забелешки, коментари и предлози да ги достават до Советот во електронска или во писмена форма. Сите искажани мислења во текот на расправата, како и пристигнатите прилози беа внимателно разгледани и дел од нив се вградени во Стратегијата.

Составен дел на Стратегијата е Акцискиот план за нејзина имплементација, во кој се вклучени конкретни мерки, активности, индикатори, носители и рокови. СРД активно ќе ја следи имплементацијата на Акцискиот план, а другите носители на активностите најмалку еднаш годишно ќе го известуваат Советот за реализацијата на активностите од аспект на својата надлежност, а потоа Советот, до Собранието на РМ и Владата на РМ ќе доставува збиен извештај во кој ќе бидат вклучени и неговите активности.

Стратегија за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија за периодот 2013-2017 година е документ во кој, врз основа на детални и сеопфатни анализи, се детектирани состојбите во областа на радиодифузијата и се утврдени мерливи и остварливи решенија кои ќе придонесат кон унапредување на радиодифузната дејност. Стратегијата е базирана на стручни и научни сознанија и во неа е вградено и 15-годишното искуство на Советот во извршувањето на своите законски надлежности и во развојот на радиодифузијата во Република Македонија. При нејзината изработка, покрај светските искуства, беа земени предвид и спецификите на македонскиот радиодифузен сектор.

Советот искрено им се заблагодарува на сите субјекти кои зедоа активно учество во изготвувањето на Стратегијата и ќе ги искористи сите расположливи капацитети за нејзина успешна имплементација.

ВИЗИЈА

Со реализација на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија се очекува следната состојба:

Македонскиот медиумски сектор содржи изобилство од разновидни програмски содржини, професионално продуцирани со висок квалитет, кои ги почитуваат традиционалните семејни вредности и ги задоволуваат разновидните и променливи вкусови на публиката во целост и во одредени нејзини сегменти. Програмите се отворени за разновидни политички гледишта и ставови, информативните содржини се точни и непристрасни, а редакциската култура е на повисоко ниво и заснована е на почитување на професионалните новинарски стандарди и принципи. Обезбедена е заштита на плурализмот на сопственоста на независните медиуми и независност на јавниот радиодифузен сервис со што тие претставуваат вистински столб на демократијата. Завршениот процес на дигитализација обезбедува квалитетен прием на аудиовизуелните медиумски услуги и овозможува развој на иновативни програми и услуги. Нивото на медиумска писменост е високо, слободата на изразување е во согласност со Уставот на Република Македонија и меѓународните стандарди и дигиталниот јаз е сведен на минимум. Медиумскиот сектор создава услови за континуиран развој на Република Македонија како модерно демократско мултикултурно и мултиетничко општество.

АКТУЕЛНА СОСТОЈБА СО ПРЕДЛОГ МЕРКИ И ПРЕПОРАКИ

1. Плурализам и разновидност на програмските содржини

Радиодифузниот сектор во Република Македонија го сочинуваат јавен радиодифузен сервис, трговски радиодифузни друштва и непрофитни радиодифузни установи, а освен нив на публиката и се нудат и нелинеарни медиумски услуги што ги обезбедуваат радиодифузерите и операторите на јавни комуникациски мрежи. И покрај големиот број медиуми, постои потреба за зголемување на разновидноста и квалитетот на програмската понуда.

Нивото на почитување на професионалните и етичките стандарди во медиумите и во новинарството како професија во Македонија е во опаѓање, при што дел од новинарите не ги препознаваат: непочитувањето на човековото достоинство, говорот на омраза, дискриминацијата врз основа на род, пол, сексуална ориентација, верска и етничка припадност.

Бројот на програмските сервиси на Јавниот радиодифузен сервис во еден дел беше законски ограничен поради работењето во аналогни услови. Во идната законска регулатива за МРТ треба да се размислува развојно така што ќе и се овозможи да развива специјализирани канали. Нејзините сегашни програмски сервиси генерално се профилирани според барањата на кои треба да одговорат. Во основа постои жанровска разновидност. Во последниве две години се прават напори да се достигнат некои од принципите за остварување на функциите на јавен радиодифузен сервис (универзалност, разновидност, независност, посебност и квалитет). Треба да се работи на атрактивност, инвентивност и аналитичност на програмите, на осмислување оригинални сценографски решенија, воедначување на стандардите за технички квалитет на програмите и др. Потребно е кон обврската за негување на културниот идентитет на заедниците и за почитување на културните и религиозните разлики да се изгради приод што ќе биде заеднички за сите радио и ТВ програмски сервиси што ги нуди МРТ. На радио и ТВ сервисите на етничките заедници им е потребно во создавањето на програмската шема и на емисиите да учествуваат редакциите на сите јазици на етничките заедници. Собранискиот канал не обезбедува доволно информирање на граѓаните за собраниските активности и треба да се реорганизира во специјализиран сервис под уредувачка одговорност на МРТ. Генерално, на МРТ како јавен радиодифузен сервис и недостига заедничка, воедначена уредувачка политика.

Во телевизиската понуда кај комерцијалниот сектор доминираат сервиси со претежно забавен општ формат, што е повидливо на државно и регионално ниво. Кај радијата постои поголема разновидност во однос на форматот на сервисите. Телевизиите имаат многу слична жанровска структура во која доминира играната програма. Недостигаат програми од домашна продукција, пред сè играна и програми за деца, а емисиите што исполнуваат образовна функција се сведени на минимум. Кај медиумите на локално и на регионално ниво недостигаат информации за локални и регионални теми и случувања. На радио станиците доминира поп музиката.

Во непрофитниот радиодифузен сектор во Македонија функционираат три студентски радија. Потребен е концепт за понатамошен развој на медиумите на заедницата.

Публиката, за да се информира, сеуште најмногу ја користи телевизијата, но континуирано расте улогата на Интернет како платформа за дневно информирање.

1.1 Мерки

- На МРТ да и се дадат можности да создава и специјализирани сервиси, врз основа на нејзините финансиски услови и на потребите на публиката, а низ точно утврдена транспарентна и инклузивна постапка во која задолжително учествува и регулаторот.
- Јавниот радиодифузен сервис да обезбеди заедничка уредувачка политика на сите радио и ТВ програмски сервиси што ги нуди, а кон обврските да го негува идентитетот на заедниците и да ги почитува културните и религиозните разлики да изгради приод што ќе биде заснован на почитувањето на програмските стандарди.
- Собранискиот канал да се реорганизира во политички канал како специјализиран сервис под уредувачка одговорност на МРТ со програмски концепт во кој ќе се користат алатките на професионалното новинарство.
- МРТ преку јавни консултации да го проверува мислењето на граѓаните за нејзината програма.
- Да се стимулира развојот на комерцијални специјализирани програмски сервиси.
- Да се мотивираат медиумите на локално и на регионално ниво да обезбедуваат информации за локални и за регионални теми и настани.
- Правецот на развој на непрофитните радиодифузни установи во Република Македонија да се разработи во посебен документ.
- Да се стимулира развојот на мултиетнички медиуми.
- Да се задржат обврските за емитување изворно создадена програма и вокално – инструментална музика на македонски јазик и на јазиците на етничките заедници, а со Закон да се определи во кои периоди од деноноќието треба да се исполнат овие обврски.
- Да се предвиди обврска за трговските радиодифузни друштва годишно да емитуваат определен број часови премиерна изворно создадена играна програма.
- Комерцијалните телевизиски станици што емитуваат програма на државно ниво, да ја остваруваат обврската за европски аудиовизуелни дела и преку емитување дела од независни продуценти.
- Да се обезбеди заштита на малолетниците кои се појавуваат како извршители, соучесници или жртви на кривични дела или во каков било облик на насилство или несреќи.
- Да се зголеми свесноста кај давателите на линеарните и нелинеарните медиумски услуги и медиумските работници за појавите на омраза и нетрпеливост по различни основи во медиумските производи и да им се обезбедат алатки за нивно избегнување.
- Да се зголеми редакциската култура кај медиумите, да се јакне свеста за важноста на независната уредувачка политика, за професионалните новинарски стандарди и за почитувањето на човековите права во медиумските производи, преку саморегулаторни механизми.
- Давателите на линеарните и нелинеарните медиумски услуги постепено да ги направат своите програми достапни за лицата со сетилна попреченост (слух и вид).
- Аудиовизуелните дела што се финансираат од средства од Буџетот на државата или од други јавни средства да бидат прилагодени за лицата со сетилна попреченост (вид и слух).
- Да се обезбедат јасни правила за програмските стандарди за нелинеарните аудиовизуелни медиумски услуги и нивна соодветна примена.

2. Недозволена медиумска концентрација и транспарентност на сопственоста

Одредбите од постојниот Закон за радиодифузна дејност, коишто се однесуваат на хоризонталната, вертикалната и дијагоналната интеграција на капиталот, односно на праговите до кои е дозволено учеството на едно физичко или правно лице во повеќе радиодифузери или во други трговски друштва, обезбедуваат плурализам на сопственоста и можности за развој и окрупнување на радиодифузните субјекти. Советот за радиодифузија на Република Македонија во периодот од 2008 година наваму, констатираше недозволена медиумска концентрација кај вкупно осум радиодифузери, во смисла на тоа дека основачите или управителите на овие радиодифузери истовремено се јавуваа како основачи и на трговски друштва регистрирани за вршење дејности што се неспоиви со радиодифузијата. По укажувањето од страна на Советот, сите осум радиодифузери ја отстранија недозволената медиумска концентрација. Во праксата се покажа дека кога постои скриена сопственичка поврзаност Советот не располага со доволно овластувања да презема активности во насока на разоткривање на вистинските сопственици на некои медиуми.

Во случаи кога не постои формална сопственичка поврзаност, а Советот за радиодифузија има сомневања дека постои заеднички настап на пазарот, преку забранет договор и/или усогласено однесување помеѓу радиодифузер и трговски друштва кои се регистрирани за некоја од дејностите кои според Законот за радиодифузната дејност се неспоиви со радиодифузната дејност (реклама и пропаганда, филмска продукција, дистрибуција на аудиовизуелни дела, телекомуникациски услуги, друштво за истражување на пазарот и јавното мислење, друштво за спроведување активности на истрага и обезбедување или пак друштвото од областа на печатот кое издава дневен весник или новинска агенција), Советот ќе ја информира Комисијата за заштита на конкуренцијата и ќе и ги достави сите информации и податоци со цел таа постапи согласно своите законски овластувања. Во оваа смисла, потребно е да се направат одредени измени и дополнувања на постојниот Меморандум за соработка помеѓу Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата.

Во однос на транспарентноста на сопственоста, која се обезбедува преку законската обврска на радиодифузерите да ги објават овие податоци во еден дневен весник и на сопствената програма, досегашното искуство покажа дека најголем дел од радиодифузерите ја исполнуваат оваа обврска. Овие податоци на јавноста и се достапни и преку веб-локацијата на Советот за радиодифузија (www.srd.org.mk).

2.1 Мерки

- При изготвувањето на новата законска регулатива за медиуми, овластениот предлагач (Министерството за информатичко општество и администрација) во делот што се однесува на недозволената медиумска концентрација да ги има предвид новите видови медиуми.
- Измени и дополнувања на постојниот Меморандум за соработка помеѓу Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата и формирање заеднички одбор за соработка кој ќе одржува редовни состаноци.
- Во новата медиумска регулатива да се предвиди обврска за Советот за радиодифузија да ги објавува податоците за сопствениците на радиодифузерите на својата веб-локација.

3. Економски потенцијал на радиодифузната индустрија

Во периодот од 2007 до 2011 година, вкупните приходи што ги остварувал јавниот радиодифузен сервис имаат променливи вредности. Сепак, во секоја од овие години, значајно учество во вкупните приходи имаат средствата што по разни основи биле префрлени на сметката на Македонската радиотелевизија (понатаму МРТ) од Буџетот на Р.Македонија (во 2007 година – 535,61 милиони денари, во 2008 година – 732,03 милиони денари, во 2009 година – 360 милиони денари, во 2010 година – 417,65 милиони денари и во 2011 година – 305,3 милиони денари). Средствата што како приход се остварени од радиодифузната такса, во овој период бележат континуиран раст.

Приходите од рекламирање имаат најголема вредност во 2008 година (64,85 милиони денари), а најмала во 2011 година (15,08 милиони денари).

Од податоците за структурата на приходите на комерцијалните телевизиски станици, може да се забележи дека речиси ниту една телевизија, вклучувајќи ги и телевизиите што емитуваат програма на државно ниво и кои се веќе етаблирани како значајни субјекти во телевизиската индустрија, не остваруваат приходи од продажба на сопствена програма.

Сериозна бариера за развој на радиодифузната индустрија во целина, е практиката на продажба на времето за рекламирање по нефер продажни цени. Одредени радиодифузери, најчесто оние кои имаат значајна пазарна моќ, со цел да придобијат што поголем дел од буџетите за рекламирање, на огласувачите им нудат цени за рекламирање коишто се далеку пониски од оние наведени во официјалните ценовници и од реалните цени, доведувајќи ги со тоа останатите радиодифузери во понеповолна конкурентска состојба. Оваа практика е особено штетна и на подолг рок нанесува сериозни негативни последици за сите субјекти на телевизискиот пазар. Неопходно е да се преземат сите мерки со цел да се спречи понатамошно нарушување на конкуренцијата и да се овозможат услови за поволен економски амбиент за сите субјекти на пазарот. Во оваа смисла потребно е да се следат состојбите на пазарот во континуитет и да се преземаат соодветни мерки и активности за спречување на овие појави.

Во досегашната пракса, друг начин на кој се нарушуваше конкуренцијата на пазарот беше емитувањето програмски содржини без уредени авторски права од страна на некои радиодифузери, како и преку реемитување странски канали без уредени авторски права од страна на операторите на јавни комуникациски мрежи (во 2011 година, заедничкото учество на странските канали во вкупната гледаност изнесуваше 20%). Во изминатиот период Советот за радиодифузија преземаше мерки во насока на спречување на ваквите појави, што доведе до подобрување на состојбата кај најголемиот број оператори на јавни комуникациски мрежи. Советот и понатаму во рамките на своите законски надлежности ќе презема мерки во насока на спречување на овие појави.

3.1 Мерки

- Во новата медиумска регулатива да се предвиди обврска за Македонската радиотелевизија да изработува редовни годишни економски анализи врз основа на кои ќе се пресметуваат средствата што му се потребни на јавниот сервис да ги извршува функциите од јавен карактер, што ќе претставува појдовна точка за пресметување на висината на радиодифузната такса.
- Во новата медиумска регулатива да се предвиди обврска правилата за контрола на државна помош да се применуваат при финансирањето на МРТ. Потребно е во иднина за евентуалните субвенции од Буџетот на РМ да се доставува известување до Комисијата за заштита на конкуренцијата во согласност со Законот за контрола на државната помош.

- Во новата медиумска регулатива да се утврдат правила за рекламирање и да се предвиди обврска за нарачателите на рекламните спотови чие емитување се финансира од јавни средства, независно дали се емитуваат на програмите на јавниот сервис или пак на трговските радиодифузни друштва, да утврдат јасни, транспарентни, фер и недискриминаторски критериуми за избор на медиумите на кои ќе се емитуваат овие спотови.
- Измени и дополнувања на постојниот Меморандум за соработка помеѓу Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата и формирање заеднички одбор за соработка кој ќе одржува редовни состаноци, со цел да се континуирано следење на состојбите на пазарот, констатирање штетни договори (преку утврдување нефер продажни цени) со кои се нарушува конкуренцијата, склучени помеѓу одреден медиум и други субјекти на пазарот (со други медиуми, со посредниците на пазарот на огласување, со операторите на јавни комуникациски мрежи и др).

4. Регулотива за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

Со Законот за радиодифузната дејност се уредија условите и начинот на вршење на радиодифузната дејност и работите од јавен интерес во областа на радиодифузијата.

Од 2005 година, кога е донесен, па досега Законот претрпе повеќе измени и дополнувања. Со нив, меѓу останатото: се изврши усогласување со Законот за прекршоците; се направија одредени терминологски преименувања; се изврши нормирање на стечајот и ликвидацијата на јавно радиодифузно претпријатие и трговско радиодифузно друштво; се пропиша висината и начинот на одредување на месечниот износ на радиодифузната такса; се укина можноста за стечај и ликвидација на јавното радиодифузно претпријатие Македонска радиотелевизија; се даде овластување на Управата за јавни приходи да ја утврдува и наплатува радиодифузната такса во согласност со Законот за даночната постапка; се зголеми бројот на членовите и на овластените предлагачи за членови на Советот за радиодифузија.

Во текот на примената на Законот за радиодифузната дејност, Советот за радиодифузија и покрај спроведените измени и дополнувања, констатираше одредени недоречености и недоследности во него кои претставуваат пречка за ефикасна примена на Законот во практиката, на пример, нејасни одредби, недоволно уредени прашања, недостиг на прекршочни одредби за дел од членовите во Законот и сл. Исто така, Законот не ги опфаќа аудио и аудиовизуелните медиумски услуги што се појавија со развојот на информациско-комуникациските технологии, односно се уште не е усогласен со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги.

Отсуствува и домашен пропис кој создава обврска на домашна институција да води регистар на носители на јавни функции на сите нивоа на власта, што ќе создаде реални услови за доследна примена на член 11 од Законот кој им забранува на овие лица и на членовите на нивните семејства да вршат радиодифузна дејност и да бидат сопственици на медиуми или да имаат удел во сопственоста на медиумите.

Советот за радиодифузија, во функција на доследна и неселективна примена на член 11 од Законот за радиодифузна дејност, во април 2012 година им наложи на радиодифузерите во Република Македонија да го усогласат своето работење со овој пропис најдоцна до 30.09.2012 година. Во рамките на овој рок своето работење го усогласија вкупно шест трговски радиодифузни друштва, чие функционирање беше проблематично од гледна точка на член 11, а во врска со член 18 од Законот за радиодифузната дејност.

Сеуште е присутна појавата на реемитување на програмски сервиси за кои не се уредени авторските и сродните права, а одделни регионални и локални радиодифузери повремено емитуваат кинематографски и телевизиски филмови без уредени права, што претставува повреда на тие права и нелојална конкуренција.

Практиката покажа потреба еден орган/институција да биде надлежен за регистрација на програмските пакети на операторите на јавни комуникациски мрежи. Сега надлежноста е поделена меѓу Министерството за култура кое издава потврди за уредени авторски и сродни права и Советот, кој врз основа на потврдите, ги регистрира пакетите.

Неопходно е да се востанови правото на надзор на регулаторот над работата на операторите на јавни комуникациски мрежи, радиодифузерите и другите даватели на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, во поглед на почитувањето на авторските и сродните права.

Радифузната регулатива нема прецизни одредби за исклучивите права за емитување, посебно кога домашен и странски радиодифузер кои истовремено се реемитуваат во една јавна комуникациска мрежа, емитуваат иста програма.

Констатирано е и дека во одредени домашни прописи се содржани решенија за одделни прашања кои се различни од решенијата содржани во Законот за радиодифузната дејност. Станува збор за Законот за високо образование, Законот за правната положба на црква, верска заедница и религиозна група и Изборниот законик.

4.1 Мерки

- Доделувањето дозволи за линеарни медиумски услуги да се врши врз основа на конкурс, а доделувањето дозволи за нелинеарни медиумски услуги да се врши врз основа на барање/нотификација.
- Јасни и прецизни правила за условите под кои ќе може да биде трајно или привремено одземена дозволата и за линеарните и за нелинеарните медиумски услуги.
- Регулација за операторите на дигитални терестријални мултиплекси и за начинот, условите и постапката за премин на постојните радиодифузери од аналого во дигитално емитување.
- Обврска за водење и ажурирање на Регистар на носители на јавни функции во Република Македонија.
- Во медиумската регулатива да се дефинираат поимите „носители на јавни функции“ и „семејство“ во контекст на ограничувањата за сопственоста врз медиумите.
- Превенирање и санкционирање, преку вршење надзор од страна на Советот за радиодифузија, на:
 - можностите за незаконско реемитување на програмските сервиси преку јавни комуникациски мрежи и другите потенцијални можности за повреда на авторските и сродните права во областа на традиционалната радиодифузија, а со тоа и нелојалната конкуренција, и
 - на непочитувањето на законската и подзаконската регулатива, програмските барања и ограничувања како и условите во дозволата за вршење дејност.
- Исклучива надлежност на Советот за радиодифузија за регистрација на пакетите со програмски сервиси на операторите на јавни комуникациски мрежи.
- Надлежност на Советот за радиодифузија, во постапка на надзор (ex post), да ја проверува документацијата за регулирани авторски и сродни права за реемитување и емитување на аудио и аудиовизуелни содржини од страна на операторите на јавни комуникациски мрежи, радиодифузерите и другите даватели на медиумски услуги.

- Да се предвиди законска обврска за радиодифузерите да ги означуваат содржините со тн. дигитален печат.
- Да се усогласи висината на надоместок за дозволата за вршење (радиодифузна) дејност со економските услови на пазарот.
- Обврска на давателите на нелинеарни медиумски услуги да плаќаат годишен надоместок за надзор.
- Обврска на операторите на јавни комуникациски мрежи да плаќаат годишен надоместок за надзор.
- Обврски на Советот за радиодифузија, во врска со евиденциониот регистар на застапници на филмски, спортски и други телевизиски права и застапници на програмски сервиси во Република Македонија.
- Уредување на исклучивите права и доуредување на пристапот до настани од големо значење.
- Право и обврска на Советот за радиодифузија за едукација на субјектите на надзор.
- Меѓусебно усогласување на Законот за високо образование, Закон за правната положба на црква, верска заедница и религиозна група, Изборниот законик и новата медиумска регулатива.
- Поттикнување на процесите на саморегулација и корегулација.

5. Аудиовизуелни медиумски услуги во дигитално опкружување

Технолошкиот развој, посебно развојот на дигиталната технологија ја промени перцепцијата за медиумите. Традиционалната радиодифузија доби силна конкуренција од новите интерактивни медиумски содржини.

Интернетот предизвика суштински промени во користењето на аудиовизуелните содржини. Испитувањата покажуваат дека на голема група корисници на медиумски содржини телевизијата не им е повеќе примарен медиум. Голем дел од медиумското внимание се концентрира на персоналниот компјутер, односно на Интернет и на новите форми на медиумска забава, како што се компјутерските игри и виртуелните светови за дружење.

Покрај конвергенцијата на технологиите и платформите, се очекува и конвергенција на терминалните уреди за прием на сигналот. Терминалните уреди во себе ќе интегрираат неколку технологии за прием, со што телевизијата станува интерактивна и подредена на потребите на консуматорот.

Процесот на дигитализација на радиодифузната дејност во Република Македонија е во завршна фаза. Терестеријалните телевизии во Република Македонија се наоѓаат во период на истовремено емитување на аналогни и дигитални емисии на телевизиските сервиси. Исклучувањето на аналогното емитување ќе се случи на 31 Мај 2013 година.

Постојните трговски радиодифузни друштва кои емитуваат телевизиска програма на локално ниво ќе добијат дозвола за емитување на регионално ниво без конкурс доколку ги исполнуваат условите утврдени со подзаконски акти изработени од страна на СРД. Останатите локални трговски радиодифузни друштва ќе можат да емитуваат преку сопствен дигитален терестријален предавател (за локална сервисна зона со еден радиодифузер) или преку оператор на дигитален мултиплекс наменет за емитување на локално ниво (за локална сервисна зона со повеќе од еден заинтересиран радиодифузер за дигитално емитување на локално ниво).

Дистрибуцијата на аудиовизуелни медиумски сервиси преку дигитална терестријална платформа започна во септември 2009 година со доделување на три

мултиплекси. Оваа платформа врши реемитирање на програмски сервиси од Македонија и од странство.

Во јануари 2012 година, започнаа со работа и двата мултиплекса на Јавното претпријатие “Македонска радиодифузија”, наменети само за емитување на програмите на јавниот радиодифузен сервис, а до исклучувањето на аналогното емитување и на програмите на трговските радиодифузни друштва на државно и регионално ниво.

Мултиплексите MUX 6 и MUX 7 се наменети за емитување на телевизиските сервиси на трговските радиодифузни друштва кои емитуваат програма на државно и регионално ниво. Овие два мултиплекса по спроведена тендерска постапка се дадени на оператор на јавна комуникациска мрежа кој е должен да емитува сигнал за слободен прием (free-to-air).

Можен негативен ефект на процесот на дигитализација на терестријалната телевизија е појавата на “дигитален јаз” кај дел од корисниците кои користат само терестријален начин на прием на сигналот. Се очекува дигиталниот јаз да се намали со обезбедување на бесплатни приемни уреди за најранливите социјални категории од страна на Владата на Република Македонија.

Со завршување на процесот на дигитализација ќе се овозможи порационално користење на фреквенциите. Ослободениот фреквенциски опсег, наречен дигитална дивиденда, ќе се користи за јавни мрежи за мобилни комуникации и сервиси од следните генерации (во прв ред 4G), што е во согласност со препораките на Европската комисија.

Според истражувањето на СРД за нивото на јавната свест во врска со преминот на дигитално емитување, речиси две третини од домаќинствата во Република Македонија поседуваат телевизори со катодна цевка од постара генерација, во кои што нема вградено приемни уред за дигитална терестријална телевизија, а приближно ист број од испитаниците не знаат дека во 2013 година ќе се исклучи аналогното телевизиско емитување.

Дигиталниот медиумски свет на корисникот му нуди поголема креативна слобода и можност за избор на содржините. Ова го овозможуваат електронскиот програмски водич наменет за целна навигација, заснована на лични преференци и желби; дигиталниот видео-рекордер со кој може временски да се одложи гледањето аудиовизуелни содржини и да се прескокнуваат рекламите, како и услугата „видео на барање“.

5.1 Мерки

- Да се допрецизира законската рамка во областа на дигиталното терестријално телевизиско емитување.
- Да се утврдат условите што треба да ги исполнат локалните телевизии за да добијат дозвола за регионално емитување.
- Да се обезбеди дигитално терестријално емитување на телевизиските програмски сервиси на локално ниво.
- Да се подигне јавната свест за придобивките од исклучувањето на аналогниот сигнал и воведувањето дигитална телевизија.
- Да се заокружи процесот на дигитализација на операторите на јавни комуникациски мрежи.

6. Медиумска писменост

Во моментот може да се даде само делумна проценка за нивото на медиумска писменост на граѓаните во земјава затоа што досега не е реализирана сеопфатна анализа. Правени се истражувања за различни индикатори и повеќе релевантни субјекти повремено имаат активности во овој контекст, но тоа не е доволно за да се добие релевантна слика за медиумската писменост. Погледнато од аспект на *медиумското образование*, медиумската писменост е присутна во наставните програми за македонски, албански, турски и српски јазик во деветгодишното основно училиште од прво до деветто одделение. Таа е дел од програмата за трета година по македонски јазик и литература, албански јазик и литература и турски јазик и литература во средното стручно образование, а не е предвидена во наставните програми за гимназиите. Во рамките на тригодишниот проект за унапредување на медиумската писменост во образованието во Република Македонија објавен е прирачник за изучување на медиумската писменост во наставата по мајчин јазик (наменет за наставниците), но нема континуирана обука на наставниците, образовни активности и обезбедување дидактички ресурси (како индикатори во делот на медиумското образование). Концептот за медиумска писменост не е вграден во *медиумската политика*, односно во домашната регулатива за медиуми, а регулаторните тела од оваа област, секое од свој аспект, организираат едукативни кампањи или работилници. Нема информации за ангажирање на *медиумската индустрија* во подигнувањето на медиумската писменост, а повеќе истражувања (домашни и странски) посочуваат дека во медиумските производи има многу потенцијално штетни содржини или дека не се почитуваат основните човекови права и слободи. Повеќе организации од *граѓанското општество* имаат активности во контекст на развој на медиумската писменост.

6.1 Мерки

- Концептот медиумска писменост да се вклучи во медиумската политика на Република Македонија.
- Да се обезбеди натамошен развој на медиумската писменост во образованието.

1. ПЛУРАЛИЗАМ И РАЗНОВИДНОСТ НА ПРОГРАМСКИТЕ СОДРЖИНИ

Прашањето на отсликувањето и проценувањето на медиумскиот плурализам во едно демократско општество е повеќеслоен и мултидимензионален зафат кој подразбира разгледување низа програмски и низа економски аспекти. Принципите на спроведување на оваа процедура се предмет на поголем број европски документи¹, некои од нив создадени и од самите регулаторни тела. Со оглед на фактот дека ова е документ кој треба да обезбеди стратешки насоки за натамошниот развој на радиодифузијата во Македонија, плурализмот е претставен преку досегашните анализи и истражувања, кои ќе послужат како основа за извлекување препораки.

Одржувањето на медиумскиот плурализам е важно затоа што тој придонесува за добро функционирање на демократското општество преку: „Информирани граѓани – способни да пристапат до и да користат широк опсег гледишта од различни платформи и различни сопственици на медиуми и ... Спречување преголемо влијание врз политичкиот процес – од кој било сопственик на медиуми.“²

Одовде произлегува дека едно медиумски плурално општество ќе постои ако се обезбеди разновидност на ставови и ако се избегне ситуација во која еден сопственик на медиуми ќе има преголемо влијание врз јавноста. Второво прашање се однесува на т.н. надворешен плурализам, во смисла на „опфатот и бројот на лица кои имаат контрола врз медиумските претпријатија во контекст на нивната можност да влијаат врз ставовите и да ја контролираат агендата“³, односно на прашањата на конкуренцијата меѓу медиумите, што е обработено во Глава 2.

Овој дел од стратегијата ќе се зафати со разгледување на т.н. внатрешен плурализам, односно со прашањето „колку опсегот на ставови изразени во медиумските претпријатија може да обезбеди доволна разновидност (plurality), вклучувајќи ги ефектите од правилата за непристрасност на вестите на радиодифузерите, културата на информативните редакции и очекувањето на публиката“⁴.

Културата на редакциите е всушност синтагма под која се подразбира низа од колективни вредности кои ги споделуваат членовите на една информативна редакција, а кои се одразуваат во карактеристиките на редакцискиот состанок, распоредувањето на задачите, проверката на текстот, подредувањето на вестите, јазикот што го користат луѓето⁵. Таа е директно поврзана со обезбедувањето внатрешен медиумски плурализам бидејќи го опфаќа и степенот на професионалност, односно нивото на редакциска култура на медиумот е директно поврзано со подготвеноста да се обезбеди плурализам на мислења, гледишта и ставови.

Тргувајќи од фактот дека разновидноста на ставовите треба да се развива и во рамките на секој медиум, но и во медиумската сфера воопшто, плурализмот на програмските содржини што и се нудат на публиката во Македонија, ќе се разгледува на три нивоа:

- Разновидност на понудените програмски сервиси во смисла на медиуми со различна програмска природа, формат, односно карактеристики,

1 Leuven et al., (2009) Independent study on indicators for media pluralism in the Member States - Towards a risk-based approach, студија на Европската комисија, достапна на: http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/study/final_report_09.pdf

2 OFCOM (2012) Measuring Media Plurality: Ofcom's advice to the Secretary of State for Culture, Olympics, Media and Sport, стр.: 8 (болд во оригиналот), достапно на: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/measuring-plurality/statement/statement.pdf>

3 Ибид.

4 Ибид. стр.: 8 – 9

5 Dean во Rosenstiel, T., et al. (2007) We Interrupt This Newscast: How to Improve Local News and Win Ratings, Too New York: Cambridge University Press стр.: 180

- Разновидност на жанровската понуда во рамките на програмските сервиси и
- Разновидност на гледиштата.

На првите две нивоа плурализмот ќе се разгледува од аспект на пошироката жанровска понуда во смисла какви програми може да очекува публиката знаејќи какви сервиси и се на располагање, и какви видови програми нудат самите радиодифузери со креирањето на програмските шеми во рамките на природата на сопствените медиуми. Третото ниво ќе се задржи на гледиштата пренесени во вестите и во информативните програми⁶.

За да се разгледа прашањето на плурализмот во што е можно посеопфатен контекст, потребно е да се води сметка и за политичкиот плурализам на публиката или корисниците кој се однесува на „достапноста до граѓаните (во смисла на волја или иницијатива) и можностите (во смисла на вештини) за пристап, критичко оценување, консумирање или активно користење на медиумите преку извлекување, анализирање и/или поддржување одредени политички верувања и мислења кои се пропагираат преку медиумите.“⁷

Медиумски плуралната Македонија задолжително треба да има широк опсег од разновидни независни медиуми кои функционираат на различни платформи, нивниот досег и користење треба да бидат релативно високи кај луѓето со различни демографски карактеристики и од различни региони, при што корисниците активно ќе користат поголем број извори⁸.

1.1 Природата на сервисите

Во декември 2012 година, во Република Македонија, покрај Македонската радиотелевизија има вкупно 148 радиодифузери - 66 ТВ и 82 радија, од кои 13 емитуваат програма на државно ниво⁹, 27 на регионално и 108 на локално.

Многубројноста на медиуми што им се достапни на граѓаните во една држава може да создаде услови за разновидност, но за повисок степен на плурализам во програмската понуда потребни се и други мерки и професионално придржување до нив. Првата од ваквите мерки кои се преземаат во Македонија се однесува на природата, односно карактеристиките на програмските сервиси.

