

Извештај

од анализата на спотовите емитувани со ознака „бесплатно емитување“ на МТВ1, МТВ2 и Собраниски канал

На 15, 16 и 17 октомври 2010 година беше извршена анализа на Првиот и на Вториот телевизиски програмски сервис (МТВ1 и МТВ2) и на Собранискиот канал од аспект на емитувањето бесплатно рекламирање. Опфатени беа сите спотови прикажани со ознака „бесплатно емитување“, како и оние спотови кои по својата суштина претставуваат бесплатно емитување, а не беа така означени.

Регулаторна рамка

Законот за радиодифузната дејност, во член 96 став 1 алинеја 2, определува дека во дозволеният обем на рекламирање на час емитувана програма, не се вбројуваат „најавите на културни и спортски манифестации, најавите за кампањи од јавен интерес и апелите за добротворни цели што радиодифузерот ќе ги емитува бесплатно“.

Притоа, ваквите спотови треба неизоставно да бидат соодветно обележани.

За да биде опфатот на бесплатното рекламирање што појасно определен, Советот за радиодифузија, во 2006 година, побара од Постојаниот комитет на Европската конвенција за прекугранична телевизија попрецизно да го дефинира поимот „најави за кампањи од јавен интерес“. Во усвоеното Мислење се прецизира дека:

„Под поимот најави за кампањи од јавен интерес ... се подразбираат најавите кои остваруваат исклучиво општествена корист или имаат алтруистичка цел, без оглед дали телото кое побарало таква најава е јавно или приватно. Идентитетот на телото, предметот на најавата и нејзината содржина може да бидат релевантни показатели за тоа дали се работи за кампања од јавен интерес“.

Освен тоа, како примери на најави за кампањи од јавен интерес, во Мислењето се посочуваат оние кои се однесуваат на „безбедноста на патиштата, граѓанските должности или здравствени кампањи“; се нагласува дека тие подлежат на општите правила за одговорност на радиодифузерот и општите стандарди од Европската конвенција за прекугранична телевизија, односно стандардите за рекламирање и за емитување програма.

Рекламирањето пак, согласно Законот за радиодифузната дејност (член 4 став 1 алинеја 10) е дефинирано вака:

„Рекламирање е секое јавно огласување вклучено во програмата на радиодифузерот кое има за цел поттикнување на продажба, купување или изнајмување на производи или услуги, промовирање некоја акција или идеја или постигнување друг ефект посакуван од нарачателот или од самиот радиодифузер, што се врши со плаќање или со друг соодветен надоместок или за самопромотивни цели“.

Во овој контекст, од радиодифузерите секогаш се очекува да прават разлика во содржината на рекламите и бесплатното емитување, односно бесплатните спотови да не содржат елементи со кои нешто или некого ќе рекламираат.

Збирни наоди

На **МТВ1** во текот на трите анализирани дена има 6 часа 5 минути и 11 секунди „бесплатно емитување“ и тоа: во петокот на 15 октомври – 2 часа 17 минути и 11 секунди, во саботата на 16 октомври – 2 часа 2 минути и 23 секунди, а во неделата на 17 октомври -1 час 45 минути и 37 секунди.

На **МТВ2** вкупно во трите дена се емитувани 22 минути и 44 секунди содржини кои по својот карактер се бесплатни. Од нив 9 минути и 2 секунди во петокот (15.10.2010), 3 минути и 6 секунди во саботата (16.10.2010) и 10 минути и 36 секунди во неделата (17.10.2010).

На **Собранискиот канал**, 6 часа 28 минути 2 секунди е збирот на содржините со ознака „бесплатно емитување“ од трите анализирани дена. Поединечно: во петокот на 15 октомври – 21 минута и 44 секунди; во саботата на 16 октомври – 2 часа 53 минути и 14 секунди; во неделата на 18 октомври 3 часа 13 минути и 4 секунди.

