

2007

Совет за радиодифузија на
Република Македонија

Стратегија за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија

за периодот 2007 - 2012 година

Изработено со поддршка на:

Програмата TAIEХ на Европската унија
Мисијата на ОБСЕ во Република Македонија



Содржина

Вовед	3
Дел 1 Резиме на Стратегијата.....	5
Дел 2 Цели од јавен интерес во радиодифузијата.....	25
Кус преглед на развојот на радиодифузната дејност.....	25
Законска улога на Советот за радиодифузија	26
Цели од јавен интерес и потреби на публиката во радиодифузијата	27
Генерална стратеска рамка на идната регулаторна политика во радиодифузијата.....	29
Обврски на Советот за радиодифузија во спроведувањето на Стратегијата.....	30
Дел 3 Равој на радиодифузната индустрија	32
Телевизиски пазар.....	32
Радиски пазар	39
Проблеми и бариери за развој на радиодифузната индустрија.	45
Цели и насоки за развој на радиодифузниот пазар	48
Дел 4 Плурализам и разновидност на програмските содржини	58
Телевизија	58
Радио.....	70
Цели и насоки на идната регулација на содржините.....	81
Дел 5 Дигитализација на радиодифузијата.....	89
Основни придобивки од дигитализацијата.....	89
Дигиталната радиодифузија во Европа и во светот.....	92
Актуелна состојба во Република Македонија.....	93
Дигитализација на терестријалната телевизија.....	96
Дигитализација на кабелската и сателитската радиодифузија.....	107
Дигитализација на терестријалното радио.....	110
Дел 6 Аудиовизуелни сервиси преку нови технологии за пренос.....	112
Карактеристики на новите аудиовизуелни сервиси.....	112
Регулирање на линеарните и на нелинеарните сервиси.....	115
Дел 7 Регулаторна рамка	118
Список на учесници во изготвувањето на Стратегијата.....	

Вовед

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.

Активностите за изготвување на Стратегијата, Советот ги започна уште во јуни 2006 година, по изборот на новиот состав на Советот за радиодифузија. Утврдени беа нацрт-концептот и рамката на прашања што ќе бидат опфатени со Стратегијата, беше формирана работна група со претставници на сите надлежни институции, медиумите, невладините организации и другите субјекти во радиодифузната дејност, а до програмата TAIEХ на Европската комисија беше поднесена апликација за странска експертска помош, што резултираше со позитивен одговор од страна на Европската комисија.

Во декември 2006 година беше реализирана експертска мисија на Арно Декер, директор за истражувања и стратегиски развој на Високиот аудиовизуелен совет на Франција, врз основа на која беше утврден конечниот концепт, временската рамка на Стратегијата и методологијата за спроведување на истражувањето на пазарот, кое беше предвидено во првата фаза на изготвувањето на Стратегијата.

По препорака од експертот од француското тело, во јули 2007 година, повторно со поддршка на програмата TAIEХ, беше организирана и втора експертска мисија за изготвување на Стратегијата на Лиза Ди Феличиантонио, раководител за радиодифузија во Директоратот за анализа на пазарот и конкуренцијата при италијанското регулаторно тело - AGCOM. Целта на оваа мисија беше експертот да направи евалуација на делот за анализа на пазарот и да даде мислење и препораки во врска со другите сегменти на Стратегијата.

Изготвувањето на Стратегијата беше поддржано од мисијата на ОБСЕ во Република Македонија, со која за таа цел беше потпишан посебен Меморандум за соработка. Со помош на ОБСЕ, во изготвувањето на Стратегијата, беа ангажирани и неколку домашни експерти во следниве сегменти: анализа на радиодифузниот пазар, анализа на плурализмот и разновидноста на програмите и анализа на развојот на новите технологии со сценарио за дигитализација на радиодифузијата.

Нацрт-текстот на Стратегијата беше предмет на јавна расправа во периодот од 3 септември до 18 октомври 2007 година. Советот усвои и објави принципи на јавната расправа, според кои сите субјекти требаше своите забелешки и предлози да ги достават до Советот во писмена форма¹. Со цел во јавната расправа да бидат вклучени што поголем број субјекти, Советот организираше серија состаноци со сите релевантни институции и организации чија дејност е поврзана со радиодифузијата. Во изготвувањето на Стратегијата, посебен придонес даде и Центарот за развој на медиуми, кој изработи свој предлог-текст на

¹ Во овој рок до Советот беа доставени писмени прилози од: Асоцијацијата на приватни електронски медиуми, Македонската радиодифузија, Горан Гаврилов (Радио Канал 77) и Дарко Перушевски (А1-телевизија).

Стратегија за развој на радиодифузната дејност и со кој беше потпишан Меморандум за соработка. Писмените прилози пристигнати во текот на јавната расправа и Стратегијата на Центарот за развој на медиуми се објавени во изворна форма на веб страницата на Советот за радиодифузија.

Стратегијата претставува сеопфатен документ со кој се дава визија за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија во периодот од 2007 до 2012 година. Ова е генерален документ кој ќе еволуира следејќи ги брзите техничко-технолошки промени во областа. Неговата имплементација и надградба ќе бидат во чекор со хармонизацијата на домашната со европската легислатива.

Советот им изразува посебна благодарност на сите субјекти кои зедоа активно учество во изготвувањето на Стратегијата. Листата на сите учесници и на експертите вклучени во овој процес е приложена на крајот од овој документ.

Дел 1

Резиме на Стратегијата

Актуелна состојба во радиодифузната индустрија

- 1.1. Телевизијата е медиум кој досегнува речиси до целата македонска публика на возраст од 10 до 70 години (1.631.830 гледачи)². Во сите изминати години досегот на телевизијата во Македонија изнесувал над 99%, што значи дека речиси сите гледачи барем еднаш во неделата 15 минути гледале некоја ТВ-станица. Доминантен начин на прием на телевизијата во Република Македонија е преку кабелските мрежи: 52,1% од вкупниот број македонски домаќинства (507.490)³.

Програмите на домашните радиостаници во изминатите години досегнуваа до приближно две третини од македонската публика на возраст од 10 до 70 години (1.631.830 слушатели). Доминантно техничко средство преку кое македонската публика го прима сигналот на радиостаниците во Република Македонија се терестријалните предаватели (79,6% од домаќинствата).

- 1.2. Во целина, ТВ-секторот остваруваше загуби во последните неколку години што се должат најмногу на огромните загуби на јавниот сервис. Со загуба работеа и две национални приватни ТВ-станици, кои во минатите три години инвестираа во својот развој, додека другите три во континуитет работеа со добивка. Приватните телевизии на локално ниво, во целина, во континуитет работеа со загуба, иако триесетина локални ТВ-станици прикажуваа мали добивки.

Во периодот од 2004 до 2006 година вкупната вредност на инвестициите во целиот ТВ-сектор се намалува од година во година. Националните приватни телевизии се оние што најмногу инвестирале во својот развој, иако и кај локалниот приватен сектор, во целина, има пораст на инвестициите во текот на трите години.

- 1.3. Трите приватни радија на национално ниво се единствениот сегмент на радиодифузијата кој во континуитет остварува позитивни финансиски резултати. Инаку, и радиопазарот во целина, во последните неколку години остварува големи загуби, што е резултат на загубите на јавниот сервис и на голем број приватни локални станици.

Инвестициите во радиосекторот бележат пораст во последните три години, при што најголем е уделот на приватниот сектор. Сите приватни радиостаници на национално ниво секоја година имале некакви вложу-

² Извор на податоците: Мерења на публиката, СММРИ Скопје

³ Сите овие показатели подетално се прикажани во делот 3 - Радиодифузна индустрија и во Анализата на пазарот која беше изготвена, со помош на неколку странски и домашни експерти, како основа на Стратегијата. Анализата е достапна на веб-страницата на Советот за радиодифузија:
<http://www.srd.org.mk/WBStorage/Files/Analiza%20na%20pazarot.pdf>

вања, додека од локалните радиостаници само неколку одвојувале позначајни суми за инвестиции.

- 1.4. Во последните три години бруто-приходите од огласување инвестирани во различни медиуми, бележат голем раст, при што телевизијата е најатрактивниот медиум за огласувачите, а радиото е на четвртото место, зад телевизијата, дневните весници и зад билбордите. Показателите за емитуваните реклами на сите радиостаници покажуваат дека во текот на последните три години огласувачката индустрија двојно го зголемила својот интерес за радиото.

Потреба од рedefинирање на целите на регулаторната политика

- 1.5. Новите технологии и дигитализацијата ја наметнуваат потребата од либерализација на пазарот, односно отворање на можностите за влез на нови субјекти, па оттаму во текот на следните неколку години, целата индустрија ќе мора да претрпи сериозни промени во својот облик во поглед на бројот на програмските сервиси, операторите, платформите, опремувањето со дигитални приемници итн.

Домашните радиодифузери, кои сè уште работат во аналогно опкружување, во наредните години ќе се соочат со свет во кој медиумите, комуникациите и технологиите ќе се менуваат со голема брзина и во кој конкуренцијата ќе биде поголема од кога било порано. Како резултат на тоа, радиодифузерите ќе треба да инвестираат во нови технологии, да осмислуваат нови деловни модели и да ја рedefинираат својата улога во дигиталната ера.

- 1.6. Конкуренцијата меѓу радио и ТВ-станиците драматично ќе се зголемува, и тоа не само во рамките на секој пазарен сегмент туку и од други сектори. Притисоците што ќе ги чувствуваат комерцијалните радиодифузери може да се должат како на надворешни така и на внатрешни фактори на развојот.

Надворешните или структурните фактори се поврзани со потребата од промена на постојните и застарени бизнис-модел и со острата конкуренција за стекнување поголем дел од огласувачкиот колач. Внатрешните фактори се поврзани со професионалната оспособеност и вештините на радиодифузерите за искористување на можностите за бизнис кои ќе им се укажуваат.

- 1.7. Досегашната регулаторна политика во радиодифузијата на Република Македонија беше насочена кон тоа да се обезбеди плурализам на радио и ТВ-сервисите, како на национално така и на локално ниво, при што особено се водеше сметка за пристапот на етничките заедници до медиумите. Во однос на бројот на радио и телевизиските програмски сервиси беше постигнат плурализмот, меѓутоа она што недостига е разновидност и квалитет на програмската понуда особено од домашна продукција.

- 1.8. Во минатите години потребите на граѓаните за информации од локалното подрачје ги задоволуваа главно локалните јавни радиостаници и дел од комерцијалниот сектор. Со трансформацијата на локалните јавни радија и со укинувањето на законската обврска на комерцијалните локални станици да емитуваат информации од локален карактер, се наметна потребата да се осмисли кои сегменти од радиодифузијата во иднина ќе ја исполнуваат оваа функција.
- 1.9. Постојниот модел на регулирање на радиодифузијата е дизајниран првенствено за аналого технолошко опкружување и може да биде неефикасен и нецелосно применлив во дигитално време. Оттаму промените во регулацијата се неопходни за да се обезбеди иднината на радиодифузниот сектор во Република Македонија, иако тие сами по себе не се доволни, бидејќи многу зависи и од подготвеноста на самата индустрија и од општеството воопшто.

Генерална стратедиска рамка

- 1.10. Стратедиските цели на идната регулаторна политика се засновани врз законските одредби со кои се утврдени целите од јавен интерес во радиодифузијата, ставовите и интересите на публиката, како и улогата на независното регулаторно тело во оваа област - Советот за радиодифузија.

Овие законски одредби и принципи се комбинирани со анализите и истражувањата што Советот за радиодифузија ги спроведе во рамките на подготовките на оваа стратегија и ги даваат основните стратедиски цели и насоки на идната регулаторна политика во радиодифузијата:

- збогатување на изборот, разновидноста, иновативноста и подигнување на квалитетот на програмските сервиси, како на национално така и на регионално и на локално ниво;
- заштита на интересите на корисниците (гледачите и слушателите), а посебно заштита на малолетниците;
- заштита и негување на културниот идентитет и на културната и јазичната разновидност во програмите;
- трансформација на Македонската радио-телевизија во вистински јавен радиодифузен сервис, со цел тој успешно и квалитетно да ја остварува својата мисија, како и целосно почитување на неговата институционална автономија и уредувачка независност;
- создавање регулаторни предуслови за функционирање на вистински пазарни односи во радиодифузната дејност, за развој на радиодифузната индустрија и поттикнување на конкуренцијата;
- отворање на можностите за развој на новите технологии и поттикнување на процесот на конвергенција меѓу радиодифузијата, телекомуникациите и информациските технологии;

- утврдување осмислен, прецизен и реално остварлив план за што е можно побрза дигитализација на терестријалната радиодифузија во Република Македонија;
- натамошна хармонизација на домашното законодавство со европската регулаторна рамка во аудиовизуелната област и утврдување на целите и инструментите на идната регулаторна политика;
- натамошно зајакнување на независноста на регулаторното тело од областа на радиодифузијата и обезбедување независни и стабилни извори на финансирање.

Разновидност, иновативност и квалитет на програмите

- 1.11. Имајќи предвид дека плановите за идниот развој на радиодифузијата треба да останат флексибилни, сметаме дека радиодифузниот пејзаж во идните пет години ќе биде составен од различни радио и ТВ-станции, од кои најголем дел ќе бидат пренесувани на дигитален начин.
- 1.12. МРТ треба да изврши редизајнирање на програмскиот концепт така што прецизно ќе ги определи обврските на јавниот сервис околу застапеноста на различни видови програми со кои рамномерно ќе се исполнуваат трите функции на медиумот: да информира, да образува и да забавува. За него треба да се размислува развојно, со тоа што ќе му се овозможи да отвора и нови (специјализирани) програмски сервиси во рамките на исполнувањето на неговата мисија.

Разновидноста на програмската понуда МРТ треба да ја обезбедува и преку нарачка на програма од независни продуценти при што средствата ќе се делат по јасни и објективни критериуми. Притоа треба да се има предвид дека гледачите сакаат квалитетна домашна продукција.

МРТ на своите радио и ТВ програмски сервиси и натаму треба да го штити и негува културниот идентитет на македонскиот народ и на етничките заедници што живеат во Република Македонија. Програмските сервиси на јазиците на мнозинските заедници примарно треба да одразуваат културниот идентитет на етничките заедници, но во рамките на МРТ треба да се размисли и за развивање на мултикултурноста преку преведување на емисиите или производство на заеднички програмски содржини на редакциите на јазиците на сите мнозински заедници.

- 1.13. Собранискиот канал треба да биде специјализиран програмски сервис наменет исклучиво за следење на активностите на Собранието, а уредувачката одговорност за него треба да се врати во рацете на радиодифузерот - МРТ.
- 1.14. Со оглед на фактот дека четири од петте приватни национални телевизии се исти по природата на својата програма (претежно забавен општ формат), при давањето нови дозволи за ТВ - сервиси на национално ниво, треба да се поттикнуваат специјализирани сервиси.

- 1.15. За очекување е дека работењето на регионално ниво на комерцијалните радиодифузери ќе им обезбеди поголема конкурентност и подобри економски резултати, со што тие би биле поподготвени да ги остварат програмските обврски. Работењето на регионално ниво веќе започна во Скопје. Преостанува прецизно да се определат другите региони.
- 1.16. Еден од начините да се мотивираат радиодифузерите да емитуваат локални информации е при идното доделување дозволи во процесот на евалуација на пријавите, застапеноста на информациите за локални настани да носи повеќе бодови.

Задоволувањето на информативните потреби на граѓаните на локално ниво ќе го вршат и регионални телевизиски станици, кои ќе обединуваат информации за повеќе општини, водејќи сметка за потребите од локални информации на сите подрачја што гравитираат во целината на тој географски регион.

Потребни се нови начини преку кои програмите на авниот сервис ќе ја пополнуваат евентуалната празнина во обезбедувањето локални информации.

- 1.17. Во јули 2007 година, Советот за радиодифузија ја додели првата дозвола за непрофитна радиодифузна установа (студентско радио), како прв чекор во востановувањето на овој нов радиодифузен сектор. При развивањето на овој сегмент од радиодифузијата треба да се внимава програмата на субјектите да одговара на потребите на заедницата за која постојат, односно тоа навистина да бидат медиуми на заедницата. Во овој поглед посебно внимание треба да се посвети на потребите од медиуми на помалубројните етнички заедници во Македонија.
- 1.18. Комерцијалните медиуми треба да се мотивираат да ја поттикнуваат домашната аудиовизуелна продукција, на пример преку создавање т.н. автоматски фондови за инвестирање во нова продукција, преку либерализација на пласирањето производи во програмите, востановување годишна награда и др.
- 1.19. Со цел да се обезбеди што посуштинска заштита и негување на културниот идентитет, медиумите треба доследно да ги остваруваат своите обврски за емитување изворно создадена програма и вокално-инструментална музика.
- 1.20. Воведувањето на дигиталната технологија ја отвора вратата за нови програмски сервиси - покрај линеарните (какви што се сите постојни) и нелинеарни. Она што со сигурност се знае е дека за сите линеарни сервиси - и оние што претходно биле аналогни и оние што ќе стартуваат како дигитални - ќе важи исто правило: обврзно почитување на обврските од Законот и од подзаконските акти во целост. За нелинеарните сервиси треба да се определат програмските барања.

Консолидирање на индустријата, либерализација на пазарот и поттикнување на конкуренцијата

- 1.21. Стабилното и независно финансирање на јавниот сервис и здравата и одржлива комерцијална радиодифузна индустрија се предуслов за остварување на целите од јавен интерес во идниот развој на радиодифузијата.
- 1.22. Во постојниот Закон за радиодифузна дејност е воспоставен модел за сигурно и стабилно финансирање на МРТ, но проблем е што во периодот од две години по донесувањето на Законот не беа направени обиди овој модел да профункционира во практиката. МРТ, како основен носител на оваа обврска, треба да ги преземе сите активности за воспоставување на наплатата на радиодифузната такса. Советот за радиодифузија го следи ова прашање и заедно со Советот на МРТ, како највисок орган на јавниот радиодифузен сервис, и со раководните органи на МРД и понатаму ќе организира заеднички активности за поттикнување на наплатата на таксата.

Анализата на економското работење на терестријалниот радиодифузен сектор во изминатите години покажа дека профитот се концентрира кај националните комерцијални радиодифузери, а дека од радиодифузерите на локално ниво, само мал број успеваат да работат со мали добивки, при што најчесто не ги исполнуваат своите програмски обврски кон локалната публика. Ова особено се однесува на ТВ-станиците на локално ниво, бидејќи телевизијата како медиум подразбира поголеми продукциско-технолошки вложувања. Ова ја наметна потребата од медиумско окрупнување со цел да се обезбеди поголема економска исплатливост во функционирањето на комерцијалниот сектор и едновременно остварување на целите од јавен интерес во радиодифузијата.