Секој комерцијален програмски сервис, односно секоја радио или телевизиска станица, во моментот кога добива дозвола за вршење радиодифузна дејност се обврзува дека ќе емитува програмски сервис од определена природа – уште познат и како формат. Како основа за определување на модалитетите на форматот е избрана сржта на природата на новинарството – фактот дека тоа исполнува три функции: информативна, забавна и образовна, а Правилникот¹⁰ во кој тие се определени, е тестиран во практиката и беше

6 Поголем број европски регулаторни тела сметаат дека е методолошки најподатливо политичкиот плурализам да се анализира во вестите и информативните програми, бидејќи во нив се очекува да се пренесат, сопостават и спротивстават различни политички гледишта и ставови и имаат најголемо влијание врз формирањето на јавното мислење и врз определувањето на политичката агенда. За повеќе детали види Совет за радиодифузија на Република Македонија (2010), Политичкиот плурализам во вестите на МРТ, стр.:11-14.

7 Leuven et al., (2009) Independent study on indicators for media pluralism in the Member States - Towards a risk-based approach, студија на Европската комисија, (курзив во оригиналот), стр.: 45 достапна на:

http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/study/final_report_09.pdf

8 Според параметрите разработени во OFCOM (2012) Measuring Media Plurality: Ofcom's advice to the Secretary of State for Culture, Olympics, Media and Sport, стр.: 11, достапно на: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/measuring-plurality/statement/statement.pdf>

9 Македонската радиотелевизија е сметана како еден субјект, но таа емитува повеќе радио и ТВ програмски сервиси, како што е објаснето подолу во анализата.

10 Детали за начинот на определување на форматите нуди Правилникот за форматите на радио и телевизиските програмски сервиси (Пречистен текст), достапен на: http://www.srd.org.mk/images/stories/Pravilnik_z_a_formatite_na_rtv_programskite_servisi.pdf

прилагоден на реалните можности за негово остварување. Кај сите телевизии и кај оние радија кои емитуваат повеќе од 10% говорни содржини неделно, форматот се определува според медиумската функција што ја исполнуваат тие содржини, односно дали целта им е да информираат, да забавуваат или да образуваат. Постојат седум варијации на формати за телевизиите и за говорните и говорно - музичките радија (четири општи и три специјализирани). Кај радијата со помалку од 10% говор седмично, форматот се определува според музиката што ја емитуваат.

Природата на програмските сервиси на радиодифузните субјекти од непрофитниот сектор се определува со дозволата и произлегува од потребите на заедницата за која се наменети. Имено, дозволите за непрофитните радија се доделуваат на помали специфични интересни групи или заедници кои имаат посебни медиумски потреби што воопшто или во голема мера не можат да се задоволат преку програмите од комерцијалниот и од јавниот сектор. Оттаму, во дозволата, како обврски што радиото мора да ги исполни од програмски аспект, се наведуваат карактеристики кои резултираат со програма соодветна на потребите на заедницата.

1.1.1 Македонска радиотелевизија

Македонската радиотелевизија го добива правото да емитува програма директно со Законот за радиодифузната дејност, а со цел да ги извршува функциите на јавен радиодифузен сервис. Оттаму, таа не е обврзана со формат, како субјектите од комерцијалниот сектор, туку својата програмска понуда, согласно европските и светските начела, треба да ја обликува така што ќе ги почитува принципите и карактеристиките на универзалност, разновидност, независност, посебност (и квалитет) на програмата. Всушност, очекувањата од неа се поголеми, зашто таа треба да ја исполни својата мисија на јавен сервис во општеството.

MPT е систем од поголем број телевизиски и радио програмски сервиси. Со сегашното законско решение, а како резултат на ограничувањата што ги наметнуваше работењето во аналогна средина, дел од сервисите кои се наменети за домашната публика е определен како конечен, што претставува ограничувачки фактор од аспект на развојот на јавниот сервис¹¹. Дел од сервисите пак, кои се наменети за иселениците или воопшто за публика надвор од Македонија е недоволно јасно определен¹². Со идното законско решение тие треба да бидат попрецизно определени и за оние сервиси кои добиваат финансии од Буџетот на Република Македонија, треба да се утврдат автоматски механизми за прилив на средствата со цел да се избегне каква било можност за влијание врз независноста на јавниот радиодифузен сервис.

Во идниот медиумски закон треба попрецизно да се пропише минималниот број сервиси што треба да ги емитува MPT за домашната публика и потоа да му се остави простор на Јавниот сервис, зависно од потребите на публиката и од финансиските можности, да конципира, создава и развива и други, специјализирани сервиси. Треба да се разработи и решение за јавна расправа за потребата од нив, имајќи предвид дека тие претежно ќе се финансираат од радиодифузната такса, а регулаторното тело задолжено за содржините треба да даде мислење.

11 На пример: „MPT, на територијата на Република Македонија, емитува еден телевизиски програмски сервис на македонски јазик и еден телевизиски програмски сервис на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите мнозински заедници.“, член 117 став 1.

12 На пример: „MPT емитува најмалку еден радио и еден телевизиски програмски сервис преку сателит наменет за иселениците и граѓаните на Република Македонија кои живеат во Европа и на другите континенти на македонски јазик и на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите мнозински заедници.“, член 117 став 5.

1.1.2 Комерцијален сектор

Програмската понуда по формати покажува доминантност на забавата. Меѓу десетте комерцијални телевизии на државно ниво, дури шест имаат претежно забавен општ формат. Овој формат го имаат шест од деветте регионални телевизии кои се борат за скопската публика, од кои една на албански, една на бошњачки, и четири на македонски јазик.

На локално ниво има 13 телевизии со општ формат кој ги исполнува трите медиумски функции, 33 со претежно забавен општ формат и една со претежно информативен општ формат. Иако на прв поглед зачестено се појавуваат ТВ станици со претежно забавен општ формат, ситуацијата со разновидноста од аспект на природата на понудените програмски сервиси е всушност подобра бидејќи таму каде што има повеќе од две вакви станици на едно подрачје - тие емитуваат програма на јазиците на различни заедници.

Од вкупно три радија кои емитуваат програма на државно ниво, едно е говорно – музичко, а две се музичко - говорни радија со општ формат.

На територијата на Скопје, како засега единствен радиодифузен регион, меѓу радијата има четири говорно – музички радија од општ формат кои треба во говорниот дел од програмата да исполнат две од трите функции, четири музичко – говорни радија со општ формат, две специјализирани говорни радија со забавна функција, две музички радија од општ формат, едно музичко радио специјализирано за поп музика, едно музичко – говорно радио специјализирано за поп музика, едно говорно – музичко радио со претежно информативен општ формат, едно говорно – музичко радио со претежно образовен општ формат и едно музичко – говорно радио специјализирано за класична музика. Кај радијата на локално ниво има 27 музичко – говорни радија од општ формат, десет говорно - музички радија со претежно информативен општ формат, шест говорно - музички радија со претежно забавен општ формат, три музички радија од општ формат, три говорни радија со претежно забавен општ формат, две говорни радија со две медиумски функции, пет говорно – музички радија со две медиумски функции, две говорни со претежно информативен општ формат и едно специјализирано музичко радио за новосоздадена народна музика. Ситуацијата кај овие радија е слична на онаа кај локалните телевизии и тоа од истите причини: тоа што емитуваат програма на различни јазици и на различни подрачја.

Редовните еднодневни мониторинзи, чија цел и фокус е следење на почитувањето на обврските од Законот и подзаконските акти, како и анализите на форматите, даваат информации за тоа колку радиодифузерите водат сметка да се придржуваат до форматот. Тие покажуваат дека оние радиодифузери кои се повеќе наклонети кон почитување на професионалните принципи во работењето се посериозни и при исполнувањето на форматот. Оние радиодифузери (пред сè телевизии) кои со програмскиот сервис што го емитуваат не успеваат да го исполнат форматот, може да се каже дека условно влегуваат во две групи: едните се раководат само од принципот на економска заработка и не ја согледуваат ниту ја прифаќаат пошироката општествена одговорност која ја имаат поради можноста да влијаат врз јавното мислење, а другите се на работ од егзистенцијата, но не го прифаќаат фактот дека нивната инвестиција во радиодифузијата е неуспешна.

Истражувањето на публиката¹³ спроведено во 2012 година покажува дека 66% од испитаниците гледаат телевизија пред сè за да се информираат, наспроти 18% на кои примарна им е забавата, а 14% ја гледаат пред сè од образовни причини. Радиото им

13 Истражување на мислењето на публиката за потребите на Советот за радиодифузија на РМ, спроведено од Институтот за демократија "Societas Civilis" од Скопје

служи најчесто за забава на 51% испитаници, за дневно информирање на 25%, а за да научат нешто на 11%.

Освен ова, на поголем дел од испитаниците им недостига некаква специјализирана домашна ТВ станица, и тоа: на 18% им недостига документарен канал, на 17% филмски, на 15% спортски, на 11% канал за настани од културата, а на 10% - детски. Ваквите наоди отвораат простор да се стимулира развојот на специјализирани програмски сервиси во комерцијалниот сектор, преку распишување конкурси за ваков вид сервиси. Исто така, треба да се настојува дозволи за телевизији со претежно забавен општ формат на државно и на ниво на градот Скопје да се доделуваат само доколку станува збор за понуда која е концепциски поинаква од постојните.

1.2 Жанровска разновидност, програмска инвентивност

1.2.1 Понудата на јавниот радиодифузен сервис: реалност и очекувања

Разновидност во понудените жанрови програма, на прво место секогаш се очекува од јавниот радиодифузен сервис. Всушност, од него се очекува да биде пример за почитување на професионалните стандарди и поддржувач на општествените вредности. Тој треба да го остварува јавниот интерес, а за таа цел, законски е определено дека треба да има програмска шема која ќе биде во интерес на целата јавност, дека ќе произведува и емитува програми за сите сегменти на општеството, вклучувајќи ги различните специфични општествени групи при што се мисли и на маргинализираните групи, и на старите лица како публика со специфични медиумски потреби, и на глувите и наглувите лица, на други лица со посебни потреби; дека нема да дискриминира, а ќе ги почитува човековите права; низ своите програми - врз кои власта, политичките организации и центрите на економска моќ нема да имаат влијание - ќе рефлектира различни идеи; изборите ќе ги покрива избалансирано обезбедувајќи им и бесплатно претставување на политичките опции; преку програмите ќе го негува културниот идентитет на заедниците, ќе ги почитува културните и религиозни разлики, ќе ја поттикнува културата на јавен дијалог, ќе ги негува јазиците, ќе помага во градењето на Македонија како мултиетничка и мултикултурна средина; ќе го развива домашното аудиовизуелно творештво и меѓународно ќе го афирмира македонскиот културен идентитет; ќе информира за регионалните и за локалните посебности и настани. Сето ова е програмскиот дел од стандардите кои ја исцртуваат мисијата на јавниот сервис во Република Македонија.

Телевизиската понуда на МРТ наменета за публиката во Македонија се состои од Првиот програмски сервис – МРТ1, Сервисот на јазиците на етничките заедници – МРТ2 и Собранискиот канал на чија фреквенција се емитува и програмата наречена МРТ. Освен ова, Јавниот сервис емитува и сателитски канали наменети за иселениците.

Во изминатиов период правени се повеќе анализи на програмската понуда на МРТ. Пресекот на анализите на телевизиските сервиси спроведени од 2007 година наваму, покажува дека во последниве година - две се прават напори да се достигнат принципите на универзалност, разновидност, независност, посебност и квалитет, односно се прават чекори во правец на остварување на функцијата на јавен радиодифузен сервис.

Од аспект на разновидноста на понудената програма, сеопфатната еднонеделна анализа¹⁴ од 2011 година покажа дека околу половина од програмата на МРТ1 има забавна функција, а останатиот дел е речиси рамноправно распореден меѓу емисиите со информативна и со образовна функција; програмата на МРТ1 е физички достапна до

14 Совет за радиодифузија на Република Македонија (2011) Извештај од анализата на телевизиските програмски сервиси на јавниот радиодифузен сервис МРТ (3-9 октомври 2011 година), стр.: 18-19, достапна на: http://www.srd.org.mk/images/stories/Analiza_na_TV_programski_servisi_na_JRS_MRT.doc

речиси целата публика во Република Македонија; се прават напори да се емитуваат програми кои се наменети за различни целни групи; во основа се настојува емисиите во нивното премиерно прикажување да бидат лоцирани во периоди кога се очекува да допрат до публиката за која се наменети; и дека е зголемен бројот на програми достапни за лицата со оштетен слух.

Првата програма на МРТ нуди: жанровски разновидна информативна програма „но треба да продолжи да работи на квалитетот, атрактивноста, инвентивноста, аналитичноста и продлабоченоста на нивната реализација“¹⁵; има сè повеќе домашни аудиовизуелни дела, пред сè документарни, но некои премногу често се репризираат и потребно е натамошно зголемување на македонската играна продукција (сопствена, копродукциска, нарачана, купена); се зголемува уделот на европските аудиовизуелни дела, а при натамошниот развој на играната програма упатно би било да се обрне повеќе внимание на европскиот филм, а не само на сериите и на анимираните филмови; опцијата за бесплатно емитување кампањи од јавен интерес и натаму е премногу присутна; на Јавниот сервис му требаат повеќе емисии за деца и емисии од културата; потребен му е посериозен напор за осмислување оригинални сценографски решенија за сите емисии; постои потреба да се воедначат стандардите за квалитет на програмите. Потребно е законски прецизно да се определи што се тоа најави од јавен интерес кои можат да се емитуваат бесплатно, а МРТ преку јавни консултации треба да го проверува задоволството на граѓаните од нејзината програма.

Работите се придвижени од долгогодишната мртва точка но, „потребно е континуирано да се работи на градењето нов, поквалитетен изглед на сервисот за тој да стане вистински форум на и за јавноста, место за критичка мисла и промислување, програма која ќе нуди разновидни информации во квалитетно вообличени аудиовизуелни целини.“¹⁶ Во септември 2012 година, Првата програма на МРТ направи повидливи концепциски и технички промени чии резултати допрва треба да се видат.

Ребрендирање се случи и на МРТ2, како програмски сервис на кој се емитуваат медиумските продукти на редакциите на јазиците на етничките заедници. На овој сервис постои временска поделба на периодите од денот и седмицата која резултира со тоа неделно, Редакцијата на албански јазик да емитува околу 98 часа програма, Редакцијата на турски околу 17 и пол часа, а редакциите на бошњачки, влашки, ромски и српски јазик да имаат по околу еден ипол до два ипол часа програма седмично. Кај програмите на сите јазици доминира забавната функција, а осмислувањето на програмската понуда има конкретни практични пречки:

„Траењето на секоја од нив се одразува врз можноста да се вообличи програмска шема, односно првите две програми се состојат од повеќе целини и освен вести имаат и информативна, забавна (музичка и играна програма) итн. Другите во основа функционираат како емисија со конкретен назив... Тие блокови, во зависност од изборот на редакцијата, содржат вести, соопштенија, информативни или забавно – информативни пасажии, музички нумери, интервјуа со или документарни програми за важни личности од заедницата итн.“¹⁷

Овој сервис е насочен кон повеќе етнички заедници и смислата на неговото постоење е да ги задоволува медиумските потреби на етникумите кои живеат во Македонија, при што е очигледна потребата да се зголеми капацитетот и да се подобри квалитетот на програмите на помалите етнички заедници. Истовремено сервисот треба да биде место на наше спојување, место на кое ќе учиме едните за другите.

¹⁵ Ибид.

¹⁶ Ибид. стр.:20

¹⁷ Ибид. стр.: 9

„Во овој контекст, друг значаен недостаток на емитуваните содржини е што тие не го поттикнуваат унапредувањето на односите меѓу заедниците во едно мултиетничко и мултикултурно општество, како што е македонското, преку поттикнување на заемното разбирање и толеранција. Со оглед на тоа што содржините не се преведуваат на јазиците на другите етнички заедници, гледачите поради јазичните бариери се принудени да се вклучуваат во програмата само кога таа се емитира на нивниот мајчин јазик.“¹⁸

Советодавниот комитет на Советот на Европа во Второто мислење во однос на имплементацијата на Рамковната конвенција за заштита на национални малцинства (РКНМ)¹⁹ за пристапот и присуството на националните малцинства во медиумите им препорачува на македонските власти да развиваат и да поддржуваат иницијативи за поголемо разбирање и меѓукултурен дијалог, како преку содржините, така и преку изборот на учесниците во програмите, а особено преку создавање мултикултурни програми. За да се ефектуира оваа препорака, потребно е Јавниот сервис да изгради таков пристап кон обврската за негување на културниот идентитет на заедниците и за почитување на културните и религиозните разлики, што ќе биде заснован на почитувањето на програмските стандарди и ќе биде заеднички за сите радио и ТВ програмски сервиси што ги нуди.

Во контекст на препоракава се чини дека времето и просторот на вториот програмски сервис на МРТ би можеле да се искористат подобро преку примена на интегриран приод со кој би се добил сервис кој цело време е достапен за сите. Едно од можните решенија е наместо да се подели денот на блокови кои ќе им припаднат на различните редакции, тие сите заедно да придонесуваат во изградбата на програмската шема и во создавањето на емисиите. На пример, емисиите може да се реализираат заеднички со новинарски продукти изработени од сите редакции, а со можностите што ги нуди дигитализацијата, таквите заеднички програми ќе можат да се следат на сите јазици, вклучувајќи го и македонскиот. Ова ќе обезбеди и разновидност на идеи, богатство од аспекти за секоја од темите, агли на обработка поинакви од искуството на секој од нас како припадник на сопствената заедница. Ќе може на едно место да се видат различните начини на кои политиката, економијата, здравството, религијата, образованието, забавата, буквално секоја сфера од општествениот живот се рефлектира кај припадниците од различните групи и ќе придонесе за запознавање на другите. На ваков начин ќе се добие програмски сервис кој ќе промовира кохезија, наместо да ја рефлектира поделеноста во општеството. Освен ова, практична придобивка ќе биде и можноста секоја од емисиите да се емитира во термин кој е соодветен за да допре до целната публика. Ваков интегриран приод неспорно е дека треба да негува и применува и првиот програмски сервис МРТ.

Собранискиот канал, чие постоење во основа треба да биде едно од средствата за граѓанска проверка на народните избраници, треба да се профилира во вистински програмски сервис кој ќе биде интегрален дел од МРТ. Несомнено е дека во едно демократско општество постои потреба да се воспостави директна врска меѓу граѓаните – гласачи и нивните избраници во парламентот. Советот уште од 2007 година се залага, а тоа се и клучните забелешки од Конференцијата за радиодифузно пренесување на парламентарните активности преку посебни ТВ канали и јавни радиодифузни системи²⁰ дека контролата врз каналот не треба да ја има Собранието, туку е неопходно да се обезбеди негова уредувачка независност; треба да се емитираат независни квалитетни програми преку кои известувањето за парламентарните активности ќе се направи

18 Совет за радиодифузија на Република Македонија (2010) Анализа на програмите на МРТ 2010 година, стр.: 50.

19 Advisory Committee on the Framework Convention for the Protection of National Minorities: Second Opinion on "the former Yugoslav Republic of Macedonia", Adopted on 23 February 2007, стр.: 22, достапна на: <http://www.unhcr.org/refworld/category/COI/COESFCPNM/MKD/487778032/0.html>:

20 Организирана во октомври 2006 година од Интерпарламентарната унија, Асоцијацијата на генерални секретари на парламенти и Европската радиодифузна унија.

поинтересно и поразбирливо имајќи го пред сè предвид досегот до публиката, а не рејтингот. На Конференцијата²¹, исто така се покренати и неколку други прашања – некои од нив веќе загатнати во Македонија, а некои нови. На пример, се посочува дека и самите парламенти можат да направат нешто за подобро да ја искористат оваа можност и директно да ги исполнат барањата за транспарентност и одговорност во сопственото работење²². Исто така, се наведува дека најуспешните канали се оние кои не го покриваат само парламентот туку целиот политички процес²³. Може да се размислува и за пренесување на настани од Европскиот парламент и така граѓаните директно да се информираат за политичките настани таму.

Потребата од промени на сегашниот начин на уредување на Собранискиот канал најјасно се гледа од фактот што на каналот кој треба да биде концентриран на работата на Парламентот, активностите на Законодавниот дом во 2011 година, биле застапени со само 14,49% во програмата²⁴. Во 2010 година, речиси трипати позастапени биле програмите емитувани со логото на МРТ, отколку собраниските активности²⁵. Нужноста од промени и правците за неговиот развој во иднина, освен Советот за радиодифузија, ги имаат посочено и субјекти од невладиниот сектор во Македонија во своите анализи на Јавниот радиодифузен сервис. Така, авторите на „Анализа на јавната радиодифузија во Република Македонија во контекст на европската медиумска политика“, прецизираат дека уредувачката одговорност врз каналот треба да ја има МРТ, на него треба да се емитираат само собраниски активности, Собранието не треба да формира посебен правен субјект, но да остане инволвирано во формулирањето на програмскиот концепт заедно со уредништвото од МРТ. Исто така, се препорачува на изработката на новиот концепт да му претходи споредбена анализа на ваквите канали во другите земји во Европа.²⁶

Врз основа на наведените претходни македонски анализи и врз основа на споредбата и примерите од Конференцијата за радиодифузно пренесување на парламентарните активности, идната концепциска поставеност на Собранискиот канал може да се темели врз следниве постулати:

- Уредувачката одговорност за сервисот да се врати во рацете на Македонската радиотелевизија, со што би се отстранила и сегашната колизија со Законот за радиодифузната дејност, каде во член 11 се прецизира дека државни органи не можат да вршат радиодифузна дејност, а во член 4 јасно се посочува дека радиодифузерот има уредничка одговорност. Вака ќе се обезбеди почитување на принципот на самостојност, независност и одговорност на овој сервис и ќе се гарантира уставното право на слобода на изразување, примање и пренесување информации или идеи. Советот на Собранискиот канал може да учествува во креирањето на генералниот концепт на каналот, но не и во неговата уредувачка политика;

18 The Challenge of Broadcasting Parliamentary Proceedings, стр.: 30 - 32 достапно на: http://www.ipu.org/pdf/publications/ebu_en.pdf

22 Во Шведска законодавниот дом вовел нови процедури за работа така што најпрвин мнозинството треба да го објасни својот предлог, за јавноста да може да ја разбере дебатата што ќе следува.

23 И повторно е наведена како пример Шведска во која за да се направи рамнотежа, при пренесувањето на прес – конференциите на владата, на опозицијата и се дава простор во самиот парламент да опонира и да го изнесе својот став.

24 Совет за радиодифузија (2011) Извештај од анализата на телевизиските програмски сервиси на јавниот радиодифузен сервис МРТ (3-9 октомври 2011 година) стр.: 25 достапно на: http://www.srd.org.mk/images/stories/Analiza_na_TV_programski_servisi_na_JRS_MRT.doc

25 Совет за радиодифузија на Република Македонија (2010) Анализа на програмите на МРТ 2010 година, стр. 53.

26 Трпевска С., Јакимовски Љ., Шопар В., Петковска Б. и Трајкоска Ж. (2010) „Анализа на јавната радиодифузија во Република Македонија во контекст на европската медиумска политика“, Македонски институт за медиуми и Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Скопје стр:23 достапно на: http://vs.edu.mk/attachments/1142_277_izvestaj.pdf

- Каналот пред сè би бил посветен на работата на Собранието, би ги задржал сегашните преноси или одложени емитувања од седниците на Парламентот и на неговите тела, но на повисоко ниво на техничка изведба и на професионално новинарство;
- Освен ова, каналот во еден дел би се посветил и на следење на активностите на Владата и на Претседателот на државата. Во концептот треба јасно да се посочи во кои случаи и со кои свои активности на програмата на овој сервис би се појавувала Владата (директен пренос или снимки од одреден број седници, прес-конференции и обраќања на премиерот). Притоа за да се обезбеди баланс во покривањето на политичките процеси во државата и плурализам на политички гледишта на сервисот, на секое појавување на Владата – парламентарната опозиција би имала соодветно време уште од Парламентот (од посебни места за давање изјави или од посебно студио) да го изнесе својот став или коментар за темите на кои се осврнала извршната власт. Исто така, во концептот би се прецизираше и кога и како на овој канал би се известувало за активностите на Претседателот на државата;
- И покрај сите овие дополнувања, на каналот ќе остане многу простор што треба да се искористи за формулирање програмска шема која ќе се состои од емисии вообличени пред сè во жанровите со информативна функција во кои ќе учествуваат пратениците. Жанровски тоа би можеле да бидат: актуелно - информативни емисии со интервјуа и дебати, актуелно - информативни емисии со документаристички пристап, магазински изданија или специјализирани емисии за одредена целна група, за одредено прашање од поширок јавен интерес или за активностите на Европскиот парламент. Притоа, оваа шема треба да биде релативно стабилна (планирана во време кога Собранието обично/најчесто нема активности) за да може публиката со извесна сигурност да знае кога и каде може да гледа одредени емисии²⁷;
- За одредени прашања, може да се презентираат ставовите и мислењата на вонпарламентарните политички партии;
- Во идното законско решение треба да се направи допрецизирање на одредбите за средствата што се издвојуваат за овој канал од Буџетот на државата, така што ќе се предвиди колкав е тој процент, како и дека тие средства автоматски ќе се префрлаат на посебна сметка за овој сервис, при што МРТ ќе биде должна да ги користи само за тој сервис и да ги прикажува одвоено во финансискиот извештај.

Во целината на понудата на МРТ, значаен сегмент се и радио програмите и тоа Првата програма на Македонско радио – Радио Скопје, Македонско радио – Радио два, Македонско радио – Програма на етничките заедници, Канал 103 - алтернативна радиопрограма која се емитува во регионот на Скопје, како и програмски сервис наменет за иселениците од Македонија и посебни програми на странски јазик за соседните држави и Европа.

Две третини од програмите на Радио Скопје се информативни, а останатиот дел е рамномерно распределен меѓу содржините со образовна и со забавна функција. Тоа е пред сè информативен сервис на граѓаните со жанровски разновидна понуда на емисии за различни теми и области, за локални настани, за различни сегменти од публиката (земјоделци, деца, слепи лица, љубители на македонска народна музика и др.), кои во поголем дел се емитуваат во соодветен термин. „Исклучок се програмите од областа на културата/уметноста, кои најчесто се емитуваат во доцните ноќни часови, поради што е и

²⁷ Предлогот за стабилност на шемата е во контекст на советот даден од претставникот на Би-Би-Си Парламент на Конференцијата на

Интерпарламентарната унија, Асоцијацијата на генерални секретари на парламенти и Европската радиодифузна унија, и подетално може да се разгледа во „The Challenge of Broadcasting Parliamentary Proceedings“, стр.: 7 достапно на: http://www.ipu.org/pdf/publications/ebu_en.pdf

заклучокот дека првиот програмски радио сервис е генерално, но не и целосно универзално достапен.²⁸ Всушност, во глумот доба од ноќта, поради одлука донесена од Јавниот сервис, се поместени содржините кои некогаш беа посебна програма – Трета програма позната уште и како Радио култура. Фактот што програмата не е целосно укината индицира дека во МРТ постои свест оти нејзиното постоење е важно за остварувањето на мисијата на јавен сервис.

Во текот на последните неколку години, Радио два континуирано работи на тоа да „се профилира како медиум кој забавува и е со карактеристики послични на комерцијалните медиуми отколку на јавен сервис.“²⁹ Повеќе од половината од програмата е со забавна функција која жанровски не е посебно разновидна – има забавни, пред сè музички, емисии (со доминација на поп музиката), забавно - информативни и спортски. „Сумирано, нема емисии за конкретни целни групи, доминира музиката, има многу мал обем на говор, програмските содржини не се многу разновидни, вести речиси и да нема, а нема ниту информативни програми кои би обезбедиле форум за јавни дебати, а со исклучок на две – три емисии речиси и да нема емисии по кои е препознатлив овој сервис.“³⁰

Доколку во Јавниот сервис постои тенденција Радио Скопје и Радио два да се гледаат како комплементарни сервиси, од кои првиот ќе биде предоминантно информативен, а вториот повеќе забавен, тогаш е потребно овој концепт подобро да се осмисли, особено во делот на Вториот програмски сервис кој не треба да настојува да се приближи до комерцијалните радија. Јавниот сервис треба на публиката да и понуди поинаква забава од онаа што ја нудат комерцијалните радија, особено што во минатото на Втората програма на Македонското Радио имаше многу примери како тоа може и треба да се изведе.

Радиопрограмата на јазиците на етничките заедници е конципирана така што во текот на претпладнето и на попладнето се емитуваат програмите на албански и на турски јазик, а во меѓупросторот се поместени содржините од редакциите на бошњачки, влашки, ромски и српски јазик. Емисиите на албански и на турски јазик најчесто се реализираат со водител од студио и со информации од дописници, така што може да се рече дека програмата изобилува со информативни содржини, сервисни информации, информации за актуелни настани од областа на економијата, образованието, културата и друго. Емисиите на другите четири редакции, поради краткотрајноста се целосно посветени на една тема. Општо погледнато, околу четири петтини од програмите имаат информативна функција, потоа следуваат содржините со забавна и на крајот оние со образовна функција. Препораката за интегриран приод во создавањето емисии – е применлива и кај Програмата на јазиците на етничките заедници на Македонското Радио.

Генерално, може да се констатира дека на програмските сервиси што ги нуди јавниот радиодифузен сервис им е потребна заедничка уредувачка политика.

МРТ, заради остварување на јавниот интерес, во своите програми треба да води сметка и за зачувување и негување на националниот идентитет и јазичната култура. Ова законски е регулирано со одредбите дневно на ТВ програмите да емитува 30%, а на радио сервисите 40% програма изворно произведена на македонски, односно на јазиците на етничките заедници, и да емитува 45% вокално – инструментална музика на истиот јазик. На телевизиските сервиси таа ги исполнува обете обврски за заштита и негување на

28 Совет за радиодифузија (2012) Анализа на радио програмските сервиси на јавниот радиодифузен сервис МРТ (3-9 октомври 2011 година) стр.: 13 достапна на: http://www.srd.org.mk/images/stories/Analiza_na_radio_programskite_servisi_na_javniot_radiodifuzen_servis_MRT_3-9_Oktomvri_2011_godina.pdf

29 Ибид. стр.: 2

30 Ибид. стр.: 22

културниот идентитет, меѓутоа, повремено има проблем со остварување на обврската за емитување вокално - инструментална музика на македонски јазик на радио сервисите.

Македонската радио телевизија, преку својата веб-локација, нуди нелинеарна услуга MTB ON DEMAND преку која може да се пристапи до некои од нејзините телевизиски продукти. Меѓутоа, на оваа страница нема никаква информација за понудата на Македонското радио. МРТ мора да размислува и своите радио програмски сервиси самата да ги направи достапни преку Интернет и во живо и на барање. Давајќи услуга радио на барање, таа ќе може да обезбеди поголема слушаност, особено на содржините кои се наменети за помалите публики (на пример емисиите од културата што ги емитува во текот на ноќта или содржините емитувани на Канал 103, а кои вообичаено може да ги слуша само публиката во Скопје), а истовремено ќе фати чекор со актуелниот развој во радиодифузијата.

1.2.2 Трговски радиодифузни друштва

Трговските радиодифузни друштва имаат јасно прецизиран формат во својата дозвола. Но, во рамките на тој формат тие имаат целосна слобода да формулираат програмска шема и да носат уредувачки одлуки за тоа како ќе го реализираат форматот. Имено, секоја од медиумските функции може да се остварува низ поголем број најразновидни жанрови.³¹

И покрај широкиот дијапазон опции, терестријалните телевизии кои емитуваат на државно ниво имаат многу слична програма во која доминираат содржините со забавна функција, а меѓу нив најмногу лесната играна програма (теленовели и сапунски опери).

Од шесте сателитски телевизии кои емитуваат програма, две имаат значителен обем на забавни содржини, додека останатите на своите гледачи им нудат жанровски поразновидна програма.

Што се однесува до комерцијални трговски радиодифузни друштва кои емитуваат радиопрограма, тие треба да се разгледуваат во две групи зашто програмските очекувања од нив се различни поради форматот. Од една страна е говорно-музичкото радио кај кое говорните содржини претежно ја остваруваат информативната функција. Другата група ја сочинуваат музичко- говорните радија со општ формат кои нудат големи количини англиска поп музика.

Од регионалните телевизии се очекува да бидат повеќе насочени кон поспецифичните потреби на скопската публика, но, во основа, сите овие медиуми емитуваат сервис во кои доминира забавната функција, со акцент на играната програма или на музиката или на комбинација од двете.

Локалниот телевизиски пејзаж е монохроматски – речиси сите ТВ станици на локално ниво емитуваат претежно програма со забавна функција во која доминираат најчесто музиката или играната програма. Исклучок се само 5-6 телевизии кои покажуваат посериозен пристап кон организирањето и реализацијата на програмската шема од аспект на обезбедување жанровска рановидност. Во овој контекст, а имајќи предвид дека локалните медиуми треба примарно да водат сметка за потребите на локалната публика, Советот за радиодифузија континуирано го потенцира значењето на локалните информации. Една од мерките со кои настојува практично да ги мотивира локалните

31 Со информативна функција се: вестите, информативната програма, информативно-забавната, инфо-сервисот; со образовна функција: образовната, документарната, документарно-забавната, образовно-забавната програма; со забавна функција се: забавната, забавно-информативната, играната, спортската, музичката програма, квизовите, игрите, реалните шоу програми. Во зависност од начинот на обработка на информациите во програмите со теми од областа на културата, уметноста и хуманистичките науки, тие можат да исполнуваат која било од трите функции. За детали види ја Одлуката за класификација на радио и на телевизиските програми, достапна на: http://www.srd.org.mk/images/stories/Odluka_zaklasifikacijana_radio_i_na_televiziskite_programi.pdf

радиодифузери да емитуваат информации за настани од подрачјето на кое зрачат програма, е тоа што при доделување дозволи ваквата понуда добива повеќе бодови. Сепак, увидот во програмата на овие медиуми покажува дека само помал број меѓу нив обезбедуваат локални вести, а истражувањата на ставовите на публиката за ТВ и радио програмите од 2007, 2009 и 2012 година покажуваат оти голем процент од испитаниците (во некои случаи повеќе од две третини) не ги користат локалните ТВ или радио станици за да се информираат за дневните настани.