Станува збор за повеќе десетици различни спотови кои или се означени како „бесплатно емитување“ или не ја носат таа ознака, но по својот карактер влегуваат во категоријата „бесплатни“. Сите тие можат да се поделат во пет групи:

A. Најголемиот дел од емитуваните спотови на сите три програмски сервиси се куси аудио-визуелни целини со кои несомнено се промовираат кампањи од јавен интерес за остварување општествена корист, за граѓанските должности или за здравствени кампањи. Во оваа група влегуваат спотовите од:

- Кампањата на Владата на Република Македонија „Македонија вечна“ за промовирање на убавините и посебностите на Република Македонија,
- Кампањата на Владата на Република Македонија „Истражи ја Македонија“ со која се поттикнуваат граѓаните да ја запознаат татковината,
- Кампањите на Владата на Република Македонија „Алкохолот не ти е пријател!“ и „Алкохолизмот уништува“,
- Кампањите на Владата на Република Македонија за борба против наркоманијата „Животот е мојот филм“ и „Избери живот! Избери спорт!“,
- Кампањите за борба против пушењето „Полека но сигурно пушењето убива“ и „Престани да пушиш денес“ на Владата на Република Македонија,
- Кампањата на Владата на Република Македонија „Читај повеќе“ за развивање навика за читање кај граѓаните,
- Кампањата на Владата на Република Македонија „Превод на 1000 стручни, научни книги и учебници“, односно „Превод на 500 стручни, научни книги и учебници“,
- Кампањата на Владата на Република Македонија „Дај кош“ за заштита на животната средина и хигиената и за почитување на Законот за јавна чистота,
- Кампањата на Министерството за финансии „Откуп на дворно земјиште“,
- Кампањата на Министерството за финансии „Македонија на рамен пат“ за намалувањето на даноците и воведувањето рамен данок,
- Кампањата на Министерството за финансии за фискализација насловена „Побарај фискална сметка за подобар живот“,
- Кампањата на Државниот инспекторат за труд „За фер игра“,
- Кампањите на Владата на Република Македонија за поттикнување на наталитетот „Створи иднина“ и „Основај семејство“,
- Спотовите „Made in Macedonia“ и „За наше добро“ од кампањата „Купувајте македонски производи“ на Владата на Република Македонија,
- Кампањата на Владата на Република Македонија „Сидата може да биде смртоносна болест“,
- Кампањата на Фондот за здравствено осигурување за лекови по гарантирана цена,

- Кампањата за популаризирање на „Граѓанскиот дневник“ - Влада на Република Македонија,
- Кампањата за користење Интернет „Живеј го новото време“ на Владата на Република Македонија.

Б. Спотови кои претставуваат кампања од јавен интерес, а кои не се соодветно означени, што се случува на МТВ2 со спотовите за „Откуп на дворно земјиште“, „За фер игра“, „Превод на 500 стручни, научни книги и учебници“ и „Живеј го новото време“.

В. Спотови чија содржина по дефиниција претставува реклама поради што нивното емитување како бесплатни е погрешно:

1. „Спортска сала Борис Трајковски“ - **Класична реклама** за услугите што ги нуди спортската сала „Борис Трајковски“ во Скопје со цени, контакт телефон и веб сајт.

2. „Спот за зоолошка градина“ - **Рекламен спот** со кој се промовира обновената Зоолошка градина во Скопје за чија посета се плаќа влезница.

3. „Изнајми велосипед“ - **Реклама** за можноста за изнајмување велосипеди во Скопје – за користењето се плаќа.

4. „Јасен“ - **Реклама** за погодностите и услугите што ги нуди Јавното претпријатие за управување и заштита на повеќенаменското подрачје "Јасен" – Скопје.

5. „Ученикот на волшебникот“ **реклама** за филм на репертоарот на кино Милениум.

6. „Певај брате“, **реклама** за претстава на репертоарот на Универзалната сала во Скопје и за турнејата низ Македонија.

7. **Реклама** за услугите што ги нуди Универзитетскиот стоматолошки клинички центар „Свети Пантелејмон – Скопје“.

Г. Спотови за промоција на туризмот во неколку градови и региони во Македонија. Секој од нив служи за промоција на туризмот и во нив се промовираат природните убавини, сместувачките капацитети, специјалитетите, фестивалите и манифестациите на Берово и беровско, Крушево, Пониква во кочанскиот регион на Осоговските Планини. Нарачателот на овие спотови насловени „Берово место за вистински одмор“, „Посетете ја Пониква“ и „Крушево, вистинско место за уживање“ не е означен.