Медиумското окрупнување во самиот радиодифузен сектор и ослободување на можностите за спојувања, соработка и заеднички вложувања меѓу радиодифузерите и компании од областа на телекомуникациите или информацискиот сектор можат, како и во другите европски земји, да претставуваат движечка сила на дигитализацијата и развојот на новите технологии. На овој начин и македонските радиодифузери (во иднина обезбедувачи на аудиовизуелни сервиси) можат да профитираат од т.н. економија на обем (economies of scale), односно да остваруваат дополнителни профити од пласирањето/продажбата на веќе создадените содржини преку други програмски сервиси, друг вид медиуми или други платформи на пренос.

За таа цел треба да се разработат измени на постојниот Закон за радиодифузна дејност што ќе значат натамошна либерализација на одредбите за медиумската концентрација, како во поглед на хоризонталната така и во поглед на некои облици на дијагонална и вертикална интеграција. Либерализацијата на законските одредби е предуслов за да се спроведе планираниот процес на дигитализација, односно релицензирање на дигиталната терестријална телевизија. Притоа, треба да се обрне внимание на можните негативни ефекти од вертикалната интеграција во дигиталното опкружување, поради неопходната контрола на пристапот до дигиталните платформи и кабелските мрежи, со цел да

се спречи создавањето на т.н. тесни грла во системите со условен пристап. Во законските одредби треба да се разработат и прецизни мерки со помош на кои регулаторните власти ќе можат да им наложат на вертикално интегрираните субјекти во дигиталната радиодифузија да обезбедат фер и недискриминаторски пристап на трети страни, како и задолжителни обврски (must carry) за доминантните оператори.

1.23. Новите технологии и дигитализацијата ја наметнуваат потребата од либерализација на пазарот, односно отворање на можностите за влез на нови субјекти кои сакаат да емитуваат линеарни или нелинеарни програмски сервиси преку други платформи за пренос (кабелска, сателитска, Интернет и др.). Постојниот модел на лиценцирање преку конкурсна постапка е дизајниран, пред сè, за аналогната терестријална радиодифузија во услови на ограничен фреквентен спектар и тој во иднина ќе биде сè уште применлив за дигиталната терестријална радиодифузија. Но, за да се олесни либерализацијата на пазарот во поглед на можностите за влез на нови субјекти кои сакаат да емитуваат програмски сервиси и притоа нема да користат дел од фреквентниот спектар, неопходно е во законската регулатива да се предвиди нов и полиберален начин на лиценцирање, што нема да предвидува долга и сложена конкурсна постапка, туку ќе овозможи да се доделуваат дозволи на барање, при што условите за вршење на дејноста ќе бидат поинакви од оние што треба да ги исполнуваат терестријалните понудувачи на аудиовизуелни сервиси.

1.24. За да се обезбеди развој на пазарот и поттикнување на конкуренцијата, неопходно е Советот за радиодифузија и другите институции да применуваат строга и рестриктивна политика во поглед на почитување на законските обврски на радиодифузерите и на другите субјекти чија дејност е поврзана со радиодифузијата. Во делот на финансиското работење, препорачливо е да се размисли за искуството на некои европски регулаторни тела кои имаат воведено финансиски критериуми за работењето на радиодифузерите.

Неопходно е, исто така, Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата да разработат области и механизми на соработка. Покрај тоа, треба да се предложат измени на постојниот Закон за радиодифузна дејност во поглед на целосно вградување на правилата за државна помош што се однесуваат на комерцијалното работење на јавниот сервис.

1.25. Неопходно е да се размисли за законски мерки за поттикнување на домашната аудиовизуелна продукција и за јакнење на бизнисот на независните продуценти. Можно е да се применат искуствата на некои европски земји каде што се практикуваат т.н. автоматски фондови за финансирање на играната аудиовизуелна продукција, односно да се воведат законска обврска за комерцијалните радиодифузери да издвојуваат дел од приходите остварени од огласување и спонзорство во наменски фондови, при што инвестирањето на средствата би било придружено со даночни олеснувања.

- 1.26. Неопходно е радиодифузерите да развиваат нови и флексибилни организациони модели, почитувајќи ги спецификите на медиумската дејност - потреба од постоење сектори со специфични знаења (новинарство, медиумска продукција, планирање програмска шема, маркетинг и медиумско планирање и др.). Треба да се воведуваат модели кои поттикнуваат креативни и иновативни иницијативи на вработените, при што треба да се обрне внимание на потребата од одвојување на управувачките и деловните сектори од уредувачкиот дел - редакциите, со цел да се обезбеди автономна и независна позиција на новинарството.

Радифузерите треба да вложуваат во стекнување нови знаења и вештини за деловно работење, но и во сите други видови едукација на кадрите со цел да се постигне професионализација и квалитет во обезбедувањето на програмските сервиси. За комерцијалните радиодифузери посебно е важна едукацијата на маркетинг-секторите и на секторите што работат на планирање на програмската шема.

За да се постигне квалитет во обезбедувањето на пријавениот програмски сервис, треба да се обезбеди и кадровски развој - вработување на сите планирани кадри и нивна кадровска едукација, но исто така и нивно соодветно наградување, бидејќи платите во дејноста, со исклучок на одделни категории, во моментот се мошне ниски, што се одразува на квалитетот на работењето, особено на позицијата на новинарите во дневно-информативните редакции.

За постигнувањето на овие цели, мошне важна е улогата на Асоцијацијата на приватни електронски медиуми (АПЕММ) и на невладините организации од областа на медиумскиот сектор. Улогата на Советот за радиодифузија, како регулаторно тело, би била, во рамките на неговите законски надлежности, да инсистира на стриктно почитување на одредбите од законската регулатива и на обврските на радиодифузерите утврдени во дозволите за вршење радиодифузна дејност. Но, имајќи предвид дека механизмите на корегулацијата можат да обезбедат постигнување подобри резултати во оваа област, Советот за радиодифузија би требало да се јави и како поттикнувач на овој процес.

- 1.27. Во Македонија во моментот постои систем на мерења на публиката заснован врз методот на дневници, кој обезбедува редовни и валидни податоци за гледаноста и слушаноста. Меѓутоа, дел од радиодифузерите сѐ уште искажуваат недоверба кон податоците и затоа е неопходно да се размисли за повторно поведување иницијатива за востановување тело, во кое ќе партиципираат радиодифузерите, огласувачите и огласувачките агенции, кое би имало за цел, во името на сите субјекти во дејноста, да го организира и контролира системот на мерења на публиката. Советот за радиодифузија би можел да ја обнови иницијативата за воспоставување вакво тело и да понуди логистичка поддршка на другите субјекти кои, всушност, треба самите да ги водат овие активности.

Дигитализацијата на радиодифузијата во Република Македонија

1.28. Придобивките од дигитализацијата на радиодифузните системи се:

- можност за зголемен избор и за воведување нови програмски сервиси;
- дигиталните системи, покрај видео и/или аудиоинформации, може да пренесуваат и дополнителни сервиси: пренос на податоци, интерактивност, напреден телетекст, електронски програмски водич, учење преку телевизија (telelearning), купување преку телевизија (teleshopping) итн. Значајна е и можноста за контролиран пристап кон содржините од страна на корисниците (но и со повисока цена);
- квалитетно покривање на подрачјата може да се оствари со помала емитувачка моќност на предавателните уреди, со што се заштедува електрична енергија, а квалитетот на приемот е еднаков во целата зона;
- широка понуда на дигитални платформи од повеќе производители, со меѓусебна интероперабилност. Уредите кои поседуваат системи за снимање на видеосигнали го воведуваат и концептот на т.н. одложено гледање телевизија (time shift viewing). Регулаторот треба да обезбеди механизми за запазување на интероперабилноста на уредите што се нудат на пазарот;
- можност за прием на висококвалитетна слика во HD-формат со напреден повеќеканален тонски пренос;
- ослободување на дел од фреквенцискиот спектар и негова пренамена за други сервиси, а тие слободни **опсези** понатаму можат да се нудат на концесиски основи и да носат приходи за државата.

1.29. Дигиталниот радиодифузен систем е организиран во мултиплекси или слоеви, а во секој мултиплекс се здружуваат и заедно се пренесуваат повеќе разновидни сервиси класифицирани во четири категории: основни, комплементарни, мобилни телевизиски и иновативни сервиси.

- основни сервиси се телевизиските и радиопрограмите пренесувани во рамките на даден мултиплекс.
- комплементарни сервиси се сите сервиси кои ги надополнуваат телевизиските или радиопрограмите што се емитураат во рамките на еден мултиплекс - електронски програмски водич (EPG), дигиталниот телетекст и мултимедиумската домашна платформа (MHP) итн.
- мобилни телевизиски сервиси се дигитални телевизиски програми наменети за прием со мобилна телекомуникациска терминална опрема, кои се пренесуваат во одделен дел од радиофреквенцискиот спектар.
- иновативни сервиси се сите сервиси кои не се нудат во мултиплекс заедно со дигиталните телевизиски или радиопрограми, но можат да се изведуваат во делот од радиофреквенцискиот спектар кој ќе се ослободи со укинувањето на аналогната телевизиска радиодифузија.

1.30. Според европските директиви (Рамковната директива за електронски комуникациски мрежи и услуги), дигиталните мрежи за радиодифузија се дефинираат како електронски комуникациски мрежи. Треба да се направи јасно дефинирање и разграничување на три основни субјекти:

- **Сопственик/управувач на електронска комуникациска и друга инфраструктура** (правно лице кое е сопственик на колкав било дел од електронска комуникациска инфраструктура погодна за дигитална радиодифузија или за иновативни услуги).
- **Оператор на мултиплекс** - правно лице кое располага со дозвола за управување со мултиплекс, односно за емитурање на дигитална радиодифузија.
- **Понудувач на содржини** - правно лице кое располага со дозвола за нудење програмски содржини во облик на дигитална телевизиска или радиопрограма, во облик на мобилна телевизија или во облик на иновативни услуги.

Понудувачот на содржина и операторот на мултиплекс (сопственикот на комуникациска и друга инфраструктура) треба да бидат два одделни правни ентитета.

Технички стандарди и критериуми за дигитализација на терестријалната телевизија во РМ

1.31. За прием на DTT, населението треба да поседува конверторска опрема STB (Set Top Box) или современ телевизиски приемник со вграден тјунер за DTT. STB-уредот овозможува следење на DTT-телевизиски програми на стандарден аналоген телевизиски приемник. Оваа опрема корисникот може да ја набави независно или да му биде испорачана од страна на операторот на DTT, како составен дел од воспоставениот претплатнички однос. Регулаторот треба да обезбеди механизми за запазување на интероперабилноста на уредите што се нудат на пазарот. Корисникот може да ја користи старата антенска опрема, но со DTT се отвора и можноста за квалитетен видеоприем и со обична собна антена.

Вообичаено е радио и телевизиските продукциски капацитети да се веќе целосно или речиси целосно дигитализирани пред да се пристапи кон процесот на дигитализација на радиодифузијата. DTT бара целосно нова преносна мрежа, која вклучува нова мултиплексна опрема, нова предавателна и репетиторска опрема и делумно нови насочени врски.

1.32. При воведувањето на дигиталната терестријална телевизија во Република Македонија треба да се применува европскиот систем DVB-T (EN 300 744) со 8K (8.192) носители.

Како најоптимални во поголем број европски земји се избрани следниве параметри: COFDM со 8K и 64 QAM за фиксен, или 16 QAM за портабл-прием, со 2/3 однос на кодирање и заштитен интервал помеѓу 1/8 и 1/16.

На овој начин се обезбедува битска стапка од 14,75 до 23,42 Mbit/s, доволно за 8-10 SDTV-сервиси, односно 3-4 HDTV-сервиси компримирани според стандардот MPEG-4. Јачината на сигналот на местото на прием треба да биде со ниво што ќе овозможува квалитетен внатрешен прием (indoor reception).

Во меѓувреме, штом ќе се усвои и доволно распространити системот DVB-T2, по препорака на Националното координативно тело за дигитализација да се зададе рок и постепено да се преминува кон тој систем.

- 1.33. За компресија на своите програмски содржини, радиодифузерите во Република Македонија треба да го користат стандардот MPEG-4 part 10 - AVC (познат и како ISO/IEC 14496-10, односно под називот H.264 на ITU).

Во Република Македонија треба да се користи API од отворен тип, кој е широко прифатен во другите европски држави. Во овој момент овие два услова ги исполнува само стандардот DVB-MHP (ETSI TS 101 812).

Во прва фаза за дополнителните сервиси би требало да се остави стапка не поголема од 1 Mbit/s. Понатаму, во зависност од побарувањата на гледачите, оваа стапка може и да се зголеми.

Заради подобро покривање, DVB-H-сервисите треба да се имплементираат со одделување на еден посебен мултиплекс само за таа намена. Овој наменски мултиплекс ќе може да се подели меѓу неколку оператори кои ќе пројават интерес за имплементирање на ваков вид сервиси.

Мрежи (мултиплекси)

- 1.34. На конференцијата RRC-06 се определени 8 географски подрачја (алотмент-зони) за DTT (Црн Врв, Страцин, Туртел, Боскија, Пелистер, Мали Влај, Стогово и Попова Шапка) за територијата на Република Македонија, со по 10 до 13 UHF-и по една VHF-фреквенција. Заради дополнително DTT покривање на територијата на Скопје, во рамките на алотмент-зоната Црн Врв постои уште една алотмент-зона со договорени 9 UHF-фреквенции.
- 1.35. Секоја алотмент-зона, освен зоната Скопје, располага со ресурси за изградба на минимум по 10 SFN DTT-мрежи, (мултиплекси или слоеви). Бидејќи мултиплексите можат меѓусебно да се здружуваат, се располага со ресурси за изградба на 10 национални DTT-мрежи или по 10 регионални мрежи во секоја од алотмент-зоните, или нивна комбинација. Тоа значи еквивалент од најмалку 80 (ако се користи MPEG-4) национални SDTV-програми. Ова дава можност и за збогатување на медиумскиот пазар со новопонудени SDTV/HDTV-сервиси, DVB-H, паневропски, иновативни сервиси итн.
- 1.36. Преминот од аналогна кон дигитална терестријална телевизија треба да се одвива според фреквенциски план што ќе го изготви Агенцијата за електронски комуникации, а кој ќе овозможува етапна реализација, период на истовремено работење (симулкаст), и со него ќе се предвиди

темпото на исклучување на аналогните телевизиски предаватели. За спроведување на целиот процес, во фреквенцискиот план би требало да се предвидат најмалку две етапи.

Во првата етапа се предвидува имплементација на национални мултиплекси. Еден мултиплекс без конкурс ќе му биде доделен бесплатно на ЈП МРД и ќе биде наменет пред сè, за пренос на јавните телевизиски сервиси (МТВ), со приоритет преостанатите слободни канали да се понудат под еднакви услови на националните комерцијални ТВ-сервиси. Преостанатите мултиплекси ќе бидат доделени на меѓународен тендер. Доколку постојат технички можности, во овој период се планира и конкурс за еден регионален мултиплекс за подрачјето на Скопје.

Во втората етапа се предвидува реализација на два мултиплекса наменети за пренос на нови комерцијални телевизиски сервиси или на еден мултиплекс за споменатата намена и еден мултиплекс за иновативни сервиси, зависно од оцената за интересот на пазарот по завршувањето на првата етапа. Во истата етапа може да се опфати и реализација на еден мултиплекс за пренос на регионални телевизиски сервиси (вклучително и во Скопје, ако тоа не се оствари во првата етапа).

- 1.37. Остатокот од фреквенциските ресурси би требало да се зачува како резерва за идни потреби (за HDTV, за паневропски сервиси или за некои идни иновативни сервиси).

Акционен план

- 1.38. **Прва фаза:** Изготвување и усвојување на законската и подзаконската регулатива за воведување на DTT, односно дигитална радиодифузија воопшто (прва половина на 2008 година).

Потребно е дополнување на законската рамка со која ќе се овозможи експериментално работење на дигиталните мултиплекси. Треба многу внимателно и точно, согласно со Законот за радиодифузна дејност и со Законот за електронски комуникации, да се дефинира кој и под кои услови ќе може да го користи ова право. Мултиплексите мора да се доделат во јасна, прецизна и транспарентна конкурсна постапка. На меѓународен тендер ќе се доделат мултиплекси за национално покривање и, евентуално, во зависност од можностите, еден мултиплекс за регионот на Скопје.

Постојните радиодифузери и новите понудувачи на содржини мора доследно да ги почитуваат условите наведени во правилниците донесени од Советот за радиодифузија.

- 1.39. **Втора фаза:** Започнување со DTT (до крај на 2009 година)

Се започнува со оператори на мултиплекси на национално ниво и тоа

веднаш штом се создадат законските и подзаконските предуслови за тоа. По региони се започнува со Скопје, а потоа со другите региони во Македонија. Услов во конкурсот за операторите на мултиплекси по региони треба да биде покриеност на над 90% од населението во регионот.

Постојните дозволи на радиодифузерите за аналогоно емитување директно ќе се преточат во дозволи за дигитално емитување (за понудувачи на содржини). Оваа постапка треба да биде проследена со строги технички, програмски, кадровски и финансиски критериуми за вршење на дејноста, кои произлегуваат од Законот за радиодифузна дејност и од подзаконските акти.

За другите заинтересирани субјекти, кои сакаат да емитуваат нови програмски сервиси, треба да се распишат нови конкурси. Конкурсите треба да се распишат првенствено за дозволи за национално и регионално ниво. На овој начин ќе се поттикнат локалните радиодифузери да се издиференцираат: или да станат регионални или да останат да зрачат локално (аналогно) сè до нивното евентуално згаснување во 2016 година, кога им истекува дозволата. Во принцип не би требало да има проблем да се спроведе ваквиот план, бидејќи најголемиот број локални радиодифузери самите бараат да станат регионални, но за тоа е потребно да ги исполнат посебните законски услови. Евентуално, ако има барања за отворање нови локални програмски сервиси, тоа може да се направи на оние подрачја каде што постојат технички услови за тоа, со што не би бил попречен процесот на дигитализација.

- 1.40. **Трета фаза:** Од крајот на 2009 до почетокот на 2012 ќе трае периодот на симулкаст. Во овој период треба да се поведе широка кампања за опремување на населението со STB (сет-топ-боксови). Во средината на 2011 година може да се почне со исклучување на аналогните ТВ-сервиси по региони, според акционен план изготвен од Националното координативно тело за дигитализација во соработка со АЕК, која се јавува како извршител на оваа активност.

Во оваа фаза прво се исклучуваат оние аналогни предаватели/репетитори кои се користат за дополнително покривање на одреден регион. Со нивното исклучување се отвора простор за започнување со работа и на други мултиплекси. Овој процес најрационално би било да започне од Скопје, па потоа по другите региони низ Македонија. Веднаш, штом ќе се ослободат аналогни фреквенции, ќе се распише тендер за втората етапа - мултиплекси за национално ниво и еден регионален.