Регионалните и локалните радија во основа нудат забавна програма, а во музичкиот избор преовладува поп музиката; помалку се присутни другите музички жанрови (освен кај радиостаниците специјализирани за одреден вид музика); нумерите се најчесто од англиското говорно подрачје или од поранешна Југославија.

Мал број медиуми во Македонија, при осмислувањето на својата програмска понуда тргнуваат од идејата да бидат поинакви, оригинални, да изградат програмска шема која со квалитет ќе настојува да придобие публика или која ќе тргне од некоја препознаена потреба на публиката која сè уште не е соодветно третирана во медиумската понуда и ќе настојува да одговори на неа.

За да се стават податоците за понудата во контекст на нивната целисходност, потребни се информации за тоа што гледа и слуша публиката во Македонија. Според податоците за гледаност на програмите, во периодот од првите шест месеци во 2012 година, публиката најмногу ги гледа и слуша програмите кои и нудат забава, особено сапунските опери и спортот. За комерцијалните радиодифузери е логично да се очекува оти во своето работење ќе носат деловни одлуки мотивирани од барањата на публиката, но сепак треба да се има предвид дека постојат низа други програми со забавна функција, многу од нив и со повисока продукција, кои можат да им се понудат на гледачите како форма на забава поразлична од вообичаената.

Сепак, за да се освои публика на долг рок, нужно е да се понуди нешто повеќе отколку имитирањето нечиј програмски сервис, зашто тоа доведува до монотонија на понудата отколку до континуиран пораст во уделот на гледаноста. Тоа може во текот на извесен период да ги намали очекувањата на публиката за тоа што може да добие од медиумите. Ваквото намалување на стандардот за тоа што може да се очекува од медиумите во Македонија - само по себе би било поразително, но би било премногу песимистички да се смета дека квалитетната програмска понуда нема да се појави или да биде препознаена. Особено ако се имаат предвид сознанијата од Истражувањето на ставовите на публиката од 2012 година, дека телевизија примарно се гледа за информирање, а не за забава и оти во македонскиот радиодифузен пејсаж препознаваат недостиг од домашни специјализирани сервиси³².

Во секој случај, за да се обезбеди поголема жанровска разновидност, потребно е да се продолжи со инсистирањето на тоа медиумите на сите нивоа (државно, регионално и локално) да се придржуваат кон програмските услови од дозволата.

Регионалните и локалните медиуми пак, треба да го прифатат фактот оти локалната публика треба да ја освојат нудејќи и квалитет и локал(изира)ни содржини. Исто така, во текот на дигитализацијата треба особено да се води сметка да не се изгубат локалните медиуми, зашто нивното исчезнување секако ќе биде загуба.

Потребно е да се пропише законска обврска за трговските радиодифузни друштва со телевизиски програмски сервиси во текот на една календарска година да емитуваат премиерна изворно создадена играна програма на македонски јазик или на јазиците на мнозинските заедници, и тоа: на државно ниво - најмалку 20 часа (во 2013 и 2014 година најмалку 12 часа), на регионално ниво – најмалку 8 часа (во 2013 и 2014 година најмалку 5 часа) и на локално ниво - најмалку 5 часа (во 2013 и 2014 година најмалку 3 часа). Ова ќе

32 Детали се дадени во Точка 1.1.2

помогне и за остварување на обврските за зачувување и негување на националниот идентитет и јазичната култура. Имено, комерцијалните медиуми имаат обврска дневно да емитуваат 30% програма изворно произведена на јазикот на кој, според дозволата за вршење радиодифузна дејност, треба да го емитуваат програмскиот сервис, и 30% вокално–инструментална музика на тој јазик. Комерцијалните телевизии во принцип ги остваруваат двете обврски, иако последниве две години се почесто може да се констатира неисполнување на обврската за емитување изворно создадена програма, како на македонски јазик, така и на јазиците на етничките заедници што живеат во Македонија. Ова е видливо кај сите телевизии и на државно и на регионално и локално ниво. Комерцијалните радио станици често не ја исполнуваат обврската за емитување вокално–инструментална музика на македонски јазик. Понекогаш содржините со кои се исполнуваат овие обврски се распоредени во помалку атрактивните и помалку достапните периоди од програмата поради што, законските одредби треба да се задржат во идната регулатива, со тоа што ќе се предвиди тие да се остваруваат во периодот од 6 до 1 часот. Освен ова, при хармонизирањето со легислативата на Европската унија треба да се предвиди обврска за комерцијалните телевизиски станици што емитуваат програма на државно ниво, да резервираат 10% од нивниот буџет за европски аудиовизуелни дела од независни продуценти.

Покрај сето ова, треба да се размислува и за други механизми за поттикнување на домашната телевизиска продукција. Ова може да се реализира преку издвојување средства од Буџетот на државата или со други мерки кои би биле наменети за стимулирање домашна продукција. Притоа, распределбата на средствата да се реализира преку јавна конкурсна постапка врз основа на прецизни и транспарентни критериуми.

1.3 Плурализам на политички гледишта и плурализам на публиката

Кога се разгледува плурализмот на политичките гледишта како аспект на медиумскиот плурализам, треба да се има предвид дека различните медиумски платформи имаат различни барања во поглед на непристрасноста. Од една страна, за радиодифузерите, особено за јавниот радиодифузен сервис, постои со закон пропишана определба дека нивните програми треба да бидат отворени за различни политички мислења и гледишта и дека треба објективно и непристрасно да ги прикажуваат настаните при што ќе им обезбедат еднаков третман на различните гледишта и мислења за да и овозможат на публиката слободно да го формира своето мислење за различните настани и прашања. Од друга страна, печатот е дерегулиран, а имајќи го предвид неговиот историски развој, вообичаено е меѓу печатените медиуми да има и такви со позната политичка провиниенција. Онлајн медиумите во Македонија, исто така, се целосно дерегулирани и тие, од новинарски аспект, се сфера која сè повеќе добива на значење како извор на информации. Како што покажуваат податоците од истражувањата на ставовите на публиката за програмите во 2007 година 11,6% од испитаниците секојдневно го користеле Интернетот за да се информираат, таа бројка во 2009 година пораснала на 31,7%, а во 2012 година изнесува 39%. Во 2010 година направен е преглед на тоа какви онлајн медиуми и се достапни на публиката во Македонија при што:

„...утврдена е поделбата на веб-страниците во две групи на информативни веб-страници. Првата ја сочинуваат веб-презентациите на традиционалните медиуми, односно во неа спаѓаат онлајн изданијата на весниците, на телевизиите и на радијата. Во втората група влегуваат веб-страниците на медиумите кои функционираат само на Интернет и таа е натаму поделена на три подгрупи: забавни информативни веб-страници, тематски информативни веб-страници и информативни веб-страници за вести. Истражувањето се задржува и на веб-презентациите на новинските агенции и на

онлајн агрегаторите на вестите.³³ (Во горниот цитат се користи поимот веб-страници, наместо попрецизниот термин веб-локации).

Ова е поле чија регулација допрва ќе треба, и законски и особено практично, да се ефектуира во Македонија. Имено, европските искуства од примената на Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги покажуваат дека прашањето на регулирањето на нелинеарните аудиовизуелни медиумски услуги кои се нудат онлајн е едно од посложените, бидејќи не сè што може да се најде на Интернет е медиум и не секој онлајн медиум подлежи на регулација³⁴.

Специфичноста на барањето за отвореност на програмите за различните гледишта и особено за непристрасност, е во тоа што на радиодифузерите им се гарантира и самостојност, независност и одговорност при создавањето на програмите и креирањето на уредувачката политика. „...Непристрасноста не може да се измери прецизно ...[бидејќи]... во практиката, парцијалниот избор или изоставување весте би било суптилно, такво за кое би било тешко, преку регулативата, да се идентификува и/или докаже.³⁵“ Згора на тоа, улога има и контекстот на известување, во смисла на „...природата на темата, типот на програмата или каналот, претпоставеното очекување на публиката за содржината и за степенот до кој содржината и пристапот и се сигнализирани на публиката. Контекстот...е важен“³⁶.

Токму од аспект на контекстот, податливи за извлекување заклучоци во поглед на плурализмот на политичките гледишта се периодите на изборна кампања, кога сите медиуми кои ќе одлучат да информираат за неа се обврзани тоа да го прават почитувајќи јасни правила за балансирано известување врз принципот на пропорционалност или еднаквост, во зависност од типот на изборите и големината на медиумите (кои емитуваат на државно, регионално или локално ниво)³⁷. Наодите од мониторинзите на овие периоди, како и сознанијата од други анализи изработени од Советот за радиодифузија³⁸, покажуваат дека поголем број од медиумите за време на изборите не водат сметка за обезбедувањето плурализам на политички гледишта. Има медиуми кои низ изборните процеси напредувале во професионалноста и постигнале баланс во известувањето, но има и такви кои назадувале кон дисбаланс во известувањето.

Токму поради ова особено е важно во наредниот период да се работи на подобрување на редакциската култура кај медиумите, пред сè преку подигнување на нивото на почитување на професионалните новинарски принципи.

33 Петреска – Камењарова Е., Ричлиев З. и Трпеска С. (2010) Состојбата со онлајн медиумите и онлајн новинарството во Македонија, Македонски институт за медиуми, стр.: 5

34 Повеќе детали за актуелните трендови во Европа за тоа како да се определи што сè претставува нелинеарен сервис кој треба да подлежи на регулација видете Глава 1.4 Нелинеарни програмски сервис

35 OFCOM (2012) Measuring Media Plurality: Ofcom's advice to the Secretary of State for Culture, Olympics, Media and Sport, стр.: 16, достапно на: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/measuring-plurality/statement/statement.pdf>

36 Ибид.

37 Деталните резултати од мониторинзите на изборните процеси одржани од донесувањето на првата Стратегија за развој на радиодифузната дејност (2007 година) се објавени во: Совет за радиодифузија на Република Македонија (2008) Извештај од медиумското покривање на предвремените избори за пратеници во Собранието на РМ во 2008 година, Совет за радиодифузија на Република Македонија (2009) Извештај од медиумското покривање на претседателските и локалните избори во 2009 година и Совет за радиодифузија на Република Македонија (2011) Извештај од мониторингот на медиумското покривање на предвремените избори за пратеници во Собранието на Република Македонија во 2011 година.

38 Значајни показатели за плурализмот на политичките гледишта даваат и Извештај од мониторингот на јавниот радиодифузен сервис – Политичкиот плурализам во телевизиските весте, стр.: 3 достапно на: http://www.srd.org.mk/images/stories/Izvestaj_od_monitoringot_na_JRS_-_Politickiot_pluralizam_vo_TV_vestite.doc и Совет за радиодифузија на Република Македонија (2010) Политичкиот плурализам во вестите на МРТ, стр.: 27 – 28.

Сето она што го произведуваат и емитуваат медиумите е наменето за публиката. Целта на нивните вести е да ја информираат публиката, но и да извршат влијание врз процесот на создавање и формулирање на јавното мислење.

Оттаму, политичкиот плурализам во Македонија мора да се разгледува и од аспект на плурализмот на публиката, односно да се процени достапноста на медиумите до граѓаните, степенот на конзумирање или активно користење преку анализирање и/или поддржување одредени политички верувања и мислења што се пропагираат преку медиумите, и степенот на нивно критичко оценување.

Ваквата контекстуализација е возможна со употреба на резултатите од истражувањата на ставовите на публиката за програмите на телевизиите и радијата кои Советот за радиодифузија ги нарача во 2007, 2009 и 2012 година³⁹.

Се покажува дека публиката како извор на информирање за дневните настани најмногу ја користи телевизијата. Според податоците за 2012 година 75% од публиката секојдневно се информира од телевизијата, иако меѓу 2009 и 2007 се забележува опаѓање од 85,1% на 77,3%. Од радиото во 2012 секој ден се информираат 14%, односно продолжува континуираниот пад во користењето забележан и меѓу 2007 – 28,6% и 2009 – 22,6%. Кон печатот како кон извор на информации се вртат 24%. Меѓу претходните две истражувања имало пораст во неговото користење од 31,5% во 2007 година на 34,1 во 2009, што може да се должи и на користењето на веб-локациите на весниците. Најголем пораст како платформа која се користи за секојдневно информирање доживеа Интернетот кој во 2012 го користат 39%, а меѓу 2007 и 2009 пораснал од 11,6% на 31,7%.

Споредбените резултати покажуваат дека публиката смета оти во дневно – информативните емисии се намалуваат информациите за различни политички гледишта. Исто така, публиката препознава: влијание на власта врз вестите на Јавниот сервис, влијание на сопствениците врз комерцијалните медиуми и влијание на политиката врз вестите во принцип.

Кај комерцијалните медиуми потребно е да се преземат мерки за јакнење на позицијата, и економска и професионална, на новинарите, да се инсистира на подобрување на културата на информативните редакции, да се работи на подигање на свеста и кај сопствениците и кај новинарите за потребата да се издвојат управувачките од уредувачките одлуки, односно за важноста на независноста на уредувачката политика.

1.4 Нелинеарни програмски сервиси

1.4.1 Актуелна состојба

Развојот на информациско - комуникациските технологии овозможи, во изминатите пет години, во Република Македонија да се појават нелинеарни медиумски услуги, односно услуги за гледање програми во време избрано од корисниците на нивно индивидуално барање врз основа на каталози со програми селектирани од давателите на услугите. На граѓаните им се нудат нелинеарни услуги во неколку појавни форми. На пример, постојните линеарни сервиси - пред сè телевизиите на државно ниво и уште неколку телевизии на локално ниво - преку своите веб-локации, ги прават достапни содржините што веќе ги

39 Станува збор за истражувањата Програмски преференци на ТВ и радио публиката спроведено од СММПИ (Strategic Marketing and Media Research Institute) од Скопје (мај 2007 година), Испитување на мислењето на публиката, реализирано од Агенција Рејтинг од Скопје (август 2009 година), Истражување на мислењето на публиката изработено од Институтот за демократија "Societas Civilis" од Скопје (август 2012 година).

емитувале (обично прилозите од вестите или од други емисии од сопствено производство) и така овозможуваат нивно подоцнежнo или репризно гледање/слушање, односно нудат услуга која во англиското говорно подрачје е позната како форма на catch – up TV или catch – up radio. Програмата на речиси сите радија може да се следи во живо преку Интернет, а едно радио кое емитува програма на државно ниво има посебни Интернет канали за одреден вид музика (латино, денс, љубовни песни). За поедноставно остварување директен контакт со корисниците, повеќето медиуми (и радија и телевизији) имаат профил на социјалните мрежи Facebook и Twitter.

Некои од операторите на комуникациски мрежи овозможуваат услуга видео на барање (video on demand), некои нудат можност за легално симнување програми од давателот на услугата со цел да се изнајмат, односно да му бидат достапни на гледачот во текот на одреден период (download to rent – DTR), некои нудат форма на catch – up TV на тој начин што ги прават содржините емитувани на домашните линеарни програмски сервиси достапни уште неколку дена, и слично. Во минатото се нудеше и услуга видео приближно на барање (near video on demand). Освен ова, има повеќе нелинеарни услуги кои функционираат како онлајн медиуми, односно веб-локации кои произведуваат или собираат (агрегираат) содржини од други медиуми и им ги прават достапни на корисниците кои до нив пристапуваат преку Интернет.

Освен нелинеарни услуги, на пазарот се нудат и телевизиски апарати (smart TV) кои овозможуваат гледачот да ги користи придобивките на т.н. поврзана телевизија (connected TV) бидејќи станува збор за хибридни уреди кои спојуваат две мрежи – од една страна овозможуваат прием на линеарни програмски сервиси, а од друга страна, преку широкопојасен Интернет обезбедуваат пристап до нелинеарни содржини.

Актуелната состојба на нелинеарната понуда на медиумски услуги во Македонија потребно е да се гледа и низ призмата на степенот и начините на нивна регулација. Законот за радиодифузната дејност од 2005 година не ги опфаќа нелинеарните медиумски услуги. Со цел да не се спречува нивниот развој додека тече процесот на хармонизација на домашната легислатива за медиуми со Директивата на ЕУ за аудиовизуелни медиумски услуги, Советот за радиодифузија потпиша меморандуми за соработка со повеќе оператори на јавни комуникациски мрежи во кои ги дефинираше правилата за давање ваков вид услуги.

1.4.2 Идна регулација на нелинеарните сервиси

Идната регулација на нелинеарните аудиовизуелни медиумски услуги, треба да се движи во правецот поставен од Стратегијата 2007-2012, бидејќи она што е таму предвидено е на линија со одредбите на Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги. Според неа, за нелинеарните сервиси се применуваат основните ограничувања на слободата на изразување согласно член 10 став 2 од Европската конвенција за човекови права и основни слободи, а нешто поинакви се правилата во врска со комерцијалните комуникации, промоцијата на европски аудиовизуелни дела и заштитата на малолетниците.

Една од работите за кои неизоставно треба да се води сметка при регулирањето на нелинеарните сервиси е потребата од степенување и разликување на медиумите во зависност од улогата што ја има медиумската услуга во процесите на производство и распространување на содржините. За ова се залага Препораката на Советот на Европа за новото поимање на медиумите⁴⁰. Тргувајќи од искуството на земјите кои својата регулатива веќе ја имаат усогласено со Директивата, Препораката посочува дека при

40 Recommendation CM/Rec(2011)7 of the Committee of Ministers to member states on a new notion of media, достапна на:

<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1835645&Site=CM&BackColorInternet=C3C3C3&BackColorIntranet=EDB021&BackColorLogged=F5D383>

примената на законите и подзаконските акти треба најпрвин да се утврди што сè, од бројните појавни облици на новите нелинеарни медиуми, може да се смета за медиум и потоа да се води сметка за степенот на одговорност. Затоа, Препораката наведува шест критериуми за препознавање на медиумите подложни на регулација во новите услови овозможени од современите информациско - комуникациски технологии. Овие критериуми (кои имаат различна тежина, односно не се сите задолжителни) се: намера да се дејствува како медиум; основни цели на медиумот; уредувачка контрола, професионални стандарди, досег и распространување на содржините и очекување на јавноста.

Сите критериуми треба да се применуваат флексибилно, да се имаат предвид континуираниот развој на сферата, нејзината мултидимензионалност, различните нивоа на уредувачка контрола кои носат различен степен на одговорност. Сето ова значи дека новата регулативна рамка треба да обезбеди јасна заштита на медиумите и јасно да ги постави нивните основни обврски и одговорности, а при нејзината примена да постои практика на степенување и разликување.

1.5 Непрофитни медиуми (медиуми на заедниците)

Со Законот за радиодифузната дејност од 2005 година е воведен третиот радиодифузен сектор – непрофитна радиодифузна установа. Воедно, посочен е профилот на субјектите кои можат да основаат непрофитна радиодифузна установа (образовни, културни и други установи и здруженија на граѓани и фондации) и на програмската содржина, со оглед на тоа дека треба да бидат задоволени потребите и интересите на специфични целни групи.

Во поглед на типот на медиум, европските искуства се различни – најчесто станува збор за радија, иако не е непознато постоењето на локални и регионални телевизиски станици. Оттаму и промените во терминологијата – наместо радио на заедницата, се почесто се користи медиум на заедницата. Според сегашната законска поставеност, во Македонија, непрофитна радиодифузна дејност може да се врши само преку радио.

Основната цел на постоењето на медиумите на заедниците не е да генерираат профит, туку да го зајакнат идентитетот на специфични интересни групи или заедници, додека истовремено им овозможуваат на нивните членови да се интегрираат со други групи во општеството. Тоа се постигнува со програмски содржини создадени посебно за овие заедници (алтернативна музика, извештаи и дебати на теми кои обично не се опфатени во популарните медиуми, програми водени од малцинства или на странски јазици, програми за меѓукултурен дијалог, образовни програми и многу други).

Меѓутоа, не треба да се пренебрегне фактот дека за да се обезбеди функционирање на медиумите на заедниците, потребни се извесни финансиски средства. Во повеќето европски земји се дозволени и други приходи, како на пример од реклами, со тоа што тие средства не се користат како профит туку се реинвестираат во медиумот.

Улогата на медиумите на заедниците е нагласена и во Декларацијата на Комитетот на министри на Советот на Европа од 11 февруари 2009 година за улогата на медиумите на заедницата во промовирањето на општествената кохезија и меѓукултурниот дијалог⁴¹. Во Декларацијата се посочени карактеристиките кои во поголем или помал степен ги споделуваат медиумите на заедниците: независност од Владата, комерцијалните и религиозните институции и политичките партии; непрофитен карактер; доброволно учество на членовите на граѓанското општество во создавањето и менаџирањето на програмите; активности насочени кон општествена полза и добробит на заедницата; сопственост на

41 Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue, достапна на: http://www.cmfe.eu/docs_Declaration_Community_media_adopted_CM-11-02-09E1.pdf

заедниците и одговорност кон заедниците на кои им служат; посветеност на инклузивни и меѓукултурни практики.

Во Македонија, досега се доделени 4 дозволи за непрофитни радија. Од нив, три се наменети за студентската популација, а една за задоволување на специфичните потреби и интереси на турската немнозинска етничка заедница на подрачјето на Штип и најблиската околина, но по нешто повеќе од една година, радиото престана со работа од финансиски причини.

За да се овозможи развој на овој сектор во радиодифузијата потребно е да се изработи посебен концепт за развој на медиумите на заедницата во кој акцент ќе биде ставен на радиото на заедницата. Со него треба да се предвидат параметрите според кои ќе се утврдува кои заедници можат да ги задоволат своите медиумски потреби преку радио на заедницата, при што треба да се разгледа како овој сектор да се користи и за развој на мултикултурноста и за зачувување и негување на културите на помалите етнички заедници.

1.6 Програмски стандарди за човековите права

Нивото на почитување на професионалните и етичките стандарди во медиумите и во новинарството како професија во Македонија е во опаѓање. Ова не е еднострана констатација на Регулаторот, туку факт препознаен и од самата медиумска сфера и забележан во Акцискиот план за подобрување на состојбата со медиумите во Република Македонија на Македонскиот институт за медиуми и Здружението на новинарите на Македонија во кој едно од трите заглавија е насловено „Квалитет на новинарството, етички и професионални стандарди“⁴². Создаден во неколкумесечен процес во кој учествуваа медиумски експерти и професионалци инволвирани директно во секојдневното работење на медиумите (сопственици, уредници, новинари), документот констатира дека етичките и професионалните стандарди не се почитуваат, дека постои „трансмисионо/униформирано новинарство... растечки тренд на таблоидизација на медиумите и доминирање на пропагандата“, квалитетот на новинарските прилози, особено на локално и регионално ниво е „уште позагрижувачки“, недостига истражувачко новинарство, јавноста недоволно знае како изгледа професионалното новинарство, а причините можат да се најдат кај многубројноста и сопственичката структура на медиумите, економската зависност на новинарите и отсуството на континуирана дебата меѓу сопствениците и новинарите, како и во непостоењето ефикасна саморегулација⁴³.

Погледнато од регулаторен аспект, фокални точки за разгледување на нужноста од зголемување на нивото на професионалност во радиодифузијата се дискриминацијата врз различни основи, непочитувањето на човековото достоинство и говорот на омраза. Дотолку повеќе што слабости при почитувањето на професионалните новинарски стандарди за овие прашања се детектирани и во повеќе други анализи на медиумскиот дискурс во Македонија. Говорот на омраза е прашање кое сериозно треба да се третира без оглед дали се појавува често или не. Оваа сериозност ја покажува и интензивирањето на проучувањето на прашањето на европско тло. И натаму не постои унифицирана дефиниција за говорот на омраза, но обично се цитира онаа од Препораката Бр. R(97) 20 на Советот на Европа за „говорот на омраза“ според која тоа е поим кој ги опфаќа „сите форми на изразување, што шират, поттикнуваат, промовираат или оправдуваат расна омраза, ксенофобија, антисемитизам или други форми на омраза, засновани врз

42 Македонски институт за медиуми и Здружение на новинарите на Македонија (2012) Акцискиот план за подобрување на состојбата со медиумите во Република Македонија, стр. 10, достапно преку: http://www.mim.org.mk/index.php?option=com_k2&view=item&id=405:akciski-plan&Itemid=90&lang=mk

43 Ибид. стр:14 - 15

нетрпеливост вклучувајќи и нетрпеливост изразена преку агресивен национализам и етноцентризам, дискриминација и непријателство кон малцинствата, емигрантите и лицата со емигрантско потекло⁴⁴. Сепак, за да помогне во полесното идентификување на границата - каде јавно искажаниот збор преку медиумите излегува од гарантираната неповредливост на слободата на говорот, Советот на Европа во 2009 година објави и Прирачник во врска со говорот на омраза. Тешкотија кај утврдувањето на говорот на омраза, претставува тоа што „...овој вид говор не се манифестира себеси неизбежно преку изразување 'омраза' или емоции. 'Говорот на омраза' може да биде сокриен во изјави кои на прв поглед може да се чинат рационални и нормални“⁴⁵. Затоа е неопходно при носењето одлука дали изнесувањето одреден став претставува водење демократска дебата или говор на омраза да се следи постоечката судска и институционална пракса (и на Европскиот суд за човекови права и на македонските судови и институции). Освен ова, за да им се даде на медиумите и новинарите насока како да постапуваат во случаите на говор на омраза, упатно е да се изработи подзаконски акт во кој ќе се разработат начините како медиумите да обезбедат почитување на законската одредба која забранува поттикнување омраза и нетрпеливост по различни основи.

Се чини дека на македонските медиуми потешко им е да оценат и кога завлегуваат во дискриминација при известување за различности, особено врз основа на род, сексуална ориентација⁴⁶ или припадност кон некоја маргинализирана група. Меѓу клучните проблеми детектирани кај медиумите⁴⁷ во поглед на третманот на маргинализираните групи се посочува тоа што дел од нив имаат сериозен отпор да го прифатат концептот „маргинализирана група“; повеќето не ги препознаваат нивната дискриминација и социјално исклучување; во коментарите на некои медиуми има негативни стереотипи, предрасуди, хомофобични и националистички изјави и говор на омраза; дел не го почитуваат правото на приватност на припадниците на овие групи или го зајакнуваат нивното негативно претставување пред и за време на изборната кампања; некои не ги почитуваат веќе изречените мерки од регулаторот, а само дел се чувствителни при изборот на соодветни изрази за именување на припадниците на маргинализираните групи. Всушност, односот кон припадниците на маргинализираните групи е едно од оние прашања кои директно задираат во почитувањето на професионалните новинарски принципи и новинарската заедница треба со нив да се соочи и да понуди решенија преку саморегулаторни акти и едукација. Едно истражување, во кое биле спроведени 28 квалитативни интервјуа со новинари и уредници, покажало оти мнозинството од нив „се согласуваат дека меѓу новинарите постојат повеќе предрасуди во однос на сексуалната определба, кон некои маргинални групи и кон луѓето со инвалидитет, бидејќи не е доволно изградена свеста дека во основа сите луѓе се еднакви“, и дури дека има и „примери кога некои новинари отворено ги потхранувале предрасудите кон некои маргинални групи и кон припадниците на 'геј' заедницата.“⁴⁸

44 Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to Member States on "Hate Speech" достапна преку: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/cm/rec%281997%29020&expmem_EN.asp

44 Webber A. (2009) Manual on hate speech, Council of Europe Publishing, стр.: 5, достапна преку: <http://book.coe.int/ftp/3342.pdf>

46 За повеќе детали види Трајановски Ж., Цветковиќ И. и Панајотов С. (2011) Медиумите и маргинализираните заедници - Медиумските дискурси и дискриминацијата врз припадниците на маргинализираните групи (корисници на дрога, сексуални работници, ЛГБТ, лица што живеат со ХИВ), достапна на: <http://archive.coalition.org.mk/images/mak%28Bang%28Bfinal%28B.pdf>

47 Овие сознанија се нотирали од Коалиција „Сексуални и здравствени права на маргинализираните заедници“ и испратени до Советот во текот на подготовката на оваа стратегија.

48 Висока школа за новинарство и за односи со јавноста (2012) „Известувањето за различностите во Македонија“ Клучни наоди од квалитативното истражување на ставовите, перцепциите и практиките на редакциите во поглед на известувањето за различностите, стр.:5-6, достапно на: http://vs.edu.mk/attachments/1141_Известување за различностите во Македонија.pdf

Една од темите поврзани со почитувањето на професионалните принципи во поглед на човековите права и слободи е и третманот што во програмите на радиодифузерите го добиваат родовите прашања и начинот на кој се претставуваат жените и мажите. Истражувањата за овие проблематики што во 2012 година ги нарача Советот за радиодифузија⁴⁹, покажуваат дека и во информативните и во забавните емисии на терестријалните телевизии кои емитуваат на државно ниво постои исклучително голема родова асиметрија. При третманот на темите постои тотална невидливост на родовиот аспект, кога се говори за функции и професии постои говорно неутрализирање на родот на тој начин што се користи машкиот граматички род на именките како наводно родово неутрален, што всушност претставува неоконзервативен пресврт. Од друга страна, постои сведување на личноста на род или возраст и стереотипизирање во случаите какви што се инсистирањето на термините „старица“ или „старец“. Во претставувањето на жените и мажите постои сексуално објективизирање на жените. Дека родот е прашање за кое е потребно да се работи на подигнување на свеста и кај медиумските работници, но и кај публиката покажува и податокот од истражувањето на ставовите на публиката од 2012 година каде 40% од испитаниците потполно се согласуваат, а 30% донекаде се согласуваат со ставот оти жените и мажите во вестите се претставуваат еднакво.

Ваквата состојба ја наметнува потребата да се обезбеди посеопфатен пристап кон прашањето на подигнувањето на нивото на професионалност меѓу медиумските работници. Секако дека е потребно да се продолжи со разните облици на формална и неформална едукација насочена кон повисок степен на почитување на професионалните стандарди. Освен ова, потребно е да се работи на полето на востановување систем на саморегулација со цел новинарите да ги препознаваат говорот на омраза, дискриминацијата врз основа на род, пол, сексуална ориентација, верска и етничка припадност и непочитувањето на човековото достоинство на припадниците на маргинализираните заедници.

1.7 Заштита на посебни групи публика

1.7.1 Малолетна публика

Заштитата на малолетната публика од програми што можат штетно да влијаат врз неа е регулирана во Законот за радиодифузната дејност и со Правилникот за заштита на малолетната публика од програми кои можат штетно да влијаат врз нејзиниот физички, психички и морален развој, кој е придружен од уште еден документ - Коментар кон Правилникот. Законот, во член 70 определува дека е забрането да се емитуваат порнографија, прекумерно насилство или други програми кои можат сериозно да го загорзат развојот на децата и младите. Член 71 пропишува обврска за класификација на програмите, а Правилникот и Коментарот кон него⁵⁰ попрецизно им објаснуваат на медиумите врз основа на кои параметри да ја класифицираат својата програма, со која акустична и визуелна сигнализација да ја означуваат и како, и во кои временски периоди да ја емитуваат. За нивната примена Советот спроведе низа едукации и презентации. Во член 88 се содржат одредбите за децата и рекламирањето, вклучувајќи ја и забраната за учество на малолетници во политичкото рекламирање.

Правилата за рекламирањето и малолетниците секогаш ретко се прекршувале. Односот на субјектите во радиодифузијата, со текот на времето, стана се посериозен кон

49 Истражувањата се реализирани од проф. д-р Катерина Колозова и тим истражувачи и се достапни на Веб- локацијата:

http://www.srd.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=93&Itemid=76&lang=mk (Ноември 2012)

50 Правилник за заштита на малолетната публика од програми што можат штетно да влијаат врз нејзиниот физички, психички и морален развој и Коментарот кон Правилникот се достапни на: http://www.srd.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=50&lang=mk

забраната од член 70 (која само спорадично се прекршува) и кон барањето за класификација од член 71. Имено, телевизиите редовно ја означуваат програмата, а најчестите прекршувања сега се однесуваат на периодите на емитување, на доследноста во аплицирањето на знаците пред и за време на емитувањето, како и на соодветното означување на промотивните најави за програмите.

Практиката покажува дека она на што сега треба да се сврти вниманието на законодавецот и на радиодифузерите е потребата да се заштитат малолетниците во случаи кога се известува за кривични дела, насилство или несреќи. Во Кодексот на новинарите на Македонија⁵¹, се вели дека новинарот не смее да интервјуира или фотографира деца без согласност од родителите и старателите, освен ако тоа не е во согласност со правата на детето. Сепак, реалноста на медиумското известување за вакви прашања ја наметнува потребата и во идната медиумска регулатива да се предвиди заштита на малолетниците кои се извршители, соучесници или жртви на кривични дела или се учесници во каков било облик на насилство или несреќи. Освен ова, потребно е Советот да го измени актуелниот подзаконски акт за заштита на малолетната публика опфаќајќи подробности и насоки за практични решенија во вакви ситуации.

