



## Студија

за утврдување на оправданоста за објавување јавен конкурс  
за доделување дозвола за непрофитно радио на локално ниво,  
на подрачјето на општина Штип

Скопје,  
април 2017

## СОДРЖИНА

ВОВЕД .....	3
1. Почетоци, развој и законска рамка на непрофитните радиодифузери.....	5
2. Стратегија за развој на радиодифузната дејност за периодот од 2013 го 2017 година	6
3. Концепт за развој на непрофитните радиодифузни установи.....	6
4. Потенцијална публика .....	8
5. Заклучоци .....	10

## ВОВЕД

На 17.03.2017 година, Здружението на Ромите „Черења“ од Штип до Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги достави „Писмо со намера“, во кое наведува дека има намера да отвори непрофитно радио на подрачјето на општина Штип за потребите на ромската заедница. Како што навеле во дописот, *„програмата би се водела на ромски и македонски јазик, се со цел Ромите навремено и објективно да бидат информирани за се она што се случува во градот и пошироко“*. Покрај тоа, во дописот потсетуваат и на петнаесет годишното искуство во работењето на радио Черенења, што како што велат *„ни дава уште поголем мотив за потребата од постоење на ромски медиум каде што се афирмираше ромската и македонската култура и јазик, имаше дневна информативна програма, контактна програма, се воде емисии за здравство, образование, човекови права, имаше забавни емисии и секогаш бевме достапни на секој граѓанин, без оглед на неговата етничка и религиозна припадност“*. Радио Черенења работеше како комерцијален медиум во сопственост на Енисе Демирова – сегашната претседателка на Здружението на Ромите и потписничка на писмото со намера, и тоа се до 2010 година, кога беше направена промена на сопственичката структура, односно радиото беше продадено на физичко лице.

На 20.03.2017 година, Агенцијата побара од Агенцијата за електронски комуникации информација дали на подрачјето на општина Штип постојат слободни фреквенции коишто можат да се искористат за емитување радио програма. Од известувањето (наш бр.03-1380/3 од 30.03.2017 година) коешто Агенцијата за електронски комуникации го достави во врска со ова барање информации, видно е дека на територијата на град Штип има слободни фреквенции за емитување радиопрограма на локално ниво, и дека *„врз основа на техничката анализа од страна на Секторот за радиокомуникации, начелни параметри според кои треба да се изработи техничко решение за покривање на градот Штип се следните:*

- *локација на предавател: Каракуш;*
- *ефективна иззрачена моќност: 200W;*
- *фреквенција: 90.0 MHz“*.

Според член 70 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр.184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14 и 142/16), доколку согласно Планот за доделување и користење на радиофреквенциите се утврди дека има слободни радиофреквенции, Агенцијата ќе изработи студија со која ќе ја утврди оправданоста за објавување јавен конкурс, а особено од аспект на исполнувањето на целта на овој закон, како и од аспект на потребите на публиката.

Првиот дел од оваа Студија се однесува на почетоците, досегашниот развој и законската рамка за работењето на непрофитните радиодифузни установи во Македонија. Во вториот дел се посочени предлог мерките и активностите предвидени во Стратегијата за развој на радиодифузната дејност за периодот од 2013 до 2017 година, а коишто се

СТУДИЈА ЗА УТВРДУВАЊЕ НА ОПРАВДАНОСТА ЗА ОБЈАВУВАЊЕ ЈАВЕН КОНКУРС ЗА ДОДЕЛУВАЊЕ ДОЗВОЛА ЗА НЕПРОФИТНО РАДИО НА ЛОКАЛНО НИВО, НА ПОДРАЧЈЕТО НА ОПШТИНА ШТИП

однесуваат на развој на непрофитниот радиодифузен сектор. Препознавајќи ја важноста на медиумите на заедницата, во 2015 година Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги изработи посебен документ наречен „Концепт за развој на непрофитните радиодифузни организации“. Во третиот дел Студијата посочува токму на овој документ. Потенцијалната публика на непрофитната радиостаница на подрачјето на општина Штип, односно демографските карактеристики на населението се анализирани во четвртиот дел од Студијата. Заклучоците од Студијата се претставени во последниот, петтиот дел од Студијата.