- 1.41. **Четврта фаза:** Заокружување на дигитализацијата со целосно исклучување на аналогните ТВ-предаватели и ставање во функција на расположливите мултиплекси (среди на 2012 година).

Планирање, изградба и користење на дигиталните радиодифузни мрежи

- 1.42. Географските подрачја на кои се заснова фреквенциското планирање на мрежите за дигитална радиодифузија, ги одредува Агенцијата за електронски комуникации. Агенцијата може да го одреди и тајмингот на изградба на мрежите. Изградбата на мрежата ја планира и изведува операторот на мултиплексот по претходно прибавено уверение од АЕК. Даден оператор на мултиплекс ќе може да се договара со друг оператор или сопственик на инфраструктура за заедничко користење на инфраструктурата.

Неопходно е да се применува строг надзор врз почитувањето на стандардите за инфраструктурата на предавателните пунктови.

Доделување радиофреквенции за мултиплекси и управување со мултиплексите

- 1.43. Доделувањето на радиофреквенции за мултиплекси се прави по правило со распишување јавен конкурс. Конкурсната документација мора да ги содржи битните карактеристики на мултиплексот за кој е распишана радиофреквенција, како што се фреквенцијата, подрачјето на покривање, капацитетот на каналот, техничките стандарди што треба да се запазат, обемот на резервиран капацитет итн.

За да стане оператор на мултиплекс, одреден правен ентитет мора преку јавен конкурс да добие одобрение за користење радиофреквенција за мултиплекс за дигитална радиодифузија, мобилна телевизија или за иновативни сервиси. За користење на доделениот ресурс, операторот на мултиплекс на државата е плаќа одреден годишен надомест, зависно од видот на добиениот мултиплекс. Потребно е да се воведат ограничувања во поглед на максималниот број мултиплекси (најмногу три) со кои ќе може да располага еден оператор на мултиплекс.

Операторот на мултиплекс склучува соодветен договор со понудувачите, чии содржини ги вклучува во мултиплексот, а ако е потребно и со сопственикот/управувачот на инфраструктурата низ која се дистрибуираат сигналите на мултиплексот.

Оператор на мултиплекс кој сака истовремено да биде и понудувач на содржини мора да учествува на распишан конкурс за понудувач на содржини (контент-провајдер), а потоа да оформи нов правен субјект кој ќе се занимава исклучиво со контент-провајдерство.

Операторот на мултиплекс мора на сите понудувачи на содржини да им овозможи еднакви и недискриминаторски услови за пристап до мултиплексот со кој управува тој.

Надзор над управувањето со мултиплексот врши Совет на мултиплексот во кој се застапени сите понудувачи на сервиси, сразмерно со процентот

од капацитетот што го користат, а под директен надзор на АЕК.

Јавното претпријатие МРД без јавен конкурс добива одобрение за користење на радиофреквенција за еден мултиплекс наменет, пред сè, за пренос на програмите на ЈП МРТ. Дел од слободниот капацитет на овој мултиплекс може да се одреди за HDTV и DVB SSU. Одделување дел од капацитетот за HDTV може да се наметне и како обврска во конкурсот, за преостанатите мултиплекси. Со евентуалниот преостанат слободен капацитетот на мултиплексот, ЈП МРД може слободно да располага, спазувајќи ја притоа забраната за дискриминација и овозможувајќи им на заинтересираните национални радиодифузери под еднакви услови со МТВ да го користат мултиплексот.

Премин од аналогна во дигитална радиодифузија (симулкаст- период)

- 1.44. За симулкаст-периодот е потребно да се дефинира посебен режим за работа. Дефинирањето на овој режим ќе го направи Националното координативно тело за дигитализација со цел да се скрати постапката на дигитализација, односно со цел да се стимулираат националните радиодифузери да преминат на дигитална платформа.

Датумот на исклучување на аналогната телевизија во одреден регион може да биде, на пример, при постигнато мигрирање на корисниците во обем поголем од 80%. Исклучувањето на аналогната телевизија не треба да се случи подоцна од средината на 2012 година. Не смее да се дозволи исклучување на аналогната ТВ на оние места каде што квалитетот на приемот на дигиталната ТВ не е на задоволителното ниво. Потребниот минимум на јачина на полето за квалитетен прием на дигиталната телевизија ги одредува и контролира АЕК.

Сите граѓани што живеат на подрачјето на коешто се извршува исклучување на аналогната телевизија, треба навремено и на соодветен начин (преку јавни кампањи) да бидат известени за промените што следуваат.

Поттик за побрзо воведување на дигиталната радиодифузија

- 1.45. Потребно е државата да пропише мерки со кои ќе ги стимулира трговците и граѓаните да набават дигитална приемничка опрема, ќе поттикне развој на индустријата за изготвување на STB-уреди и ќе ги стимулира операторите во планирањето и изградбата на мрежите за дигиталната радиодифузија.

Стимулирањето треба внимателно да се изведе на начин кој ќе ги почитува условите пропишани за државна помош. Стимулирањето на приемничката опрема треба да биде технолошки неутрално и да се однесува на уреди коишто користат отворени стандарди за

интерактивност.

Стимулирањето на изградбата на мрежите за дигитална радиодифузија има оправданост само онаму каде што покриеноста со сигнал е релативно слаба или воопшто ја нема, а во дадениот момент нема реална понуда и/или економска оправданост за приватната иницијатива за градба во тие локации.

Следење и водење на процесот на дигитализација

- 1.46. Во Европа процесот на дигитализација на терестријалната телевизија се одвива со силна поддршка на телото DIGITAG, кое има свои национални разграноци. Потребата од постоење на еден ваков разгранок во Република Македонија е во интерес на сите субјекти заинтересирани за DTT, односно ги обединува и штити интересите на производителите на опрема, операторите и корисниците на DTT. За оваа цел е потребно да се формира посебно **Национално координативно тело за дигитализација** од страна на СРД и АЕК, а со вклучување на сите релевантни субјекти (МРД, МРТ, АПЕММ, МАСИТ, независни експерти, Организација за заштита на потрошувачите, сите релевантни министерства), кое ќе функционира како помошно тело во процесот на дигитализацијата.
- 1.47. За потребите на државата, Националното координативно тело би требало врз основа на широк консензус, да изготви агенда за временските рамки, согласно со препораките содржани во оваа стратегија, за воведување на новиот DTT-сервис и исклучување на постојниот аналоген сервис.
- 1.48. Националното координативно тело, а особено АЕК, треба да има посебна одговорност во сертифицирањето на опремата која операторите предвидуваат да ја инсталираат во новите дигитални мрежи. Значајно е однапред да се дефинираат стандардите што треба да ги задоволува опремата за да можат населението, операторите на мултиплекси и трговците што ќе продаваат STB, да извршат соодветни набавки и да се избегнат несакани ситуации на инсталација на застарена опрема без можност за надградба.
- 1.49. Пошироко е прифатен стандардот DVB SSU, кој дефинира начини на софтверско надградување, односно корекција на приемничката опрема. Оваа активност се остварува преку предавателниот сигнал, паралелно со програмскиот сервис, односно бара користење на одреден дел од спектарот. Задача на државата, односно на регулаторното тело е да одреди одреден спектрален опсег за остварување на ваквиот тип сервис.
- 1.50. За масовна промоција на DTT-сервисот е потребно да се изработат промотивни телевизиски емисии, да се формира WEB-страница со актуелни информации, да се отпечатат промотивни материјали, да се вклучуваат соодветни текстови во весниците со поголем тираж и да се промовира експерименталниот DTT-систем во Скопје и во другите поголеми градови преку инсталација на телевизиски приемници на

јавни фреквентни простори и со вклучување во мултиплексот на експерименталниот систем на специјално изготвени промотивни емисии, односно со повремено преземање на туѓи програми изготвени и пренесувани во т.н. HD-формат.

Други елементи што можат да влијаат врз динамиката на воведување DTT

- 1.51. Заради забрзување на постапката за воведување DTT, потребни се и одредени стимулативни мерки (пропишани со закон) во поглед на начинот на формирање на висината на надоместокот за користење на радиофреквенцискиот спектар. Во периодот на истовремено емитување АЕК може еднакратно да им помогне на провајдерите во планирањето на новите дигитални мрежи преку ставање на располагање на софистицирани софтверски симулациски пакети.
- 1.52. Веројатно ќе биде потребно од страна на државата да се одобрат средства за набавка на одреден број STB-уреди и нивна дистрибуција до заинтересираните потрошувачи (гледачи), особено до социјално загрозените, со тоа што примателите на овие уреди би ги отплаќале на повеќе рати. Динамиката и обемот на набавката на овие уреди би требало да ја предлага Националното координативно тело за дигитализација.
- 1.53. При симултана работа на двата сервиса (и аналогниот и дигиталниот), во одреден период на една локација новата дигитална опрема ќе треба да постои и да функционира заедно со постојната аналогна. Ако се земе предвид ова, мора да се има јасен план изработен од ЈП МРД, за можностите за вклучување на други субјекти.
- 1.54. Бидејќи на одредени локации ќе биде неопходна градба на нови објекти, потребно е да се изготви регулатива за забрзан модалитет на издавање дозволи за градба на наменски телекомуникациски објекти на општествено/државно земјиште.
- 1.55. Заедничкиот настап на сите оператори може да обезбеди интероперабилност и поволни цени на STB-опремата.
- 1.56. Компатибилноста на уредите што одредени оператори имаат намера да ги користат, мора да биде проверена и одобрена од Националното координативно тело за дигитализација. Во процесот на лиценцирање, предност треба да им се даде на оние компании што ќе формираат локални фирми во Република Македонија, а со цел работата на техничките системи да може да се приспособува кон барањата на локалните корисници.
- 1.57. Во поглед на имплементацијата на новата технологија во практиката, потребно е надлежното регулаторно тело АЕК да набави соодветна опрема за следење на квалитетот на покривањето што ќе го остваруваат

новите оператори, како и следење на квалитетот на понудениот сервис, со цел да се заштити интересот на потрошувачите.

Кабелска и сателитска радиодифузија

- 1.58. Од вкупниот број македонски домаќинства, 52,1% се приклучени на кабелски мрежи. Покрај со понудата на ТВ и радиопрограми, кабелските оператори зафаќаат и голем дел од пазарот на широкопојасниот Интернет-пристап, а во блиска иднина се најавува и телефонијата.
- 1.59. Корисниците ќе треба да набават дигитални приспособувачки приемни уреди (STB). Периодот на премин ќе треба да го одредат самите оператори во договор со регулаторните тела.
- 1.60. Важно е да се дефинира обврската за задолжително пренесување на одреден број домашни програмски сервиси (must carry) во основната дигитална понуда, како потреба да се регулира правото на влез на домашните програмски сервиси во кабел.
- 1.61. Што се однесува до техничките стандарди за дигитална кабелска радиодифузија, во Република Македонија треба да се употребува стандардот DVB-C (EN 300 429). Со употреба на покомплексни модулациони шеми (64-QAM, 32-QAM), во еден аналоген ТВ-канал од 8 MHz можат да се сместат четириесетина ТВ-каналы, ако се кодирани со MPEG-4. Заради интероперабилност на терестријалните и кабелските STB-уреди, препорачливо е и кабелската телевизија да ја користи компресијата *MPEG-4*.
- 1.62. Република Македонија нема доволно развиена сателитска радиодифузија. Активен е само еден нотифициран сателитски оператор (ИТМак), а ТВ-понудата ја сочинуваат: МКРТВСат (јавниот сервис), А1 Плус (деривација на ТВ А1) и К-15 (наменето пред сè за дијаспората во Австралија).
- 1.63. Мора да се донесе јасна регулатива со која ќе се прецизира дека секој што нуди и продава сателитски пакети (продава декодерски картички) во Република Македонија мора да ги почитува домашните законски одредби. Ова, пред сè, треба да се однесува на задолжителните домашни програмски сервиси, како и на преводот на странските на македонски јазик.
- 1.64. На радиодифузерите што планираат да произведуваат програми наменети за сателитска дистрибуција треба да им се пропишат строги технички и програмски стандарди (слично како и за националните радиодифузери), бидејќи програмите што ги произведуваат тие можат да се гледаат и надвор од Република Македонија и претставуваат еден вид промоција на нашата држава во светот.

- 1.65. Техничкиот стандард според кој треба да се емитуваат сателитските програми е DVB-S (EN 300 421), кој веќе сè почесто се заменува со поновиот DVB-S2 (EN 302 307). Комбинацијата на DVB-S2 со MPEG-4 се смета како пресуден фактор кој ќе овозможи повеќе слободен простор за воведување на HDTV-програми (овозможува пренос на 6 HDTV-програми).
- 1.66. За кабелските и за сателитските оператори треба да важи обврската дека под еднакви, непристрасни и фер услови ќе мора да им овозможат пристап до своите ресурси на сите заинтересирани радиодифузери. И за овие оператори треба да важи правилото за ограничување на вршење на радиодифузна дејност, исто како и за операторите преку другите платформи.
- Приемничката опрема, која ќе ја нудат кабелските и сателитските оператори, мора претходно да биде сертифицирана од Националното координативно тело, заради интероперабилност (АПИ од отворен тип).

Дигитално радио T-DAB

- 1.67. T-DAB-радиото се имплементира во нови радиофреквенциски **опсези** (дел од VHF-подрачјето и 1,4 GHz-банд) и затоа не е неопходно исклучување на постојните аналогни FM-предаватели. Со оглед на најавата за новиот стандард DAB+ (кој овозможува повеќе сервиси во еден мултиплекс, или подобар квалитет на звукот при ист број сервиси) не би требало да се брза да се доделуваат дозволи според стариот стандард DAB.
- 1.68. T-DAB овозможува од 4 до 10 радиопрограми (8 до 20 со DAB+) во еден мултиплекс. Со тоа би се овозможило постоење на поголем избор на тематски радиопрограми (по жанрови на музика, за спорт, за вести итн.).
- 1.69. На конференцијата RRC-06 за 2 алотмент-зони (Македонија-североисток и Македонија-југозапад) се договорени по 2 мултиплекса во VHF-подрачјето, а покрај тоа предвидена е и дополнителна алотмент-зона Скопје, со договорени уште 2 мултиплекса во VHF-подрачјето.
- 1.70. Доделувањето дозволи би течело по единствени критериуми и постапки кои ќе важат за дигиталната терестријална телевизија. Постапките за издавање дозволи и покривањето на територијата би требало да се изведуваат врз основа на алотмент-зоните, а потоа би се здружувале во поголеми регионални и национални мрежи на покривање.

Дигитално радио - DRM

- 1.71. Дигитализацијата на радиодифузијата во подрачјето на средните бранови може да оди со имплементација на системот DRM. За разлика од T-DAB, кај DRM во еден среднобранов канал може да се пренесува само

една радиопрограма, но со квалитет на звукот кој е супериорен во однос на стандардниот АМ и е приближен на постојниот аналоген FM. Понатаму, предноста на DRM е во тоа што овозможува исклучително голем домет, а и стабилноста на приемот е многу подобра. Ова е од особено големо значење за програмата на националното јавно радио. DRM оперира во истото фреквенциско подрачје во кој оперира постојната аналогна среднобранова радиодифузија и практично бара нејзино исклучување, слично како DTT.

- 1.72. ЈП МРД има во Овче Поле современ моќен СБ-предавател кој може брзо, евтино и едноставно да се модифицира за DRM-работа и кој како таков би можел да послужи за потребите на информирање на македонската и странската јавност дома и, пред сè, во странство, што би требало да биде од особено висок државен интерес.

Цели од јавен интерес во радиодифузијата

Кус преглед на развојот на радиодифузната дејност

- 2.1. Плурализмот во радиодифузијата на Република Македонија, како една од темелните вредности на новото демократско општество, и реално и нормативно, беше воспоставен во периодот од 1991 до 2005 година. До донесувањето на првиот Закон за радиодифузна дејност од 1997 година, во етерот веќе зрачеа над 300 радио и ТВ-станици, а по првите два конкурса за доделување концесии се легализираа вкупно 127 комерцијални радиодифузери. Во 2001 и 2004 година, на два нови конкурса беа доделени и нови концесии на национално и на локално ниво, така што фреквентниот спектар беше максимално искористен⁴. Радиодифузниот систем беше целосно заокружен во 2005 година кога беше донесен новиот Закон за радиодифузната дејност, кој е целосно хармонизиран со европското законодавство. Така, денес, за разлика од периодот пред 1991 година, на јавноста е на располагање широк спектар јавни и приватни медиуми низ кои се отсликува многустраноста на културниот и политичкиот плурализам во Република Македонија.
- 2.2. Меѓутоа, иако нормативно воспоставен, радиодифузниот сектор во изминатите години не ја доживеа својата целосна трансформација. Финансиската, техничко-технолошката и продукциската криза во која со години се наоѓа јавниот радиодифузен сервис кулминираше во 2006 и 2007 година, а неговата институционална автономија и уредувачка и самостојност се само нормативно постигнати. Комерцијалниот сектор, пак, се соочува со низа тешкотии во своето општо пазарно опкружување поради кои во изминатите години континуирано покажува загуби: макроекономското опкружување е исклучително неповолно, огласувачката индустрија е со мал потенцијал, пазарните односи сѐ уште не се воспоставени, медиумите, а особено телевизијата, сѐ уште не се третираат како бизнис, туку како средство за остварување политички или други цели, постои многу нелојална конкуренција која не се санкционира соодветно (постоењето на голем број нелегални радиодифузери, а особено локалните јавни ТВ-станици, непочитувањето на авторските права од страна на кабелските оператори и од некои радиодифузери, нарушувањето на пазарот од страна на МРТВ). Поради финансиските тешкотии со кои се соочуваат и двата сектора, нивото на професионализација во медиумите и квалитетот на програмите континуирано опаѓаат, речиси нема вложувања во нови технологии, во кадровски ресурси и во професионална доедукација.

⁴ По повод овие два конкурса, Асоцијацијата на приватни електронски медиуми и Центарот за развој на медиуми реагираа до Советот за радиодифузија со забелешка дека бројот на субјекти на пазарот е премногу голем и дека доделувањето нови концесии е спротивно на пазарните услови.

- 2.3. Од друга страна, нужно мора да се размислува за дигитализација и за технолошки развој во радиодифузијата, како поради утврдените рокови за т.н. премин од аналогна во дигитална технологија, така и поради придобивките што ги носи конвергенцијата на телекомуникациите, информатичките технологии и радиодифузијата: рационално искористување на фреквентниот спектар, понуда на многу дополнителни сервиси, економски раст и развој на индустријата итн.
- 2.4. Сето ова беше појдовната основа на Советот за радиодифузија при дефинирањето на целите на идната регулација во областа на радиодифузијата со која треба да се обезбеди: економски раст и технолошки развој на радиодифузната дејност, натамошен развој на медиумскиот плурализам и разновидноста, медиумска професионализација, подигнување на квалитетот и иновативноста во програмите, зачувување и промовирање на културниот идентитет и промовирање на европските вредности.