1.7.2 Лица со сетилна попреченост (слух и вид)

Потребата аудиовизуелните медиумски содржини да се прилагодат за лицата со сетилна попреченост, односно оние со оштетен слух и вид не произлегува само поради тоа што е обврска при усогласувањето со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги. Ова прашање заслужува респект и поради бројот на ваквите лица (осум илјади со оштетен вид, од кои три илјади се деца и млади на возраст до 18 години, и единаесет илјади со оштетен слух, од кои пет илјади деца и млади на возраст до 18 години), но и затоа што развојот и поевтинувањето на новите комуникациски технологии, отвораат повеќе можности за олеснет пристап на овие лица до електронските медиуми и до медиумските содржини.

Во дел од информативните програми на јавниот сервис веќе се користи знаковниот јазик, со што емитуваните содржини им стануваат достапни на глувите и наглувите лица и така се ефектуира постојната законска обврска. Всушност, во македонската телевизиска практика досега е позната употребата на знаковниот јазик и титлувањето како начин на прилагодување на аудиовизуелните содржини за глувите и наглувите лица. Нахсинхронизацијата на странските играни и сериски филмови, која комерцијалните телевизији на државно ниво поинтензивно ја применуваат во последниве години, значи олеснување на пристапот до овие содржини за лицата со оштетен вид. Меѓутоа, ова им ја ускратува можноста за комуникација на гледачите со оштетен слух поради што е неопходно истовремено користење на нахсинхронизација и титлување. Во дигитални услови телевизиите можат да ги користат и аудио описните услуги (audio description system), каде на посебен аудио канал, покрај дијалозите, оди и објаснувањето на сцените од играниот или серискиот филм, со помош на гласот на нараторот. Со ова играната продукција од домашно или странско потекло им станува достапна на слепите и слабовидните лица.

Олеснувањето на пристапот на лицата со оштетен слух и вид до медиумските содржини е мошне битно за процесот на нивна социјална вклученост и затоа во дигитални услови идната медиумска регулатива треба да ги повика и линеарните и нелинеарните сервиси во јавниот, комерцијалниот и непрофитниот сектор на радиодифузијата, постепено да ги направат своите програми достапни за лицата со сетилна попреченост (слух и вид).

⁵¹ Достапен на <http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

Ова ќе значи дека обврската на МРТ да планира и емитува програми наменети за лицата со оштетен слух, во идниот закон треба да се прошири и на лицата со оштетен вид. Притоа, треба да се предвиди МРТ задолжително да ги направи достапни за лицата со сетилна попреченост (слух и вид) вестите во ударниот термин, информативната програма во која се третираат теми од важност за секојдневниот живот и едукативните емисии за деца.

Исто така, за да се збогати продукцијата на македонски аудиовизуелни дела прилагодени за лицата со сетилна попреченост (вид и слух) ваква обврска би требало да се предвиди за делата што се финансираат од средства од Буџетот на државата или од други јавни средства.

2. НЕДОЗВОЛЕНА МЕДИУМСКА КОНЦЕНТРАЦИЈА И ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА СОПСТВЕНОСТА

2.1 Анतिकонцентрациски мерки во ЗРД

Во Глава III од Законот за радиодифузната дејност се вградени мерки за утврдување на недозволената медиумска концентрација. Имајќи ги предвид различните облици на интеграција на капиталот во радиодифузниот и во други сектори, овие мерки се однесуваат на контролата на учеството во сопственоста на радиодифузерите и во други трговски друштва, како и на т.н. прагови на уделот на радиодифузерите во приходите од рекламирање (рекламниот колач), уделот во гледаноста/слушаноста и во нивото на покривање на населението на РМ.

Законот за радиодифузната дејност дозволува хоризонтална интеграција, но предвидува ограничувања во поглед на учеството во основачкиот капитал, како и во поглед на бројот на радиодифузерите што едно физичко или правно лице може да ги поседува. Имено, согласно став 1 и 2 на член 14 од ЗРД, едно физичко или правно лице истовремено може да учествува во сопственоста на најмногу пет трговски радиодифузни друштва (Слика 1.), и тоа:



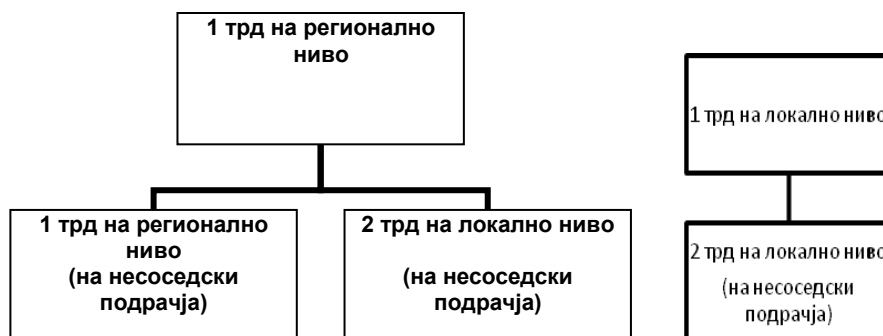
Слика 1. Хоризонтална интеграција согласно член 14 став 1 и 2 од ЗРД

Ставот 3 на член 14 од Законот се однесува на хоризонталната интеграција на радиодифузери што емитуваат програма на регионално и на локално ниво. Не е предвидено ограничување на уделот во сопственоста, туку само на бројот на радиодифузерите што може да ги поседува едно правно или физичко лице.

Согласно став 4 од член 14, едно правно или физичко лице, истовремено може да се јави како основач на најмногу три радиодифузери што емитуваат програма на локално ниво, но само на несоседски подрачја.

Во член 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 медиумска концентрација. Поконкретно, недозволена медиумска концентрација се смета дека постои кога радиодифузерите кои се предмет на спојувањето се стекнуваат со доминантна положба и тоа кога:

- спојувањето на капиталот, ги доведува радиодифузерите во доминантна позиција на пазарот на реклами, односно со спојувањето нивниот удел во продажбата на вкупното рекламno време е над 30%;

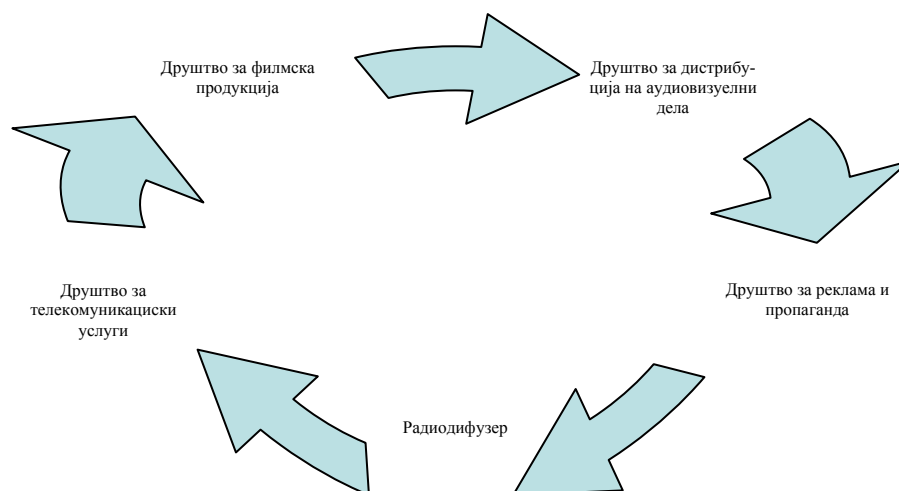


Слика 2. Хоризонтална интеграција согласно член 14 став 3, односно став 4 од ЗРД

- спојувањето на капиталот, ги доведува радиодифузерите во доминантна позиција во формирањето на јавното мислење, поточно уделот во гледаноста/слушаноста е повеќе од 40%;

- со спојувањето на капиталот на радиодифузери на регионално и локално ниво постигнуваат покривање на максимум 50% од населението на Република Македонија.

Вертикалната интеграција подразбира учество во сопственоста или пак интегрирање на капиталот на радиодифузер и трговски друштва од сродни дејности.



Слика 3: Недозволена вертикална интеграција согласно член 13 и 14 од ЗРД

Во членот 13 од Законот за радиодифузната дејност како сродни дејности, односно дејности со чие поврзување се создава недозволена медиумска концентрација во однос на вертикалното интегрирање се определени реклама и пропаганда, филмска продукција, дистрибуција на аудиовизуелни дела и телекомуникациски услуги. Радиодифузер, ниту основач на радиодифузер не смее да учествува во сопственичкиот капитал на друштва што се регистрирани за овие дејности.

Дијагонална интеграција подразбира учество во сопственоста или пак интеграција на капиталот помеѓу правни субјекти кои не припаѓаат на ист пазар, на пример радиодифузери што емитуваат телевизиска програма, радиостаници и печатени медиуми.



Слика 4: Недозволена дијагонална интеграција согласно член 13 и 14 од ЗРД

Во однос на интегрирањето на радиодифузери со печатените медиуми, ограничувањето се однесува само на дневните весници, поточно ниту радиодифузер, ниту негов основач може да учествува во сопственоста на друштво од областа на печатот кое издава дневен весник. Што се однесува до дијагонална интеграција помеѓу телевизискиот и радискиот сектор, важат истите ограничувања како и кај хоризонталната интеграција, определени во член 14 од Законот.



Слика 5: Недозволена интеграција со други дејности согласно член 13 и 14 од ЗРД

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.

2.1.1 Досегашни искуства

Во периодот од 2008 година наваму, Советот за радиодифузија констатираше вкупно 8 случаи на недозволена медиумска концентрација, во смисла на тоа дека основачите или управителите на овие радиодифузери истовремено се јавуваа како основачи и на трговски друштва регистрирани за вршење дејности што се неспоиви со радиодифузијата. Согласно своите законски надлежности, Советот им укажа на овие радиодифузери да ја отстранат создадената недозволена медиумска концентрација во рокот определен со законот. Без исклучок, сите радиодифузери постапија согласно укажувањето и го усогласија своето работење со законските одредби. Овие случаи беа констатирани врз основа на увидот во податоците на Интернет дистрибутивниот систем на Централниот регистар, при што беше проверено на кои други трговски друштва, основачите и управителите на радиодифузерите се јавуваат како основачи.

Но, во случаи кога постои скриена сопственичка поврзаност, праксата покажа дека Советот не располага со доволно овластувања да презема активности во насока на

разоткривање на вистинските сопственици на некои медиуми. Со цел да се надмине ваквата ситуација, во 2007 година Советот потпиша Меморандум за соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата, но досега од оваа соработка не се постигнати очекуваните резултати.

Во оваа смисла, во случаи кога не постои формална сопственичка поврзаност, а Советот за радиодифузија има сомневања дека постои заеднички настап на пазарот, преку забранет договор и/или усогласено однесување помеѓу радиодифузер и трговски друштва кои се регистрирани за некоја од дејностите кои според Законот за радиодифузната дејност се неспоиви со радиодифузната дејност (реклама и пропаганда, филмска продукција, дистрибуција на аудиовизуелни дела, телекомуникациски услуги, друштво за истражување на пазарот и јавното мислење, друштво за спроведување активности на истрага и обезбедување или пак друштвото од областа на печатот кое издава дневен весник или новинска агенција), Советот ќе ја информира Комисијата за заштита на конкуренцијата и ќе и ги достави сите информации и податоци со цел таа постапи согласно своите законски овластувања. Во оваа смисла, потребно е да се направат одредени измени и дополнувања на постојниот Меморандум за соработка помеѓу Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата.

2.2 Транспарентност на сопственичката структура

Потребата од транспарентност на медиумската сопственост произлегува од влијанието што медиумите го имаат врз формирањето на јавното мислење. Транспарентноста на сопственоста и овозможува на јавноста соодветно да ги вреднува информациите, идеите и мислењата пласирани од медиумите, и да изгради сопствен став кон нив. Согласно со препораките на Советот на Европа [Препорака (94)13 за мерките за промовирање на транспарентноста на медиумите] и [Препорака (2007)2 за плурализмот на медиумите и разновидноста на медиумските содржини], во Законот за радиодифузната дејност се вградени одредби со кои се гарантира транспарентност на медиумската сопственост. Имено, согласно членот 20 од Законот, радиодифузерите се должни да ги објават податоците за сопственичката структура и извршените промени во сопственичката структура најмалку еднаш годишно, а најдоцна до 31 март во еден дневен весник, и три пати годишно да ги објават на сопствената програма, во точно утврдени термини од Советот за радиодифузија. Исполнувањето на оваа обврска го следи Советот.

Досегашното искуство покажа висок степен на исполнување на оваа обврска од страна на радиодифузерите. Од друга страна, Советот за радиодифузија веќе неколку години на својата веб-локација ги објавува податоците за сопствениците на радиодифузерите, овозможувајќи и на тој начин пристап на јавноста до овие податоци во секое време. Сепак, би требало во идната законска регулатива објавувањето на податоците за сопствениците да претставува законска обврска за Советот.

3. ЕКОНОМСКИ ПОТЕНЦИЈАЛ НА РАДИОДИФУЗНАТА ИНДУСТРИЈА

3.1 Број на радиодифузери

Дозвола да емитуваат телевизиска програма имаат вкупно 66 субјекти. Покрај јавниот сервис Македонска телевизија кој емитува програма на три канали (МРТ 1, МРТ 2 и Собраниски канал), телевизиска програма на државно ниво емитуваат уште 10 субјекти, од кои 4 преку терестријален предавател, а 6 преку сателит (публиката го прима нивниот сигнал преку сателитски приемник или како дел од програмскиот пакет што го нудат операторите на јавни комуникациски мрежи). На подрачјето на град Скопје (на регионално ниво) програма емитуваат вкупно 9 телевизиски станици, а на локално ниво вкупно 47 телевизиски станици.

Вкупниот број на комерцијални радиостаници изнесува 79, од кои три емитуваат програма на државно ниво, 17 на регионално и 59 на локално ниво. Дозвола за вршење радиодифузна дејност имаат три непрофитни радиостаници, од кои една емитува програма на регионално ниво, а две на локално (во Штип и Битола).

Во мај 2007 година, по завршувањето на постапката за премин од систем на концесии во систем на дозволи, вкупниот број комерцијални телевизиски станици изнесуваше 52, од кои 5 на државно ниво, 11 на регионално и 36 на локално ниво. Овој број значително се зголеми во текот на наредната година, кога беа доделени уште вкупно 27 дозволи за вршење радиодифузна дејност (16 за сателитски телевизии и 11 за локални телевизии), а во 2010 година уште три (една сателитска станица и две локални телевизии преку кабел). Во истиот период, вкупно 13 субјекти го изгубија правото за вршење радиодифузна дејност.

Се очекуваше дека доделувањето дозволи за нови програмски сервиси, ќе придонесе за збогатување на плурализмот и разновидноста на домашните програмски сервиси, од една страна, и за поттикнување на конкуренцијата и развојот на радиодифузната индустрија, од друга страна. Меѓутоа, праксата донесе сосема поинакви искуства. Не само што не се обезбеди разновидност на програмски содржини, туку како никогаш досега понудата на телевизиските станици е еднолична и неатрактивна. Од економски аспект, функционирањето на повеќето од новите субјекти на пазарот претставуваше нелојална конкуренција за „старите“ субјекти, со оглед на тоа што дел од нив не го пренесуваа сигналот преку сателит, туку директно преку операторите на јавните комуникациски мрежи, избегнувајќи ги при тоа трошоците за пренос на сигналот (кои изнесуваат просечно околу 430.000,00 до 490.000,00 денари месечно, односно 5.16 до 5.88 милиони денари годишно). Па така, приходите на „старите“ телевизиски станици што емитува програма на државно ниво, во 2009 година се намалиле за 7%, а во 2010 година за 0,6%. Ваквите искуства одат во прилог на заклучокот дека поради специфичностите на дејноста, кога станува збор за медиумите, зголемениот број субјекти на пазарот, не доведува нужно до збогатување на понудата. Напротив, поради економското ослабување медиумите не се во можност да инвестираат во збогатување на програмската понуда.

Во оваа смисла, особено е значајно при издавање нови дозволи за вршење радиодифузна дејност да бидат поставени јасни и транспарентни услови кои кандидатите треба задолжително да ги исполнуваат, и стриктно придржување до овие услови. Монополистите за влез на нови субјекти на пазарот треба да бидат отворени, но пред доделувањето на дозволата за вршење радиодифузна дејност Советот треба детално да го утврди исполнувањето на сите предвидени технички, економски и програмски услови од страна на апликантот, како доказ дека тој ќе понуди квалитетни програмски содржини и дека неговото работење ќе го зголеми плурализмот и квалитетот на програмската понуда.

во насока на задоволување на потребите на публиката, како и дека ќе допринесе за унапредување на конкуренцијата на пазарот.

3.2 Јавен радиодифузен сервис

3.2.1 Финансирање на јавниот сервис

Начинот на финансирање на јавниот радиодифузен сервис е определен во членот 116 од Законот за радиодифузната дејност, каде како можни извори на приходи се наведени радиодифузната такса, приходите од продажба на времето за рекламирање, спонзорства, донации, продажба на програма и услуги и средствата обезбедени од Буџетот на РМ за тековната година.

Во услови на дигитално емитување, потребно е да се обезбедат финансиски ресурси за јавниот сервис да може своите содржини да ги понуди преку повеќе платформи, со цел да се обезбеди универзален пристап за сите поединци и социјални групи во општеството, како и соодветни финансиски ресурси за јавниот сервис да биде во можност покрај општите програмски сервиси, да понуди и специјализирани содржини и услуги, персонализирани интерактивни сервиси и сервиси на барање.

Со цел да се обезбеди целосно исполнување на функциите од јавен интерес, како и подигнување на квалитетот и разновидноста на програмските содржини на МРТ, заеднички интерес е да се обезбеди сигурно и стабилно финансирање на јавниот сервис. Финансирањето треба да биде соодветно за на јавниот сервис, да му овозможи да ја исполни својата улога во информациското општество.

Согласно Препораката CM/Rec (2007)3 од Комитетот на министри до државите членки за улогата на јавниот медиумски сервис во информациското општество, усвоена на 31 јануари 2007 година⁵², и во услови на дигитално емитување, кога технолошките промени доведуваат до значајни промени на пазарот, најсоодветни извори на финансирање на јавниот радиодифузен сервис остануваат т.н. традиционални модели на финансирање, односно радио и телевизиската претплата, државниот буџет и рекламирањето. Предноста на радиодифузната такса над буџетското финансирање е тоа што обезбедува поголема независност на јавниот сервис. Главен проблем е наплатата на радиодифузната такса и тоа не само кај нас туку во повеќе европски земји.

а) Радиодифузна такса

Најзначаен извор на приходи за МРТ треба да претставува радиодифузната такса, со оглед на тоа што согласно одредбите од ЗРД, најголем дел од активностите на јавниот сервис треба да бидат покриени токму од овој приход.

Согласно член 119 од ЗРД, од радиодифузната такса се финансира создавањето и преносот на првиот телевизиски програмски сервис на македонски јазик (МРТ 1) и создавањето и преносот на вториот телевизиски програмски сервис, којшто се емитува на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите немнозински заедници (МРТ 2), како и создавањето и преносот на радиопрограмските сервиси на македонски јазик (Македонско радио – Прва програма, Македонско радио – Радио 2) и радиопрограмскиот сервис на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите немнозински заедници (Македонско радио - Канал на етнички заедници).

Од радиодифузната такса се обезбедуваат и трошоците за пренос на посебните радиопрограмски сервиси наменети за соседните земји и Европа на странски јазици, и радиопрограмските сервиси наменети за македонските иселеници во странство на

⁵² http://www.srd.org.mk/images/stories/doc/eu-docs/Recommendation_Rec_MKD.pdf

македонски јазик и на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите немнозински заедници.

Со донесувањето на Законот за радиодифузната дејност⁵³ во ноември 2005 година, беше предвидено износот на радиодифузната такса да се пресметува во висина од 2,5% од просечната исплатена нето плата по работник за последните три месеци според податоците објавени од Државниот завод за статистика. Пресметувањето и наплатувањето на радиодифузната такса, како и водењето на регистарот на обврзници за плаќање на радиодифузна такса, беа обврска на ЈП МРД. Сепак, јавниот сервис во праксата не успеа да ги изврши соодветно овие свои обврски и наплатата на радиодифузната такса беше на многу ниско ниво. Како подобро решение беше избрано наплата да ја врши Акционерското друштво “Македонска пошта”. Ниту оваа одлука не даде подобри резултати.

Во 2008 година, беа донесени измени⁵⁴ во ЗРД, со кои се напушти начинот на пресметување на радиодифузната такса како процент од просечно исплатената плата. Висината на радиодифузната такса беше определена на 130,00 денари, со можност за корекции на овој износ еднаш во текот на годината, во зависност од висината на трошоците на живот за претходната година. Според претходниот начин на пресметување радиодифузната такса изнесуваше околу 350,00 денари, па ваквото намалување се очекуваше да биде поттик за обврзниците да ја плаќаат оваа давачка.

Со оглед на тоа дека ниту ова не се покажа како ефикасен начин за наплата, во 2010 година повторно беа изменети одредбите⁵⁵ од ЗРД што се однесуваат на радиодифузната такса. Имено, во ноември 2010 година, обврските за пресметување, утврдување и наплата на средствата од радиодифузната такса ги презеде Управата за јавни приходи. Во јануари 2012 година, висината на радиодифузната такса со измени на ЗРД беше утврдена на 190,00 денари⁵⁶.

Во периодот од последните пет години, средствата што како приход од радиодифузната такса ги прикажала МРТ бележат континуиран раст (9,03 милиони денари во 2007 година, 12,49 милиони денари во 2008 година, 56,75 милиони денари во 2009 година, 194,47 милиони денари во 2010 година и 632,61 милиони денари во 2011 година). Високиот износ на средствата од радиодифузната такса во 2011 година, се должи на поинаквиот начин на кој книговодствено е прикажан овој вид приход (износот од 632,61 милиони денари е фактурираната вредност, а не реално наплатената). Според податоците од годишниот извештај на финансиското работење на МРТ во 2011 година, вредноста на ненаплатените побарувања по основ на радиодифузната такса на 31.12.2011 изнесува 345,13 милиони денари. Оттука, произлегува дека се наплатени вкупно 287,48 милиони денари.

Очигледно е дека преземените мерки за подобрување на наплатата на радиодифузната такса даваат резултати, но сеуште има потреба од активности во оваа насока. Потребно е да се преземат активности за зголемување на процентот на наплата на радиодифузната такса. Секако дека преку понуда на квалитетни и разновидни програмски содржини јавниот сервис ќе обезбеди поинаков став на граѓаните како обврзници за плаќање на радиодифузната такса, во смисла на тоа дека доколку имаат впечаток дека преку јавниот сервис навистина се задоволуваат нивните потреби, оваа обврска нема да ја гледаат како товар, туку дека тие средства се наменети единствено за задоволување на нивните потреби.

Особено е значаен начинот на кој ќе се пресметува висината на радиодифузната такса – таа треба да соодветствува на средствата што му се потребни на јавниот сервис

53 Сл. Весник 100/05

54 Сл. Весник 103/08

55 Сл. Весник 145/10

56 Сл. Весник 13/12

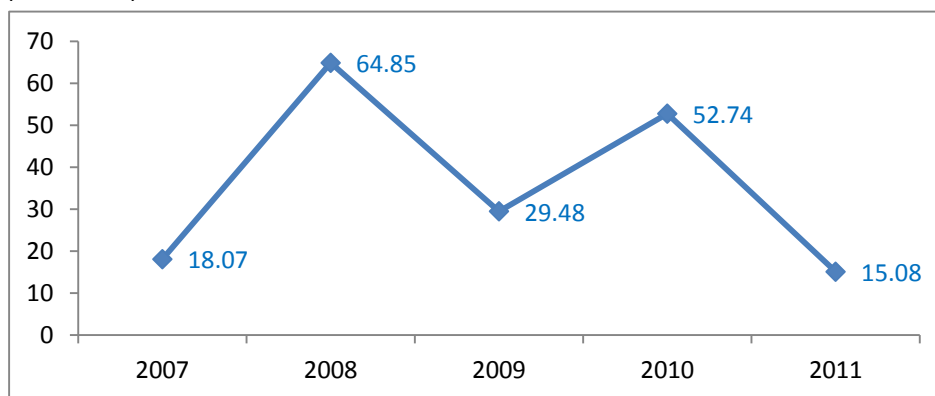
да ги извршува своите функции. Износот на средствата обезбеден од радиодифузната такса треба да биде доволен на јавниот радиодифузен сервис да му овозможи континуитет во остварувањето на своите функции, а во услови на дигитално емитување да може да ги искористи и можностите да ја зголеми достапноста на програмските содржини до публиката, понудувајќи ги преку различни платформи. Имајќи го предвид менувањето на навиките на корисниците во однос на начините на кои ги конзумираат медиумите, потребно е да се обезбедат средства МРТ покрај постоечките програмски сервиси кои се од општ формат, да понуди и специјализирани програмски сервиси, персонализирани услуги и услуги на барање. Исто така, износот на таксата треба да се предвиди на подолг временски рок со цел да му се овозможи на јавниот сервис можност за долгорочно планирање.

б) Приходи од рекламирање

Со донесувањето на Законот за радиодифузната дејност во 2005 година, предвидени беа одредени ограничувања во поглед на рекламирањето на јавниот сервис, во однос на комерцијалните радиодифузери. Јавниот сервис не смееше да емитува рекламни спотови во периодот од 17.00 до 21.00 часот на телевизиските програмски сервиси и во периодот од 09.00 до 14.00 часот на радиопрограмските сервиси, освен во преноси и интегрални снимки на спортски натпревари, културни манифестации и настани од големо значење. Времетраењето на рекламирањето не можеше да изнесува повеќе од 7% или 4 минути и 12 секунди од времето на емитување во текот на еден реален час, односно вкупно 7% од времето за емитување во текот на еден ден.

Во јануари 2012 година, со измена на Законот за радиодифузната дејност, ова ограничување се намали на 13,33% или 8 минути од времето на емитување во текот на еден реален час, односно вкупно 13,33% од времето за емитување во текот на еден ден, а во однос на периодот од 17.00 до 21.00 часот, ограничувањето не важи и за програма од сопствена продукција и друга програма произведена во Република Македонија.

Во периодот од 2007 до 2011 година, МРТ најмалку приходи од рекламирање остварила во последната година, кога приходите се пониски за 71,4% отколку оние во 2010 година (Слика 6.).



Слика 6: Приходи од рекламирање во периодот 2007-2011 (во милиони денари)

Забележливо е дека јавниот сервис остварувал повисоки приходи по овој основ во годините кога ги имал откупено правата за ексклузивни спортски настани. Во 2008 година кога МРТ ги емитуваше натпреварите од Европско првенство во фудбал биле остварени вкупно 64,85 милиони денари од продажба на времето за огласување, а во 2010 година кога ги емитуваше натпреварите од Светското првенство во фудбал од рекламирање биле остварени 52,74 милиони денари. Приходите од рекламирање во 2007 година изнесувале 18,07 милиони денари, а во последната година само 15,08 милиони денари. Во последните

четири години уделот на трите телевизиски програмски сервиси на МРТ (МРТ1, МРТ2 и Собраниски канал) во вкупната гледаност, во континуитет опаѓал (од 11,61% во 2008 година, до 8% во 2011 година).

Според податоците од Годишниот извештај за финансиското работење на МРТ, за 2011 година било планирано од продажба на времето за рекламирање да се остварат 40,00 милиони денари, што е за речиси 25% помалку отколку што веќе било реализирано во 2010 година (52,74 милиони денари). Нејасно е зошто, МРТ планирала да оствари помалку приходи од рекламирање отколку што веќе еднаш успеала да оствари. Од друга страна и онака помалку планираните средства биле реализирани само во висина од 37,7%.

Потребно е да се преземат активности во насока на тоа јавниот сервис да обезбедува приходи од реклами врз основа на атрактивноста на понудената програма (независно дали е во сопствена продукција или нарачана од независни продуценти). Со тоа ќе се обезбеди начин МРТ да остварува приходи од реклами, секако во рамки на предвидените временски и други ограничувања во Законот за радиодифузната дејност, во континуитет а не само во годините кога се одржуваат значајни (најчесто спортски) настани за кои ги има откупено правата за емитување. Ова не треба да значи дека атрактивноста на оваа програма треба да биде на сметка на квалитетот и јавниот интерес што треба да го задоволат програмските содржини емитувани на јавниот радиодифузен сервис. Секако дека поквалитетната продукција ќе ги привлече гледачите, односно ќе се зголемат рејтинзите на програмските содржини емитувани на јавниот сервис, што ќе му овозможи на секторот задолжен за маркетинг во МРТ да обезбеди поголема продажба на времето за рекламирање.

в) Приходи од Буџетот на РМ

Согласно ЗРД, од Буџетот на РМ се обезбедуваат трошоците за создавање на посебните радиски сервиси наменети за соседните земји и Европа на странски јазици, и радиопрограмските сервиси наменети за македонските иселеници во странство на македонски јазик и на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите мнозински заедници, како и трошоците за создавање и пренос на телевизискиот и радиопрограмскиот сервис што се емитуваат преку сателит. Висината на овие трошоци се утврдува во посебниот финансиски план што го предлага јавниот сервис, а го усвојува Собранието на РМ.

Од Буџетот на РМ се подмируваат и трошоците за пренос на Собранискиот канал, а трошоците за создавање на програмскиот сервис наменет за емитување на активностите на Собранието на Република Македонија се обезбедуваат од Собранието на Република Македонија.

Во 2007 година 76,5% од вкупните приходи на МРТ претставувале средствата што Владата на РМ ги префрлила на сметката на јавниот сервис, и тоа 74,4 милиони денари со Одлуки на Владата за покривање на тековното работење, 413,00 милиони денари според Санационата програма на МРТ и 48,21 милиони денари со одлука за распределба на средствата од буџетот, при што Министерството за финансии извршило исплата кон АД МЕПСО на име обврски на МРТ.

Во 2008 година, од буџетот на РМ, а според Санационата програма биле префрлени 703,93 милиони денари, што претставува 86,97% од вкупните приходи на јавниот сервис во оваа година. За финансирање на посебните програми согласно ЗРД, биле префрлени 28,1 милиони денари.

Согласно со Санационата програма на МРТ од буџетот на РМ во 2009 година биле префрлени 360,00 милиони денари, а во 2010 година уште 357,00 милиони денари. Во 2010 година, од буџетот биле префрлени уште 60,65 милиони денари, строго наменски средства за предвидената дигитализација на РА и ТВ Системот во МРТ.

Со одлуки на Владата на РМ, во 2011 година во вид на државна поддршка на сметката на МРТ префрлени се вкупно 305,30 милиони денари.

При финансирањето на јавниот радиодифузен сервис потребно е да се применуваат правилата за контрола на државна помош.⁵⁷ За таа цел, нужно е јасно да се дефинираат функциите и обврските на јавниот сервис и да се обезбеди контрола на нивното исполнување. Јавното радиодифузно претпријатие од една страна добива јавни средства, а од друга страна на пазарот настапува како конкурент на комерцијалните радиодифузери, во однос на продажбата на рекламното време, во однос на откупот на права за емитување програми и друго. Затоа, исклучително е важно да се внимава при финансирањето од јавни средства да не се создаде прекумерна компензација, односно таа економска предност што му се обезбедува на јавното претпријатие, а која е единствено наменета за исполнување на целите од јавен интерес, да не претставува можност за нарушување на конкуренцијата. Со оглед на тоа што јавниот сервис покрај вршењето дејност од јавен интерес (која се финансира од јавни средства), врши и други – комерцијални активности (што се финансираат од комерцијални приходи), потребно е да водат посебни книговодствени сметки за овие различни активности, со цел да се обезбеди можност за проверка и секако спречување на евентуалната прекумерна компензација.

Потребно е во иднина за евентуалните субвенции од Буџетот на РМ да се доставува известување до Комисијата за заштита на конкуренцијата во согласност со Законот за контрола на државната помош.

г) Дополнителни комерцијални приходи

Јавниот сервис треба да остварува приходи и од дополнителни комерцијални услуги. Согласно Акциониот план за дигитализација на ЈП МРТ, предвидени се средства за набавки на дигитална опрема. Набавената опрема ќе и овозможи на МРТ да продуцира програма по нарачка, како и да остварува приходи од изнајмување на опремата. За секоја набавка на опрема треба да се достави известување до Комисијата за заштита на конкуренцијата, согласно со Законот за контрола на државната помош.

3.2.2 Вкупни приходи, структура на приходите, вкупни трошоци и резултат од работењето

Вкупните приходи што во изминатите пет години (од 2007 до 2011 година), ги остварила МРТ имаат променливи вредности⁵⁸. Приходите биле највисоки во 2011 година (со вкупна вредност од 1.271,30 милиони денари), што е за 81,54% повеќе отколку во 2007 година, за 40,25% повеќе отколку во 2008 година, за 161,73% отколку во 2009 година и за 73,89% повеќе отколку во 2010 година.

Зголемувањето на вкупните приходи на јавниот сервис во 2011 година, во најголема мера се должи на две причини: начинот на книговодствено евидентирање на приходите од радиодифузната такса, со што во оваа година како приход е прикажан фактурираниот износ, за разлика од претходните години кога како приход е прикажан само наплатениот дел од радиодифузната такса⁵⁹, и високиот износ на приходи од категоријата „останати деловни приходи“ (во износ од 314,75 милиони денари). Во Годишниот извештај за финансиското работење на МРТ за 2011 година не е попрецизно наведено кои се приходи се вклучени во оваа група.