## 1. Почетоци, развој и законска рамка на непрофитните радиодифузери

Непрофитниот сектор во Република Македонија за првпат беше воведен со донесувањето на Законот за радиодифузната дејност во 2005 година. Оттогаш па се до денес, регулаторното тело има доделено само четири дозволи за непрофитни радиодифузни установи, од кои три наменети за студентската популација (универзитетските радија Студент ФМ од Скопје, УКЛО ФМ од Битола и УГД ФМ од Штип), а една за задоволување на специфичните потреби и интереси на турската етничка заедница на подрачјето на Штип и блиската околина (Непрофитната радиодифузна установа ДОСТЛОГУНСЕСИ од Штип), која поради финансиски причини престана да постои после нешто повеќе од една година.

Потребата од постоење на непрофитни медиуми во Македонија е потврдена и со Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр.184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14 и 142/16), кој влезе во сила во 2014 година и со којшто се утврди законската рамка за работењето на овој т.н. трет сегмент на радиодифузијата. Имено, во членот 65 од овој Закон е утврдено дека радиодифузер може да биде трговско радиодифузно друштво, јавно радиодифузно претпријатие или непрофитна радиодифузна установа (став 1). Во ставот 4 од истиот член е утврдено дека непрофитна радиодифузна установа може да се основа само за радио емитување, и тоа од страна само на образовни, културни и други установи и здруженија на граѓани и фондации со цел да се задоволат потребите и интересите на специфични целни групи, а во ставот 6 дека исклучок претставуваат универзитетите кои, бидејќи се високообразовни установи, можат да основаат *„радио како посебна внатрешна организациска единица (студентско радио) без својство на правно лице“*. Одредбата од ставот 5 од овој член дава можност повеќе непрофитни радиодифузни организации да можат да добијат дозвола за емитување програма на една радиофреквенција по принцип на поделба на времето за емитување (тајмшеринг).

Законот уредува и други аспекти важни за непрофитните радиодифузери, како на пример дека:

- овие субјекти се должни дневно да емитуваат најмалку четири часа радио програма (член 90 став 5),
- нивната дозвола трае девет години и може да се продолжи (член 79 став 1), исто како и дозволите на трговските радиодифузни друштва, но за разлика од нив, непрофитните радија имаат најнизок коефициент при пресметувањето на надоместокот за дозволата за емитување (член 80 став 2).
- непрофитните радиодифузни установи не смеат да емитуваат реклами (член 99 став 7), ниту да користат телефонски услуги со додадена вредност (член 93 став 2)“.

## 2. Стратегија за развој на радиодифузната дејност за периодот од 2013 до 2017 година

Посебна точка во делот „Плурализам и разновидност на програмските содржини“ од Стратегијата за развој на радиодифузната дејност за периодот од 2013 до 2017 година<sup>1</sup> е посветена на непрофитните медиуми (медиуми на заедниците). Во овој дел е посочено дека основна цел на овие медиуми е „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)“. Во Акцискиот план на Стратегијата беше предвидено да се изработи концепт за развој на непрофитните радиодифузни установи, со кој ќе се предвидат параметрите според кои ќе се утврдува кои заедници можат да ги задоволат своите медиумски потреби преку радио на заедницата, при што ќе се разгледа како овој сектор да се користи и за развој на мултикултурноста и за зачувување и негување на културите на помалите етнички заедници.

## 3. Концепт за развој на непрофитните радиодифузни установи

Концептот беше изработен во декември 2015 година<sup>2</sup> и во него е направен осврт на почетоците и развојот на непрофитниот радиодифузен сектор во Македонија, актуелната законска рамка, посочени се правци за можниот развој на непрофитните радија, а приложени се и компаративни податоци за состојбите и развојот на медиумите на заедницата во неколку европски земји. Целта што треба да се постигне со овој документ е двојна: од една страна тој треба пошироко да ја пренесе информацијата за постоењето на третиот радиодифузен сектор, а од друга страна треба да ги поттикне институциите и органите во државата да осмислат и предвидат мерки со кои ќе се помогне неговиот развој. За потребите на оваа Студија, подолу преземаме само дел од овој документ:

### **„Кои се улогите на медиумите на заедницата?“**

- **Плурализам на медиумскиот пејзаж:** Медиумите на заедницата се перципираат како еден од можните ефикасни одговори во однос на загрижувачкиот наплив комерцијална медиумска концентрација, во однос на економската и на политичката контрола над виталните комуникациски ресурси и инфраструктурата; во сопственост се на заедници од граѓанското општество: самоорганизирани,