Законска улога на Советот за радиодифузија

- 2.5. Секое дефинирање на целите на идната регулаторна политика во областа на радиодифузијата треба најпрво да ги земе предвид законските овластувања и обврски на регулаторното тело од оваа област - Советот за радиодифузија. Како независно регулаторно тело од областа на радиодифузијата, Советот за радиодифузија е воспоставен уште со Законот за радиодифузна дејност од 1997 година, но полните законски овластувања и обврски, целосно усогласени со Препораката бр. 2000 (23) на Советот на Европа, ова тело ги добива со новиот Закон за радиодифузна дејност од ноември 2005 година.

Основната улога на Советот за радиодифузија, на начин како што е утврдена во член 21 од Законот, е да се грижи за обезбедување на слободата и плурализмот на изразувањето, за постоење разновидни, независни и самостојни медиуми, економски и технолошки развој на дејноста и за заштита на интересите на граѓаните во радиодифузната дејност.

За да ја оствари оваа своја улога, на Советот му се утврдени (чл. 22 и чл. 37) низа конкретни надлежности, меѓу кои поважни се:

- ја изготвува и ја спроведува Стратегијата за развој на радиодифузната дејност;
- одлучува за доделување, одземање и обновување на дозволите за вршење радиодифузна дејност;
- ги координира активностите, заедно со Агенцијата за електронски комуникации, при донесувањето на Планот за доделување и користење радиофреквенции во делот што се однесува на радиодифузијата;
- врши надзор врз работата на радиодифузерите и јавните комуникациски мрежи и презема соодветни мерки пропишани со Законот за радиодифузната дејност;

- разгледува претставки од граѓаните во врска со работата на субјектите кои вршат радиодифузна дејност и презема мерки според нив;
- се грижи за заштитата на авторските и сродните права и презема мерки во согласност со своите законски надлежности;
- донесува одлуки, правила, заклучоци, упатства, препораки и други акти, односно дава мислења и учествува во изготвувањето на закони, прописи и други акти што се однесуваат на радиодифузната дејност.

Цели од јавен интерес и потреби на публиката во радиодифузијата

2.6. Во најопшта смисла, целите од јавен интерес во областа на радиодифузијата се утврдени во член 2 на Законот за радиодифузна дејност:

- 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 развојот на творештвото, јазикот и традициите во радиодифузната дејност;
- унапредување и поттикнување на конкуренцијата и развојот на радиодифузната дејност;
- транспарентност, независност и недискриминација во регулаторните процеси, и
- независен и ефикасен јавен радиодифузен сервис.

2.7. Целите од јавен интерес, во поконкретна смисла, се проткаени и во сите други одредби од Законот што се однесуваат на програмските обврски и ограничувања на радиодифузерите во делот на основните програмски стандарди, заштитата на малолетниците, рекламирањето и спонзорството, пренесувањето настани од големо значење и др.

За постигнување на целите од јавен интерес од посебно значење се обврските на Македонската радиотелевизија (чл. 120, чл. 121 и чл. 122), која како јавен радиодифузен сервис е должна да создава и емитува програми од јавен интерес, со кои се одразува општествениот и културниот плурализам во државата, а кои се состојат од информативни, културни, образовни, научни, спортски и забавни содржини.

2.8. Имајќи ја предвид законски дефинираната обврска да се грижи за интересите на граѓаните во радиодифузната дејност, Советот за радиодифузија, во функција на изготвувањето на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност, во мај 2007 година, спроведе и истражување на публиката со цел да се утврдат ставовите, потребите и интересите на граѓа-

ните како основа и образложение на идната регулаторна политика во областа на радиодифузијата. Врз основа на резултатите од ова истражување беа идентификувани неколку клучни сознанија за ставовите, интересите и потребите на публиката во поглед на програмските содржини на радиото и телевизијата:

- во генерална смисла, публиката смета дека постои плурализам во информирањето и дека има доволен број алтернативни извори на информирање, како на телевизијата така и на радиото;
- телевизијата е доминантен извор на информирање за домашните настани и публиката е задоволна од тоа како ТВ-станиците, во целина, информираат за различни области од општествениот живот; сепак, гледачите сметаат дека има премногу информации за политиката, а помалку информации за локалните настани, за проблемите на невработеноста, за социјалните прашања, за човековите права и за заштитата на животната средина;
- публиката смета и дека ТВ-станиците, во целина, известуваат за различните политички гледишта во општеството;
- сепак, во поглед на квалитетот на известувањето, на ТВ-станиците им се упатуваат низа забелешки: презаситени се со негативни настани, жртвите од насилство и несреќи се прикажуваат така што не се води сметка за нивното достоинство и за чувствата на публиката, не се почитува презумпцијата на невиност, односно личностите за кои се водат судски постапки се прикажуваат како виновни пред судот да ја докаже нивната вина, многу често се шпекулира со непроверени информации, постои големо влијание на политиката врз новинарите, сопствениците често го насочуваат известувањето во вестите во своја полза, иако има подобрување, Владата сѐ уште има влијание врз вестите на јавниот сервис и др.;
- публиката смета дека има голем број актуелно-информативни емисии на домашните медиуми што третираат различни актуелни теми, но генерално, не е задоволна од продукцискиот квалитет и од подготовноста на водителите, со исклучок на неколку емисии кои се емитуваат на комерцијалните ТВ-станции; најквалитетните емисии од овој жанр треба да бидат присутни, пред сѐ, на јавниот сервис;
- во поглед на забавните емисии од домашно производство, преовладува мислењето дека ги има многу на број на домашните станици, публиката сака да ги гледа, но смета дека продукциски не се најквалитетно направени; премногу има говорни шоу-емисии со гости во студиото, а недостасуваат квалитетни квизови;
- жанрови од домашно производство кои публиката би сакала да ги гледа, а недостасуваат на домашните ТВ-станции, се: продукциски и новинарски квалитетно подготвени актуелно-информативни емисии, информативни емисии кои третираат локални настани, играни филмови и серии, детска играна програма, квалитетни образовни емисии, патеписи и документарни филмови и друга квалитетна програма;

- публиката има голем број сериозни забелешки во поглед на рекламирањето на телевизијата: голем дел од гледачите (над 70%) сметаат дека на домашните телевизии има премногу реклами, рекламните блокови траат предолго, програмите премногу често се прекинуваат со реклами, а рекламите штетно влијаат врз малолетниците со тоа што ги поттикнуваат нивните потрошувачки навики; 60% од гледачите се изјаснуваат дека им пречи кога рекламите се емитуваат во вести, а над 50% велат дека рекламите им пречат и во други емисии (информативни, образовни и др.);
- новите облици на рекламирање (емитување, лого, знак, подвижен текст на дел од екранот, во текот на емисијата) и изложувањето на производи не им пречат на најголем дел од гледачите, но сепак тие сметаат дека овие облици на рекламирање не треба да се емитуваат во детските емисии;
- публиката смета дека на телевизиските програми има голем обем содржини што можат штетно да влијаат врз развојот на малолетниците: сцени со насилство и со жртви од насилство и несреќи има најмногу во филмовите и во вестите, голотија има најмногу во филмовите, музичките спотови, рекламите и забавните емисии, вулгарности и непристоен говор во филмовите, музичките спотови и во забавните емисии;
- програмите на домашните радиостаници редовно ги слуша над 60% од публиката; речиси половина од публиката на радиото сака да слуша музика со мал обем говорни содржини, а една третина сака радиостаници на кои има подеднакво музика и говор; во поглед на музичките жанрови македонската публика има различни вкусови: 53,4% сакаат да слушаат новосоздадена народна музика, 49,8% сакаат традиционална изворна музика, 38,6% слушаат поп-музика, 25,5% сакаат рок, 24,2% се љубители на етно музиката, 13,3% на хип-хоп, рап или ритам&блуз, 12,1% од публиката сака електронска или техно-музика, 10,1% сериозна музика, 8,1% џез или блуз итн.

Генерална стратегиска рамка на идната регулаторна политика во радиодифузијата

2.9. Тргувајќи од законските одредби со кои се определува улогата на Советот за радиодифузија и целите од јавен интерес во радиодифузијата, како и од ставовите и интересите на публиката, може да се дефинира основната рамка на стратегиски цели во идната регулација на радиодифузијата на Република Македонија. Оваа стратегиска рамка ги содржи следниве елементи:

- збогатување на изборот, разновидноста, иновативноста и подигнување на квалитетот на програмските сервиси, како на национално така и на регионално и на локално ниво;
- заштита на интересите на корисниците (гледачите и слушателите), а посебно заштита на малолетниците;

- заштита и негување на културниот идентитет и на културната и јазичната разновидност во програмите;
- создавање регулаторни предуслови за функционирање на вистински пазарни односи во радиодифузната дејност, за развој на радиодифузната индустрија и поттикнување на конкуренцијата;
- отворање на можностите за развој на новите технологии и поттикнување на процесот на конвергенција меѓу радиодифузијата, телекомуникациите и информациските технологии;
- утврдување осмислен, прецизен и реално остварлив план за што е можно побрза дигитализација на терестријалната радиодифузија во Република Македонија;
- натамошна хармонизација на домашното законодавство со европската регулаторна рамка во аудиовизуелната област и утврдување на целите и инструментите на идната регулаторна политика;
- натамошно зајакнување на независноста на регулаторното тело од областа на радиодифузијата и обезбедување независни и стабилни извори на финансирање.

Обврски на Советот за радиодифузија во спроведувањето на Стратегијата

- 2.10. Во иднина регулирањето на содржината на сите аудиовизуелни сервиси (линеарни и нелинеарни) ќе биде во надлежност на Советот за радиодифузија. Разликата ќе биде во тоа што ќе се применува принципот на асиметрична регулација, односно построги програмски барања за линеарните и полиберални (минимални) програмски барања за нелинеарните сервиси.
- 2.11. Во наредниот петгодишен период, како клучни се наметнуваат следниве обврски на Советот:
- ригорозна и доследна имплементација на Законот за радиодифузната дејност кој, според оцената на Европската комисија "... е главно усогласен со европските стандарди за медиумите и аудиовизуелното *acquis*..."⁵;
 - донесување дополнителни подзаконски акти со кои ќе се овозможи практична примена на Законот, а во насока на имплементација на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност;
 - координирање на активностите за имплементацијата на Стратегијата во периодот 2007 - 2012 година;

⁵ Извештај за напредокот на РМ за 2006 година, стр.34 (COM (2006) 469 Final)

- изготвување предлог за измени и дополнувања на Законот за радиодифузната дејност, со цел да се овозможи почнување на процесот на дигитализација во РМ;
- изготвување измени на Законот за радиодифузната дејност заради натамошна хармонизација со европското законодавство од оваа област, а посебно со новата Директива за аудиовизуелни медиумски сервиси.

Развој на радиодифузната индустрија

Телевизиски пазар

- 3.1. ТВ-пазарот се состои главно од терестријални емитувачи, а го сочинуваат јавниот радиодифузен сервис (Македонската телевизија) и приватните ТВ-станции на национално и на локално ниво. На крајот од 2006 година, покрај МТВ, на ТВ-пазарот функционираа и 55 приватни субјекти, а во јуни 2007 година, по спроведената постапка на усогласување на договорите за концесија, нивниот вкупен број се намали на 52 приватни ТВ-станции, од кои 5 на национално и 47 на локално ниво. До 2006 година, на пазарот нелегално функционираа и 12 телевизии, кои работеа во составот на локалните јавни радиодифузни претпријатија.

Врз основа на законски утврдената обврска, Македонската радиотелевизија емитира еден програмски сервис преку сателит (МТВ Сат), а во изминатите години и неколку комерцијални ТВ-станции на национално и на локално ниво започнаа со емитирање нови или со реемитирање на постојните програмски сервиси преку сателит. Советот за радиодифузија нема издадено дозвола за емитирање програмски сервис преку сателит или преку јавна комуникациска мрежа поради фактот што, согласно со Законот за радиодифузната дејност, претходно требаше да се заврши процесот на усогласување на договорите за концесија, односно на преод од концесии во дозволи.

- 3.2. Како резултат на доделувањето на три нови концесии во 2004 година (Телма, Канал 5 и Алсат-М), телевизискиот пазар во Република Македонија станува пазар со средна концентрација⁶, со однос од 68,5% во 2006 година, што е показател за зголемување на конкурентноста на пазарот. Но, бидејќи индексот на концентрација е мошне висок (НИИ е 1885,2), што укажува дека на пазарот има субјекти со мошне голем пазарен удел, неопходно е регулаторите интензивно да ги следат сите промени во сопственоста на компаниите, односно да вршат процена и симулација на евентуалното влијание на таквите промени врз пазарот.
- 3.3. Во 2004 година ТВ-секторот, во целина, покажал добивка, но во наредните две години работел со загуба, што се должи најмногу на огромните загуби на јавниот сервис. Со загуба работеа и двете национални приватни ТВ-станции, Алсат-М и Канал 5, кои во минатите три години инвестираа во студија, опрема, изградба на предавателната мрежа и во програмски развој, па резултатот од својата инвестиција би требало допрва да го

⁶ Прашањето на концентрација на ТВ индустријата подетално е обработена во Анализата на пазарот на радиодифузната дејност во РМ (стр.32-33), <http://www.srd.org.mk/WBStorage/Files/Analiza%20na%20pazarot.pdf>

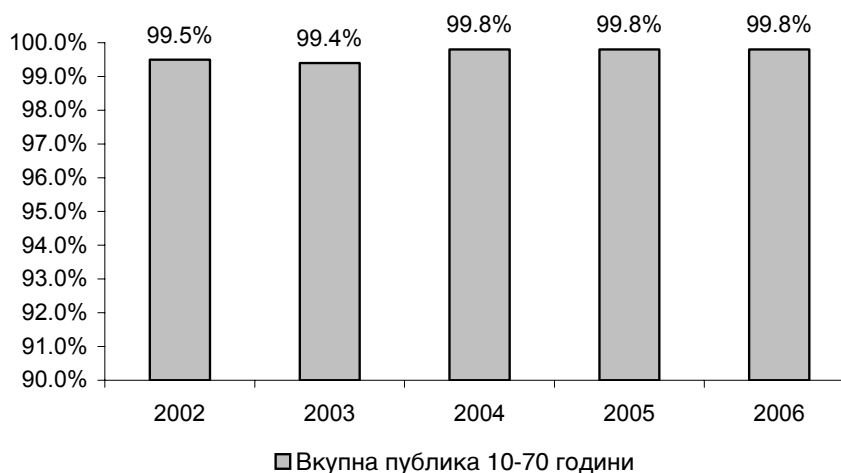
очекуваат. Другите национални телевизии (А1, Сител и Телма) во континуитет работеа со добивка, но исто така и инвестираа во својот развој⁷.

- 3.4. Вкупната вредност на инвестициите во целиот ТВ-сектор се намалувала од година во година: во 2004 година изнесувала 257.861.552,00 денари (4,2 милиони евра), додека во 2006 година 182.072.109,00 денари (3 милиони евра). Според висината на инвестициите во трите години, на прво место е Канал 5, а потоа Алсат-М, А1-телевизија, Телма, Сител и МТВ⁸. Кај локалниот приватен сектор, во целина, има пораст на инвестициите во текот на трите години. Иако станува збор за помали поединечни износи, вкупниот број ТВ-станции на локално ниво, кои имале некакви вложувања во овој период, е околу 30⁹.

Над половина македонски домаќинства телевизија гледаат преку приклучок на некоја кабелска мрежа

- 3.5. Доминантен начин на прием на телевизијата во Република Македонија е преку кабелските мрежи: 52,1% од вкупниот број македонски домаќинства (507.490) сигналот до главниот ТВ-приемник го добиваат преку приклучок на кабелска мрежа¹⁰, 39,5% преку приклучок на терестријална антена и 8% на сателитска антена¹¹.

Приказ 3.1. Вкупна публика која гледа телевизија (најмалку 15 мин. неделно)



Податоци: СММРИ - Скопје

⁷ Деталните показатели за економските вредности на ТВ-пазарот за 2004, 2005 и 2006 година се дадени во Анализата на пазарот на радиодифузната дејност во РМ (стр.40-55).

⁸ Канал 5 издвоил 181,424,512.00, Алсат-М 103,191,499.50, А1-телевизија 61,899,000.00, Телма 55,277,386.00, Сител 32,427,600.00, а МТВ 30,305,242.00 денари.

⁹ ТВ-станции кои во трите години одвоиле најмногу средства за развој се: ТВ Мак Спот (73,552,724.00 денари) и ТВ Едо (11,398,637.00 денари) од Скопје, ТВ Тера (10,858,566.00) и ТВ Орбис (10,894,990.00) од Битола.

¹⁰ Треба да се нагласи дека податоците за бројот на претплатници што ги пријавиле јавните комуникациски мрежи на Агенцијата за електронски комуникации се разликуваат од оние добиени со истражувањата. Имено, заклучно со јуни 2007 година, 54 јавни комуникациски мрежи имаат пријавено вкупно 128.222 домаќинства претплатници на нивните услуги.

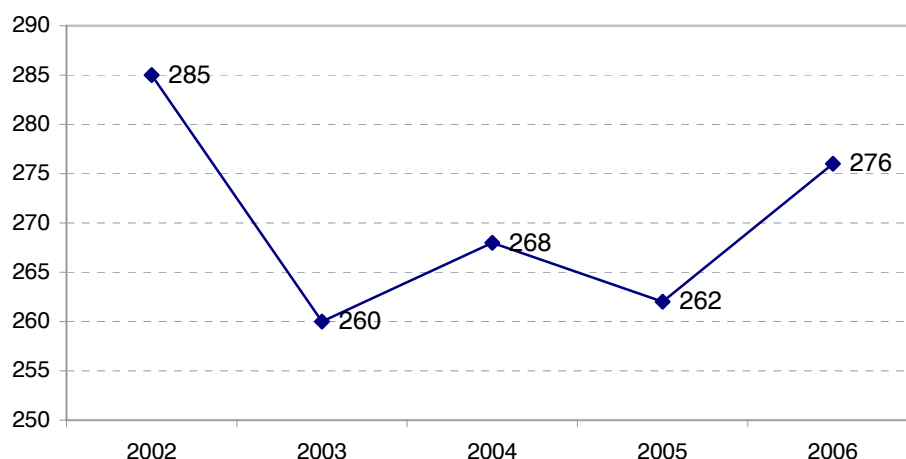
¹¹ Податоците се добиени од истражувањето на публиката, спроведено во мај 2007 година од страна на истражувачката агенција СММРИ-Скопје.