Во периодот од 2007 до 2010 година, доминантно учество во структурата на приходите имаат средствата што по разни основи од буџетот на РМ се префрлени на сметката на МРТ (76,48% во 2007 година, 80,76% во 2008 година, 74,1% во 2009 година и

⁵⁷ Соопштение на ЕК за примена на правилата за државна помош кај јавниот радиодифузен сервис

⁵⁸ Податоците се обезбедени од годишните извештаи за финансиското работење на Македонската радиотелевизија

⁵⁹ Според препорака од Државниот завод за ревизија

57,13% во 2010 година). Во последната година учеството на овие средства во вкупните приходи на јавниот радиодифузен сервис изнесува 24,01%.

Учеството на радиодифузната такса бележи континуиран раст, од 1,29% во 2007 година, до 49,76% во 2011 година (според вредноста на фактурираниот износ).

Табела 1: Структура на приходите на МРТ во периодот 2007-2011 г. (во милиони денари)

Структура на приходите на МРТ	2007	2008	2009	2010	2011
Приходи од радиодифузна такса	9.03	12.49	56.75	194.47	632.61
Приходи од реклами	18.07	64.85	29.48	52.74	15.08
Префрлени средства од буџет на РМ по одлуки на Влада	74.4	0	0	0	0
Приходи од субвенции од Министерство за финансии	48.21	0	0	0	0
Буџетски средства по санациона програма	413	703.93	360	357	0
Буџетски средства за финансирање на посебните програми согласно ЗРД	0	28.1	0	0	0
Наменски средства од Влада	0	0	0	60.65	0
Буџетски средства од Влада за финансиска поддршка на МРТ	0	0	0	0	305.3
Останати деловни приходи	123.3	61.33	34.03	62.55	314.75
Приходи од странство (технички услуги)	8.21	33.7	5.01	2.86	2.73
Приходи од закупнини	6.08	2.05	0.47	0.82	0.82
ВКУПНО	700.3	906.45	485.74	731.09	1271.29

Приходите од рекламирање имаат најмало учество во последната година (1,19%), а најголемо во 2010 година (7,21%). Вкупните трошоци на МРТ во 2011 година изнесувале 756,92 милиони денари. Стапката на раст на вкупните трошоци на Македонската телевизија, не бележи толку значајни промени. Имено во споредба со последната година, во 2007 година и во 2008 година биле потрошени повеќе средства (за 2,76% односно за 5,62%), а во 2009 година и во 2010 година помалку, и тоа за 19,51% односно за 7,56%. Во секоја од последните пет години, најголем дел од трошоците биле направени за плати и други надоместоци за вработените во јавниот сервис. Само во 2007 и 2009 година МРТ остварила негативен финансиски резултат (во 2007 година – загуба во износ од 78,14 милиони денари и во 2009 година – загуба во износ од 150,49 милиони денари). Останатите три години остварила добивка, и тоа во 2008 година во износ од 104,47 милиони денари, во 2010 година во износ од 24,37 милиони денари и во 2011 година во износ од 512,9 милиони денари.

3.3 Трговски радиодифузни друштва

3.3.1 Економско работење на трговските радиодифузни друштва што емитуваат телевизиска програма⁶⁰

Во периодот од 2007 до 2011 година, телевизиска програма на државно ниво преку терестријален предавател емитуваа вкупно 5 субјекти (ТВ Сител, ТВ Канал 5, ТВ Алсат-М,

⁶⁰ Податоците се обезбедени од редовните годишни анализи на пазарот на радиодифузната дејност што ги изработува Советот за радиодифузија

ТВ А1⁶¹ и ТВ Телма). Во периодот од овие пет години ТВ Сител и ТВ Телма во континуитет остварувале позитивен финансиски резултат. ТВ Канал 5 единствено во 2007 година работела во загуба, а останатите четири години со добивка. ТВ Алсат-М три години (2007, 2008 и 2011 година) остварила позитивен финансиски резултат, а во 2009 и 2010 година работела во загуба. Во 2011 година, најмногу приходи остварила ТВ Сител (587,49 милиони денари), потоа ТВ Канал 5 (348,57 милиони денари), ТВ Алсат-М (154,05 милиони денари) и ТВ Телма (111,62 милиони денари).

Најголем удел во вкупната гледаност имала ТВ Сител (22%), потоа ТВ Канал 5 (9%), ТВ Алсат М (7%) а најмал ТВ Телма (3%). Во структурата на приходите на секоја телевизија најзначајно учество имаат приходите од продажба на времето за рекламирање (над 94% во сите пет години). Ниту една телевизија не остварила приходи од продажба на сопствени програми. Во 2011 година, најголем дел од вкупните трошоци што ги направиле овие четири телевизии бил наменет за купување програма (30,66% од вкупните трошоци).

Дозволите за емитување телевизиска програма преку сателит беа доделени во 2008 година, но само неколку субјекти почнаа да емитуваат програма во таа година. Во 2011 година, најголеми вкупни приходи оствариле ТВ Алфа (61,14 милиони денари) и Наша ТВ (59,81 милиони денари). Останатите субјекти оствариле значително пониски приходи. Единствен извор на приход за сателитските телевизии била продажбата на времето за рекламирање. Доминантно учество во структурата на трошоците на сателитските телевизии имаат трошоците за плати и надоместоци за вработените (36,56%). За набавка на програма биле издвоени 10,66% од вкупните трошоци. Во 2011 година, единствено Наша ТВ остварила позитивен финансиски резултат, останатите телевизии работеле во загуба. Ваквата состојба укажува на тоа дека овој бизнис модел се покажа неисплатлив, што најверојатно во најголема мера се должи на високите трошоци за сателитски пренос на сигналот (430.000,00 до 490.000,00 денари месечно).

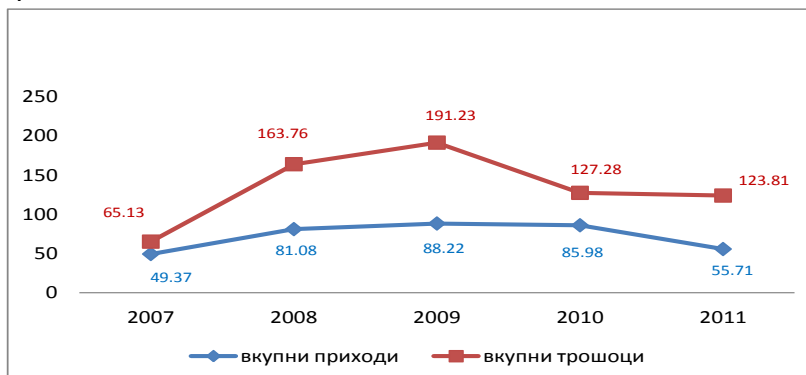
На регионално ниво, односно на подрачјето на град Скопје, телевизиска програма емитуваат вкупно 9 субјекти. Вкупните приходи што регионалните телевизии ги оствариле во 2011 година изнесувале 55,71 милион денари. Во периодот од 2007 до 2011 година, највисоки вкупни приходи оствариле во 2009 година, во износ од 88,22 милиони денари (Слика 7.). Кај регионалните телевизии, помалку од половината од вкупните трошоци (во 2011 година 46,81%) биле директни трошоци за создавање програма. Во секоја од последните пет години, најзначајно учество во вкупните приходи имаат ТВ Ера, ТВ Скопје и ТВ МТМ (во 2011 година тие оствариле 67% од вкупните приходи на овој сегмент на телевизиската индустрија). Продажбата на времето за рекламирање била најзначаен извор на приходи за регионалните телевизии, но со помало учество во вкупните приходи отколку кај телевизиите на државно ниво (во 2011 година 58,65% од вкупните приходи биле остварени од рекламирање).

Во секоја од последните пет година, резултатот од работењето на регионалните телевизии во целина, бил негативен.

Во 2011 година тие заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 151.91 милиони денари. Освен во 2010 година кога се забележува опаѓање на вкупните приходи за 21,11% во однос на претходната година, во другите години вкупните приходи имаат позитивна стапка на раст (Слика 8.). Карактеристично за овој сегмент од пазарот е дека мал број субјекти остваруваат голем дел од вкупните приходи. Во 2011 година, само девет телевизии (ТВ Тера и ТВ Орбис од Битола, ТВ Кисс и ТВ Коха од Тетово, ТВ М од Охрид, ТВ Вис од Струмица, ТВ Ирис и ТВ Стар од Штип и ТВ Нова од Куманово) оствариле 49% од вкупните приходи, а останатите 40 телевизии заеднички оствариле 51% од вкупните приходи. Во 2011 година 86,22% од вкупните приходи биле остварени од продажба на

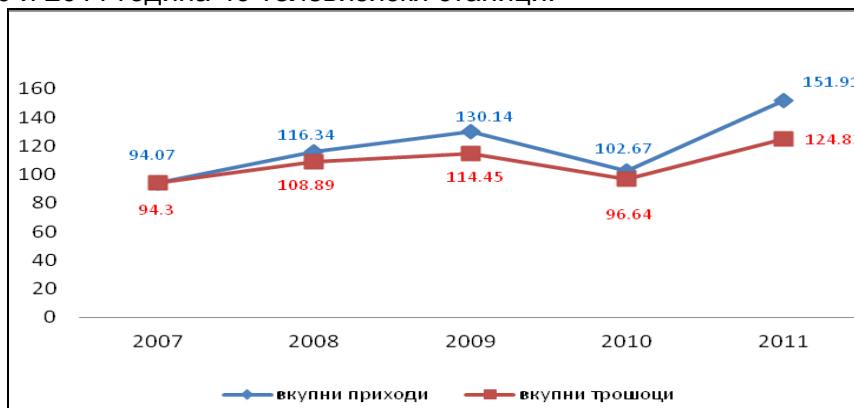
61 Овој субјект емитуваше програма до 31.07.2011 година. Советот не располага со податоци за економското работење на ТВ А1 за 2010 и 2011 година

времето за рекламирање. Само во 2007 година резултатот од работењето на локалните телевизиски станици бил загуба (во износ од 0,23 милиони денари), останатите четири години била остварена добивка.



Слика 7: Движење на вкупните приходи и трошоци на регионалните телевизии во периодот 2007-2011 година

Вкупниот број телевизиски станици што имаа дозвола да емитуваат програма на локално ниво во 2007 година изнесуваше 36, во 2008 и 2009 година 47 телевизиски станици, а во 2010 и 2011 година 49 телевизиски станици.



Слика 8: Движење на вкупните приходи и трошоци на локалните телевизии во периодот 2007-2011 година

Од податоците за структурата на приходите на комерцијалните телевизиски станици, може да се забележи дека речиси ниту една телевизија, вклучувајќи ги и телевизиите што емитуваат програма на државно ниво и кои се веќе етаблирани како значајни субјекти во телевизиската индустрија, не остваруваат приходи од продажба на сопствена програма. Ниту една телевизија не продуцирала квалитетни аудиовизуелни содржини кои може да претставуваат исплатливи производи, што ќе може да ги нуди на различни платформи и од чија продажба ќе остварува приходи.

Една од најважните алки во синцирот на вредности во радиодифузијата е независната продукција, затоа што таа обезбедува квалитетно продуцирани содржини, свежи идеи, ангажман на голем број уметнички и технички креативен кадар и развој на со неа поврзани економски активности. Оваа мошне значајна индустрија се финансира од радиодифузната индустрија. Во постојниот Закон предвидена е обврска само за јавниот сервис, да издвои најмалку 10% од годишните средства наменети за продукција на телевизиска програма за нарачка од независни продуценти од Македонија. Но, ваквата

обврска не е предвидена и за комерцијалните телевизии. Нужно е, во следните законски решенија да се предвиди и комерцијалните телевизиски станици што емитуваат програма на државно ниво, да бидат обврзани најмалку 10% од средствата наменети за продукција на телевизиска програма да ги нарачаат од независни продуценти од Македонија. Овој размер треба да биде постигнат постепено и врз основа на соодветни критериуми, а мора да биде постигнат преку обележување на соодветен размер за неодамнешни дела, односно дела емитувани во рок од пет години од нивната продукција.⁶² Во оваа смисла значајна е и улогата на радиодифузерите за стимулирање на развојот на музичката индустрија во Македонија. Според сегашното законско решение, радиодифузерите имаат обврска одреден процент од емитуваната вокално-инструментална музика да биде на македонски јазик или на јазикот на етничките заедници кои не се мнозинство во Македонија.

Сериозна бариера за развој на радиодифузната индустрија во целина, е практиката на продажба на времето за рекламирање по нефер продажни цени. Одредени радиодифузери, најчесто оние кои имаат значајна пазарна моќ, со цел да придобијат што поголем дел од буџетите за рекламирање, на огласувачите им нудат цени за рекламирање коишто се далеку пониски од оние наведени во официјалните ценовници и од реалните цени, доведувајќи ги со тоа останатите радиодифузери во понеповолна конкурентска состојба. Оваа практика е особено штетна и на подолг рок нанесува сериозни негативни последици за сите субјекти на телевизискиот пазар. Неопходно е да се преземат сите мерки со цел да се спречи понатамошно нарушување на конкуренцијата и да се овозможат услови за поволен економски амбиент за сите субјекти на пазарот. Во оваа смисла потребно е да се следат состојбите на пазарот во континуитет да се преземаат соодветни мерки и активности за спречување на овие појави, констатирање штетни договори (преку утврдување нефер продажни цени) со кои се нарушува конкуренцијата, склучени помеѓу одреден медиум и други субјекти на пазарот (со други медиуми, со посредниците на пазарот на огласување, со операторите на јавни комуникациски мрежи и др). Нужно е зајакнување на соработката помеѓу Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата, со оглед на тоа дека единствено преку заеднички активности на двете регулаторни тела може да се обезбеди унапредување и развој на конкуренцијата во радиодифузната дејност. Во оваа смисла, потребни се измени и дополнувања на постојниот Меморандум за соработка помеѓу Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата и формирање заеднички одбор за соработка кој ќе одржува редовни состаноци, со цел да се континуирано следење на состојбите на пазарот, констатирање штетни договори (преку утврдување нефер продажни цени) со кои се нарушува конкуренцијата, склучени помеѓу одреден медиум и други субјекти на пазарот (со други медиуми, со посредниците на пазарот на огласување, со операторите на јавни комуникациски мрежи и др).

Во однос на унапредувањето и заштитата на конкуренцијата на пазарот, Советот за радиодифузија ќе придонесува во рамките на своите законски надлежности, и тоа преку следење на исполнувањето на обврските од Законот и следствено на тоа изрекување мерки на оние радиодифузери што не ги исполнуваат овие обврски. Советот и понатаму ќе продолжи да изработува редовни годишни анализи на пазарот на радиодифузната дејност, а податоците и заклучоците што произлегуваат од овие анализи, ќе ги користи како основа за градење на неговата регулаторна политика при лиценцирањето, поттикнувањето и заштитата на конкуренцијата, преземањето мерки за консолидација и за поттикнување на развојот на пазарот.

Потребно е да се утврдат правила за рекламните кампањи финансирани од јавни средства, независно дали се емитуваат на програмите на јавниот сервис или пак на

⁶² Директива за аудиовизуелни медиумски сервиси

трговските радиодифузни друштва, како и да се предвиди обврска за нарачателите на овие рекламни спотови да утврдат јасни, транспарентни, фер и недискриминаторски критериуми за избор на медиумите на кои ќе се емитуваат овие спотови.

Потребата за утврдување критериуми е препознаена и во Акцискиот план за подобрување на состојбата на медиумите во Република Македонија. Како можни критериуми во Планот се наведени „...досег до целната публика, рејтинг и доверба, јазик на заедницата, географска распространетост итн.“⁶³

Во овој План, како една од активностите кои треба да обезбедат услови за економска одржливост на медиумите и стабилност на медиумскиот пазар, препознаена е и потребата од:

„Формирање независни механизми и тела во сферата на медиумската индустрија и пазарот, кои би ги регулирале односите меѓу играчите на пазарот, би мониторираше распределба на реклами и би го надгледувале спроведувањето на договорените механизми, на пр: кодекси, саморегулаторни тела, повеќепартитни комитети на индустријата кои би определувале критериуми и начини на работа на индустријата (на пример, најниска цена за рекламирање“⁶⁴

Во досегашната пракса, друг начин на кој се нарушуваше конкуренцијата на пазарот беше емитувањето програмски содржини без уредени авторски права од страна на некои радиодифузери, како и преку реемитување странски канали без уредени авторски права од страна на операторите на јавни комуникациски мрежи (во 2011 година, заедничкото учество на странските канали во вкупната гледаност изнесуваше 20%). Во изминатиот период Советот за радиодифузија преземаше мерки во насока на спречување на ваквите појави, што доведе до подобрување на состојбата кај најголемиот број оператори на јавни комуникациски мрежи.

До донесувањето на Законот за радиодифузната дејност во 2005 година, се сметаше дека основна пречка за влез на странски капитал во радиодифузијата претставуваат мошне рестриктивните одредби од стариот Закон од 1997 година. Според постојниот Закон, странските правни и физички лица може да се јават како основачи на трговски радиодифузни друштва под еднакви услови како и домашните. Сепак, и покрај оваа можност, странските инвеститори покажуваа слаб, речиси никаков интерес да инвестираат на нашиот пазар. Во моментот, само две телевизиски станици што емитуваат програма на државно ниво се основани од странски капитал (ТВ Алсат-М и ТВ 24 Вести).

Од регионалните телевизиски станици единствено ТВ Пинк Мак беше во сопственост на странско правно лице (единствен основач на овој радиодифузер беше правното лице Претпријатие за информирање и маркетинг ПИНК ИНТЕРНАЦИОНАЛ КОМПАНИ од Република Србија). Овој субјект беше основач и на сателитската телевизија ТВ Пинк 15, но не покажа сериозност во водењето на бизнисот, што резултираше со неисполнување на обврските од дозволата за вршење радиодифузна дејност, (се емитуваа непреведени содржини или со многу лош и редуциран превод, кои и онака имаа низок квалитет, вработените лица во оваа телевизија останаа без исплатени плати за што се чека судска разврска, ниту пак го во целост го плаќаше годишниот надоместок за вршење радиодифузна дејност). Поради сето ова Советот ја одзема дозволата за вршење радиодифузна дејност.

Во периодот од 2007 година до 2011 година, странски капитал имаше уште во две телевизиски станици: Регионалната ТВ Ера (до 2009 година како основач на овој

⁶³ Македонски институт за медиуми и Здружение на новинарите на Македонија (2012) Акцискиот план за подобрување на состојбата со медиумите во Република Македонија, стр. 6, достапно преку: http://www.mim.org.mk/index.php?option=com_k2&view=item&id=405:akciski-plan&Itemid=90&lang=mk

⁶⁴ Ибид, стр. 7

радиодифузер се јавуваше правното лице од Англија Балкан Медиа Груп Лимитед; во 2009 година ова правно лице истапи од сопственичката структура и нов сопственик беше правното лице Нова телевизија – Први Частен Канал АД од Бугарија, но само после два месеца и оваа компанија истапи од сопственичката структура) и сателитската телевизија ТВ Ера Сат (основач беше правното лице ДИЕМА БИЖН ЕАД од Бугарија), која од декември 2010 година веќе нема дозвола да врши радиодифузна дејност.

3.3.2 Финансирање на трговските радиодифузни друштва во услови на дигитално емитување

Во услови кога се менуваат начините на кои корисниците (публиката) ги конзумираат медиумите, потребно е радиодифузерите да развиваат нови бизнис модели, не само со цел да останат конкурентни на пазарот туку и да ги искористат сите нови извори на приходи што дигиталното емитување ги овозможува. Дигитализацијата и конвергенцијата на технологиите за пренос и прием на програмски содржини овозможуваат една иста програмска содржина радиодифузерот да и ја понуди на публиката преку различни платформи. Ова секако нуди можност и за дополнителни извори на приходи зависно од применетите технологии. Покрај традиционалните рекламни спотови емитувани на линеарните програмски сервиси, радиодифузерите на огласувачите ќе можат да им понудат и пристап до целната група на потрошувачи и преку рекламни спотови, линкови и банери поставени на нивните web страници, реклами во програмските содржини што ќе се пренесуваат преку мобилната телевизија и друго. Радиодифузерите ќе бидат во можност да остваруваат приходи и од наплатување за пристапот до одредени содржини (аудио и видео на барање).

3.4 Економско работење на трговските радиодифузни друштва што емитуваат радиопрограма⁶⁵

Во 2011 година, програма на државно ниво емитуваа три комерцијални радиостаници (РА Антена 5, РА Канал 77 и РА Метрополис). Вкупните приходи што тие заеднички ги оствариле изнесувале 71,92 милиони денари. Најголем дел од овие средства оствариле Антена 5 (56% од вкупните приходи) и Канал 77 (39%), радиостаницата Метрополис остварила само 5% од вкупните приходи. Во периодот од 2007 до 2011 година, последната била најповолна за овие три субјекти. Освен во 2008 година, кога се забележува благо опаѓање на приходите во однос на 2007 година, во наредните три години вкупните приходи во континуитет се зголемувале. Најзначаен извор на приходи за овој сегмент од пазарот биле приходите од реклами, од што се остварени 68,37% од вкупните средства. Речиси 75% од буџетите за рекламирање на овој сегмент од пазарот огласувачите ги намениле за огласување на Антена 5, околу 21% за огласување на Канал 77 и само 4% за рекламирање на Метрополис. Во 2011 година, овие три радиостаници заеднички потрошиле вкупно 51,80 милиони денари. Сите три радиостаници оствариле позитивен финансиски резултат.

Во 2011 година, на подрачјето на град Скопје (на регионално ниво) радиопрограма емитуваа вкупно 16 комерцијални радиостаници. Вкупните приходи што регионалните радиостаници заеднички ги оствариле изнесувале 50,89 милиони денари, што е најмал износ во последните пет години. Единствено радиостаницата Клуб ФМ остварила повеќе

⁶⁵ Податоците во ова поглавје се обезбедени од редовните годишни анализи на пазарот на радиодифузната дејност што ги изработува Советот за радиодифузија

приходи отколку претходната година. Сите други радиостаници ги намалиле приходите. Пет радиостаници (РА Буба Мара, РА Сити, РА Фортуна, РА Ват и РА Спортско радио 90,3 ФМ) оствариле 65,57% од вкупните приходи на регионалниот радиски пазар. Во структурата на приходите најзначајно учество имаат приходите од реклами (89,82%). Во 2011 година, регионалните радиостаници потрошиле вкупно 53,82 милиони денари, што е само 0,34% повеќе отколку во претходната година. Осум радиостаници остварила позитивен финансиски резултат и исто толку работеле со загуба.

Вкупните приходи што ги оствариле локалните радиостаници во 2011 година изнесувале 37,36 милиони денари, што е најдобро остварување во периодот од последните четири години. Доминантен извор на приходи била продажбата на времето за рекламирање, од што се остварени 93,12% од вкупните приходи. Најмногу приходи од овој вид оствариле РА Кисс од Тетово (3,94 милиони денари) и Супер радио од Охрид (2,21 милион денари). Во 2011 година, субјектите на радискиот пазар заеднички направиле вкупни трошоци во износ од 29,14 милиони денари. Најголем дел од овие средства биле директни трошоци за создавање на програма (70,54%). Во 2011 година, вкупно 36 субјекти работеле со добивка, а останатите со загуба.

4. РЕГУЛАТИВА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ СЕРВИСИ

4.1 Постојна радиодифузна регулатива

Со Законот за радиодифузната дејност („Сл.весник на РМ“, бр.100/05“) се уредија условите и начинот на вршење на радиодифузната дејност и работите од јавен интерес во областа на радиодифузијата. Како цели кои требаше да ги обезбеди Законот за радиодифузната дејност („Сл.весник на РМ“, бр.100/05“), беа утврдени следните: обезбедувањето слобода на изразувањето во радиодифузната дејност во согласност со Уставот на РМ и со меѓународните договори што ги ратификувала и кон кои пристапила Република Македонија; заштита на интересите на корисниците, поттикнување, унапредување и заштита на културниот идентитет, образовниот и научниот развој; поттикнување на развој на творештвото, јазикот и традициите во радиодифузната дејност; унапредување и поттикнување на конкуренцијата и развој на радиодифузната дејност; транспарентност, независност и недискриминација во регулаторните процеси, како и независен и ефикасен радиодифузен сервис.

Во периодот од 2005-та година до овој момент (2012 година) Законот за радиодифузната дејност („Сл.весник на РМ“, бр.100/05“) претрпе повеќе измени и дополнувања. Првите измени и дополнувања беа направени во февруари 2007 година, и истите беа објавени во „Сл.весник на РМ“, бр.19/07“. Законот за радиодифузната дејност („Сл.весник на РМ“, бр.100/05“ и бр.19/07), беше изменет и дополнет и во август 2008 година. Во 2010 година беа извршени две измени и дополнувања на Законот за радиодифузната дејност. Првите измени и дополнувања, беа објавени во „Службен весник на РМ“ бр.6/2010 година, а вторите измени и дополнувања во „Службен весник на РМ“ бр.145/2010. Во месец јули 2011 година, беше извршена уште една измена и дополнување на Законот за радиодифузната дејност, која се објави во „Сл.весник на РМ“, бр.97/2011. Законот за радиодифузната дејност претрпе измени и дополнувања и во јануари 2012 година, кои беа објавени во „Сл.весник на РМ“, бр.13/2012. Со наведените измени и дополнувања, меѓу останатото: се изврши усогласување со Законот за прекршоците, се направија одредени терминологички интервенции, се нормираа стечајот и ликвидацијата на јавното радиодифузно претпријатие (МРТ) и трговските радиодифузни друштва, се пропишаа висината и начинот на одредување на месечниот износ на радиодифузната такса, се укина можноста за стечај и ликвидација на МРТ како јавно радиодифузно претпријатие, и се даде овластување на Управата за јавни приходи да ја утврдува и наплатува радиодифузната такса, согласно Законот за даночната постапка и се зголеми бројот на членовите и на овластените предлагачи за членови на Советот за радиодифузија.

Советот за радиодифузија, во функција на доследна и неселективна примена на член 11 од Законот за радиодифузната дејност, во април 2012 година им наложи на радиодифузерите во Република Македонија да го усогласат своето работење со овој пропис најдоцна до 30.09.2012 година. Во рамките на овој рок своето работење го усогласија 5 (пет) трговски радиодифузни друштва (телевизии), од кои 2 (две) на државно ниво, 1 (една) на регионално и 1 (една) на локално ниво на емитување, чие функционирање беше проблематично од гледна точка на член 11 од Законот за радиодифузната дејност. Советот иницираше постапка за одземање на дозволата за вршење на радиодифузна дејност за неусогласените 2 (два) радиодифузери до 30.09.2012 година, од кои 1 (едно) радио на државно и 1 (едно) радио на регионално ниво. Заклучно со 05.10.2012 година, што значи во текот на законскиот рок од 15 дена од иницирањето на постапката до денот за одлучување за правната судбина на дозволата, Советот констатира

дека и двата радиодифузери го усогласиле своето работење со член 11 од Законот за радиодифузна дејност и донесе заклучоци за запирање на иницираните постапки за одземање на дозволата.

Во текот на примената на Законот за радиодифузната дејност, Советот за радиодифузија на РМ констатираше одредени недоречености и недоследности во истиот, кои претставуваат пречка за ефикасна примена на Законот во практиката, на пример, нејасни одредби, недоволно уредени прашања, недостиг на прекршочни одредби за дел од членовите во Законот и сл.⁶⁶ Со оглед на бројот, односно обемот и квалитетот на нужните измени и дополнувања на Законот за радиодифузната дејност и неговата неусогласеност со европската радиодифузна регулатива и хоризонтална несинхронизираност со дел од домашните прописи, како најрационално и од правносистемска и номотехничка гледна точка се наметнува решението што се состои во донесување на нова регулатива.

4.2 Усогласување на домашното законодавство со Европската регулатива

Република Македонија има обврска да го усогласи своето законодавство со Европското, односно да го усогласи македонското законодавство со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги, со препораките и стандардите на Советот на Европа, како и со препораките на Европската комисија, нотирали во извештајот за напредокот на Република Македонија.⁶⁷

Постојниот Закон за радиодифузната дејност ја регулира радиодифузијата во Република Македонија (линеарните медиумски услуги) и е усогласен со Директивата „телевизија без граници“. Меѓутоа, тој не содржи одредби за регулација на нелинеарните аудиовизуелни услуги, што се опфатени/уредени со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги, и оттука нужноста за усогласување. Независно од начинот на кој ќе се реализира усогласувањето на домашното медиумско законодавство со европската регулатива - Директива за аудиовизуелни медиумски сервиси, истото ќе мора да содржи законски решенија за следниве прашања:

а) Регулација на линеарните програмски сервиси (традиционална радиодифузија)

Од аспект на програмските карактеристики, линеарните програмски сервиси се оние кај кои постои утврдена и однапред позната програмска шема, изборот на содржините зависи од уредувачката политика на радиодифузерот и програмата се движи од еден (радиодифузерот) кон повеќе субјекти (гледачите).

Идната радиодифузна регулатива потребно е да содржи одредби со кои ќе се дефинираат условите под кои ќе се вршат линеарните програмски сервиси, а особено:

- форматот на програмскиот сервис;
- нивото на гледаност/слушаност (државно, регионално или локално ниво), и
- останатите стандарди кои задолжително треба да ги почитуваат субјектите на кои ќе им бидат доделени дозволи за вакви видови сервиси.

Постапката за доделување дозвола за телевизиско или радио емитување за овие видови сервиси, во зависност од видот на техничкото средство преку кое ќе се пренесува сервисот, потребно е да се пропише да биде реализирана на два начина, и тоа:

66 Извештаи за работа на Советот за радиодифузија за 2008, 2009, 2010 и 2011 година, објавени на веб- страницата на регулаторот www.srd.org.mk

67 Презентација на министерот за транспорт и врски на Република Македонија, г-динот Миле Јанакиески, под наслов Потреба од усогласување на македонското законодавство со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги, со препораките и стандардите на Советот на Европа, како и со препораките на Европската комисија, нотирали во извештајот за напредокот на Република Македонија, објавена на веб- страницата www.mtc.gov.mk

1. по пат на јавен конкурс, доколку емитувањето е преку ограничен ресурс: радиофреквенција или дигитален терестријален мултиплекс.

По однос на овој начин на доделување дозвола за телевизиско или радио емитување, треба да се пропишат одредби кои прецизно ќе ја утврдат содржината на Одлуката за објавување на јавниот конкурс, пријавата за учество, критериумите за оценување, како и постапката за донесување на одлука за доделување на дозволата. Постапката треба да биде прецизна, транспарентна, недискриминаторска и со јасни правила. Исто така, потребно е да се пропише регулаторното тело да донесе Одлука за објавување на јавен конкурс за доделување на дозвола за телевизиско или радио емитување, по прием на писмено барање од заинтересирана страна, а во согласност со студија подготвена од регулаторното тело со која ќе се утврди оправданоста за објавување на конкурсот, а особено од аспект на исполнувањето на целите на законот и потребите на публиката.

Висината на постојниот надоместок кој го плаќаат радиодифузерите на сметка на Советот за радиодифузија на РМ за дозволата за вршење радиодифузна дејност треба да биде прилагодена на економско – финансиската состојба во Република Македонија, со следење на примерите од земјите во регионот.

2. без јавен конкурс, доколку емитувањето е преку електронска комуникациска мрежа (кабелска или базирана на Интернет протокол) или сателит.

Доколку емитувањето е преку електронска комуникациска мрежа или сателит (без користење на ограничен ресурс), треба да се пропише потребната дозвола регулаторот да ја доделува врз основа на поднесено барање од заинтересираната страна. Исто така, треба прецизно да се пропише содржината на барањето, рокот во кој регулаторот ќе ја донесе одлуката за доделување на дозволата.

Барателот треба да ги исполни минималните технички, просторни, финансиски и кадровски услови за обезбедување на телевизиско или радио емитување пропишани од страна на регулаторот. Потребно е да се утврди обврска регулаторното тело да води посебен и јавен Регистар на радиодифузери од Република Македонија. Со оглед дека линеарните медиумски сервиси се испорачуваат врз база на одредена програмска шема, истите треба да имаат точно определен формат на програмскиот сервис во дозволата. Суштествено е и прашањето за условите и постапката за трајно и привремено одземање на дозволата на традиционалните радиодифузери.⁶⁸

б) Начинот, условите и постапката за премин на постојните радиодифузери од аналого во дигитално терестријално емитување

Согласно измените и дополнувањата на Законот за електронските комуникации од месец мај 2012 година („Службен весник на РМ“, бр.59/2012), Советот има надлежност да донесе План за намена и распределба на преносни капацитети на дигитален терестријален мултиплекс.

Планот ќе треба да содржи:

- број на телевизиски програмски сервиси (стандардна/висока дефиниција);
- број на радио програмски сервиси;
- преносни капацитети предвидени за дополнителни услуги, други придружни информации и податоци;
- предвидени капацитети за премин кон емитување на телевизијата во висока дефиниција или други нови технологии.

⁶⁸ Новата законска регулатива за електронските медиуми на Република Хрватска и Република Црна Гора, што е усогласена со европската Директива за аудиовизуелни медиумски услуги, предвидува можност за трајно или привремено одземање на концесијата/дозволата, за разлика од важечкиот Закон за радиодифузна дејност на Република Македонија, кој познава само трајно одземање на дозволата за вршење радиодифузна дејност.