Д. Последната група ја сочинуваат 13 долги, нетелевизични и сувопарни спотови. Преку нив Владата на Република Македонија дава отчет пред граѓаните за тоа како ги потрошила јавните пари во изминатите четири години и до каде е со исполнувањето на програмата со која го добила својот мандат:

1. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти - ЕНЕРГЕТИКА“

Спотот, под мотото „Енергетската иднина се обезбедува!“ дава отчет поединечно за секој завршен или тековен проект или активност во рамките на владината политика во сферата на енергетиката.

2. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ЗЕМЈОДЕЛСТВО И ШУМАРСТВО“

Преглед на мерките на Владата на Република Македонија во сферата на земјоделството и шумарството. Таксативно се наведуваат сите владини мерки и активности и позитивните резултати од нив.

3. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ЕКОНОМИЈА“

Отчет за економската политика на Владата во услови на светска економска криза. Потсетување на економскиот раст во првите две години и на мерките за намалување на влијанието на кризата врз македонското стопанство и општество.

4. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – НАДВОРЕШНИ РАБОТИ И ЕУ“

Спотот се концентрира на визната либерализација и на позитивниот извештај од ЕУ со препорака за отпочнување преговори со Република Македонија.

5. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – МАКЕДОНИЈА – ЗЕМЈА НА ЗНАЕЊЕ “

Преглед на мерките преземени како дел од образовната политика на Република Македонија.

6. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ЗЕМЈА НА МИРОТ, СИГУРНОСТА, ПРАВДАТА И БЕЗБЕДНОСТА“

Спотот е посветен на борбата со корупцијата и организираниот криминал која ја води Владата на Република Македонија. Наведени се, како што се вели „поважните случаи“ во оваа борба која „е карактеристика на

работењето на Владата, предводена од ВМРО – ДПМНЕ“. Освен тоа, наредени се мерките за зајакнување на полицијата, компјутеризација на судството итн.

7. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ИНФРАСТРУКТУРА“

Спотот ги наведува реализираните и тековните проекти во инфраструктурата на Република Македонија, преземени од Владата.

8. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ЗЕМЈА НА ЕДНАКВИ МОЖНОСТИ“

Спотот се однесува на мерките што ги презела Владата на Република Македонија за пензионерите, просечната нето плата, платите во јавниот сектор, социјалната помош и паричната помош за други категории ранливи лица во општеството.

9. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ЗДРАВСТВО: ЗДРАВА НАЦИЈА И РАЗВОЈНА ЕКОНОМИЈА“

Тема е реформата на здравствениот систем во Македонија.

10. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ПОКВАЛИТЕТЕН ЖИВОТ ЗА СИТЕ“

Овој спот потсетува на проектите за откуп на земјиштето во државна сопственост, за увоз на половни автомобили, спомен – куќа на мајка Тереза, споменици, библиотеки, музеи, археолошки истражувања, северната трибина во арената „Филип Втори“ во Скопје, тениски игралишта итн.

11. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ПОКВАЛИТЕТЕН ЖИВОТ ЗА СИТЕ“

Спотот се однесува на проекти во сферата на водоводната и канализационата мрежа, телекомуникациите, гасификацијата, малите хидроцентрали, автобускиот превоз, сообраќајната сигнализација, ревитализацијата на Зоолошката градина итн.

12. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – МАКЕДОНИЈА – ЗЕМЈА НА ИНФОРМАТИЧАРИ“

Активностите на Владата за компјутеризација на образовниот процес и различните мерки за ширење на употребата на Интернетот се тема на овој спот за активностите на Владата на Република Македонија во периодот 2006-2010 година.

13. „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти – ОДБРАНА“

Спотот се потсетува на целосното исполнување на критериумите за влез на Република Македонија во НАТО и воопшто за реформата на АРМ.

Несомнено е дека Владата има право да одлучи на кој начин ќе ги извести граѓаните за тоа како ја врши својата работа. Еден од логичните избори е тоа да го стори преку телевизијата, како моќно средство за комуницирање аудио – визуелни пораки, особено преку Јавниот сервис кој допира до сите делови на Република Македонија. Особено затоа што пораките што ги соопштува се однесуваат на начинот на кој биле распределени буџетските пари во периодот 2006-2010 година, односно на остварување општествена корист, со што се исполнува еден неопходен услов за одредена содржина да се идентификува како бесплатно емитување.