- 3.6. Телевизијата е медиум што го гледа речиси целата македонска публика на возраст од 10 до 70 години (1.631.830 гледачи). Во сите изминати години вкупната публика на телевизијата во Македонија изнесувала над 99%, што значи дека речиси сите гледачи барем еднаш во седмицата 15 минути гледале некоја ТВ-станица.

Телевизијата е доминантен медиум ... македонската публика минува од 4 до 5 часа во гледање телевизија

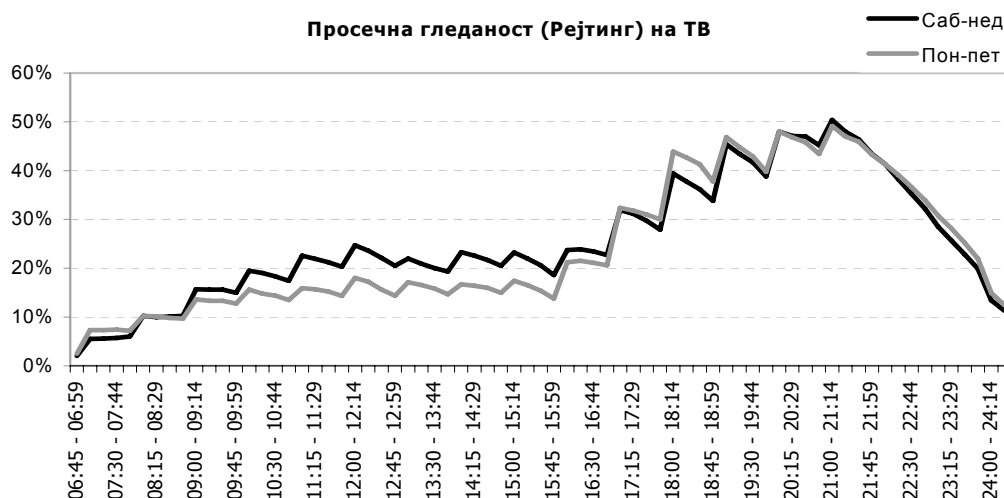
- 3.7. Македонските гледачи во просек гледаат телевизија повеќе од гледачите во други земји. Додека во поразвиените европски земји телевизија се гледа од 2 до 3 часа дневно, во Македонија просечното време на гледање телевизија изнесува од 4 до 5 часа.

Приказ 3.2. Просечно време на гледање телевизија во Македонија (минути)



Податоци: СММРИ - Скопје

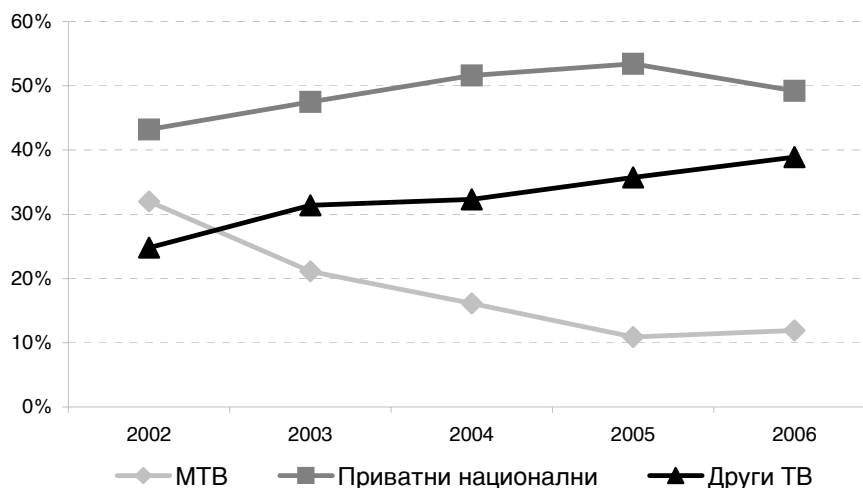
Приказ 3.3. Период на гледање телевизија (работни денови и викенд)



Податоци: СММРИ - Скопје

- 3.8. Петте приватни ТВ-станции на национално ниво имале најголем удел во гледаноста во минатите неколку години. Гледаноста на сервисите на МТВ значајно опаднала, додека уделот на сите други ТВ-станции бележи тренд на постојан раст. Треба да се нагласи дека ова се должи главно на порастот на уделот на странските канали што се гледаат преку кабел, како резултат на зголемувањето на бројот на македонските домаќинства кои се приклучени на јавни комуникциски мрежи.

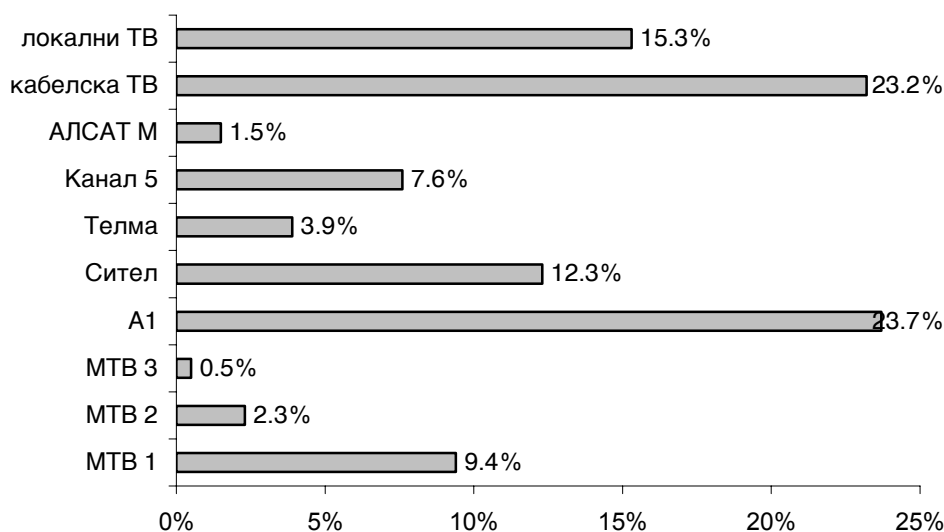
Приказ 3.4. Удел во гледаноста на различните ТВ-сектори



Податоци: СММРИ - Скопје

Сегментацијата на ТВ-публиката е мошне голема... домашните ТВ-станции имаат конкуренција од многу странски ТВ-канал

Приказ 3.5. Просечен удел во гледаноста во 2006 година



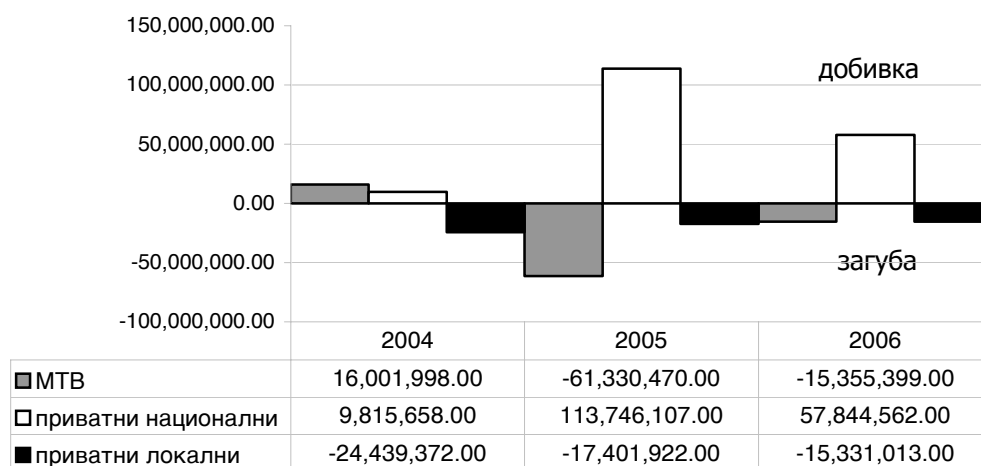
Податоци: СММРИ - Скопје

- 3.9. Во 2006 година уделот на сите пет приватни ТВ-станции на национално ниво изнесува 49%, а меѓу нив најгледана е А1-телевизија. Вкупниот удел на трите сервиси на МТВ е мошне мал (12,2%). Сите приватни ТВ-станции на локално ниво имаат удел од 16,3%, додека уделот на странските ТВ-станции што публиката ги гледа главно преку кабелските мрежи, изнесува 23,2%.

Јавниот ТВ-сервис бележи огромни загуби... од приватниот сектор со добивка работеле три национални и триесетина локални ТВ-станции

- 3.10. Телевизискиот сектор, во целина, остварувал големи загуби во минатиот период, што се должат, пред сѐ, на огромните загуби на јавниот сервис. Во 2005 година е остварена голема загуба на ТВ-пазарот, која кај приватниот сектор е два пати поголема од загубата во 2004 година. Од приватните ТВ-станции на национално ниво во континуитет добивка прикажуваат А1, Сител и Телма, додека Алсат-М и Канал 5 сите три години прикажуваат загуба. Приватните телевизии на локално ниво, во целина, во континуитет работеле со загуба. Секоја година во овој сегмент добивка прикажувале триесетина локални ТВ-станции¹².
- 3.11. Загубите на Алсат-М и Канал 5, се должат главно на фактот што овие станции концесијата на национално ниво ја добија во 2004 година, така што им требаше одреден период за покривање на целата територија и да работат на профилирање на своите програми, имајќи ја предвид својата целна публика. Враќањето на инвестицијата на овие две ТВ-станции би требало да се очекува во наредните години.

Приказ 3.6 Резултат од работењето на ТВ-пазарот (МКД)



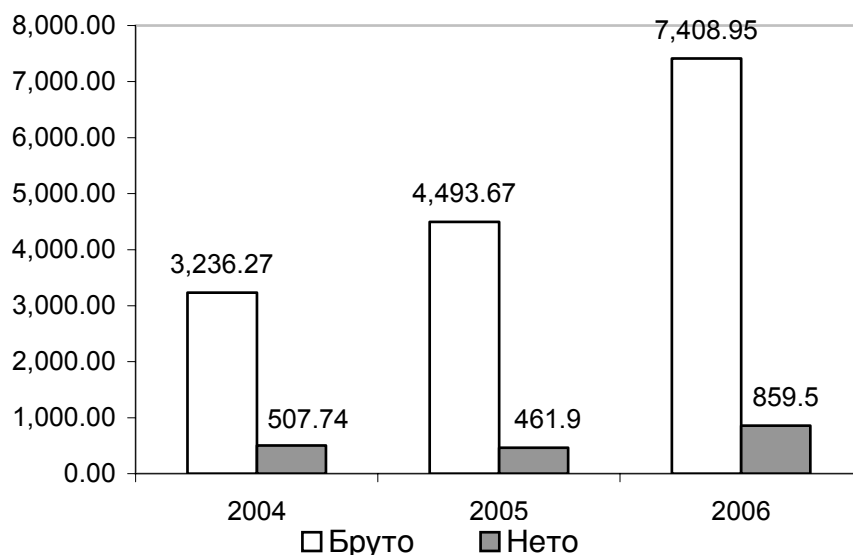
Податоци: Совет за радиодифузија

¹² Резултатите од работењето на субјектите на ТВ-пазарот се детално обработени во Анализата на пазарот на радиодифузната дејност во РМ, стр.52-55.

Телевизијата е најатрактивниот медиум за огласувачите и својот примат ќе го задржи и во наредните неколку години

3.12. Во сите огласувачки индустрии постои одредена разлика во бруто и нето-приходите од огласување¹³, меѓутоа во македонскиот ТВ-сектор оваа разлика достигнува десет пати поголеми вредности. Според структурата на бруто-приходите од огласување, инвестирани во различни медиуми, телевизијата е најатрактивниот медиум за огласувачите.

Приказ 3.7. Приходи од огласување на ТВ-пазарот (мил. МКД)



Податоци: Совет за радиодифузија /Media&Advertising

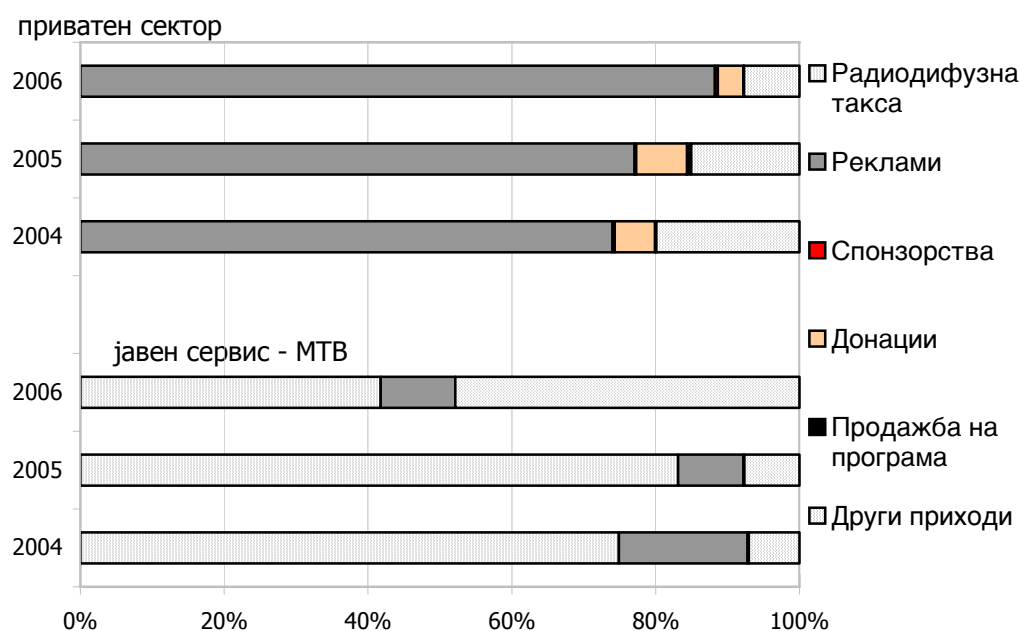
Приходите од рекламирање се главен извор на ТВ-пазарот поради несобирањето на радиодифузната такса

3.13. Вкупните приходи на телевизискиот пазар имаат променлив тренд во последните три години, а по опаѓањето во 2005 година, во 2006 достигнуваат вредност од 1.351.768.568,00 денари (22,2 милиони евра). Поради намалувањето на приходите од таксата на МТВ, огласувањето станува доминантен извор на приход во 2006 година (63,6% учество) и од него профитира, пред сè, приватниот сектор¹⁴. Падот на приходите од таксата ја доведе МТВ во исклучително тешка финансиска ситуација, која во 2006 година ќе беше уште потешка доколку не беше исплатена субвенцијата од Буџетот на РМ, како помош во првите шест месеци од влегувањето во сила на новиот Закон, додека МРТ го воспостави новиот систем на наплата на таксата.

¹³ Оваа разлика е резултат на разликата меѓу цените декларирани во официјалните ценовници на радиодифузерите и вредноста на склучените договори за огласување, во која се вкalkулирани попустите што им се даваат на маркетинг-агенциите или на огласувачките компании. Во развиените пазари разликата во нето и бруто-вредностите изнесува од 2-3 пати (види: Анализа на пазарот на радиодифузната дејност во РМ, стр.77).

¹⁴ Приватните ТВ-станции речиси и не пријавуваат приходи од спонзорство, што е нелогично од аспект на тоа што во практиката се спонзорирани голем дел од ТВ-програмите. Со истражувањето е констатирано дека приходите од спонзорство, всушност, најчесто се евидентираат како приходи од рекламирање.

Приказ 3.8. Структура на приходите во јавниот и во приватниот ТВ-сектор



Податоци: Совет за радиодифузија

- 3.14. Приватните ТВ-станции на национално ниво остваруваат многу поголеми приходи од огласување во споредба со локалните. Во 2006 година кај нив овој вид приход двојно се зголемил во однос на 2004, и достигнал вредност од 707.600.732,00 денари, што претставува 94,2% од вкупните приходи на овој пазарен сегмент. Овој пораст се должи најмногу на доделените нови концесии за телевизија на национално ниво на Алсат М, Канал 5 и Телма¹⁵. Од продажба на програма, како трет вид приход од основната дејност, на целиот ТВ-пазар е остварена мала заработувачка, и тоа само кај неколку локални приватни ТВ-станции, кои во анализираниот период продавале сопствена програма (информативни, забавни емисии и сл.) или права за емитување туѓа програма: сериски и долготражни играни филмови, документарна програма и детска програма (цртани филмови).
- 3.15. Донациите, како облик на поддршка на приватните радиодифузери што во минатиот период доаѓаше најчесто од странски организации и фондации, во последните три години зафаќаат незначителна ставка во вкупните приходи на приватниот ТВ-сектор. На ТВ-пазарот е остварен и значаен обем приходи од т.н. нетипични извори, кои во 2006 година изнесуваат дури 20% од вкупниот приход, пред сè, поради буџетските субвенции на јавниот сервис. Кај приватниот ТВ-сектор во овој вид приход се евидентирани средствата од радиодифузната такса наменети за програми од јавен интерес.

¹⁵ Алсат М во првата година по добивањето на концесијата не остваруваше приходи од реклами бидејќи емитуваше само експериментална програма, додека Канал 5 и Телма до крајот на 2004 се уште не ја покриваа целата територија на РМ, така што нивните приходи од рекламирање бележат пораст делумно во 2005, но најмногу во 2006 година.

Радиски пазар

3.16. Радискиот пазар се состои речиси исклучиво од терестријални емитувачи. Во 2006 година вкупниот број субјекти на пазарот изнесуваше 98, од тоа во јавниот сектор 30¹⁶, а во приватниот 68 радиостаници. По завршувањето на преодот од концесии во дозволи, во јуни 2007 година, вкупниот број субјекти се намали на 47, од кои во јавниот сектор само Македонското радио, а во приватниот 46 радиостаници (3 на национално и 43 на локално ниво).

Преку сателит се емитува само еден радиски програмски сервис, на Македонската радиотелевизија.

3.17. Во јули 2007 година, Советот за радиодифузија ја додели и првата дозвола за непрофитно (студентско) радио, како прв чекор во развојот на овој нов радиодифузен сектор. Конкурс за нови дозволи за непрофитно радио, Советот за радиодифузија ќе распише по усвојувањето на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност, во подрачјата каде што ќе има национален интерес, потреба и заинтересирани субјекти за отворање ваков вид радија.

3.18. Иако од година во година се забележува тенденција на намалување, сепак, односот на концентрација на радискиот пазар е мошне висок (74,3% во 2006 година), при што три радија имаат значајна пазарна моќ. Ова може да се смета како показател за намалување на конкурентноста. Згора на тоа, извонредно висок е и ННІ-индексот (3833,0), најмногу поради фактот што јавниот сервис (Македонското радио) остварувал приходи за осум пати поголеми од вториот субјект на листата со најголеми приходи. Ова е индикација дека регулаторите и кај радискиот пазар треба интензивно да ги следат промените во сопственичката структура и деловните практики на субјектите со значајна пазарна моќ¹⁷.