<sup>1</sup> Стратегијата е достапна на веб страницата на Агенцијата на следниот линк: [http://avmu.mk/images/Predlog-Strategija-i-Akciski-plan\\_2.pdf](http://avmu.mk/images/Predlog-Strategija-i-Akciski-plan_2.pdf)

<sup>2</sup> Концептот за развој на непрофитните радиодифузни установи е достапен на веб страницата на Агенцијата на следниот линк: [http://avmu.mk/images/Koncept\\_za\\_razvoj\\_na\\_neprofitnite\\_R.\\_ustanovi.pdf](http://avmu.mk/images/Koncept_za_razvoj_na_neprofitnite_R._ustanovi.pdf)

независни групи граѓани и здруженија, пред сè функционални како непрофитни организации; имаат транспарентна раководна структура: демократски поставени, со комуникациски отворено и приемливо раководство избрано непосредно од заедницата во чија полза работат; во процесот на работата, пожелно е заедничко одлучување наспроти менаџерска хиерархија;

- **Содржинско дополнеие на јавните и на комерцијалните медиумски системи:** Отвореност на програмата: производствено и организациски достапни за поединци што не се медиумски професионалци, и на тој начин ги надминуваат границите меѓу професионално активните производители на медиумските програми и пасивната публика; овозможуваат производството на медиумските содржини да не потпаѓа исклучиво во рацете на традиционалните, веќе етаблирани национални и глобални институции, па на тој начин медиумите на заедницата потсетуваат дека медиумскиот плурализам освен што претполага разноликост во формалниот и во тематскиот опфат на содржините, тој означува и плурализам на производителите на тие содржини, како и на сопствениците на медиумите. Програмите на медиумите на заедницата пред сè се вреднуваат како ефикасен одговор за потребите на содржинската разноликост во јавната, општествена дебата; овој - трет медиумски сектор, креира простори за поширока јавна дебата во која се истакнува препознатливиот, локален глас на стриктно целна публика, глас неретко занемарен среде национализираниот и глобализиран медиумски пејзаж што е зачестено критикуван дека се претопил во монотона, комерцијална култура;

- **Активно граѓанство:** Потребата активно да се биде вклучен во политичките текови, претставува извор за мотивите и за содржините на медиумот на заедницата. Оттаму, основите за овој вид медиуми типично се поврзани со политичките концепции на – отвореност и на вклученост, како и на непосредна активност на локалните заедници и на маргинализираните општествени групи; вклучуваат волонтери: размена на вештини и на искуства, насочени кон унапредување на поединечните и на заедничките можности – тоа е основата врз која функционираат, тоа е целта на нивната мисија; постојаното учење и развојот на вештините се согледува како клуч за опстанокот и за развојот на самиот медиум; разновидност на содржината: им даваат гласност на групите, на идеите, на културните и на уметничките тенденции што вообичаено не се општествено претставени преку веќе воспоставените медиумски односи; го поддржуваат дијалогот во заедницата и размената на информации, и ја поттикнуваат вклученоста на маргинализираните заедници во политичките, во социјалните и во културните процеси;

- **Создавање мрежи на соработка:** Придонесуваат, дури и во прекугранична смисла, за поврзување медиумски проекти. Активисти и организатори на настани со значење за граѓанското општество склучуваат партнерства со академските кругови