Идната радиодифузна регулатива треба да содржи одредби со кои ќе се пропише начинот, условите и постапката за премин на постојните радиодифузери со линеарни програмски сервиси од аналоген во дигитален терестријален пренос на сигналот и треба да предвиди посебна регулација за операторот на дигитален терестријален мултиплекс кој има обврска да ги емитува радиодифузерите од РМ, и тоа:

- почитување на Планот за намена и распределба на преносни капацитети;
- услови и цени за емитување на програмските сервиси на радиодифузерите;
- постапка на склучување на договори со радиодифузерите;
- примена на принципите на објективност, транспарентност, пропорционалност и недискриминација;
- обврски за водење на посебно сметководство;
- надзорот над работата на операторот.

в) Регулација на нелинеарни програмски сервиси

За нелинеарните програмски сервиси, какви што се на пример: аудио на барање (audio on demand), видео на барање (video on demand) и телевизијата „плаќање за гледање, односно плати за да гледаш“ (pay per view), карактеристично е тоа што немаат програмска шема, туку листа со понудени содржини, изборот на програмите го прави самиот гледач и комуникацијата се одвива еден на еден (еден понудувач на содржина и еден гледач). Регулацијата на нелинеарните програмски сервиси, вклучувајќи ги и оние аудиовизуелните, треба да биде во рамките што ги поставува Директивата за аудиовизуелни медиумски сервиси. Имено, нивната регулација не треба да биде премногу строга, туку потребно е да се утврдат генерални правила, во смисла:

- доделувањето на дозволата за овие сервиси да се врши врз основа на барање/нотификација од лицето кое има обезбедено технички услови за пренос и програмски концепт;
- истите да се издаваат во пократок временски рок – регулаторното тело во рок не подолг од 30 дена од денот на прием на уредното барање да ја издаде дозволата;
- издавањето на дозволите да не биде условено со исполнување високи критериуми;
- за добиената дозвола треба да се утврди плаќање годишен надоместок за надзор на сметка на регулаторното тело;
- да се предвидат јасни и прецизни правила за условите под кои ќе може да биде одземена дозволата;
- да се определат програмските стандарди особено во делот на: заштита на малолетниците, заштита на човековото достоинство, правилата поврзани со рекламирањето и телешопингот, промоцијата на европските аудиовизуелни дела и нивна застапеност во каталогот на програми понуден од страна на аудиовизуелниот медиумски сервис, правото на одговор при тв емитување и др.

4.3. Спречување на пиратерија и заштита на авторските и сродните права

Согласно член 109 став 2 од постојниот Закон за радиодифузната дејност, Министерството за култура им издава потврди за уредени авторски и сродни права за реемитување на кабелските и други оператори на јавни комуникациски мрежи, по што овие последниве се обраќаат до Советот за радиодифузија со барање да им издаде потврда за регистрирани пакети со програмски сервиси. Советот за радиодифузија издава такви потврди, со овластување, согласно член 109 став 4 од Законот за радиодифузната дејност, да наложи исклучување на оние програмски сервиси за кои операторот ги нема уредно

авторските и сродните права за нивно реемитување. Ако при контролен мониторинг се установи дека операторот не го почитува налогот за исклучување, Советот е овластен и должен да поднесе барање за поведување на прекршочна постапка, кое го доставува до надлежниот суд, откако претходно е спроведена постапка за порамнување, во случај кога ова последново не успеало, што значи тогаш кога операторот не го признал прекршокот и кога одбил да ја плати глобата за која е издаден платен налог.

Практиката покажа потреба од забрзување на постапката за регистрирање на програмските пакети, на начин што ќе се концентрира во еден орган/институција и да се востанови правото на надзор на регулаторот над работата на операторите на јавни комуникациски мрежи и радиодифузерите и другите даватели на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во поглед на почитувањето на авторските и сродните права.

Советот за радиодифузија има техничка можност да ја мониторира програмската понуда на операторите на јавни комуникациски мрежи во Скопје, а работи и на воспоставување на систем за мониторинг, преку техничка конекција со операторите и радиодифузерите од внатрешноста на Република Македонија. Советот за радиодифузија, на товар на својот буџет, врши и самостојни теренски мониторинзи на програмската понуда на операторите од внатрешноста, а тоа го чини и со Координативното тело за интелектуална сопственост, формирано од Владата на Република Македонија. Сеуште е присутна појавата на реемитување на програмски сервиси за кои не се уредени авторските и сродните права, а одделни регионални и локални радиодифузери повремено емитуваат кинематографски и телевизиски филмови без уредени права, што претставува повреда на тие права и нелојална конкуренција. Заради правна сигурност на традиционалните радиодифузери, операторите на јавни комуникациски мрежи и другите субјекти што ги опфаќа постојната и ќе ги опфати идната медиумска регулатива, во поглед на регулирањето на авторските и сродните права за емитување, реемитување и друг начин на дистрибуција на програмски содржини, неопходно е Советот за радиодифузија, како регулатор, да биде правно обврзан да води и ажурира регистар на застапници на филмски, спортски и други телевизиски права и застапници на програмски сервиси во Република Македонија. Законската регулатива за медиумите има потреба од уредување на исклучивите права за емитување, реемитување и друг начин на дистрибуција на аудио и аудиовизуелните содржини и доуредување на пристапот до настани од големо значење. Исто така, во идната медиумска регулатива освен прашањето за тоа кои сервиси треба да се пренесуваат задолжително и бесплатно (*must carry*), треба да се прецизира и за кои сервиси ќе важи правилото за задолжителна понуда за пренос под рамноправни и транспарентни услови (*must offer*).

4.4 Надзор

Согласно постојниот Закон за радиодифузната дејност, Советот за радиодифузија на РМ има овластување да врши само надзор над спроведување над програмските принципи, програмските барања и ограничувања (програмски стандарди), како и на исполнувањето на другите услови во дозволата за вршење радиодифузна дејност. Тоа го врши преку редовни и ад – хок мониторинзи на програмските сервиси на сите видови радиодифузери и на сите нивоа на емитување. Надзор над исполнувањето на условите за работа кои се содржани во одобрението за користење на радиофреквенции, изградбата, одржувањето и употребата на мрежите и средствата за емитување и за пренос на програмите, вршат Агенцијата за електронски комуникации и Министерството за информатичко општество и администрација. Советот врши мониторинг само во однос на техничката опременост на студијата на радиодифузерите, од аспект на почитување на подзаконските акти на Советот. Советот за радиодифузија нема инспекциски овластувања во надзорот на почитувањето на авторските и сродните права од страна на

радиодифузерите и операторите на јавни комуникациски мрежи. Тој како регулатор ја мониторира состојбата во тој поглед преку самостојни мониторинзи во рамките на активностите на Координативното тело за интелектуална сопственост, формирано од Владата на Република Македонија во кое, покрај други субјекти учествуваат и Агенцијата за електронски комуникации, Министерството за внатрешни работи и Министерството за култура. Мониторинзите се реализираат преку излегување на терен и преку системот за мониторирање на програмските пакети на операторите на јавни комуникациски мрежи. И понатаму е нужно да се задржи правото на регулаторот на надзор во однос на: почитувањето на обврските за регулирање на авторските и сродните права за создадените, емитуваните, реемитуваните и на друг начин дистрибуираните аудио и аудиовизуелни медиумски содржини, што ќе ги опфати сите субјекти на надзор – давателите на линеарни и нелинеарни аудио и аудиовизуелни медиумски услуги; почитувањето на обврските предвидени во законската и подзаконската регулатива, програмските барања и ограничувања, како и условите во дозволата за вршење дејност и обврска на субјектите на надзор, на трошок на Советот за радиодифузија (од надоместокот за дозволите и надоместокот за надзор), технички да се поврзат со мониторинг системот на Советот, заради дотур на нивниот сигнал до локацијата на системот. Проверката на регулираноста на авторските и сродните права за операторите на јавни комуникациски мрежи, радиодифузерите и другите даватели на медиумски услуги да се врши отпосле (ex post).

За да се олесни надзорот врз програмите на радиодифузерите, треба да се искористат техничко-технолошките можности за означување и идентификација на сите содржини (вести, инфо-сервис, информативна програма, образовна, документарна, забавна, информативно-забавна, образовно-забавна, документарно-забавна, забавно-информативна, спортска, играна, музичка програма, програми од областа на уметноста/културата/хуманитарните науки, игри, реално шоу, верски служби или проповеди, програми за физичка култура и рекреација, рекламни спотови, телешопинг спотови, телешопинг прозорци промотивни најави и спотови на радиодифузерите, најави на културни и спортски манифестации, најави за кампањи од јавен интерес и апели за добротворни цели, платено политичко рекламирање и најавни/одјавни шпици) што ги емитуваат радиодифузерите, преку вградување тн. дигитален печат во нивниот излезен аудио и видео сигнал. Означувањето на содржините треба да биде законска обврска за радиодифузерите.

4.5 Несинхронизираност на дел од домашните прописи

Во текот на примената на постојниот Закон за радиодифузната дејност, беше констатирано дека во одредени домашни прописи се содржани решенија за одделни прашања кои се различни од решенијата содржани во Законот за радиодифузната дејност. Во член 45 став 3 од Законот за високо образование („Службен весник на РМ бр. 35/2008, 103/2008, 26/2009, 83/2009, 99/2009, 115/2010, 17/2011 и 51/2011) се предвидува дека Универзитетот, под условите утврдени во тој закон, покрај единиците во негов состав, може да има и ТВ станици како внатрешни организациони единици, за разлика од Законот за радиодифузната дејност кој познава само радија како непрофитни радиодифузни установи. Исто така, во член 31 од Закон за правната положба на црква, верска заедница и религиозна група („Службен весник на РМ бр. 113/07), меѓу другото, е нормирано дека црква, верска заедница и религиозна група можат да формираат средства за јавно информирање, без да се прецизира на какви средства за јавно информирање се мисли и дали со тој поим се опфатени и електронските медиуми (радио и телевизија). Во Изборниот законик („Службен весник на РМ бр. 54/2011- Пречистен текст) е содржано различно решение за времетраењето на политичкото рекламирање во споредба со решението од

Законот за радиодифузната дејност, а донесувањето на подзаконските акти за однесувањето на радиодифузерите во изборниот процес од страна на Советот за радиодифузија, е условено со претходно добиено мислење од Државната изборна комисија. Треба да се обезбеди меѓусебна усогласеност на овие прописи и новата медиумска регулатива.

Отсуствува домашен пропис кој создава обврска на домашна институција да води регистар на носители на јавни функции на сите нивоа на власта, и на носители на раководни функции во политички партии. Со оглед на фактот дека сопственичката структура на трговските радиодифузни друштва е променлива категорија, а и фактот дека носителите на јавни функции се избираат/именуваат за одреден временски период, со цел да се обезбедат реални услови за примена на членот 11 од ЗРД (...носители на јавни функции и членови на нивни семејства не можат да вршат радиодифузна дејност ниту да бидат основачи, соосновачи или да стекнуваат удели во сопственоста на радиодифузерите.), како нужна се наметнува потребата од востановување, односно водење Регистар на сите носители на јавни функции и членови на нивните семејства во Република Македонија. Корисници на регистарот би биле одредени институции од аспект на својата со закон утврдена надлежност. Во оваа насока треба да се земе предвид дека неколку институции располагаат со податоци кои би биле предмет на интерес за Регистарот на носители на јавни функции и членови на нивните семејства во Република Македонија. Имено, по завршување на изборите, избраните кандидати ги верификуваат мандатите во Државната изборна комисија. Меѓутоа, податоци за носители на јавни функции имаат и Собранието на РМ, Владата, јавните претпријатија, единиците на локалната самоуправа и други институции. Воедно, до Државната комисија за спречување на корупцијата изјави за конфликт на интереси доставуваат сите избрани и именувани лица. Обврската за обезбедување со податоци на регистарот од страна на институциите би се утврдила со Закон, а воедно би се утврдила и законска обврска и на носителите на јавни функции да се евидентираат во регистарот. Оттука, можеби најсоодветна институција која би го водела Регистарот на носители на јавни функции и членови на нивните семејства во Република Македонија, би била Државната комисија за спречување на корупцијата. Во Државната комисија за спречување на корупцијата би се доставувале податоците за сите носители на јавни функции во РМ и овие податоци би се вкрстувале по различни (законски) основи. Исто така, Државната изборна комисија треба да се задолжи, при верификувањето на мандатите на носителите на јавни функции, согласно Изборниот законик, да изврши проверка од аспект на почитување на ограничувањата за сопственоста врз медиумите. Со цел да се реализира оваа идеја, потребно е да се спроведат одредени законски измени.

4.6 Саморегулација и корегулација

Прашањето за саморегулација и корегулација во областа на електронските медиуми, го актуелизираше Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги. Имено во член 3, точка 7 од Директивата е утврдено дека “Државите членки поттикнуваат корегулаторни и/или саморегулаторни режими на државно ниво во областите координирани со оваа Директива до оној степен кој е дозволен од нивните правни системи. Овие режими се од таков вид така што да бидат широко прифатени од страна на главните акционери во Државите членки кои се во прашање и се спроведуваат ефективно“. Искуството на некои земји членки на Европската унија покажува дека инструментите на саморегулација и корегулација можат да играат важна улога во осигурувањето на високо ниво на заштита на потрошувачите. Во оваа смисла и искуството од Република Хрватска, каде што, Агенцијата за електронски медиуми ги поттикнува давателите на медиумски услуги за регулација на одредени области и решавање на одредени проблеми да утврдат

правила на однесување или насоки преку постапка на саморегулација и корегулација.⁶⁹ Во Законот за електронски медиуми на Република Црна Гора⁷⁰, има посебен член (член 53) што го регулира прашањето за корегулација и саморегулација во областите што ги покрива, што значи во областа на производството и давањето на аудиовизуелни услуги (како линеарни, така и нелинеарни) и услуги на електронски публикации преку електронски комуникациски мрежи. Во Република Србија од саморегулаторни тела, делува само Советот за печат, кој како независно, саморегулаторно тело, во чиј состав влегуваат претставници од медиумската индустрија и професионалните новинарски здруженија, е основан на почетокот на 2010 година. Во оваа земја саморегулаторни тела од областа на електронските медиуми не постојат.⁷¹

Законот за радиодифузната дејност на Република Македонија, не содржи одредби за регулација и корегулација во областа на електронските медиуми. Во него не се извршени измени и дополнувања што треба да значат негово усогласување со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги, што ги регулира и линеарните и нелинеарните медиумски услуги. Во оваа насока, значајно е да се напомене дека во услови кога на крајот на 2008 и почетокот на 2009 година се појави потреба да се регулираат аудиовизуелните медиумски услуги на барање, како еден вид нелинеарни медиумски услуги, што требаше на нашиот радиодифузен и медиумски пазар да ги понудат одделни оператори на јавни комуникациски мрежи, Советот за радиодифузија на РМ, појавената правна празнина ја „пополни“ со изготвување на акт, именуван како *Протокол за обврските на операторите на јавни комуникациски мрежи во однос на преносот на програмски сервиси и обезбедувањето аудиовизуелни медиумски сервиси на барање*. Овој акт во вид на нацрт им беше доставен на заинтересираните јавни комуникациски мрежи, со што се обезбеди заеднички прифатлива содржина за секоја од договорните страни. Тој акт беше пионерски на полето на корегулацијата во Република Македонија и истиот беше склучен помеѓу Советот за радиодифузија, од една страна, како регулатор од областа на радиодифузната дејност, и повеќе големи оператори на јавни комуникациски мрежи во Република Македонија, од друга страна. Искуството од неговата примена покажа дека тој е почитуван од договорните страни и дека нема дилеми во врска со неговата примена. Во Република Македонија е донесен саморегулаторен акт од страна на Здружението на новинарите на РМ, именуван како Кодекс на новинарите во Република Македонија.⁷² Овој Етички кодекс има значење како за печатените, така и за електронските медиуми, бидејќи од неговата содржина произлегува оти тој го покрива однесувањето на новинарите во сите видови медиуми во Република Македонија. Во една анализа на Македонскиот институт за медиуми е содржана констатација дека медиумите во Република Македонија поседуваат култура на саморегулација.⁷³ Инаку, во Република Македонија нема регулаторно тело од областа на печатот, а европските искуства покажуваат дека регулаторните тела од областа на печатот, најчесто се појавуваат во вид на Press council.

УНЕСКО и ОБСЕ ја нагласуваат потребата од саморегулација во областа на медиумите, со образложение дека актите на саморегулација се посебно значајни за остварување на слободата на изразување, како едно од темелните човекови права, од глобално значење.

69 http://www.e-mediji.hr/rad_agencije/samoregulacija.php

70 http://www.ardcg.org/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=48&Itemid=26

71 http://www.crmps.org.rs/wp-content/uploads/strategija_javno_informisanje_lat.pdf

72 <http://www.znm.org.mk/drupal7.7/sites/default/files/Kodeks%20na%20novinarite%20vo%20Makedonija%20MK.pdf>

73 Анализа на Македонскиот институт за медиуми под наслов Развојот на медиумите во Македонија според индикаторите на УНЕСКО, јануари 2012 година, објавена на неговата веб-страница: <http://www.mim.org.mk/>

5. АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ ВО ДИГИТАЛНО ОПКРУЖУВАЊЕ

5.1 Актуелна состојба

Дозвола за вршење радиодифузна дејност имаат вкупно 148 субјекти, од кои 66 телевизиски станици (4 на државно ниво преку терестријален предавател, 6 преку сателит, 9 на регионално ниво и 47 на локално ниво) и 82 радиостаници (3 на државно ниво, 17 на регионално ниво и 59 на локално ниво, а радиопрограма емитуваат и 3 непрофитни установи). Само една локална телевизиска станица емитува програма преку кабелска мрежа.

Десетте телевизиски станици што емитуваат програма на државно ниво технички и студиски се добро опремени. Дел од нивната програмска понуда е во сопствена продукција.

Радио сервисите се емитуваат со аналогна емисија. Иако Агенцијата за електронски комуникации изготви план во кој се дефинирани зоните на распределба, дигитализацијата на радиото во ултракраткобрановото подрачје (Digital Audio Broadcasting, DAB) нема да заврши во следните неколку години. Ова се должи на неколку причини: малиот интерес на операторите за дигитално радио емитување, скапите приемници и развојот на дигитално радио наменето за средните и кратките бранови подрачја (Digital Radio Mondiale, DRM), како и постоењето на други технологии за прием на аудио сигнали.

Операторите на јавните комуникациски мрежи се предводници во дигитализацијата на содржините. Тие веќе подолго време нудат дигитален прием на програмските сервиси. Како платформи за пренос се користат:

- Дигитална телевизија преку кабел (Digital Video Broadcasting – Cable, DVB-C),
- Платформа на Интернет протокол (Internet Protocol, IP),
- Дигитална терестријална телевизија (Digital Video Broadcasting-Terrestrial, DVB-T),
- Дигитална телевизија преку сателит (Digital Video Broadcasting- Satellite, DVB-S).

Без оглед на видот на платформата сите тие во своите понуди имаат дигитални пакети со стандардна дефиниција (Standard Definition – SD), а дел од нив нудат и програмски сервиси со висока дефиниција (High Definition, HD).

Во јануари 2012 година започнаа со работа двата мултиплекса на Македонската Радиодифузија (MUX 4 и MUX 5) со што и официјално започна процесот на дигитализација на терестријалната радиодифузна дејност, односно периодот на истовремено емитување (simulcast period).

Мултиплексите MUX 6 и MUX 7 се наменети за пренос на телевизиските програмски сервиси на трговските радиодифузни друштва кои емитуваат на државно и регионално ниво и ќе нудат дигитални содржини со слободен прием (free-to-air, во понатамошниот текст free-to-air) до крајните корисници.

5.2 Дигитализација на аудиовизуелните сервиси во Република Македонија

5.2.1 Дигитализација на терестријалната телевизија

Дигитализацијата на терестријалната телевизија како глобален процес на модернизација на радиодифузијата е започната пред речиси две децении. Во Соединетите Американски Држави овој процес започна во 1998 година, а целосно заврши во јуни 2009 година. Јапонија беше првата земја во Азија која заврши со ерата на аналогно емитување (во јули 2011 година). Дигиталната дивиденда во овие две земји е искористена за мобилни широкопојасни услуги.

Во европските држави, овој процес е во различни фази⁷⁴. Процесот на дигитализација на телевизијата е комплетно завршен во: Холандија, Финска, Андора, Шведска, Швајцарија, Германија, Данска, Норвешка, Белгија, Шпанија, Латвија, Естонија, Хрватска, Словенија, Сан Марино, Луксембург, Монако, Австрија, Малта, Кипар, Франција, Португалија, Чешка и Италија. Следните држави го имаат започнато овој процес: Бугарија, Грција, Унгарија, Исланд, Ирска, Литванија, Полска, Романија, Русија, Словачка, Србија, Црна Гора, Турција и Велика Британија, а само три држави: Албанија, Молдавија и Украина воопшто не го започнале овој процес.

Целосното исклучување на аналогна емисија на телевизиски сигнал (Analog Switch Off, ASO) во Република Македонија треба да се изврши на 01.06.2013 година. Со цел да се обезбеди квалитетно покривање на територијата на Република Македонија со дигитален сигнал, предвидени се четири наменски мултиплекси во осумте зони на распределба и подзоната Скопје. Тие се наменети за пренос на телевизиски сервиси на државно и регионално ниво. Постојните трговски радиодифузни друштва кои емитуваат телевизиска програма на локално ниво ќе добијат дозвола за емитување на регионално ниво без конкурс доколку ги исполнуваат условите утврдени со подзаконски акти изработени од страна на СРД. Согласно Законот за изменување и дополнување на Законот за електронските комуникации објавен во Службен весник бр. 59/2012 година, одобрение за користење на радиофреквенции наменети за дигитална радиодифузија ќе му издаде на радиодифузер кој е единствен во одредена локална сервисна зона врз основа на одлука за доделување на дозвола за вршење на радиодифузна дејност донесена од Советот за радиодифузија и објавена во “Службен весник на Република Македонија”. За останатите локални сервисни зони, со повеќе од еден заинтересиран радиодифузер за дигитално емитување на локално ниво, АЕК ќе објави јавен тендер за доделување одобрение за користење на радиофреквенции за мултиплекс за изградба на дигитален терестријален систем за емитување на програмските сервиси на радиодифузерите кои имаат дозвола за емитување на локално ниво, во секоја од локалните сервисни зони.

Согласно Стратегијата и акциониот план за премин од аналогна кон дигитална терестријална телевизија, ЈП МРД има обврска за време на периодот на истовремено емитување да ги пренесува сите телевизии кои емитуваат на државно ниво. Оваа активност веќе се реализира и ЈП МРД на својот прв мултиплекс на територијата на градот Скопје веќе почна со пренос на дел од телевизиите кои емитуваат на државно ниво во SD стандард, а на вториот мултиплекс се пренесува првиот телевизиски сервис на МТВ во HD стандард⁷⁵.

На многу мал дел од територијата на Скопје, ЈП МРД со мал предавател од 100W, експериментално емитува програма во дигитален формат, со компресија на слика MPEG (Moving Pictures Expert Group) - 2.

Со воведување дигитална терестријална телевизија можно е да се појави тн. дигитален јаз, односно дел од населението, кое користи само аналоген терестријален прием на телевизиски сервиси (10,6% од испитаниците⁷⁶), да нема пристап до програмската понуда. Се очекува дигиталниот јаз да се намали со обезбедување на бесплатни приемни уреди (Set-Top Boxes, STB) за најранливите социјални категории од страна на Владата на Република Македонија.

74 www.dvb.org [ноември 2012]

75 Акциски план за премин од аналогно во дигитално терестријално телевизиско емитување на ЈП МРД, Скопје, 03.11.2010 година

76 Истражување на мислењето на публиката нарачано од Советот за радиодифузија. Истражувањето е спроведено од страна на Институтот за демократија на примерок од 2001 испитаник, во јули 2012 година.

Според Истражувањето “Национална анализа за нивото на јавната свест за улогата на DSO”⁷⁷, 17,5% од испитаниците никогаш не слушнале за поимот дигитална телевизија, додека 64,9% од испитаниците не знаат дека во јуни 2013 година ќе се исклучи аналогната емисија на телевизискиот сигнал. Оттука, очигледна е потребата од зголемување на јавната свест за дигитализацијата. Тоа може да се реализира преку јавни кампањи, тркалезни маси, зачестени радио-телевизиски емисии на таа тема, организирање на работилници со субјекти засегнати со овој процес, во функција на запознавање и објаснување на процесот за дигитализација, придобивките од негово воведување како и конечната цел - квалитетен прием на телевизиски сервис до корисниците и придобивките од дигиталната дивиденда.

5.2.2 Зони на распределба

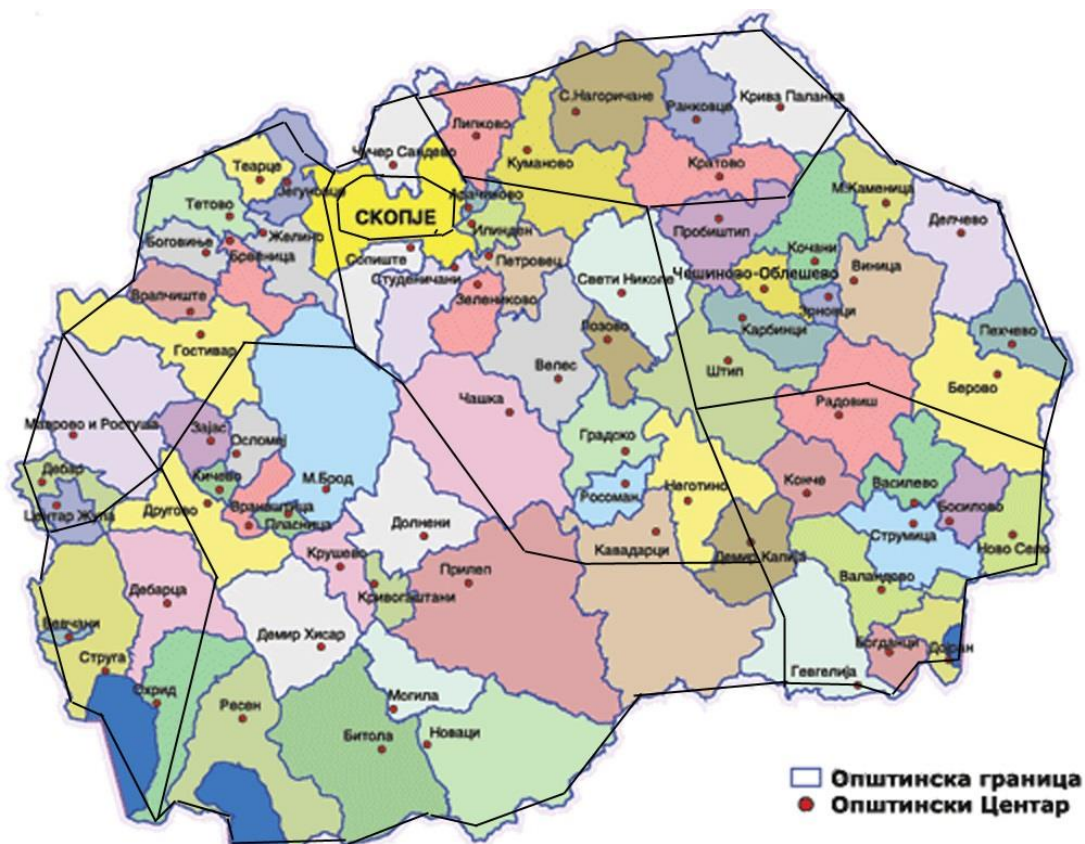
Планот за радиофреквенции за дигитална телевизија на Република Македонија е содржан во Финалните акти на Регионалната конференција за радиокомуникации за планирање на дигитални телевизиски радиодифузни служби во делови од Регион 1 и 3, во фреквенциските опсези 174-230 MHz и 470-862 MHz, Женева 2006 (GE06). Со овој план во Република Македонија се дефинирани географски подрачја (зони на распределба или allotment-зони): Црн Врв, Страцин, Туртел, Боскија, Пелистер, Мали Влај, Стогово и Попова Шапка во кои ќе бидат реализирани еднофреквенциски мрежи (Single Frequency Network, SNF). Покрај тоа, заради дополнително покривање на територијата на главниот град, во рамките на зоната на распределба Црн Врв постои уште една подзона за Скопје.

Табела 2. Канали по зони на распределба

Ознака	Име на зоната	MUX 4	MUX 5	MUX 6	MUX 7
D1	Црн Врв	23	52	40	47
D2	Страцин	37	42	50	56
D3	Туртел	24	39	38	44
D4	Боскија	34	41	50	54
D5	Пелистер	22	37	38	42
D6	Мали Влај	26	36	44	50
D7	Стогово	28	43	21	31
D8	Попова Шапка	27	36	41	50
D9	Град Скопје (Водно)				25

⁷⁷ Истражувањето е наведено од Советот за радиодифузија и спроведено од страна на Институтот за демократија на примерок од 1066 испитаници, во период мај-јуни 2012 година

Во согласност со Одлуката⁷⁸ на Европската комисија за користење на фреквенцискиот спектар 790-862, Владата на РМ, на својата 186 седница, донесе заклучок овој фреквенциски опсег по исклучувањето на аналогната телевизија да се користи само за обезбедување на мобилни комуникациски услуги. Тоа значи дека каналите од фреквенцискиот опсег 790-862 MHz (од 61 до 69 канал) повеќе нема да се користат за радиодифузна служба - телевизија. Во овие зони на распределба не се вклучени сервисните зони за дигитално покривање на локално ниво, за што ќе се користат “неженевски фреквенции”. Каналите по зоните на распределба за дигитално терестријално покривање на четирите мултиплекси се прикажани на Табела 2 и Слика 9.



Слика 9. – Зони на распределба за дигитално терестријално покривање

5.2.3 Стандарди за дигитална телевизија

Во светот постојат неколку стандарди за дигитална телевизија. Во САД се користи стандардот ATSC, во Јапонија се користи стандардот ISDB (Integrated Services Digital Broadcasting), додека во Европа се користат: стандардот DVB-T (Digital Video Broadcasting – Terrestrial), неговата понапредна верзија DVB-T2, а за прием на содржини преку мобилните телефони, персоналните дигитални асистенти (PDA), како и други мобилни уреди, се користи стандардот DVB-H.

⁷⁸ COMMISSION DECISION of 6 May 2010 on harmonised technical conditions of use in the 790-862 MHz frequency band for terrestrial systems capable of providing electronic communications services in the European Union

Дигиталните мултиплекси во Македонија користат DVB-T стандард. ЈП МРД при изградба на својата мрежа за пренос на дигиталната телевизија ги користи следните параметри: начин на кодирање - MPEG4, амплитудната модулација - 64-QAM, кодна брзина (code rate) - 5/6, заштитен интервал (guard interval) - 1/4. Со оваа конфигурација е обезбеден капацитет на пренос на мрежата од 49,76 Mbps. За MUX-6 и MUX-7 кои се наменети за пренос на телевизиските сервиси на државно и регионално ниво, треба да се примени DVB-T системот со минимален преносен капацитет од 22Mbps за секој мултиплекс (односно вкупно 44 Mbps за двата мултиплекси).

Во иднина стандардот на мултиплексите треба да се надгради во DVB-T2 систем, со што ќе се зголеми капацитетот на пренос на мрежата.

5.2.4 Дигитализација на операторите на јавни комуникациски мрежи

Во Република Македонија, над 80% од домаќинствата телевизискиот сигнал го примаат преку операторите на јавни комуникациски мрежи. Сигналот се пренесува аналогно (преку коаксијален кабел), и дигитално преку платформите прикажани во Табела 3.

Табела 3. Карактеристики на платформите за дигитален пренос на сигнал

Платформа	Карактеристики/користи
DVB-C (Digital Video Broadcasting – Cable)	Хибриден оптички - коаксијален кабел
Телевизија преку Интернет протокол (IPTV)	Интернет протокол за обезбедување на сигналот за гледање
Дигитална терестријална телевизија (DVB-T)	Терестријален мултиплекс
Дигитална телевизија преку сателит (DVB-S)	Сателитски мултиплекс

Според истражувањето⁷⁹ наведено од Советот за радиодифузија, најголем дел од македонските домаќинства (61,7%) имаат претплатнички договор со операторите на јавни комуникациски мрежи кои користат коаксијален или хибриден кабел за пренос, а речиси подеднакво користат телевизија преку Интернет протокол (9,8%) и дигитална терестријална телевизија (9%).

Телевизискиот сигнал се реемитува во еден од следниве два формати за компресија: MPEG-2 или MPEG-4. Операторите на јавни комуникациски мрежи дигиталниот телевизиски сигнал најчесто го нудат како дел од различни пакети: двоен (double play), троен (triple play) пакет, а во поново време и пакети со четири услуги. Со ова доаѓа до израз конвергенцијата на комуникациската и радиодифузната технологија. Споменатите платформи обезбедуваат брз проток на податоци кој овозможува дел од понудените телевизиски сервиси да се пренесуваат во висока дефиниција (HDTV).

Во следниот петгодишен период се очекува аналогното реемитување на програмските сервиси преку кабел да оди по надолна линија, заради послабот квалитет на сликата во однос на дигиталното реемитување. Покрај зголемениот квалитет на сликата и звукот, со дигитализација на понудата на операторите на јавни комуникациски мрежи значително ќе порасне бројот на телевизиски сервиси, можноста за интерактивност, одложено гледање односно снимање, како и пристап до снимени видеосодržини по барање.