3.19. Трите приватни радија на национално ниво се единствениот сегмент на радиодифузијата кој во континуитет остварува позитивни финансиски резултати. Инаку, и радискиот пазар во целина, во последните неколку години остварува големи загуби, што е резултат на загубите на јавниот сервис (Македонското радио) и на голем број приватни локални станици¹⁸.

3.20. Инвестициите во радио-секторот бележат пораст во последните три години: од 33.248.302,00 денари (0,5 мил. евра) инвестирани во 2004 година, тие се зголемиле на 58.151.130,00 (0,9 мил. евра) во 2006 година.

¹⁶ Субјекти во јавниот сектор беа Македонското радио и 29-те локални јавни радиостаници што во 2006 година беа во постапка на трансформација, но сѐ уште беа активни на пазарот. Согласно член 173 од Законот за радиодифузната дејност (Сл.весник на РМ бр.100/05) и Законот за измени и дополнувања на Законот за радиодифузната дејност (Сл.весник на РМ бр.19/07), локалните јавни радиостаници беа должни да ја спроведат постапката на приватизација заклучно со 29 мај 2007 година. До овој рок, постапката ја започнаа 18 локални јавни радиодифузни претпријатија, но ниту едно не ја заврши во целост.

¹⁷ Подетално за прашањето на концентрацијата на радиската индустрија види: Анализа на пазарот на радиодифузната дејност во РМ (стр.32-33), <http://www.srd.org.mk/WBStorage/Files/Analiza%20na%20pazarot.pdf>

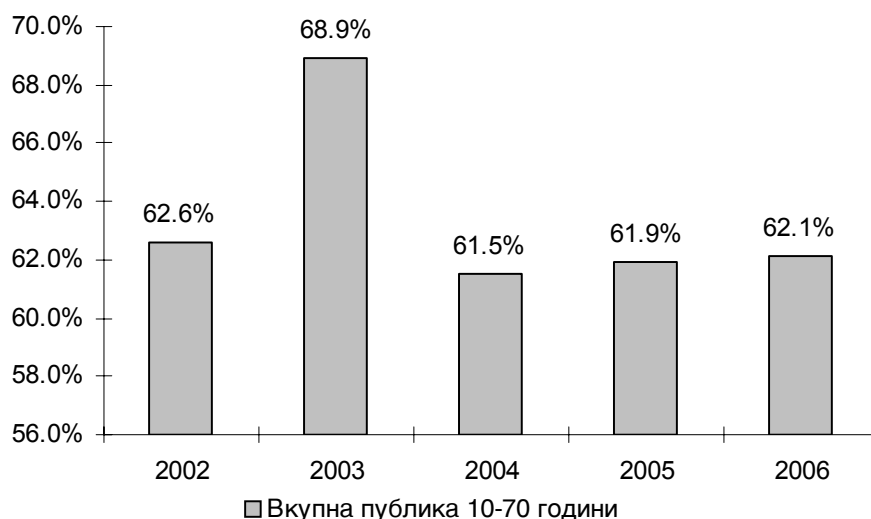
¹⁸ Деталните показатели за економските вредности на радискиот пазар за 2004, 2005 и 2006 година се дадени во Анализата на пазарот на радиодифузната дејност во РМ (стр.55-69).

Уделот на приватниот сектор во вкупно инвестираните средства се движи од 70,2% до 83,3%. Сите приватни радиостаници на национално ниво секоја година имале некакви вложувања во својот развој, но најмногу средства има одвоено Антена 5, а потоа Канал 77, додека вложувањата на Радио Рос се незначителни¹⁹. Кај локалното приватно радио инвестициите се со релативно константни вредности во трите години, при што само неколку радиостаници имале позначајни вложувања²⁰.

Вкупната публика на домашните радиостаници изнесува околу две третини од македонската популација

- 3.21. Доминантно техничко средство преку кое македонската публика го прима сигналот на радиостаниците во Република Македонија се терестријалните предаватели. Од вкупниот број македонски домаќинства (507.490), 79,6% радиосигналот до главниот радиоприемник го добиваат преку класична антена, а само 2,5% преку сателитски и 2% преку кабелски приклучок.
- 3.22. Програмите на домашните радиостаници во изминатите години ги слушаше приближно две третини од македонската публика на возраст од 10 до 70 години (1.631.830 слушатели), со исклучок на 2003 година кога вкупниот број слушатели пораснал за цели 7%. Во 2006 година, бројот на вкупната публика изнесувал 1.013.366 слушатели, што значи дека 62,1% од слушателите барем еднаш во неделата слушале радио 15 минути.

Приказ 3.9. Вкупен досег на радиото до македонската публика



Податоци: СММРИ - Скопје

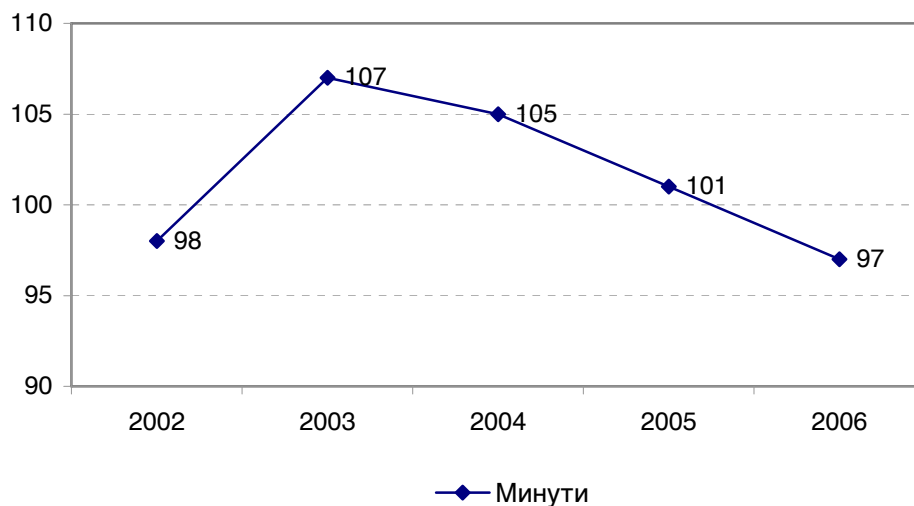
- 3.23. Просечното време на слушање радио во Македонија својот максимум го има достигнато во 2003 година, а во наредните неколку години продолжува да опаѓа. Овие општи показатели се резултат на различни промени

¹⁹ Во 2004, 2005 и 2006 година Антена 5 одвоила 36.020.304,00 денари, Канал 77 одвоил 24.388.549,00 денари, а Радио Рос вкупно 698.831,00 денари.

²⁰ Локални комерцијални радиостаници кои во целиот период одвоиле најмногу средства за развој се: Радио Равел (16.117.822,00 денари), Радио Буба Мара (959.069,00 денари) и Радио Сити (7.655.736,00 денари) од Скопје и Радио Плус Форте (752.772,00 денари) од Тетово.

во демографската структура и во програмските преференци на публиката, но веројатно и на програмските зафати на одделни радиостаници.

Приказ 3.10. Просечно време на слушање радио во Македонија

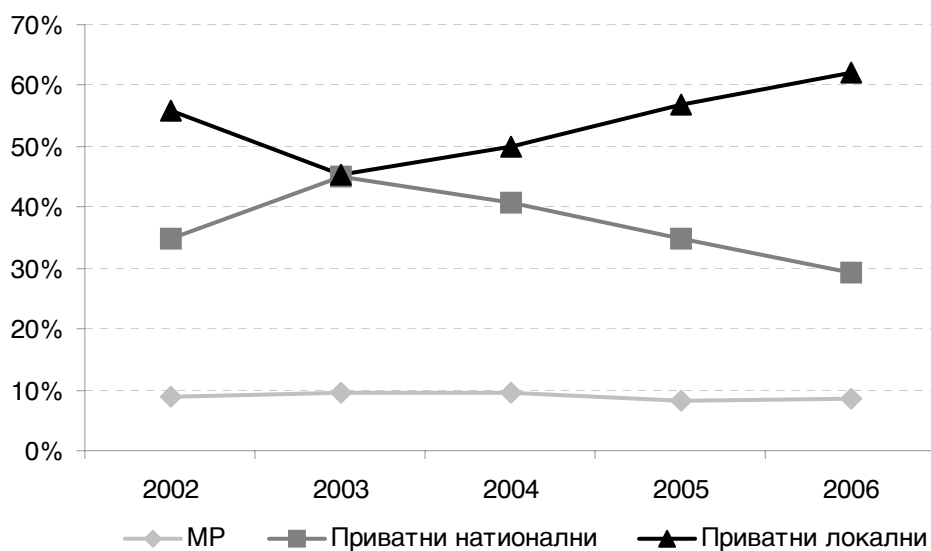


Податоци: СММРИ - Скопје

Локалното радио е сè попопуларно кај публиката

3.24. Во изминатите години се случува значајни поместувања во слушаноста на на различните сегменти на радискиот пазар. Уделот на јавниот сервис е мал и стагнира, уделот на приватните радиостаници на национално ниво опаѓа, додека пак уделот на локалните радиостаници бележи тренд на постојан раст.

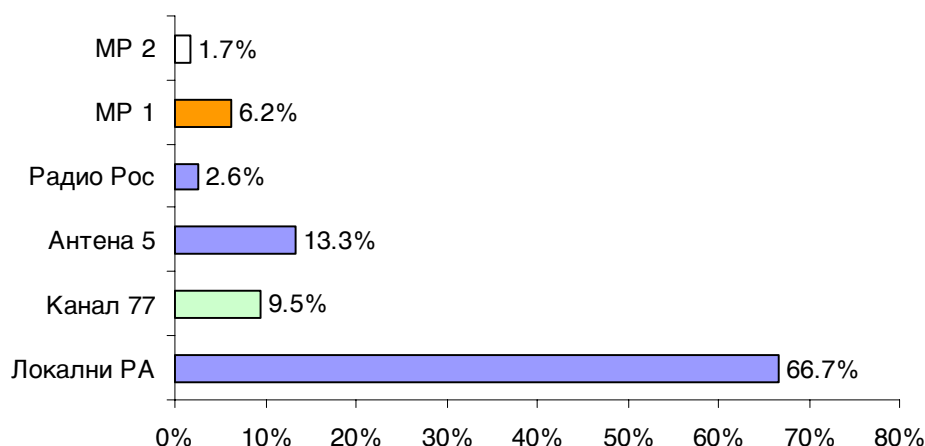
Приказ 3.11. Удел во слушаноста на различните сектори



Податоци: СММРИ - Скопје

- 3.25. Уделот на поединечните радиостаници во слушаноста во 2006 година покажува дека најслушана станица е Антена 5, а потоа Канал 77. Првиот програмски сервис на Македонското радио е на трето место, а потоа следуваат Радио Рос и МР 2. Локалното радио го достигнува својот максимален удел од 66,7%, највисок во последните неколку години.

Приказ 3.14 Просечен удел во слушаноста во 2006 година

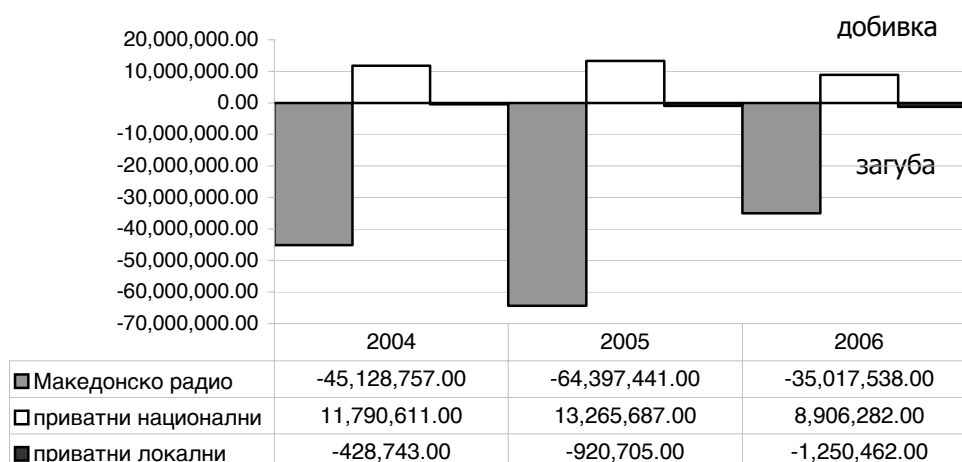


Податоци: СММРИ - Скопје

Националните приватни радиостаници се единствениот сегмент кој постојано работи со добивка

- 3.26. Стагнацијата на уделот во слушаноста на Македонското радио се должи на загубите и на фактот што речиси не се инвестирало во развој и подобрување на квалитетот на програмата. Загубата на јавниот сервис во изминатите три години била најголема во 2005 година, поради постојаното намалување на приходите од радиодифузната такса, а во 2006 година е малку помала поради буџетската интервенција на МРТ.

Приказ 3.5 Резултат од работењето на радискиот пазар (МКД)



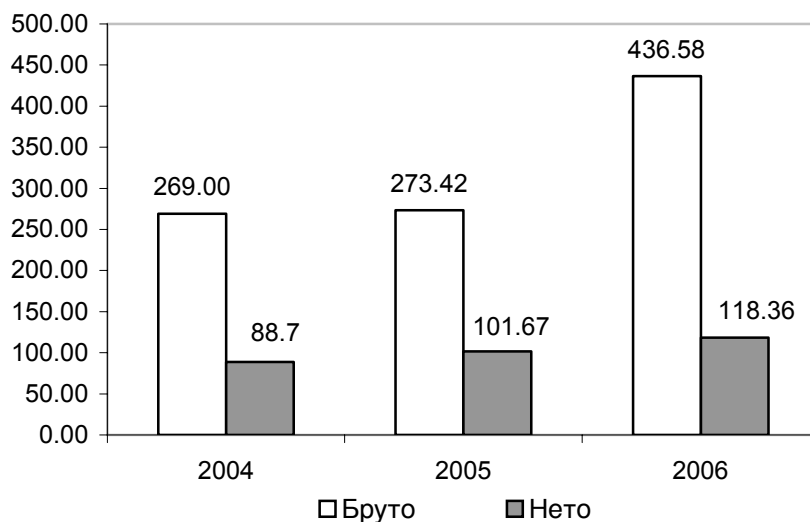
Податоци: Совет за радиодифузија

- 3.27. Приватните радиостаници на национално ниво, и покрај падот на уделот во слушаноста, во последните три години остварувале поголем профит од целиот локален радиосектор, веројатно како резултат на подоброто маркетиншко работење. Наспроти тоа, се чини дека на локалното комерцијално радио, во целина, му недостасувале знаења и вештини да профитира од својата предност кај публиката, па затоа неговите загуби се зголемувале во текот на последните три години.

Огласувањето во радиото бележи раст и се чини дека овој сектор и во иднина ќе го задржи интересот на огласувачите

- 3.28. Показателите за бруто-приходите од огласување на радискиот пазар покажуваат дека огласувачката индустрија двојно го зголемила својот интерес за радиото во текот на последните три години. Во вкупните бруто приходи од огласување, во сите три години, радиото е на четвртото место, зад телевизијата, дневните весници и билбордите. Терестријалното радио и во наредните години ќе го задржи интересот на огласувачите со оглед на фактот што публиката сѐ уште малку ги користи другите платформи за слушање радио: Интернет - 7,8%, сателитска антена - 2,4% и кабелска мрежа - 4,4%. Возрасните групи од 10 до 30 години (17,4% од вкупната публика) мобилните телефони ги користат најчесто за слушање снимена музика (МП3).

Приказ 3.5 Приходи од огласување на радискиот пазар (мил. МКД)



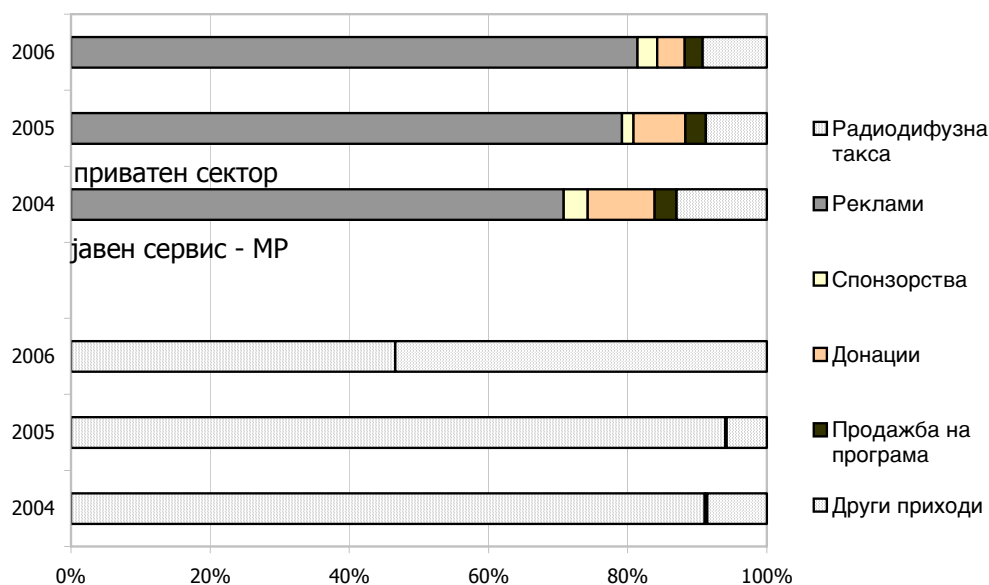
Податоци: Совет за радиодифузија /Media&Advertising

И на радискиот пазар огласувањето станува главен извор на приход затоа што приходот од таксата опаѓа

- 3.29. Вкупните приходи на радискиот пазар имале променливи вредности во изминатите три години, со тоа што во 2006 година, во нето износ достигнале 370,509,822.00 денари (6,1 милион евра). Радиодифузната

такса била доминантен извор на приход во 2004 и 2005 година, а поради нејзиното опаѓање, во 2006 тоа место го зазема рекламирањето. Тоа е главната причина за кризата во која со години наназад се наоѓа јавниот сервис.

Приказ 3.17 Структура на приходите во јавниот и во приватниот сектор



Податоци: Совет за радиодифузија

- 3.30. За приватните радиостаници на национално ниво огласувањето е доминантен извор на приход, кој во 2006 година достигнува дури 87,5% од вкупните приходи на овој пазарен сегмент²¹. Кај локалните приватни радиостаници уделот на приходите од огласување се движел од 64,5% до 77,1%. Но, за разлика од националните, локалните радиостаници прикажуваат повеќе приходи од спонзорство и од донации.
- 3.31. Приходите од други извори (камати, субвенции, закупнини, позитивни курсни разлики и др.) кај нив зафаќаат значаен удел во вкупните приходи. За националните станици, за разлика од локалните, како извор на приход се појавува и продажбата на програма.