Она што фрла сенка врз конкретниве спотови е тоа што секој од нив завршува со паролата „Македонија не запира повеќе!“ под која на друг, комерцијален медиум се емитува платено политичко рекламирање чиј нарачател е ВМРО – ДПМНЕ и што во содржината на дел од нив се прават споредби со податоци за состојби од претходна влада предводена од СДСМ. На ваков начин, спотовите во кои станува збор за општествена корист добиваат призивок на платено политичко рекламирање. Емитувањето реклами „на политички партии и кандидати“ е забрането на Јавниот радиодифузен сервис во член 92 став 1 од Законот за радиодифузната дејност, меѓутоа не е забрането рекламирање на Владата. Овие реклами треба да ги почитуваат стандардите за рекламирање од Законот за радиодифузната дејност и треба да бидат во рамките на дозволените лимити и периоди за рекламирање на Јавниот сервис.

Серијата телопи идентификувани како „Отчет на Владата на Република Македонија“ треба да се разгледа и низ призмата на член 103 од ЗРД. Според него, за веродостојноста на тврдењата и податоците е одговорен нарачателот, но одговорноста за усогласеноста на емитуваната содржина со законот е лоцирана кај одговорниот уредник, односно во крајна линија - кај медиумот. На Јавниот сервис лежи товарот да одлучи дали одредена содржина која му е доставена од некое тело, без оглед дали тоа е јавно или приватно, е навистина бесплатно емитување или прикриено или отворено политичко или комерцијално рекламирање.

Заклучоци

МТВ1:

- Практично - од аспект на – „уредувачката политика“, стои отворено прашањето: Дали квантитетот, зачестеноста, односно – обемот на емитувањето на телопот „**Отчет на Владата - 4 години низ прецизни бројки и факти**“, не ја нарушува самостојната програмска замисла за едно телевизиско деноноќие на МТВ1? Ако се земе предвид дека, на пример, овој телоп на 15 октомври е емитуван од 15 часот и 13 минути до 15 часот и 35 минути, или интегрално – **22 минути!**, и дека тоа не е ни единствениот датум ни единствениот термин за негово бесплатно емитување (се емитува и во покуси варијанти од 4, 5 и 6 минути), а згора на тоа низ дневната програмска шема се инсертирани и други 90 (деведесет!) „бесплатни спотови“ - тогаш е сосем очигледно и сосем недвојбено јасно дека **практично** – „самостојноста на уредувачката политика“ – сериозно е доведена во прашање! Со ова се нарушува принципот од член 121 став 1 алинеја 1 според кој за да го оствари јавниот интерес, МРТ е должна „да обезбеди програмите што се произведуваат и емитуваат да бидат заштитени од какво и да е влијание на власта, политички организации или центри на економска моќ“.
- На МТВ 1, под ознаката „бесплатно емитување“ се прикажуваат спотови кои всушност претставуваат класични реклами, спротивно на член 96 став 1 алинеја 2, со што МТВ ги нарушува принципите за лојална конкуренција.
- Серијата телопи насловени „Отчет на Владата на Република Македонија – 4 години низ прецизни бројки и факти“ кај кои графичкото решение на слоганот е истоветно со она на платено политичко рекламирање на ВМРО ДПМНЕ се рекламирање на Владата и не можат да се емитуваат како бесплатни спотови.

МТВ2

- На Вториот програмски сервис, емитувани се спотови кои претставуваат кампања од јавен интерес („Откуп на дворно земјиште“, „За фер игра“, „Превод на 500 стручни, научни книги и учебници“ и „Живеј го новото време“), а кои не се соодветно означени, спротивно на член 96 став 2.

Собраниски канал

- На Собранискиот канал, на 15, 16 и 17 октомври се емитувани 6 часа 28 минути 2 секунди содржини со ознака „бесплатно емитување“ што претставува прекршување на член 117 став 6 од Законот за радиодифузната дејност бидејќи ова е „програмски сервис исклучиво наменет за емитување на активностите на Собранието на Република Македонија“.

Сектор за програмски работи

шт/сб/рт/вш/епк/еј