Зголемувањето на бројот на корисници на дигиталната платформа за реемитување програмски сервиси е резултат и на развојот на новата приемничка технологија

⁷⁹ Истражувањето на мислењето на публиката наведено од Советот за радиодифузија, а спроведено од страна на Институтот за демократија на примерок од 2001 испитаници, во јули 2012 година.

(телевизиски приемници од поновите генерации, со интегрирани DVB-C или DVB-T картички за прием), со што се избегнуваат трошоците за обезбедување на надворешни дигитални приемни уреди.

Со потполна дигитализација на операторите на јавни комуникациски мрежи се овозможува точна евиденција на крајните корисници кои ги користат услугите на операторите, со што ќе се сведе на минимум нереалното прикажување на бројот на корисници (under reporting) и фискалната евазија. Од техничка гледна точка, постојат два начина за евиденција на бројот на крајните корисници на услугите на операторите на јавни комуникациски мрежи, при нивна потполна дигитализација, и тоа

- со автоматско регистрирање на секој приемник на наменски сервер;
- со регистрација на дескремблерската картичка за приемникот.

Автоматското регистрирање на приемникот на наменски сервер се прави во форма на авторизација на приемникот за употреба. Контролата врз наменскиот сервер, а со тоа и врз корисниците е на овластена институција (АЕК, СРД, УЈП или слична). Основниот проблем со масовна примена на ваквото решение е потребата од повратен комуникациски канал од приемникот до серверот. Кај дел од активните оператори кај нас таков канал е веќе во функција бидејќи тие истовремено нудат и Интернет услуга. Во тој случај доволна е замена на приемниците со такви кои ќе ја имаат можноста за најавување на серверот. Проблеми со ова решение се јавуваат во делот од мрежата на „големите“ оператори во кој не е имплементирана двонасочна комуникација поради малиот број на корисници на Интернет. Кај помалите оператори мрежата најчесто е еднонасочна и таму, како и во еднонасочните делови од големите мрежи, неопходна е промена на опремата која неколкукратно ја зголемува цената на мрежата. Оваа инвестиција за нив е дискутабилна. За да се направи проценка на големината на инвестицијата потребни се податоци за големината и конфигурацијата на мрежата на конкретен оператор. Дополнителен проблем е можната замена на софтверот во приемниците така да приемникот функционира и кога не се најавува на серверот.

Методот на регистрација на дескремблирачката картичка е поедноставна, но подразбира решавање на некои правни аспекти. Овде се користи фактот што дел од производителите на картички бараат задолжителна регистрација на картичките кај нив. Евиденцијата за тоа колку и кои картички се продадени на кој оператор може да се искористи за следење на повредувањето на авторските права. Пример за таква компанија е Conax⁸⁰. Во оваа насока можно е да се направи избор на неколку компании производители на картички кои би се прогласиле за дозволени да оперираат на пазарот во земјата и склучување на договори со нив податоците за картичките задолжително да ги проследуваат до надлежната агенција (СРД или АЕК). Проблематично овде е заедничкото купување. Имено, за намалување на цената на картичките често неколку оператори купуваат заеднички картички, при што тешко е да се следи кој купил колку. Ова е посебно проблематично кога ваквото здружување се прави со оператори од Бугарија, за што има примери во земјата. Евентуалното субвенционирање на картичките од избраните компании би можело да помогне во оваа насока.

Врз основа на студија изработена од Министерството за информатичко општество и администрација да се утврди датумот за завршување на процесот на дигитализација на операторите на јавни комуникациски мрежи.

5.2.5 Дигитализација на сателитскиот пренос

Процесот на дигитализација на сателитскиот пренос на радио и телевизискиот сигнале завршен. Бидејќи се работи за глобален систем на пренос на аудиосодржини и

⁸⁰ <http://www.conax.com>

видеосодржини, дигитализацијата на истиот е направена од страна на телекомуникациски конзорциуми без претходна национална регулатива. Дигитализацијата на емитувањето преку сателит (DVB-S) беше актуелна во периодот 1993-1997 година, а како главен формат за компресија на видео содржини се користеше форматот MPEG-2. Во 2003 година од страна на меѓународниот индустриски конзорциум "DVB Project" беше воведена втората генерација на сателитскиот пренос на содржини, односно стандардот DVB-S2. Во 2005 година овој стандард беше ратификуван од страна на Европскиот институт за телекомуникациски стандарди ETSI (EN 302307). Во споредба со претходниот (DVB-S) стандард, значајно се подобри собирањето и испраќањето на аудиоподатоци и видеоподатоци од далечни вонстудиски локации до радио-телевизиските и други продукциски куќи. За компресија на видеосодржини стандардот DVB-S2 користи MPEG-4 формат. Според одредени истражувања, сателитската и IP-базираната технологија во иднина ќе бидат главните технологии кои ќе се користат за пренос на содржини, а нивната моќност се очекува да порасне ако се комбинира со некоја друга технологија за безжичен пренос на содржини, како на пример WiFi, WiMAX, Bluetooth и сл. Во Република Македонија вкупно шест телевизиски станици имаат дозвола за вршење радиодифузна дејност преку сателит. Ограничувачки фактор за користење на оваа платформа претставуваат високите трошоци за пренос на сигналот до сателит (up-link).

5.2.6 Дигитализација на продукцијата

Развојот на технологијата има силно влијание врз начинот на производство на аудиовизуелни содржини. Оттука се наметнува потребата за ново поимање на терминот традиционално студио. Радиодифузерите кои произведуваат своја програма во студиски услови, треба да поседуваат студија кои ги исполнуваат критериумите кои се содржани во правилникот за основните технички услови, стандарди и параметри за студискиот дел на радиодифузерите, во кој се утврдени минималните просторно-енергетски услови за производство на квалитетен сигнал. Со силниот развој на дигиталната технологија, посебно во делот на компјутерска графика и анимации, потребата од продукциските студија нема целосно да исчезне. Од друга страна поради можностите што ги нуди современата продукциска опрема потребата од сценографија се очекува да се сведе на минимум, поради можноста таа да се виртуелизира и да се симулира преку компјутерски системи во реално време. Дигиталната опрема за снимање, обработка и продукција на аудиовизуелни содржини ќе придонесе за подобрување на техничкиот квалитет на снимките со можност за нивна интерактивност. Радиодифузерите треба да внимаваат на добриот квалитет на телевизиската програма што ќе ја произведуваат. Во иднина СРД ќе изработи акт со кој ќе ги определи стандардите за квалитетот на излезниот сигнал од студијата до операторот на јавна комуникациска мрежа.

5.2.7 Приемничка опрема

Покрај дигитализацијата на продукцијата и преносот на аудиовизуелните содржини, за заокружување на целиот процес на дигитализација на радиодифузната дејност потребно е и дигитализација на приемничката опрема. Речиси две третини (64,8%⁸¹) од домаќинствата поседуваат телевизиски приемник од постара генерација, кој нема можност за прием на дигитален сигнал (Табела 4.).

За прием на содржини во стандардна дефиниција, како и за содржините во висока дефиниција, потребни е соодветна приемничка опрема (приемни надворешни уреди или

81 Истражување "Национална анализа за нивото на јавната свест за улогата на DSO", нарачано од Советот за радиодифузија и спроведено од страна на Институтот за демократија на примерок од 1066 испитаници, во период мај-јуни 2012 година

приемници со вграден приемен уред). Од податоците во Табела 3., може да се забележи дека ваква приемничка опрема поседуваат 35% од македонските домаќинства.

Табела 4. Каков ТВ приемник поседувате?

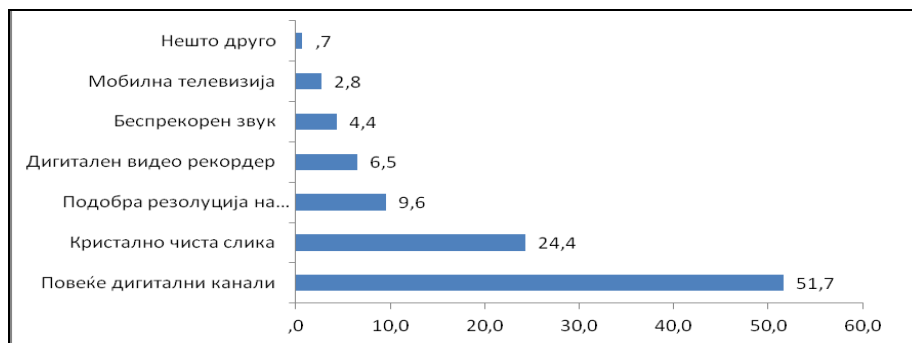
Класичен CRT-телевизор	64,8%
LCD	19,9%
Плазма	12,6%
LED	2,5%
Нема одговор	0,2%
Вкупно	100%

5.2.8 Придобивки од дигитализацијата на терестријалната телевизија

Придобивките од дигитализацијата на терестријалната телевизија се следниве:

- Се зголемува бројот на програми, бидејќи на еден фреквенциски канал можат да се пренесуваат повеќе телевизиски сервиси со квалитет на сликата во стандардна или висока дефиниција.
- Се ослободува опсегот од 790-862 MHz (дигитална дивиденда), кој е наменет за нови мобилни технологии (како на пр. LTE, која обезбедува значително поголеми податочни брзини од досегашните).
- Висок квалитет на слика и тон, без шумови, пречки и/или интерференции.
- Можност за гледање на поголеми, споени или раздвоени екрани.
- Можност за дополнителни сервиси (електронски програмски водич, повеќе аудио канали, повеќе-јазично титлување, телетекст и др.).
- Емитирање, пренос и прием на сигналот без негова деградација.

Од друга страна, публиката како најзначајна придобивка од дигитализацијата го смета зголемувањето на бројот на програмските сервиси (51,7% од испитаниците), а на второ место по значење ја избира “кристално чистата слика” (Слика 10.).



Слика 10 - Очекувани придобивки според публиката

5.3 Дигитална дивиденда

Најважна придобивка на процесот на дигитализација претставува дигиталната дивиденда, односно ослободениот фреквенциски опсег при преминот од аналогна во дигитална терестријална дифузија на телевизискиот сервис.

Радиодифузниот опсег од 790-862 MHz кој се користи во аналогната радиодифузија, по воведувањето на дигиталната телевизија во Република Македонија ќе се користи за идни генерации јавни мрежи за мобилни комуникации и сервиси во согласност со Планот за доделување и користење на радиофреквенции во Република Македонија донесен од Агенцијата за електронски комуникации.

Воведувањето на новите технологии во телекомуникациите (DVB-T2 и MPEG-4), поттикна размислувања за втора дигитална дивиденда, што би го опфаќала спектарот од 694-790MHz. Одлуката за втората дигитална дивиденда ќе биде донесена на Светската конференција за радиокомуникации 2015 (World Radio Conference 2015, WRC-15), што ќе обезбеди воведување глобален стандард на Меѓународната унија за телекомуникации (International Telecommunication Union, ITU) за меѓународни мобилни телекомуникации (International Mobile Telecommunications, IMT). По воведувањето на дигиталната терестријална телевизија во Република Македонија, треба да се направат анализи за можноста за втора дигитална дивиденда.

5.4 Нови технологии, услуги и Интернет

Во блиска иднина се очекува брз развој на технологиите за продукција, пренос и прием на дигитални аудиовизуелни содржини. Пристапот до ултра-брзиот Интернет ќе овозможи понатамошен развој и усовршување на виртуелната технологија за симулација на сценографијата и други амбиентални елементи во телевизиските студија, со што ќе се забрза и поевтини продукцијата на аудиовизуелни содржини. Ќе се зголеми бројот произведени интерактивни содржини. Една од основните придобивки од дигитализацијата е зголемениот перцепциски (восприемачки) квалитет на сликата/видеосигналот. Податоците за перцепцискиот квалитет досега се добиваа преку анкетирање на тест-група од гледачи. Се очекува дека во наредните години ќе биде развиена доволно прецизна технологија за автоматска проценка на перцепцискиот квалитет, која анкетирањето на гледачите ќе го направи непотребно, а ќе овозможи континуирана контрола на квалитетот на сигналот што се доставува до корисниците. Оваа технологија ќе биде основа за поставување на стандарди за перцепциски квалитет, а со тоа и минимални нивоа на квалитет кои операторите ќе мора да ги задоволат.

Нема сомневање дека во иднина, со развојот на опремата за производство на аудиовизуелни содржини, ќе се зголемува и нивниот технички квалитет. Се очекува минималниот продукциски квалитет да биде во HD технологија и тоа низ целиот процес на продукцијата.

Напредокот на технологијата ќе овозможи активно учество на корисниците во процесот на создавање на содржините, односно во развој на креативната индустрија. Тоа ќе резултира со зголемена понуда и разнообразност на дигиталните содржини, почитувајќи ги авторските права на креаторот.

Дигиталниот медиумски свет на корисникот му овозможува поголема креативна слобода и можност за избор на содржини. Во блиска иднина се очекува развој на содржини со ултра-висока дефиниција (Ultra-HD) со резолуција 4Kx2K (3840 x 2160) или 8Kx4K (7680 x 4320). Ваквата дефиниција на сликата ќе биде возможна со примена на нови алгоритми за видеокомпресија како што е HEVC (High Efficiency Video Coding, H.265 според ITU нотификацијата).

Покрај интензивниот развој на квалитетот на 2D технологиите што ги спомнавме погоре, следните години се очекува уште поинтензивен развој на 3D технологијата.

За квалитетна перцепција на дигиталните аудиовизуелни содржини, треба да се развива соодветна технологија на приемничка опрема. Во тој поглед, во наредните години, покрај приемници кои би имале различен број на влезни интерфејси и би подржувале Ultra-HD како и 3D технологија, може да се очекува тие да еволуираат и во големината. Развојот на приемници оди во насока на производство на многу големи монитори, со примена на LED-OLED технологија, со можност за поделба на екранот во помали целини со што ќе се овозможи истовремено гледање на различни содржини.

Се забележува трендот на конвергенција на „паметните“ уреди со технологијата на аудиовизуелна проекција. Се повеќе персонални уреди имаат интегриран проектор кој овозможува гледање на аудиовизуелни содржини. Со развојот на проекторите, во поглед на квалитет, секоја рамна површина може да стане приемник, а квалитетот на сликата е во редот на висока дефиниција. За пренос на аудиовизуелни содржини комбинирано ќе се применуваат технологиите кои користат оптичко влакно и безжичната технологија.

Оптичкото влакно, поради големиот пропустен опсег, е најдобар медиум за спроведување на услугите и содржините до корисникот. Сервисите кои можат да ги понудат операторите преку оптичките мрежи: “оптичко влакно до секој дом” (Fiber To The Home, FTTH) и “оптичко влакно до секоја канцеларија” (Fiber To The Office, FTTO) се состојат од комуникациски и забавни сервиси што вклучуваат пренос на говор, брз пристап на Интернет, широкопојасна кабелска телевизија, широкопојасна сателитска телевизија, интерактивен двонасочен пренос на видео записи и сл.

Овие мрежи овозможуваат зголемена сигурност и стабилност на протокот на податоци, вклучувајќи аудиовизуелни содржини, а истовремено намалување на трошоците за работа. Во иднина се очекува зголемено користење на IP платформите поради очекуваниот зголемен капацитет за пренос на податоци, како и поради способноста на новите терминални уреди за прием на податоци преку овие платформи. Развојот на безжичната технологија ќе се реализира преку идни генерации мобилни широкопојасни технологии (како на пр. 4G), кои обезбедуваат ултра - широкопојасен Интернет за терминални уреди како лаптопи, паметни телефони, како и други мобилни уреди. Можни апликации вклучуваат промена на мобилниот Интернет пристап, IP телефонија, видеоконференции и 3D телевизија. Од ослободувањето на фреквенцискиот простор окупиран од аналогната телевизија најголема придобивка ќе имаат операторите за мобилна телефонија. Ова е идеално за следниот бран на мобилната технологија и е технологија која потенцијално може да стави крај на проблемите во руралните заедници кои во моментот имаат пристап за фиксен широкопојасен Интернет. Со примена на идни генерации мобилни широкопојасни технологии (како на пр. 4G), многу софтверски апликации, е-сервиси и информации ќе бидат достапни и употребливи било каде и во било кое време.

Со примена на DVB-T2 платформата ќе се овозможи зголемување на перформансите во еден радиофреквенциски канал. DVB-T2 мултиплексите ќе ги користат идните алгоритми за компресија со што ќе се овозможи на еден мултиплексен систем покрај SD и HD телевизиски програмски сервиси да се пренесуваат и програмски сервиси во Ultra-HD дефиниција. Идниот период се очекува зголемување на бројот на нови сервиси кои ќе се понудат со примена на новите технологии. Телевизијата базирана на Интернет протокол (IPTV) е сервис кој овозможува телевизиските програми да бидат емитувани преку широкопојасен Интернет на фиксна врска. Овој сервис му овозможува на корисникот интерактивност на програмата која се следи, односно нејзино снимање, паузирање и др.

Со можноста за снимање програми на далечина, чие гледање корисникот ќе го одложи за подоцна, се обезбедува динамичен пристап до содржините. Развојот на ултра-брзиот Интернет, во иднина ќе има најголемо влијание врз целокупната радиодифузна дејност. Во светот поголем е бројот на телевизиски и радио сервиси кои се следат преку Интернет. Сервисите кои користат Интернет технологија за пренос се глобални и достапни од секое место на светот каде што има Интернет пристап. Интернетот, покрај обезбедување на услуги за пристап до аудиовизуелните содржини по потреба, овозможува и пренос на содржини во реално време со технологија базирана на потоци (Streaming Technology). Интернетот ќе биде главна алатка за прилагодување на аудиовизуелните сервиси кон корисникот. Наместо прилагодување на корисник кон сервис, акцентот ќе биде ставен на прилагодување на сервис кон корисник. Во испитувањето извршено од страна на

ABG Nielsen во 2011 год. за редовно користење на Интернет според старосна структура, добиени се резултатите претставени на Слика 11.

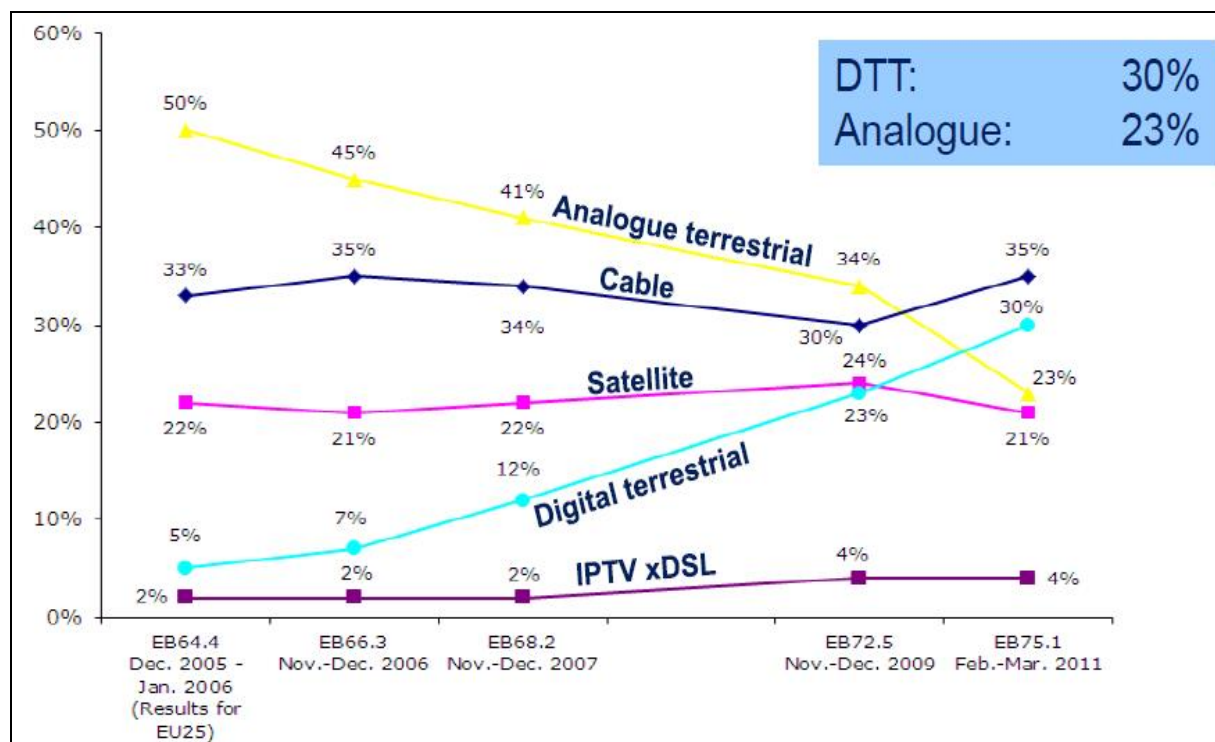


Слика 11. Испитување за редовно користење на Интернет според старосна структура
(Извор: Nielsen Audience Measurement, Macedonia)

Од графиконот се гледа дека старосната структура од 20 – 24 години повеќе време поминува на Интернет отколку на гледање на телевизија. Според ова се очекува Интернетот да заземе водечко место за пристап до аудиовизуелни содржини, со што влијанието врз јавноста ќе се зголеми. Од друга страна од последното истражување на населението во Македонија, дури 71% од испитаниците одговориле негативно на прашањето дали гледаат телевизија преку Интернет. Во ова испитување не е направена категоризација по старост. Од двете истражувања се заклучува дека користењето на традиционалната телевизија нема да се напушти, туку обратно, развојот на новите технологии и сервиси, посебно на Интернетот, ќе ја зајакнат нејзината потреба. Еден од сервисите кои се нуди преку Интернет, а служи за гледање на аудиовизуелни содржини е веб-телевизија (WebTV). WebTV е сервис кој се базира на брзо растечка технологија на дигитализацијата на содржините и го користи Интернетот како технологија за пренос на оригиналните емисии или серии до публиката. WebTV овозможува телевизорот да биде поврзан на Интернет, без користење на традиционалниот компјутер.

Webcast е сервис за медиумското дистрибуирано предавање преку Интернет со користење на стриминг технологија. Се дистрибуира содржина на многу симултани слушатели/гледачи (broadcasting). Во суштина, webcasting е "емитување" преку Интернет. Терминот webcasting обично се однесува на неинтерактивни линеарни текови или случувања. За Webcasting потребно е примателите да имаат пристап до Интернет за да добијат најразлични информации, од едноставен текст до богати медиумски датотеки со мултимедијални способности. Webcasting нуди многу предности за поединци и организации кои треба да создаваат и распространуваат информации и содржини. Интернетот овозможува инстант пренос, а трошоците за webcasting се генерално пониски од оние за

другите медиуми. Webcasting, исто така, значи и помалку потпирање на посредници како што се систем од кабелски оператори или локални ТВ станици.



Слика 12. Приказ за начинот на прием на телевизискиот сигнал во ЕУ
(Извор: Eurobarometer 362, E-communications household survey, July 2011)

Интернетот се користи и за пристап до снимени аудиовизуелни содржини. Особено популарни нелинеарни услуги се catch-up и time-shifted viewing. Тоа се аудиовизуелни содржини што претходно биле емитувани како аудиовизуелни линеарни сервиси и on-demand содржини кои се достапни on-line, но не биле емитувани. Побарувачката за нелинеарните сервиси, од кои некои се значително различни од традиционалната радиодифузија (на пример, игри базирани на специфични ТВ или радио програми) се очекува да продолжи да расте и во иднина.

Комбинацијата на линеарните услуги дистрибуирани преку емисионите мрежи (Broadcast Networks) со нелинеарни услуги дистрибуирани преку Интернет мрежи на ТВ екранот понекогаш се нарекува 'over the top TV' (OTT). Овие услуги се повеќе се обезбедени од страна на новите учесници на пазарот.

Трендот на неутралност на телевизиските сервиси во однос на преносот е евидентен. На графиконот прикажан на Слика 12. може да се види дека преносот преку дигиталната терестријална и сателитска платформа е во пораст во однос на аналогната терестријална платформа. Во 2010 година дигиталната терестријална платформа се користела повеќе од аналогната платформа, со што е превземен приматот на дигиталната платформа врз аналогната.

5.5 Конвергенција на технологии

Конвергенција во радиодифузијата значи комбинирање на сите типови на аудиовизуелни содржини во дигитална форма. Долго се водат дебати за понатамошниот развој на радиодифузијата пропратена со конвергенција на различни технологии. Во радиодифузната дејност конвергенцијата вклучува пет процеси:

1. Уредите за продукција и обработка на аудиовизуелни содржини како што се камерите, микрофоните и други компјутерски базирани сензори и технологии за прием и снимање на аудиовизуелни содржини или други формати. Дигиталните камери и микрофони можат да бидат конвергирани со други компјутерски базирани системи. Пример дигиталните камери можат да се монтираат на роботизирани уреди со оперативни системи кои овозможуваат далечинска контрола и манипулација со камерата со што потребата за камермани исчезнува и се зголемува оперативната ефикасност. Уште повеќе, движењата на камерата, контролата на зумирање и позиционирање можат да бидат претходно програмирани и сочувани и подоцна да се користат за снимање на секвенца со 100% прецизност. Преку Web апликации аудиовизуелните сигнали произведени од квалитетни Web-камери и аудиосистеми можат директно да се емитуваат преку Интернет како Web casting, со што се овозможува гледање на телевизија преку Интернет.
2. Технологија на складирање која вклучува архивирање и складирање на аудиовизуелните содржини.
3. Уредување или друга компјутерско базирана технологија за постпродукциска обработка на аудиосодржини, видеосодржини, текстуални, графички, мултимедијални или интерактивни содржини.
4. Технологиите за пренос и дистрибуција кои вклучуваат мрежи и телекомуникациски технологии.
5. Технологиите за прикажување (дисплеи) за пристапување и прикажување на аудиовизуелните содржини.

Конвергенцијата на радиодифузијата со телекомуникациските технологии е во напредна фаза. Конвергенцијата општо се врши во две насоки:

1. Можноста различни платформи (радиодифузна, сателитска, кабелска или телекомуникациска) да пренесуваат слични сервиси
2. Унифицирање (спојување) на уредите наменети за потрошувачи (телефони, телевизиски апарати, персонални сметачи и персонални дигитални асистенти).

Развојот на радиодифузниот сегмент има растечки тренд. Услугите се движат од линеарни кон нелинеарни (од PUSH во PULL), односно потрошувачите пристапуваат до саканите аудиовизуелни содржини. Пристапот по потреба резултира со тн. фрагментација на содржините. Овој развој е евидентен со зголемување на бројот на специјализирани телевизиски сервиси, како што се телевизиски сервиси специјализирани за вести, здравје, трговија и патување. Пример за конвергенција на радиодифузијата и широкопојасните услуги е платформата HbbTV (Hybrid broadcast broadband Television) која овозможува примена на технологии за прием на сигналот: преку дифузија на дигитални ТВ сигнали и со употреба на широкопојасни услуги. Помеѓу корисникот и провајдерот на содржина се овозможува интерактивност преку повратниот сигнал кој корисникот го праќа преку широкопојасниот сервис. Во иднина се очекува аудиовизуелните содржини во однос на технологиите на пренос и платформите каде што се примаат да бидат неутрални. Ова значи дека аудиовизуелната содржина ќе може да се гледа на телевизор, компјутер, “паметен” телефон или таблет.

6. МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

Развојот на информациско-комуникациските технологии изминативе години влијаеше и влијае како врз начинот на кој работат медиумите и како ние ги користиме, така и врз начинот на кој функционира самото општество. Информацијата може да се добие во мноштво форми, кога било, каде било и преку кое било средство. Подобрувањата на технолошката инфраструктура на Интернет го трансформираа корисникот во креатор на содржина. Речиси секој може да прима и пренесува информации, да комуницира, објавува, па дури и да емитува програми.

За да ги следиме услугите што ги нудат денешните медиуми, кои динамично се развиваат, потребно е континуирано учење за тоа како се ракува со техничката опрема, како да пристапиме до одредени содржини, како да изградиме став за нив, како да ги користиме интерактивните услуги, како да се заштитиме од различни видови злоупотреби (дезинформации, неовластено следење и надгледување, крадење на идентитетот, неовластено процесирање на личните податоци за комерцијални цели). Недостигот на вакви способности, кои се фундаментални за сите луѓе (и за децата и за возрасните), комплетно не исклучува од значаен дел од нашиот секојдневен живот кој сè повеќе се потпира на медиумите и новите технологии.

Капацитетот на луѓето да им пристапат на медиумите, критички да ги анализираат содржините што ги наоѓаат таму и како резултат на тоа да прават поинформирани избори се нарекува медиумска писменост. Таа се однесува на сите видови медиуми, вклучувајќи ги телевизијата, киното, видеото, веб-локациите, радиото, видео игрите и виртуелните заедници. Најкусо може да се дефинира како капацитет за пристап, разбирање, проценка и креирање медиумска содржина.⁸²

6.1 Нормативен пристап и причини за нејзина промоција

Иако добро познат во областа на образованието, концептот „медиумска писменост“ од неодамна се појави во терминологијата поврзана со регулацијата на аудиовизуелните сервиси и новите online медиуми. Коинцидираше со промената во начинот на регулирање на медиумите - промоција на концептите „корегулација“ и „саморегулација“, паралелно со традиционалната регулација.⁸³ Имено, во 2007 година, Европската комисија усвои Соопштение (Communication) за медиумската писменост со што го вклучи овој концепт во рамки на европската аудиовизуелна политика. Очекуван регулаторен развој беше вклучувањето на медиумската писменост во Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги.⁸⁴ Поимот е воведен и делумно објаснет во рецитал 47 од преамбулата на Директивата, а член 33 утврдува обврска за Европската комисија да известува за нивоата на медиумска писменост во земјите-членки на ЕУ. Во 2009 година, Европската комисија

82 Commission of the European Communities (2007) Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, A European approach to media literacy in the digital environment, Brussels, 20.12.2007, COM (2007) 833 final, available on: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?url=COM:2007:0833:FIN"EN](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?url=COM:2007:0833:FIN):PDF

83 Machet, E. (2008) "Media Literacy-what role for the regulators?", Background paper for the 27th EPRA meeting in Riga, 14-16 May 2008, available on: www.epra.org/content/english/press/papers/literacy_final.pdf

84 Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) – codified version, Text with EEA relevance, Official Journal L 095, 15/04/2010 P. 0001 – 0024. available on: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:EN:PDF>

усвои Препорака за медиумската писменост во дигиталното опкружување⁸⁵ во која ја потенцираше улогата на надлежните тела за регулација на аудиовизуелните медиуми и на електронските комуникации, како и на медиумската индустрија во подобрување на нивото на медиумска писменост во земјите-членки на ЕУ.

Повеќе документи и активности направени во рамките на Советот на Европа, исто така, реферираат на медиумската писменост. Промоцијата на медиумското образование или писменост беа тема на повеќе европски министерски конференции за политиката за масовните медиуми⁸⁶ што се одржуваат периодично од средината на 1980 година. Промоцијата на медиумската писменост се спомнува и во повеќе документи на Комитетот на министри и на Парламентарното Собрание на Советот на Европа. Со анализа на документите, може да се констатира дека постојат многу заеднички точки, во смисла на цели, теми и целни групи во пристапите кон медиумската писменост на Европската унија и на Советот на Европа.

Генерално, причините за промоција на медиумската писменост можат да се сублимираат на следниов начин:

- Граѓанско оспособување на индивидуите;
- Намалување/елиминација на дигиталниот јаз;
- Намалување на ризиците/заштита од содржини што можат да нанесат штета;
- Унапредување на информираното носење одлуки/заштита на потрошувачите.

Медиумската писменост се опишува како предуслов за целосно учество во модерното општество. Нејзината крајна цел е развој на критичкото разбирање кај поединецот и поттикнување на неговото учество како граѓанин. Целта да се намали или елиминира дигиталниот јаз произлегува од сфаќањето дека пристапот до и ефикасното користење на дигиталните ресурси ја зајакнуваат општествената позиција на граѓаните или со други зборови, дигиталниот јаз може да креира нови општествени поделби или пак да ги потенцира постојните. Различни видови способности се неопходни за да се обезбеди заштита или да се намалат последиците од изложување на содржини што можат да нанесат штета. Овие способности, особено тие за критичка анализа и евалуација на медиумските пораки, од друга страна, овозможуваат информирано носење одлуки и зголемување на свеста за заштита на потрошувачите.⁸⁷

6.2 Компоненти на медиумската писменост

Не постои единствена дефиниција на меѓународно ниво за медиумска писменост, но затоа има консензус околу нејзините суштински компоненти. Најшироко користената дефиниција, поимот „медиумска писменост“, го формулира како способност за „пристап, анализа, евалуација и производство и на печатени и на електронски медиуми“. Оваа дефиниција е утврдена на Националната конференција за медиумска писменост организирана од Институтот Аспен во Вашингтон во 1992 година, од страна на лидерите на американското движење за медиумска писменост.⁸⁸ Неодамна, Европската комисија

85 Commission of the European Communities (2009) Commission Recommendation 20.8.2009 on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society, Brussels, 20.8.2009 C (2009) 6464 final, available on:

http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/recom/c_2009_6464_en.pdf

86 European Ministerial Conferences on Mass Media Policy, сите усвоени текстови се достапни на:

[http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/DH-MM\(2006\)004_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/DH-MM(2006)004_en.pdf)

87 McGonagle, T. (2011) "Media Literacy: No Longer the Shrinking Violet of European Audiovisual Media Regulation?", extract from the publication IRIS plus 2011-3 "Media Literacy", available on: http://www.obs.coe.int/oea_publ/iris/iris_plus/iplus3LA_2011.pdf

88 Aufderheide, P (1993) Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy, Aspen, CO: Aspen Institute, available on: <http://www.medialit.org/reading-room/aspen-institute-report-national-leadership-conference-media-literacy>

постигна согласност за дефиниција на медиумската писменост која беше одобрена и прифатена од членовите на експертската група за медиумска писменост на Комисијата, а која гласи „способност за пристап, анализа и евалуација на моќта на сликите, звуците и пораките со кои се соочуваме на дневна основа и кои се важен дел од нашата современа култура, и исто така, компетентно комуницирање во медиумите достапни на лична основа“.⁸⁹ Речиси сите дефиниции потенцираат четири компоненти – пристап, анализа, евалуација (оценка) и комуницирање.