²¹ Овие станици не пријавуваат приходи од спонзорство, што е нелогично од аспект на тоа што во практиката, голем дел од радио програмите се спонзорирани. Од разговорите со радиодифузерите е констатирано дека ова се должи на евидентирањето на приходите од спонзорство како приходи од рекламирање.

Проблеми и бариери за развој на радиодифузната индустрија

За јавниот сервис главен проблем е несобирањето на радиодифузната такса...

- 3.32. За јавниот сервис, како најзначаен сегмент во радиодифузијата, главна пречка за финансиска консолидација, трансформација и техничко-технолошки развој е нефункционирањето на системот на собирање на радиодифузната такса. МРТ сѐ уште се соочува со низа проблеми и не може да го воспостави овој систем, така што од јануари 2007 година радиодифузната такса воопшто не се собира.

...а за приватниот сектор малиот потенцијал на огласувачката индустрија

- 3.33. За комерцијалниот сектор, чиј главен извор на финансирање се средствата од огласување, главна бариера за успешно економско работење и за развој е малиот потенцијал на индустријата на огласување во Република Македонија, што во основа зависи од поширокото макроекономско опкружување. Локалната комерцијална радиодифузија е во најтешка состојба во овој поглед, бидејќи најголем дел од приходите од огласување се слеваат кај националните радиодифузери. Пазарот е многу фрагментиран, а бројот на субјектите е преголем споредено со потенцијалот на огласувачката индустрија. Ова особено се однесува на ТВ-пазарот, каде што конкуренцијата е мошне голема. Асоцијацијата на приватни електронски медиуми е на мислење дека буџетите за огласување на ТВ-пазарот во изминативе години опаѓаа, поради порастот на гледаноста на странските ТВ-каналы што се пренесуваат преку јавните комуникациски мрежи.

Постојните обрасци на сопственичка структура го попречуваат развојот на бизнисот во радиодифузијата

- 3.34. Сопственичката структура во радиодифузниот сектор е одраз на мошне рестриктивните одредби на претходниот Закон за радиодифузната дејност, кои не овозможуваа речиси никаков облик на интеграција на капиталот во дејноста и не дозволуваа влез на странски капитал. Друга причина за доминантните обрасци на сопственост во радиодифузијата е големиот интерес на политиката, на различни бизнис групации и на поединци да се остварува влијание преку радиодифузните медиуми, поради што медиумскиот бизнис не беше третиран како примарна цел. Големите и највлијателни радиодифузери на национално ниво се во сопственост на моќни компании или поединци кои имаат свои други примарни бизниси, а дел од нив се поврзани со политички партии или и самите се лидери на политички партии. Речиси сите локални радиодифузери, со исклучок на неколку ТВ и радиостаници, се во сопственост на еден или двајца поединци. Досега се познати само два примера на стран-

ска инвестиција во радиодифузијата, и тоа во две скопски ТВ-станции, од од кои едната е во сопственост на меѓународна медиумска компанија.

- 3.35. Како резултат на рестриктивните законски одредби, досега во радиодифузијата нема развиени форми на интеграција на капиталот било во еден ист или во различни медиумски сектори (хоризонтална и дијагонална интеграција). Радиодифузерите самите ја поседуваат инфраструктурата за емитување на програмите и се донекаде активни во продукцијата на програми (вертикална интеграција), што може да се види и од податокот дека остваруваат делумно приход и од продажба на сопствена програма. Со ретки исклучоци, радиодифузерите се ориентирани кон остварување приход главно од основната дејност и сè уште не размислуваат за развивање нови бизнис-модел, засновани врз стратегии за окрупнување, соработка, здружувања и спојувања, што е неопходен предуслов за технолошки развој и дигитализација.
- 3.36. Фактот што за клучните комерцијални радиодифузери основна движечка сила во работењето не е профитот туку желбата да се оствари политичко и/или економско влијание во општеството, односно да се промовира бизнисот на сопственикот (поединец или компанија), претставува сериозна пречка за развој на радиодифузната индустрија. Резултатот од ова е што некои сопственици практикуваат да ги покриваат месечните трошоци на радиодифузерот или да ги надоместуваат негативните финансиски резултати без оглед на резултатот од комерцијалното работење. Во ваква ситуација кај медиумските сопственици не постои сериозна заинтересаност за развој на медиумскиот бизнис, па оттаму не може да се очекува ниту инвестирање во техничко-технолошки, кадровски развој и во професионализација.

Слаби деловни стратегии и застарени организациони модели во приватниот сектор... недостаток на визија и програма за развој во јавниот сервис

- 3.37. Кај поголемите радиодифузери преовладуваат формални и застарени организациони модели, во кои се применува т.н. „тесна структура“, со директна супервизија од управителот или сопственикот, силно изразени контролни механизми и мал број организациони нивоа. Исклучок е јавниот сервис каде што бројот на организациски (и управувачки) нивоа достигнува до осум, што претставува премногу скап модел на организација.
- 3.38. Кај комерцијалните радиодифузери облиците на управување се строго хиерархиски, што заедно со крутата организациона поставеност оневозможува иновативност и мотивираност на вработените за напредување и подобрување на квалитетот на работењето. Состојбата кај јавниот сервис, во овој поглед, е исто така мошне неповолна. Со донесувањето на новиот Закон за радиодифузната дејност, воспоставена е нова организациона структура и нов начин на управување со МРТ кои треба да обезбедат институционална автономија и уредувачка независност на јавниот сервис. Меѓутоа, внатрешните нормативни акти на МРТ сè уште не ја одразуваат целосно новата поставеност, како резултат на што во практиката постои мешање на управувачката

функција со водењето на уредувачката политика. Покрај тоа, се чини дека на МРТ ѝ недостасува визија за натамошниот развој, што може да се заклучи од фактот што речиси две години по влегувањето во сила на новиот Закон за радиодифузната дејност, МРТ сè уште нема донесено програма за развој во која ќе бидат елаборирани прашањата на финансирањето, програмскиот концепт, кадровскиот и продукциско-технолошкиот развој и др.

Најголем дел од радиодифузерите имаат проблем да го остварат годишното деловно планирање, како поради општото неповолно деловно опкружување така и поради недостатокот на специфични вештини и знаења на радиодифузерите за изготвување, извршување и следење на деловните планови. Анализата на податоците за економското работење покажа дека кај радиодифузерите има недостаток и на знаења во поглед на евидентирањето на податоците за економското работење: не прават јасна разлика меѓу приходите остварени од спонзорство и од рекламирање, не им е доволно јасно кои трошоци се поврзани со основната дејност, односно со производството и емитувањето на програмата, не прават разлика меѓу инвестиции и трошоци за работење и др.

- 3.39. Бројот и структурата на вработените на одделните радиодифузери, по правило, треба да е одраз на видот и структурата на програмскиот сервис што го емитува конкретниот радиодифузер, како и на подрачјето што го покрива. Меѓутоа, актуелната состојба во поглед на кадровската екипираност е таква што кај некои радиодифузери (јавниот сервис) има преголем број вработени, а кај други (приватниот сектор) бројот на вработените е премногу мал во споредба со карактерот и опфатот на програмскиот сервис. Кај локалниот сектор дури има и значаен број радиодифузери кои немаат пријавено ниту еден вработен. Друг проблем е што поради негативното финансиско работење вработените во најголем број случаи не се соодветно наградени, а за кадровски развој воопшто не може да стане збор.

Нелојална конкуренција од кабелските мрежи и меѓу самите радиодифузери... дисторзија на пазарот од страна на јавниот сервис...постоење нелегални емитувачи

- 3.40. Од аспект на нелојалната конкуренција, самите радиодифузери како мошне загрижувачки ги посочуваат и следниве проблеми: непочитувањето на обврските во поглед на авторските права од страна на јавните комуникациски мрежи и од некои радиодифузери; работењето на нелегалните емитувачи, особено на телевизиите кои функционираа во рамките на локалните јавни радиодифузни претпријатија, практиките на врзано продавање на рекламното време на комерцијални ТВ-станции кои поседуваат и печатен медиум, како и на дел од локалните јавни радиостанции кои нелегално поседуваат и ТВ-станции. Во поглед на влијанието на практиките на продажба на рекламното време врз конкуренцијата, најзагрижувачка појава која негативно влијаеше на пазарот во изминатите неколку години беше однесувањето на јавниот сервис. Поради мешовитиот начин на финансирање (радиодифузна такса и приходи од реклами), јавниот сервис со својот начин на продажба на

рекламното време често пати придонесуваше за симнување на цените и вршеше дисторзија на пазарот и на конкуренцијата.

Радиодифузерите сѐ уште имаат недоверба во постојниот систем на мерење на публиката

3.41. Системот на мерење на публиката во Република Македонија постои неколку години наназад. Се применува метод на дневници, а се најавува и скоро воведување електронски мерења (во телевизијата) со помош на мерачи на гледачи. Во моментот овие податоци ги користат најмногу огласувачките агенции и поголемите радиодифузери. Иако во изминатите години беа организирани многу обуки на радиодифузерите за користење на овие податоци во маркетиншкото работење, сепак на најголем дел од радиодифузерите оваа област им е непозната, поради што кај нив има недоверба во постојниот систем.

Во поглед на анализата на податоците од мерењата на публиката, одредени радиодифузни субјекти, кои имаат добри тимови/поединци со аналитички способности за интерпретација на добиените статистички податоци, успеваат да креираат политики на цени во согласност со познатите методи CPP (Cost per Rating Points) и CPM (Cost per Thousand).

Цели и насоки за развој на радиодифузниот пазар

Регулаторната политика како облик на интервенција на радиодифузниот пазар

3.42. Радиодифузната индустрија се разликува од другите индустрии по тоа што субјектите кои се активни во неа остваруваат и одредени цели од јавен интерес, меѓу кои најзначајни се: плурализам, културна и јазична разновидност, заштита на малолетниците, заштита на интересите на публиката и др. Поради тоа, регулаторната рамка во овој сектор не е исклучиво економска и не се потпира само на правилата на приватното претприемаштво за остварување што поголем профит. Овој двоен карактер на целите на регулаторната политика во областа на радиодифузијата е содржан во сите европски документи, вклучувајќи ја и најновата Директива за аудиовизуелни медиумски сервиси на Европската унија.

Облиците на интервенција на радиодифузниот пазар во Република Македонија уште од самиот почеток ја следат европската регулаторна рамка. Прв пример на таква интервенција е постоењето на јавниот радиодифузен сервис, чији цели и мисија се утврдени со закон и се финансира од средства на граѓаните. Друг облик на интервенција на пазарот се обврските на комерцијалните радиодифузери да емитуваат програмски сервиси според форматите утврдени во дозволите за вршење

радиодифузна дејност. Ова е еден од механизмите со помош на кои Советот за радиодифузија се грижи за обезбедувањето плурализам и разновидност со цел да се задоволат различните вкусови и потреби на публиката, односно да се зголемат нејзините можности за избор.

Досегашната регулаторна политика во радиодифузијата на Република Македонија, и во радиото и во телевизијата, ја следеше определбата дека покрај јавниот радиодифузен сервис, на публиката треба да ѝ се овозможи да прима и неколку комерцијални сервиси на национално и поголем број на локално ниво. На локално ниво се тргнуваше од ставот дека треба да бидат задоволени потребите на публиката на различните етнички заедници и дека не треба да остане подрачје во земјата кое нема да биде покриено со некоја радио или ТВ-станица. Сепак, ваквата регулаторна политика се сведуваше на обезбедување плурализам само во квантитативна смисла, бидејќи квалитетот на програмите континуирано опаѓаше, а радиодифузерите најчесто не ги исполнуваа програмските и другите обврски утврдени со законот. До крајот на 2005 година, односно во периодот на имплементација на Законот за радиодифузната дејност од 1997 година, за неисполнување на законските и договорните обврски Советот за радиодифузија преземаше мерки кон радиодифузерите согласно со неговите законски надлежности²². Предлози за одземање на концесијата до Владата беа поднесувани само поради неплаќање на надоместокот за концесија, поради неисполнување на основните одредби од договорот за концесија (доколку концесионерот не почнал да емитува програма) или доколку самиот концесионер се откажал од вршењето на дејноста²³.

Анализата на економското работење на радиодифузниот сектор во изминатите години покажа дека профитот се концентрира кај националните комерцијални радиодифузери, а дека од радиодифузерите на локално ниво, само мал број успеваат да работат профитабилно и да вложуваат во техничко-технолошки, програмски и кадровски развој. Најголем број од оние што работат со позитивен резултат остваруваат мали добивки, и притоа немаат никакви вложувања во својот развој, односно не ги исполнуваат своите програмски обврски кон локалната публика. Ова особено се однесува на телевизиите на локално ниво, кои едвај ги покриваат трошоците за своето работење, бидејќи телевизијата како медиум подразбира поголеми продукциско-технолошки вложувања. Ова ја наметна потребата од редифинирање на регулаторната политика со цел да се обезбеди поголема економска исплатливост во функционирањето на комерцијалниот сектор и едновременно остварување на целите од јавен интерес во радиодифузијата.

Тргувајќи од ваквата општа рамка на регулаторната политика во радиодифузната дејност, во натамошниот текст се претставени конкретните

²² Согласно со Законот за радиодифузната дејност од 1997 година, Советот за радиодифузија до радиодифузерите можеше да упатува само писмени предупредувања, а прекршочни постапки можеа да поведуваат само надлежните инспекторати (или самостојно или по упатено барање од Советот за спроведување инспекциски надзор).

²³ Во периодот од јануари 2000 до ноември 2007 година, Владата на РМ врз основа на предлог на Советот, главно поради неплаќање на надоместокот за концесија, донесе одлука за одземање на концесијата на вкупно 50 трговски радиодифузни друштва (33 радио и 17 ТВ-станции). Во 2005 година, при постапката за обнова на договорите за вршење радиодифузна дејност, на предлог од Советот, поради неисполнување на критериумите за обновата, Владата донесе одлука да не им се обноват концесиите на 9 трговски радиодифузни друштва.

цели и насоки за консолидација на радиодифузниот пазар во Република Македонија.

Радиодифузната такса - единствена алтернатива за финансиска и севкупна консолидација на јавниот сервис

- 3.43. Обезбедувањето независна, стабилна и транспарентна рамка на финансирање е предуслов за независноста на јавниот радиодифузен сервис. Во новиот Закон за радиодифузната дејност е имплементирана обврската утврдена во Резолуцијата за иднината на јавната радиодифузија од 1994 година, односно воспоставен е модел за сигурно и стабилно финансирање. Проблем е што во практиката речиси и не се направени обиди овој модел да профункционира, пред сè од страна на МРТ, која е носител на обврската за пресметување, наплатување и насочување на средствата од радиодифузната такса²⁴.

НАСОКИ: Македонската радиотелевизија треба да ги преземе сите активности за воспоставување на наплатата на радиодифузната такса. Советот за радиодифузија треба да го следи ова прашање и да организира заеднички активности со Советот на МРТ, како највисок орган на јавниот радиодифузен сервис кој се грижи за остварувањето на интересите на јавноста во работењето на МРТ.

Медиумското окрупнување - предуслов за технолошки развој и дигитализација

- 3.44. Рестриктивните законски одредби во поглед на медиумската концентрација во изминатиот период доведоа до голема фрагментираност, како на пазарот така и на сопственоста. Тие беа главната пречка поради која не дојде до медиумско окрупнување, односно до спојување, соработка и здружување, што во другите европски земји беа придружна појава на навлегувањето на новите технологии. Со цел да ја зачуваат или зајакнат својата позиција во различни медиумски сектори, медиумските компании во другите земји влегуваа во заеднички потфати или се спојуваа со компании од областа на телекомуникациите и информацискиот сектор, како резултат на што остваруваа т.н. економија на обем (economies of scale), односно остваруваа дополнителни профити преку продажбата на веќе создадените содржини. Покрај тоа, развојот на дигиталната телевизија низ цела Европа беше проследен со чести примери на заедничко инвестирање или спојување, што е разбирливо ако се има предвид обемноста на ваквите инвестициски зафати. Меѓу радиодифузерите во Република Македонија, во минатиот период беа ретки примерите на вакви деловни практики.

Потребата од медиумско окрупнување беше барање на самиот комерци-

²⁴ Во преодниот период од шест месеци, по влегувањето во сила на новиот Закон, МРТ требаше целосно да го воспостави новиот систем на наплата на радиодифузната такса, така што наплатата требаше да почне редовно да се извршува од 1 јуни 2006 година. Печатењето и дистрибуирањето на извршните исправи и уплатниците беше спроведено во мај и јуни, така што во 2006 година се остваруваше извесен прилив на средства. Но, почнувајќи од јануари 2007 година, МРТ не спроведе никакви активности за наплата на радиодифузната такса.

јален сектор уште во фазата на изготвување на новиот Закон за радиодифузната дејност. За таа цел, одредбите за медиумска концентрација се далеку полиберални од оние во претходниот закон, а воведен е и концептот на регионалната радиодифузија. Со усогласувањето на договорите за концесија, односно со преодот од концесии во дозволи, доделени се првите дозволи на регионално ниво за подрачјето на Скопје, кое со Законот е дефинирано како посебен регион.

Иако се значајно либерализирани, одредбите на новиот Закон за радиодифузната дејност се сѐ уште рестриктивни во поглед на можностите за медиумско окрупнување и интеграција на капиталот во дејностите и облиците што можат да го поттикнат развојот на радиодифузната индустрија. Исто така, антиконцентрациските мерки во постојниот закон се дизајнирани за терестријалната радиодифузија во услови на аналогно опкружување. Со нив не се регулирани низа прашања што се отвораат како резултат на процесот на дигитализација и можностите за емитување програмски сервиси преку другите платформи на пренос (кабелска, Интернет).

НАСОКИ: Советот за радиодифузија треба да разработи предлог-измени на постојниот Закон за радиодифузната дејност што ќе значат натамошна либерализација на медиумската концентрација за да се овозможи медиумско окрупнување, кое е предуслов за технолошкиот развој и дигитализацијата. Неопходно е, на пример, да се либерализираат одредбите за хоризонтална (во ист сектор) и за дијагонална интеграција (во различни сектори), за да им се овозможи на радиодифузерите да отвораат и нови програмски сервиси и да остваруваат поголем профит од т.н. економија на обем.

Исто така, треба да се либерализираат и некои облици на вертикална интеграција, како на пример укинувањето на забраната во поглед на сопственичката поврзаност меѓу радиодифузер и оператор на јавна комуникациска мрежа, со цел да им се овозможи на комерцијалните радиодифузери легално да остваруваат приход и од оваа сродна дејност, како и да се поттикне заедничкото инвестирање на телекомуникацискиот и радиодифузниот сектор во технолошки развој.