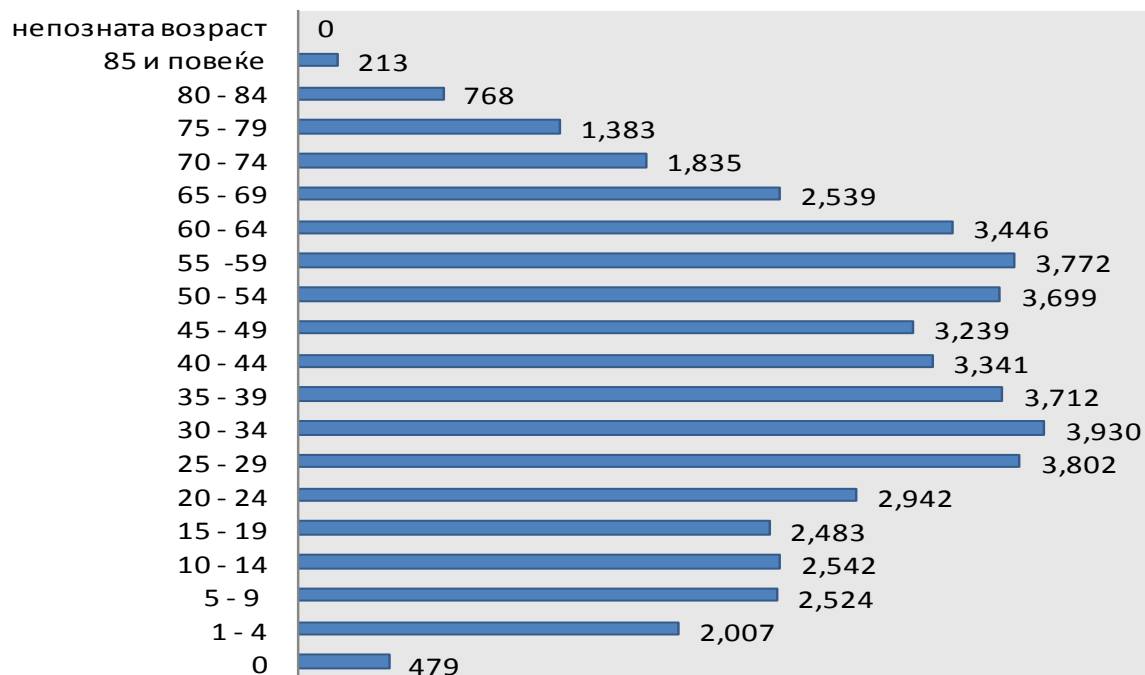
и со поддржувачите на нивните општествени идеи, за заеднички пристап кон креирање отворени општествени политики“.

#### 4. Потенцијална публика

На 31.12.2015 година, бројот на жители во општина Штип изнесувал вкупно 48.656 лица. Од нив, 24.290 лица биле мажи, а 24.366 жени<sup>3</sup>.

Од аспект на старосната структура на населението, најбројни на ова подрачје биле лицата на возраст помеѓу 30 и 34 години (вкупно 3.930 лица, од кои 2.003 мажи и 1.927 жени). Најзастапени после нив, со само 128 лица помалку, биле лицата на возраст од 25 до 29 години.

Број на население според старосни групи од по пет години



Што се однесува до половата застапеност на населението во секоја старосна група од по пет години, лицата од машки пол биле побројни од жените во десет од овие групи. Во останатите девет побројни биле жените.

<sup>3</sup> Податоците се преземени од публикацијата на Државниот завод за статистика, Прогнози на населението на 30.06.2015 и 31.12.2015 според полот и возраста, по општини и по статистички региони (НТЕС3-2007 година), достапна на следниот линк: <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/2.4.16.10.pdf>



**Број на население по пол и по петгодишни групи на возраст**

Вкупно	Мажи	Жени
0	265	214
1 - 4	1,007	1,000
5 - 9	1,324	1,200
10 - 14	1,298	1,244
15 - 19	1,295	1,188
20 - 24	1,465	1,477
25 - 29	1,971	1,831
30 - 34	2,003	1,927
35 - 39	1,905	1,807
40 - 44	1,669	1,672
45 - 49	1,581	1,658
50 - 54	1,861	1,838
55 - 59	1,839	1,933
60 - 64	1,748	1,698
65 - 69	1,202	1,337
70 - 74	818	1,017
75 - 79	614	769
80 - 84	330	438
85 и повеќе	95	118
непозната возраст	0	0

Според податоците од Пописот на населението, домаќинствата и станите во Република Македонија<sup>4</sup> од 2002 година, на територијата на Штип живееле 41.670 Македонци, 12 Албанци, 1.272 Турци, 2.195 Роми, 2.074 Власи, 297 Срби, 11 Бошњаци и 265 лица припадници на други немнозински заедници коишто не се спомнати овде.

**Удел во вкупното население според изјаснувањето на националната припадност**



<sup>4</sup> Публикацијата „Попис на населението, домаќинствата и станите во Република Македонија, 2002“ е достапна на веб страницата на Државниот завод за статистика на следниот линк: <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/knigaXIII.pdf>

## 5. Заклучоци

Наодите од оваа студија покажуваат дека постои оправданост за објавување јавен конкурс за доделување дозвола за непрофитно радио на локално ниво, на подрачјето на Штип, и тоа:

1. Целна група на радиодифузерот треба да биде населението од ромската етничка припадност во Штип;
2. Најмалку 10% а најмногу 15% од вкупно емитуваната програма во текот на една недела да бидат говорни содржини и
3. Јазикот на кој ќе се емитува говорниот дел од програмскиот сервис да биде ромски и македонски јазик.