Во Студијата за критериумите за проценка на нивоата на медиумска писменост,⁹⁰ изработена за потребите на Европската комисија во 2009 година, се прави обид да се утврди кои карактеристики ја дефинираат медиумската писменост. Студијата идентификува две димензии во рамките на медиумската писменост, едната која тргнува од способноста на поединецот да ги користи медиумите, а другата од факторите на контекстот и околината. „Индивидуалните компетенции“ ги дефинира како индивидуален капацитет за конкретни способности. Тие опфаќаат широк спектар на способности и подразбираат зголемено ниво на свесност, капацитет за критичка мисла и способност за производство и комуницирање пораки. „Факторите на околината“ ги дефинира како сет на контекстуални фактори кои влијаат на индивидуалните компетенции и на развојот на медиумската писменост, како што се достапноста на медиуми, медиумската политика, образованието и улогата и одговорностите на субјектите во медиумската заедница и на граѓанскиот сектор. Студијата ги претставува критериумите за проценка на медиумската писменост во форма на пирамида. На дното од пирамидата се „факторите на околината“. На второто ниво се „личните компетенции“ за унапредување на техничките способности за користење на медиумите и когнитивните процеси на критичко разбирање, кои влијаат на способноста за комуницирање како „општествена компетенција“ која се наоѓа на врвот од пирамидата.

Втората Студија на Европската комисија за тестирање и прочистување на критериумите за проценка на нивоата на медиумска писменост⁹¹ од 2011 година, потенцира дека пирамидалната структура на медиумската писменост е симплифицирање на реалноста во која врските и критериумите се многу подинамични и уште поисплетени. Смета дека утврдената рамка за медиумската писменост точно ги рефлектира главните ставови вградени во дефиницијата на Европската комисија, но препорачува реконфигурација на графичката презентација на теоретската рамка врз основа на статистички анализи. Студијата посочува дека индикаторите за медиумскиот контекст (медиумското образование, медиумската политика, медиумската индустрија и граѓанското општество) се најкомплетни во смисла на откривање на сите релевантни субјекти и на неопходната институционална позадина за развој на медиумската писменост, но во исто време и премногу сложени и тешки за мерење. Во овој контекст, исто така, препорачува извесна реконфигурација на рамката затоа што медиумскиот контекст како фактор на околината не е претставен како предуслов за личните способности за медиумска писменост. Според Студијата, индикаторите за достапноста на медиумите, како втор фактор на околината, исто така, бараат преиспитување бидејќи се поврзани со способностите за користење на медиумите. Имено, за да се тестира дали достапноста на медиуми резултира со разновидност во нивното користење потребно е да се измерат и

89 Danish Technological Institute, Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, Final Report April 2011

90 European Association for Viewers Interests-EAVI (2009) Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels, A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed, Prepared for the European Commission Information Society and Media Directorate – General, Media and Media Literacy Unit, by EAVI, CleMI, UAB, UCL, UTA, Final Report, Brussels, October 2009, available on: http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

53 Ибид 8

пристапот и конкретните избори на испитаниците врз основа на теренско истражување и да се направи компарација на податоците за достапноста и за вистинското конзумирање на медиумите обезбедени од медиумската индустрија.

Од сето ова произлегува дека медиумската писменост е сложен концепт и за да се процени нивото на медиумска писменост кај граѓаните во една држава, потребни се долгорочни и различни видови истражувачки зафати.

6.3 Услови за развој на медиумската писменост во Македонија

Во Република Македонија досега не е реализирана сеопфатна анализа за проценка на нивото на медиумска писменост на граѓаните. Постојат парцијални податоци од различни истражувања поврзани со некои од индикаторите за проценка на нивото на индивидуални компетенции на граѓаните и за достапноста на медиуми, меѓутоа тие не се доволни за да се добие релевантна слика за медиумската писменост.

Во однос на контекстот за развој на медиумската писменост се констатира:

1. Медиумско образование. Според податоците од Бирото за развој на образованието на Министерството за образование и наука, медиумската писменост е присутна во наставните програми за македонски, албански, турски и српски јазик во деветгодишното основно училиште од прво до деветто одделение. Во наставните програми за гимназиско образование нема содржини од медиумската писменост, а таа е опфатена во програмите за средно стручно образование во програмата за трета година по македонски јазик и литература, албански јазик и литература и турски јазик и литература. На иницијатива од граѓанскиот сектор, објавен е Прирачник за изучување на медиумската писменост во наставата по мајчин јазик кој има за цел да им помогне на наставниците да ги унапредат познавањата на учениците за улогата и функциите на медиумите во демократските општества, но нема континуирани активности поврзани со другите индикатори во делот на медиумското образование – обука на наставниците, образовни активности и обезбедување дидактички ресурси.

2. Медиумска политика. Концептот за медиумска писменост не е вграден во домашната регулатива за медиуми. Постојат регулаторни тела и за регулација на содржините (Советот за радиодифузија) и за регулација на електронските комуникации (Агенцијата за електронски комуникации). Регулаторните тела немаат експлицитни надлежности поврзани со медиумската писменост. Агенцијата за електронски комуникации има едукативна кампања за користењето на медиумските услуги која е поврзана со аспекти на медиумската писменост. Советот за радиодифузија организираше работилници со медиумските професионалци поврзани со заштита на малолетната публика од содржини што можат да и нанесат штета во нејзиниот развој и подготвува едукативна кампања за имплементација на дигиталната телевизија во државата.

3. Медиумска индустрија. Нема податоци за активности поврзани со медиумската писменост. Придонесот на медиумската индустрија не запира со обезбедувањето услуги, содржини, нови технолошки уреди и упатства за едукација на корисниците за користење на новите алатки. Тие можат да придонесуваат и преку обезбедување индустриски податоци за пристапот и користењето различни медиумски жанрови.

Иако медиумските професионалци, по природата на својата работа се медиумски писмени, многу истражувања и домашни и странски потврдуваат дека медиумските производи се преполни со потенцијално штетни содржини и содржини во кои честопати не се почитуваат основните човекови права и слободи.

4. Граѓанско општество. Повеќе организации се активни во областа на медиумската писменост – Македонскиот институт за медиуми, Институтот за демократија „Социетас цивилис“, Организацијата „Метаморфозис“. Македонскиот институт за медиуми и Институтот за демократија во соработка со други институции и организации соработуваа во

тригодишниот проект „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Република Македонија“ кој опфаќаше повеќе активности: изработка на Прирачник за изучување на медиумската писменост во наставата по мајчин јазик за наставниците; обука на наставниците за медиумска едукација на учениците; одржување веб-локација за промоција на медиумската писменост – www.mediumskapismenost.edu.mk и други активности. Организацијата „Метаморфозис“ е активна на полето на зголемување на свесноста за безбедно користење на Интернет и на социјалните мрежи.

И покрај тоа што не постои генерална национална стратегија за развој на медиумската писменост, во повеќе сегменти од општеството, релевантните субјекти ја чувствуваат потребата да го поттикнат нејзиниот развој. Нема податоци за направени истражувања во врска со влијанието што го извршиле нивните досегашни активности.

6.4 Цели на идниот развој и целни групи

Медиумската писменост треба да се промовира како најголем интерес на македонското општество. Сите релевантни субјекти во различни сфери од општествениот живот треба да придонесуваат за нејзиниот развој. Образовните институции треба да развијат механизми за проверка на ефектите од медиумското образование во наставните програми. Научните институции треба да поттикнуваат и финансираат истражувања во оваа област. Медиумските професионалци треба да развијат саморегулаторни кодекси поврзани со почитувањето на професионалните стандарди за да се зголеми нивната одговорност при креирањето на медиумските производи. Регулаторните тела во медиумската област и електронските комуникации треба да развијат посебни програми со повеќе активности поврзани со медиумската писменост. Претставниците на граѓанското општество треба и понатаму активно да придонесуваат со различни иницијативи и проекти.

Бидејќи фокусот на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност е сепак, медиумската политика, треба да предвиди механизми за поттикнување на свеста за важноста на концептот медиумска писменост и кај медиумските професионалци и кај корисниците на медиумските услуги. Во овој контекст, во новата регулатива за медиуми треба да се вклучи концептот медиумска писменост, СРД да добие надлежност да се грижи за развојот на медиумската писменост и врз таа основа да изработи посебна програма за нејзина промоција.

Имајќи ги предвид основните причини за промоција на медиумската писменост, можат да се идентификуваат повеќе целни групи кон кои треба да бидат насочени овие активности: деца/малолетници; адолесценти; родители; јавноста како целина; стари лица; хендикепирани лица; јазични малцинства; социјално и економски загрозувани лица; медиумски корисници; потрошувачи.⁹² Промоцијата на медиумската писменост традиционално беше поврзана со заложбите за спречување или намалување на „негативните медиумски ефекти“.⁹³ Оттаму е логична нејзината истакнатост во контекст на политиката за заштита на малолетната публика, особено во онлајн околината, и во однос на заштитата од комерцијалните комуникации. Децата како најранлива група и понатаму треба да имаат приоритет во политиките за промоција на медиумската писменост.

⁹² Ибид 6

⁹³ Potter, J.W. (2010) "The State of Media Literacy", *Journ*

al of Broadcasting&Electronic Media, 54:4, 675-696, available on: <http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>

**АКЦИСКИ ПЛАН ПРИДРУЖЕН НА РАБОТНАТА ВЕРЗИЈА НА
СТРАТЕГИЈАТА ЗА РАЗВОЈ НА РАДИОДИФУЗНАТА ДЕЈНОСТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
ЗА ПЕРИОДОТ 2013-2017 ГОДИНА**

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носител/и	Период на реализација
1. ПЛУРАЛИЗАМ И РАЗНОВИДНОСТ НА ПРОГРАМСКИТЕ СОДРЖИНИ					
1	На МРТ да и се дадат можности да создава и специјализирани сервиси, врз основа на финансиските можности на ЈРС и на потребите на публиката, а низ точно утврдена транспарентна и инклузивна постапка во која задолжително учествува и регулаторот.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се пропише дека МРТ може покрај постојните да создава и други, специјализирани радио и ТВ сервиси.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
		2. Во новата законска регулатива за медиуми да се пропише дека постапката за создавање нов сервис опфаќа најмалку: планирање на сервисот во Програмата за развој на МРТ; обезбедување показатели за финансиската одржливост и за целната публика; јавна расправа и мислење од регулаторното тело.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
2	Јавниот радиодифузен сервис да обезбеди заедничка уредувачка политика на сите радио и ТВ програмски сервиси што ги нуди, а кон обврските да го негува културниот идентитет на заедниците и да ги почитува културните и религиозните разлики, да изгради приод што ќе биде заснован на почитувањето на програмските стандарди.	1. МРТ, во своите акти да разработи концепт за заедничка уредувачка политика и за заеднички приод кон негувањето на културниот идентитет и почитувањето на културните и религиозните разлики и да прецизира како тој ќе се остварува на различните програмски сервиси.	Изготвен и усвоен соодветен акт во МРТ	МРТ	2013-2014 година
		2. Сервисите на МРТ да се редизајнираат така што ќе имаат интегриран приод во создавањето на емисиите кои (користејќи ги можностите што ги нуди дигитализацијата) ќе се преведуваат на сите јазици на етничките заедници и на македонски јазик.	Редизајнирани сервиси	МРТ	2014 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
3	Собранискиот канал да се реорганизира во политички канал како специјализиран сервис под уредувачка одговорност на МРТ со програмски концепт во кој ќе се користат алатките на професионалното новинарство.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се пропише дека Собранискиот канал станува политички канал, како специјализиран сервис на МРТ и под нејзина уредувачка одговорност.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
		2. Во Законот за Собрание на Република Македонија да се избришат одредбите поврзани со Собранискиот канал.	Измени во Законот за Собрание на Република Македонија	МП	2013 година
		3. МРТ да изработи програмски концепт за политичкиот канал што ќе биде верификуван низ постапка на јавна расправа и мислење од регулаторното тело.	Програмски концепт за политичкиот канал	МРТ	2013 година
			Извештај за спроведена постапка на јавна расправа со детали за сите добиени мислења	МРТ	2013 година
4	МРТ треба преку јавни консултации да го проверува мислењето на граѓаните за нејзината програма.	1. Во новата законска регулатива за медиуми, да се задолжи МРТ најмалку еднаш годишно да организира јавна консултација за мислењето на граѓаните за програмите на јавниот радиодифузен сервис и резултатите од консултацијата да ги објави на својата програма и на својата Веб страница.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
5	Да се стимулира развојот на специјализирани комерцијални програмски сервиси.	1. Советот за радиодифузија да распише конкурси за сервиси од специјализиран формат.	Распишан/и конкурс/и за сервиси од специјализиран формат	СРД	2014-2017 година
6	Да се мотивираат медиумите на локално и на регионално ниво да обезбедуваат информации за локални и за регионални теми и настани.	1. Да продолжи практиката при оценувањето на пријавите за доделување дозволи за линеарни сервиси на регионално ниво повисоко да се бодуваат пријавите кои предвидуваат информации за локални и за регионални теми и настани.	Вклучување на овој критериум во сите конкурсни документации за доделување дозволи за линеарни сервиси на регионално ниво	СРД	2013 – 2017 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носител/и	Период на реализација
7	Правецот на развој на непрофитните радиодифузни установи во Република Македонија да се разработи во посебен документ.	1. Изработка на концепт за развој на непрофитните радиодифузни установи.	Изработен концепт	СРД	2014 година
8	Да се стимулира развојот на мултиетнички медиуми.	1. Да се изработи посебен акт за плански развој на мултиетнички линеарни и нелинеарни медиумски услуги, Овој акт да биде во корелација со концептот за развој на медиумите на заедницата, односно на непрофитните радиодифузни установи.	Донесен акт	СРД	2015 година
		2. Советот за радиодифузија да распише конкурс/и за мултиетнички медиуми.	Распишан/и конкурс/и	СРД	2015-2017 година
9	Да се задржат обврските за емитување изворно создадена програма и вокално – инструментална музика на македонски јазик и на јазиците на етничките заедници, а во Законот да се определи во кои периоди од деноноќието треба да се исполнат овие обврски.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се утврди во кои периоди од деноноќието треба да се исполнат обврските за емитување изворно создадена програма и вокално – инструментална музика на македонски јазик и на јазиците на етничките заедници.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
		2. Со дополнувањето поврзано со обврските за културен идентитет во новата законска регулатива, Советот да го измени Правилникот за заштита и негување на културниот идентитет.	Изменет Правилник за културен идентитет	СРД	2013-2014 година
10	Да се предвиди обврска за трговските радиодифузни друштва со телевизиски програмски сервиси годишно да емитуваат определен број часови премиерна изворно создадена играна програма.	1. Во новата законска регулатива да се пропише законска обврска трговските радиодифузни друштва (телевизии) да емитуваат премиерна изворно создадена играна програма, и тоа: на државно ниво најмалку 20 часа (во 2013 и 2014 година најмалку 12 часа), на регионално ниво најмалку 8 часа (во 2013 и 2014 година најмалку 5 часа) и на локално ниво најмалку 5 часа (во 2013 и 2014 година најмалку 3 часа) во текот на една календарска година.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
11	Комерцијалните телевизиски станици што емитуваат програма на државно ниво, да ја остваруваат обврската за европски аудиовизуелни дела и преку емитување дела од независни продуценти.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се утврди обврска за комерцијалните ТВ станици на државно ниво да резервираат 10% од нивниот буџет за европски аудиовизуелни дела за програми од независни продуценти.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
12	Заштита на малолетниците кои се појавуваат како извршители, соучесници или жртви на кривични дела или во каков било облик на насилство или несреќи.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се пропише обврска за давателите на линеарните и нелинеарните медиумски услуги за заштита на идентитетот на малолетниците извршители, соучесници или жртви на кривични дела или учесници во каков било облик на насилство или несреќи.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
		2. Советот да го прошири постојниот подзаконски акт за заштита на малолетниците извршители, соучесници или жртви на кривични дела или учесници во каков било облик на насилство или несреќи.	Изменет Правилник за заштита на малолетната публика	СРД	2014 година
13	Да се зголеми свесноста кај давателите на линеарните и нелинеарните медиумски услуги и медиумските работници за појавите на омраза и нетрпеливост по различни основи во медиумските производи и да им се обезбедат алатки за нивно избегнување	1. Советот да изработи насоки за давателите на линеарните и нелинеарните медиумски услуги во кои ќе ја објасни примената на законската одредба што забранува поттикнување омраза и нетрпеливост по различни основи, посочувајќи начини за нивно избегнување и контекстуализирање.	Изработени насоки	СРД	2014 година
		2. Обуки за медиумските работници за насоките против омраза и нетрпеливост во медиумските производи.	Одржани обуки	СРД	2014 - 2017 година
14	Да се зголеми редакциската култура кај медиумите, да се јакне свеста за важноста на независната уредувачка политика, за професионалните новинарски стандарди и за почитувањето на човековите права во медиумските производи, преку саморегулаторни механизми.	1. Обуки за медиумските работници и за давателите на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за почитување на програмските принципи во медиумските производи.	Одржани обуки	Еснафските здруженија и невладините организации од областа на медиумите во соработка со СРД	2014 – 2017 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носител/и	Период на реализација
15	Давателите на линеарните и нелинеарните медиумски услуги постепено да ги направат своите програми достапни за лицата со сетилна попреченост (слух и вид).	1. Во новата законска регулатива за медиуми, сегашната обврска со која МРТ треба да ги направи своите програми достапни за лицата со оштетен слух, да се прошири и на лицата со оштетен вид.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
		2. Во новата законска регулатива за медиуми, да се задолжи МРТ да ги направи достапни за лицата со сетилна попреченост (слух и вид) вестите во ударниот термин, информативната програма во која се третираат теми од важност за секојдневниот живот и едукативните емисии за деца.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
		3. Во новата законска регулатива за медиуми, да се задолжат трговските радиодифузни друштва најмалку една нивна програма годишно да ја направат достапна за лицата со сетилна попреченост (слух и вид).	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
16	Аудиовизуелните дела што се финансираат од средства од Буџетот на државата или од други јавни средства да бидат прилагодени за лицата со сетилна попреченост (вид и слух).	1. Во Законот за Филмскиот фонд на Република Македонија да се вградат одредби со кои ќе се предвиди делата целосно или копродукциски финансирани од Буџетот на Република Македонија да се направат достапни и за лицата со сетилна попреченост.	Вградени соодветни одредби во Законот за Филмскиот фонд на Република Македонија.	МК	2014 година
17	Да се обезбедат јасни правила за програмските стандарди за нелинеарните аудиовизуелни медиумски услуги и нивна соодветна примена.	1. Новата законска регулатива за медиуми да го прошири опфатот и да се однесува и на нелинеарните аудиовизуелни медиумски услуги и за нив да определи јасни програмски стандарди.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
		2. Промена на постојните и/или изработка на нови подзаконски акти за да се опфатат и нелинеарните аудиовизуелни медиумски услуги.	Сменети/донесени нови подзаконски акти	СРД	2013-2014 година
		2. Промена на постојните и/или изработка на нови подзаконски акти за да се опфатат и нелинеарните аудиовизуелни медиумски услуги.	Практикување на степенување и разликување на нивото на одговорност во извештаите од мониторинг на услугите и при изрекувањето мерки.	СРД	2014-2017 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
-----	-------	------------	------------	----------	-----------------------

2. НЕДОЗВОЛЕНА МЕДИУМСКА КОНЦЕНТРАЦИЈА И ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА СОПСТВЕНИЧКАТА СТРУКТУРА

1	Контрола на интеграцијата на капиталот на традиционалните и новите видови медиуми.	При изготвувањето на новата законска регулатива за медиуми, овластениот предлагач (МИОА) во делот што се однесува на недозволената медиумска концентрација да ги има предвид новите видови медиуми.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
2	Обезбедување поефикасна соработка помеѓу Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата.	Измени и дополнувања на Меморандумот за соработка помеѓу Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата	Соодветни измени и дополнувања на Меморандумот за соработка	СРД, КЗК	2013 година
3	Обврска на Советот за радиодифузија за објавување на податоците за сопственичката структура на радиодифузерите.	Во новата законска регулатива за медиуми да се предвиди обврска за Советот за радиодифузија да ги објавува податоците за сопственичката структура на радиодифузерите на својата Веб страница	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година

3. ЕКОНОМСКИ ПОТЕНЦИЈАЛ НА РАДИОДИFUЗНАТА ИНДУСТРИЈА

1	Обврска за Македонската радиотелевизија да изработува редовни годишни економски анализи	1. Во новата законска регулатива за медиуми треба да се предвиди обврска за Македонската радиотелевизија да изработува редовни годишни економски анализи врз основа на кои ќе се пресметуваат средствата што му се потребни на јавниот сервис да ги извршува функциите од јавен карактер, што ќе претставува појдовна точка за пресметување на висината на радиодифузната такса.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
2	Примена на правилата за контрола на државната помош при финансирањето на Македонската радиотелевизија.	1. Во новата законска регулатива за медиуми треба да се предвиди обврска правилата за контрола на државна помош да се применуваат при финансирањето на Македонската радиотелевизија. Потребно е во иднина за евентуалните субвенции од Буџетот на РМ да се доставува известување до Комисијата за заштита на конкуренцијата во согласност со Законот за контрола на државната помош.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
3	Утврдување правила за емитување рекламни спотови финансирани од јавни средства	Во новата медиумска регулатива да се утврдат правила за рекламирање и да се предвиди обврска за нарачателите на рекламните спотови чие емитување се финансира од јавни средства, независно дали се емитуваат на програмите на јавниот сервис или пак на трговските радиодифузни друштва, да утврдат јасни, транспарентни, фер и недискриминаторски критериуми за избор на медиумите на кои ќе се емитуваат овие спотови.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година

4. РЕГУЛАТИВА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ

1	Доделувањето дозволи за линеарни медиумски услуги да се врши врз основа на конкурс, а доделувањето дозволи за нелинеарни медиумски услуги да се врши врз основа на барање/нотификација.	1. Во новата законска регулатива за медиуми попрецизно да се уреди постапката за доделување дозволи за давање линеарни медиумски услуги, врз основа на конкурс. 2. Во новата законска регулатива за медиуми да се уреди постапката за доделување дозволи за давање нелинеарни медиумски услуги, врз основа на барање/нотификација од субјектот што има обезбедено технички услови и има програмски концепт.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
2	Јасни и прецизни правила за условите под кои ќе може да биде трајно или привремено одземена дозволата и за линеарните и за нелинеарните медиумски услуги.	Во новата законска регулатива за медиуми попрецизно да се уреди постапката за трајно и привремено одземање на дозволите за линеарните и нелинеарните медиумски услуги.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
3	Регулација за операторите на дигитални терестријални мултиплекси и за начинот, условите и постапката за премин на постојните радиодифузери од аналоген во дигитален терестријален пренос на сигналот.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои ќе се уреди положбата на операторите на дигитални терестријални мултиплекси кои имаат обврска да ги емитуваат програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија. 2. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои ќе се уреди постапката за премин на постојните радиодифузери од аналоген во дигитален терестријален пренос на сигналот.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
4	Обврска за водење и ажурирање на Регистар на носители на јавни функции во Република Македонија.	Во Законот за спречување судир на интереси, да се извршат измени и дополнувања, со кои за Државната комисија за спречување на корупцијата ќе се востанови обврска за водење и ажурирање на Регистар на носители на јавни функции во Република Македонија.	Измени и дополнувања во Законот за спречување судир на интереси	МИОА	Втора половина на 2013 година
5	Дефинирање на поимите „носители на јавни функции“ и „семејство“ во контекст на ограничувањата за сопственоста врз медиумите.	Во новата медиумска регулатива да се дефинира поимот „носители на јавни функции“, кои не можат да вршат радиодифузна дејност, да бидат основачи или соосновачи или да стекнуваат учество во сопственоста на радиодифузерите (од сите видови и нивоа на власт), со наведување на секоја функција. Во овој контекст да се дефинира и поимот „семејство“.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	2013
6	Исклучива надлежност на Советот за радиодифузија за регистрација на пакетите со програмски сервиси на операторите на јавни комуникациски мрежи.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои ќе се утврди исклучива надлежност на Советот за радиодифузија за регистрација на пакетите со програмски сервиси на операторите на јавни комуникациски мрежи.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
		2. Со подзаконски акт на СРД да се уредат деталите од постапката за регистрација	Изработен подзаконски акт	СРД	По носење на новата законска регулатива за медиуми

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
7	Превенирање и санкционирање преку вршење надзор од страна на Советот за радиодифузија, на: - можностите за незаконско реемитирање на програмските сервиси преку јавните комуникациски мрежи и другите потенцијални можности за повреда на авторските и сродните права во областа на традиционалната радиодифузија, а со тоа и нелојалната конкуренција, - на непочитувањето на законската и подзаконската регулатива, програмските барања и ограничувања како и условите во дозволата за вршење дејност.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби за правото на надзор на СРД во однос на: - почитувањето на обврските за регулирање на авторските и сродните права за создадените, емитуваните, реемитуваните и на друг начин дистрибуираните аудио и аудиовизуелни медиумски содржини, што ќе ги опфати сите субјекти на надзор - давателите на линеарни и нелинеарни аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и операторите на јавни комуникациски мрежи; - почитувањето на обврските предвидени во законската и подзаконската регулатива, програмските барања и ограничувања како и условите во дозволата за вршење дејност, и - обврска на субјектите на надзор, на трошок на СРД, технички да се поврзат со мониторинг системот на СРД, заради дотур на нивниот сигнал.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
		2. Во подзаконски акт, со цел транспарентност на постапката, да се утврди процедурата и опфатот при спроведување на надзорот.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	СРД	Втора половина на 2013 година
8	Надлежност на Советот за радиодифузија, во постапка на надзор (ex poste), да ја проверува документацијата за регулирани авторски и сродни права за реемитирање и емитирање.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои ќе се утврди надлежност на Советот за радиодифузија, во постапка на надзор (ex poste), да ја проверува документацијата за регулирани авторски и сродни права за реемитирање на програмски сервиси од страна на ОЈКМ и емитирање на аудио и аудиовизуелни содржини од страна на радиодифузерите и другите даватели на медиумски услуги.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носител/и	Период на реализација
9	Да се предвиди законска обврска за радиодифузерите да ги означуваат содржините со тн. дигитален печат.	Во новата законска регулатива за медиуми да се предвиди обврска за радиодифузерите да ги означуваат сите емитувани содржини.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
10	Да се усогласи висината на надоместок за дозволата за вршење (радиодифузна) дејност, а да се воведат обврска давателите на нелинеарни медиумски услуги и операторите на јавни комуникациски мрежи да плаќаат годишен надоместок за надзор.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои ќе се уредат обврските на давателите на линеарни медиумски услуги (радиодифузерите), за плаќање на годишен надоместок за дозволата за вршење радиодифузна дејност на сметка на Советот за радиодифузија, чија висина ќе биде прилагодена на економско – финансиската состојба во Република Македонија, со следење на примерите од земјите во регионот.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
		2. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои ќе се уредат обврските на давателите на нелинеарни медиумски услуги за плаќање на годишен надоместок за надзор на сметка на Советот за радиодифузија.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
		3. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои ќе се уредат обврските на операторите на јавни комуникациски мрежи, за плаќање на годишен надоместок за надзор на сметка на Советот за радиодифузија.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
11	Обврски на Советот за радиодифузија, во врска со евиденционираниот регистар на застапници на филмски, спортски и други телевизиски права и застапници на програмски сервиси во Република Македонија.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои ќе се утврдат обврски на Советот за радиодифузија да води и ажурира евиденционен регистар на застапници на филмски, спортски и други телевизиски права и застапници на програмски сервиси во Република Македонија.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
12	Уредување на исклучивите права и доуредување на пристапот до настани од големо значење.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби со кои: - ќе се уредат исклучивите права на емитирање, реемитирање и друг начин на дистрибуција на аудио и аудиовизуелни содржини, - ќе се доуреди пристапот до настани од големо значење.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
13	Право и обврска на Советот за радиодифузија за едукација на субјектите на надзор.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да се предвидат одредби за правото и обврската на Советот за радиодифузија за едукација на субјектите на надзор, за да се создадат услови за остварување на негово превентивно делување.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година
14	Меѓусебно усогласување на Законот за високо образование, Закон за правната положба на црква, верска заедница и религиозна група, Изборниот законик и новата медиумска регулатива.	Да се изврши меѓусебно усогласување на Законот за високо образование, Закон за правната положба на црква, верска заедница и религиозна група, Изборниот законик и новата медиумска регулатива.	Усогласени закони	МИОА, МП, МОН	2013 година
15	Да се поттикнува процесот на саморегулација и корегулација.	1. Во новата законска регулатива за медиуми да има одредби со кои за одделни прашања, ќе се поттикнува процесот на саморегулација и корегулација.	Соодветни одредби во новата законска регулатива за медиуми.	МИОА	Прва половина на 2013 година

5. АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ ВО ДИГИТАЛНО ОПКРУЖУВАЊЕ

1	Да се допрецизира законската рамка во областа на дигиталното терестеријално телевизиско емитување.	1. Во законската регулатива за медиуми да се уредат прашањата во врска со дигиталната терестријална телевизија	Соодветни одредби во законската регулатива за медиуми	МИОА	2013 година
		2. Советот да го измени Правилникот за техничките стандарди на радиодифузерите.	Донесен подзаконски акт од страна на СРД	СРД	2013 година
2	Да се утврдат условите што треба да ги исполнат локалните телевизии за да добијат дозвола за регионално емитување.	1. Изработка на подзаконски акт за условите што треба да ги исполнат локалните телевизии за да можат да добијат дозвола за регионално емитување.	Донесен Правилник за условите за премин на локалните телевизии во регионални	СРД	до мај 2013 година
3	Обезбедување на дигитален терестријален пренос на ТВ програмски сервиси на локално ниво	1. АЕК да објави тендер за доделување на одобрение за користење на радиофреквенции за мултиплекси за емитување на локално ниво.	Објавен и спроведен јавен тендер	АЕК, СРД	до мај 2013 година
		2. Доколку на одредено подрачје постои само еден локален радиодифузер, АЕК да му обезбеди одобрение за користење на фреквенција без тендер.	Доделени одобренија		

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
4	Подигнување на јавната свест за придобивките од исклучувањето на аналогниот сигнал и воведувањето	1. Кампањи	Спроведени кампањи	СРД, АЕК, МИОА	до мај 2013 година
		2. Работилници	Одржани работилници	СРД, АЕК	
5	Заокружување на процесот на дигитализација на операторите на јавни комуникациски мрежи	1. Изработка на студија за премин во целосна дигитализација на ОЈКМ	Изработена Студија	МИОА	до мај 2013 година
		2. Активности (работни состаноци) за премин на ОЈКМ од аналого во дигитално реемитување	Дигитализација на ОЈКМ	АЕК , СРД	2013 - 2015 година
		3. Во Законот за електронски комуникации да се утврди крајниот рок за дигитализација на ОЈКМ	Соодветни одредби во Законот за електронски комуникации	МИОА	2014 година

6. МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

1	Концептот медиумска писменост да се вклучи во медиумската политика на Република Македонија.	1. Во новата законска регулатива за медиуми Советот за радиодифузија да добие надлежност да се грижи за развојот на медиумската писменост.	Донесување нова законска регулатива за медиуми со вградени соодветни одредби	МИОА	2013 година
		2. Истражување на нивото на медиумска писменост на граѓаните на РМ	Спроведено истражување	СРД и АЕК	2014 година
		3. Советот да изработи посебна програма за промоција на медиумската писменост.	Изработена програма за промоција на медиумската писменост.	СРД	2015 година
2	Да се обезбеди натамошен развој на медиумската писменост во образованието.	1. Да се истражат ефектите од медиумското образование во наставните програми	Изготвен извештај	МОН (БРО и ДПИ)	2014-2015 година
		2. Да се изработи програма за натамошен развој на медиумската писменост во образованието	Изработена програма	МОН (БРО и ДПИ)	2016 година

Бр.	Мерка	Активности	Индикатори	Носители	Период на реализација
-----	-------	------------	------------	----------	-----------------------

А. ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА СТРАТЕГИЈАТА

1	Имплементација на Стратегијата	Другите носители на активностите од Акцискиот план за спроведување на Стратегијата најмалку еднаш годишно, а најдоцна до крајот на месец февруари од следната година, за реализацијата на активностите од аспект на својата надлежност го известуваат Советот за радиодифузија, а потоа СРД, најдоцна до крајот на месец март од следната година до Собранието на РМ и Владата на РМ доставува збиен извештај, во кој се вклучени и неговите активности.	Годишни извештаи	Сите носители на активности, вклучувајќи го и СРД	2013-2017година
---	--------------------------------	--	------------------	---	-----------------