Притоа, треба да се обрне внимание на можните негативни ефекти од вертикалната интеграција во дигиталното опкружување, поради неопходната контрола на пристапот до дигиталните платформи и кабелските мрежи, со цел да се спречи создавањето на т.н. тесни грла во системите со условен пристап. За таа цел, во законските одредби треба да се разработат прецизни мерки со помош на кои регулаторните власти ќе можат да им наложат на вертикално интегрираните субјекти во дигиталната радиодифузија да обезбедат фер и недискриминаторен пристап на трети страни. Покрај тоа, во законската регулатива треба да се разработат и задолжителни (must carry) обврски за доминантните оператори.

Неопходно е да се операционализираат законските одредби за регионализација што е можно побрзо со цел да се постигне окрупнување на домашните радиодифузери и да се подигне нивото на нивната

профитабилност и конкурентност. Нови дозволи на регионално ниво Советот за радиодифузија ќе додели во конкурсна постапка откако претходно, во соработка со Агенцијата за електронски комуникации, ќе бидат определени регионите во Република Македонија.

Либерализација на пазарот и отворање на можностите за влез на нови субјекти

- 3.45. Новите технологии и дигитализацијата ја наметнуваат потребата од либерализација на пазарот, односно отворање на можностите за влез на нови субјекти, па оттаму постои голема неизвесност околу вистинскиот облик што ќе го добие целата индустрија во текот на следните неколку години, во поглед на бројот на програмските сервиси, операторите, платформите и опремувањето со дигитални приемници.

Домашните радиодифузери, кои сè уште работат во аналогно опкружување, во наредните години ќе се соочат со свет во кој медиумите, комуникациите и технологиите ќе се менуваат со огромна брзина и во кој конкуренцијата ќе биде поголема од кога било порано. Како резултат на тоа радиодифузерите ќе треба да инвестираат во нови технологии, да осмислуваат нови деловни модели и да ја рedefинираат својата улога во дигиталната ера.

Постојниот модел на лиценцирање во Законот за радиодифузната дејност е дизајниран првенствено за регулирање на аналогната терестријална радиодифузија во услови на ограничен фреквентен спектар. Со новите технологии за пренос се отвораат можностите за влез на нови субјекти на пазарот - понудувачи на програмски сервиси, односно содржини кои нема да користат дел од фреквентниот спектар бидејќи своите програмски сервиси или содржини ќе ги нудат преку сателит, кабелска мрежа, Интернет итн.

НАСОКИ: За да се олесни либерализацијата на пазарот во поглед на можностите за влез на нови субјекти кои сакаат да емитуваат програмски сервиси, платформи за пренос кои не користат дел од фреквентниот спектар, неопходно е во законската регулатива да се предвиди нов и поедноставен начин на лиценцирање што нема да предвидува долга и сложена конкурсна постапка, туку ќе овозможи ваквите дозволи да се доделуваат на барање.

Поттикнување на конкуренцијата и развојот на пазарот

- 3.46. Постигнувањето на ваквите цели подразбира нови облици на економска регулација на радиодифузниот сектор - тоа, пред сè, значи создавање на услови и механизми за функционирање на пазарот и на конкуренцијата во дејноста. За таа цел е неопходно Советот за радиодифузија редовно да спроведува анализи на пазарот кои ќе му обезбедуваат валидни информации за состојбата во која се наоѓа медиумската индустрија и за процесот на нејзина консолидација.

Функционирањето на пазарните механизми и конкуренцијата треба да се поттикнуваат единствено преку строга примена на законската регулатива од страна на регулаторните тела и другите релевантни институции. Максималното спроведување на законските одредби ќе овозможи фер и лојална конкуренција, со што ќе им се овозможи на радиодифузерите, кои професионално и одговорно ги исполнуваат своите обврски, економски да профитираат од своето работење, а на тој начин и да инвестираат во натамошен развој.

Прашање што особено заслужува внимание, од аспект на конкуренцијата, е следење на однесувањето на јавниот сервис на пазарот, поточно на неговите практики на продажба на рекламното време. Од аспект на конкуренцијата, исто така, е неопходно да се следат и случаите на доминантна положба на пазарот на одделни радиодифузери или на недозволена медиумска концентрација меѓу радиодифузијата и други дејности.

НАСОКИ: За да се обезбеди развој на пазарот и поттикнување на конкуренцијата, неопходно е Советот за радиодифузија и другите институции при работењето да применуваат строга и рестриктивна политика во поглед на почитувањето на законските обврски и обврските на радиодифузерите утврдени при доделувањето на дозволите за вршење радиодифузна дејност. Исто така, во делот на финансиското работење на радиодифузерите, неопходно е Советот за радиодифузија да разработи строги финансиски критериуми за работењето на радиодифузерите, што како регулаторен механизам се применува од страна на други регулаторни тела во Европа.

Неопходно е, исто така, Советот за радиодифузија и Комисијата за заштита на конкуренцијата да разработат области и механизми на соработка. Покрај тоа, треба да се разработат измени на постојниот Закон за радиодифузната дејност во поглед на целосно вградување на правилата за државна помош што се однесуваат на комерцијалното работење на јавниот сервис.

Поттикнување на развојот на индустријата за продукција на содржини

- 3.47. Дигитализацијата и новите технологии ги отвораат можностите за пренос на многу нови програмски сервиси и содржини, кои во основа треба да придонесат за збогатување на плурализмот и разновидноста. Меѓутоа, ова ја налага потребата од продукција на нови оригинални и домашни содржини, за што е неопходно поттикнување на развојот на продукциската индустрија, односно на домашните независни продуценти.

Во постојниот Закон за радиодифузната дејност се вградени одредени мерки (квота за инвестирање) што можат да го поттикнат развојот на независните продуценти, преку обврската на јавниот радиодифузен сервис (чл. 125) најмалку 10% од годишните средства наменети за

продукција на ТВ програма да ги издвои за нарачка на програма од независни продуценти, која пред сѐ треба да се однесува на играната аудиовизуелна продукција. Меѓутоа, спроведувањето на оваа законска мерка е доведено во прашање поради тешката финансиска состојба во која се наоѓа јавниот сервис.

НАСОКИ: Јавниот радиодифузен сервис е клучен субјект во исполнувањето на оваа цел. Законската обврска да издвојува најмалку 10% од годишните средства наменети за нова аудиовизуелна продукција треба да се однесува првенствено на квалитетна домашна продукција која недостасуваше во изминатиот период, а особено: играни долгометражни и сериски филмови, детска играна продукција и образовна програма. Од посебна важност е доследно да се применува законската одредба за тоа дека ваквата програма треба да се обезбедува по пат на јавен конкурс, бидејќи на тој начин ќе се обезбеди транспарентност, конкурентност и поттикнување на бизнисот на независните продуценти.

Неопходно е да се размисли и за дополнителни мерки за поттикнување на домашната аудиовизуелна продукција и за јакнење на бизнисот на независните продуценти, односно за примена на искуствата на некои европски земји каде се практикуваат т.н. автоматски фондови за финансирање на играната аудиовизуелна продукција. Препорачливо е, на пример, да се разработи идејата за комерцијалните радиодифузери да се воведат законска обврска да издвојуваат дел од приходите остварени од огласување и спонзорство во наменски фондови за аудиовизуелна продукција, при што инвестирањето на средствата би било придружено со даночни олеснувања.

Развој на нови организациони модели и вложување во нови знаења и вештини на деловно работење

3.48. Неопходно е радиодифузерите да развиваат нови организациони модели насочени кон флексибилни, процесно-ориентирани структури, почитувајќи ги сите специфики на оваа дејност - потреба од постоење сектори со специфични знаења (новинарство, медиумска продукција, изготвување програмска шема, маркетинг и медиумско планирање и др.). Професионализацијата на комерцијалните радиодифузери подразбира модели во кои при тековното работење поголема улога треба да имаат управувачките структури, а помала сопствениците. Треба да се воведуваат модели кои поттикнуваат креативни и иновативни иницијативи на вработените, при што особено треба да се има предвид потребата од одвојување на управувачките и бизнис секторите од уредувачкиот дел - редакциите, со цел да се обезбеди независна позиција на новинарството.

Радифузерите треба да вложуваат во стекнување нови знаења и вештини за изготвување, извршување и следење на деловните планови. Неопходни се вложувања и во сите други видови едукација на кадрите со

цел да се постигне поголема професионализација на радиодифузерите и квалитет во обезбедувањето на програмските сервиси. Кај комерцијалните радиодифузери треба да се стави нагласок на улогата на маркетинг-секторите кои можат да бидат клучен движечки фактор во максимизирање на профитот и во постигнување подобри финансиски резултати. Посебно е важна едукацијата на маркетинг-секторите, како и на секторите кои работат на планирање на програмската шема за користење на податоците за гледаноста/слушаноста во маркетиншкото планирање.

Според пријавените програмски формати, радиодифузерите пријавуваат и соодветна кадровска структура. За да се постигне квалитет во обезбедувањето на пријавениот програмски сервис, треба да се обезбеди и кадровски развој - вработување на сите планирани кадри и нивна кадровска едукација, но исто така и нивно соодветно наградување, бидејќи платите во дејноста, со исклучок на одделни категории, во моментот се мошне ниски, што се одразува на квалитетот на работењето, особено на позицијата на новинарите во дневно-информативните редакции.

НАСОКИ: За постигнувањето на овие цели, клучно е развивањето на саморегулацијата и корегулацијата. Ова значи дека мошне важна е улогата на Асоцијацијата на приватни електронски медиуми (АПЕММ), на Здружението на продукцијата, маркетингот и медиумите "ПроМаркМедиа" при Стопанската комора и на невладините организации од областа на медиумскиот сектор. АПЕММ во своето идно дејствување нужно мора да обрне поголемо внимание на развивањето нови организациони модели и бизнис-стратегии специфични за медиумскиот сектор, кои можат да го поттикнат развојот и професионализацијата. Кон исполнувањето на овие цели можат да се насочат и идните активности на невладиниот сектор, кој со помош на средства обезбедени од меѓународни фондови може да помогне во развојот и професионализацијата на радиодифузните медиуми.

Улогата на Советот за радиодифузија, како регулаторно тело, би била во рамките на неговите законски надлежности, да инсистира на стриктно почитување на одредбите од законската регулатива и на обврските на радиодифузерите утврдени во дозволите за вршење радиодифузна дејност.

Унапредување на системот на мерење на публиката - потреба од валидни и веродостојни податоци

- 3.49. Во Македонија во моментот постои систем на мерење на публиката заснован врз методот на дневници, кој обезбедува редовни и валидни податоци за гледаноста и слушаноста. Меѓутоа, дел од радиодифузерите сè уште искажуваат недоверба кон податоците и затоа е неопходно да се

обнови иницијативата за востановување тело²⁵ во кое ќе партиципираат сите заинтересирани страни - радиодифузерите, огласувачите и огласувачките агенции - кое би имало за цел, во името на сите субјекти во дејноста, да го организира и контролира системот на мерења на публиката.

Воведувањето посоефицицирана методологија за мерење на публиката (peoplemeters или мерачи на гледачи) може да биде еден од факторите за консолидација на пазарот. Со помош на егзактните податоци за публиката до која досегнале радиодифузерите ќе можат да креираат политики на цени, односно да го ефектуираат своето работење на пазарот. Ваквиот начин на комуницирање со клиентите-огласувачи е неопходен особено при соработката со големите интернационални компании. Ова би им овозможило конкурентска предност на радиодифузерите и усогласување на продажната, ценовната и маркетиншката стратегија со целите на целокупната деловна стратегија на радиодифузното друштво.

НАСОКИ: Воведувањето мерачи на гледачи од страна на истражувачката агенција, која ги спроведува мерењата на публиката, треба да биде проследено и со активности за зголемување на довербата во системот на мерења на публиката, при што е неопходна соработка на сите релевантни субјекти во овој процес: истражувачката агенција, асоцијациите на медиумите, огласувачките агенции, огласувачите и регулаторното тело.

Иницијативата за воспоставување здружен индустриски комитет, што Советот за радиодифузија ја поведе пред неколку години, може да се обнови. Важно е, уште од самиот почеток, во иницијативата треба да бидат вклучени сите релевантни субјекти: АПЕММ, асоцијацијата на огласувачките агенции и асоцијацијата на огласувачите (преку нивното здружение во Стопанската комора).

Развивање на капацитетите на регулаторот за следење на пазарот

- 3.50. Идната регулација на дејноста нужно мора да се потпира на редовни и продлабочени анализи на пазарот со цел да се добијат сеопфатни сознанија за состојбата во која се наоѓа радиодифузната индустрија. Регулаторното тело треба во редовни интервали (барем еднаш годишно) да спроведува анализи на економското работење на радиодифузерите и на пазарот, 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 итн. Покрај основните индикатори (големината на пазарот, нивото на инвестирање, изворите на финансирање, расходите, концентрацијата на индустријата и др.), на регулаторното тело ќе му бидат неоп-

²⁵ Ваквите тела постојат во повеќе европски земји и се нарекуваат "Здружен индустриски комитет" (Joint Industry Committee). Формирани се како трипартитни структури во кои партиципираат медиумите, огласувачите и огласувачките агенции.

ходни и други длабински показатели за економското работење на радиодифузерите (повратот на инвестициите на големите национални радиодифузери, односот сопствен капитал/долгови, нивото на капитализација... и др.).

Во рамките на анализите на пазарот, регулаторното тело треба да ги опфати и податоците од мерењата на публиката, но исто така и редовно да нарачува спроведување ад хок-истражувања на публиката што ќе му служат да ги следи преференците на публиката и нејзините потреби од одреден вид содржини. Ваквите показатели треба, исто така, да бидат основа за креирањето на регулаторната политика, особено во процесот на доделување нови лиценци за специјализирани сервиси наменети за терестријално емитување или за дистрибуција преку други платформи на пренос.

Плурализам и разновидност на програмските содржини

Телевизија

Минато и сегашност на телевизијата

- 4.1. Телевизиските програмски сервиси во Македонија постојат на сите три територијални нивоа (национално, регионално и локално), а функционираат или како јавни или како комерцијални. Почетоците на телевизијата се врзани за јавниот сектор и неговото раѓање во првата половина од 60-те години XX век, со програмата на Телевизија Скопје. Во 90-тите години се појавуваат комерцијалните телевизии кои, до донесувањето на првиот Закон за радиодифузната дејност од 1997 година, веќе ги има стотина. Со легализирањето, односно со доделувањето на концесиите за вршење радиодифузна дејност по првите два конкурса, во втората половина од 1998 година нивниот број се преполовува. Тие функционираат врз основа на договор за концесија се до вториот Закон за радиодифузната дејност (од ноември 2005 година) кога се воведува системот на дозволи. Со овој закон градот Скопје се определува како регион. По завршувањето на потребните подготовки и донесувањето на неопходните подзаконски акти во мај 2007 година комерцијалните телевизии добија дозволи за вршење радиодифузна дејност. Од јуни 2007 година, телевизиски програмски сервиси во етерот легално емитуваат 53 субјекти. Јавниот радиодифузен сервис, Македонската радиотелевизија, емитува четири телевизиски програмски сервиси, а сигналите на преостанатите 52 ги зрачат трговски радиодифузни друштва.
- 4.2. Во јавниот и во приватниот сегмент на телевизијата во Македонија, немнозинските етнички заедници имаат медиуми на своите јазици. Втората програма на Македонската телевизија (MTB2) е сервис сочинет исклучиво од програми на јазиците на етничките заедници: Албанци, Турци, Роми, Срби, Власи и Бошњаци. Како најстара се води програмата на албански јазик која датира од 1967 година, а најмлада е програмата на бошњачки јазик, воведена во 2002 г. Со Првиот конкурс за доделување концесии за вршење радиодифузна дејност (декември 1997 година) повеќе субјекти добија право легално да зрачат телевизиска програма на некои од јазиците на етничките заедници. Така, 13 телевизии емитуваа програма на албански јазик, пет на турски, две на ромски и една телевизија на српски јазик. Некои од наведените медиуми емитуваа програма на два или на повеќе јазици. Во 2004 година, на Петтиот конкурс, ТВ Алсат - М, чија програма е на албански јазик, доби концесија за национално ниво. Во текот на десетте години регулирана радиодифузија, бројот на комерцијални радиодифузери кои емитуваат

програма на јазиците на етничките заедници се менуваше. На конкурсите се доделуваа концесии на нови субјекти, некои од постојните го губеа правото законски да зрачат програма или затоа што не се пријавиле на конкурсите за обнова на концесиите или затоа што не ги исполниле критериумите, додека пак, на некои радиодифузери им беше одземена концесијата поради тоа што не го плаќаа концесискиот надоместок. Во јуни 2007 година, меѓу комерцијалните ТВ - станици има тринаесет со програма на албански јазик, од кои една е национална, две се регионални, додека преостанатите десет се локални. Две регионални телевизии емитуваат програма на ромски јазик (и на македонски јазик), една регионална е на бошњачки, и има една локална телевизија со програма на македонски, на турски и на албански јазик.

- 4.3. При заменувањето на концесискиот договор со дозвола, педесет и двете комерцијални телевизии беа обврзани да го определат својот програмски формат, т.е. да го изберат оној формат кој најдобро ја опишува природата²⁶ на нивниот програмски сервис. Притоа, тие се распоредија вака:

- Сервис од општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции - 12 телевизии.
- Сервис со претежно забавен општ формат - 38 телевизии.
- Сервис со претежно информативен општ формат - 1 телевизија.
- Сервис од специјализиран формат со забавна функција - 1 телевизија.

Очигледно е дека мнозинството телевизии се определија за програмски сервис со претежно забавен општ формат. Само една регионална телевизија од Скопје се специјализира, и тоа за програма со забавна функција.

Јавен радиодифузен сервис - Македонска телевизија (МТВ)

- 4.4. Програмските ориентири за медиумската мисија на МТВ - јавниот радиодифузен сервис, се утврдени во член 121 од Законот за радиодифузната дејност. Оттаму, како најзначајни функции на програмата на МТВ се истакнуваат: континуитетот во негувањето, поттикнувањето и промовирањето домашно творештво вкоренето во традициите преку кои се креира богатата текстура на македонскиот културен идентитет. Со амбиција да се воспостави како професионална медиумска парадигма, трудот на професионалниот новинарски ангажман во Јавниот радиодифузен сервис треба да биде насочен кон создавање таква аудиовизуелна целина чиј телевизиски ракопис најнапред ќе се чита како функција на граѓанските права и слободи. Во овој медиумски мозаик од мултикултурни различности, МТВ треба да ја вгради и сликата за тековните настани од општествениот живот на локалните заедници, и тоа преку отворени релации со активна, разгранета дописничка мрежа. Македонската телевизија е задолжена дневно да емитува најмалку 30% програма изворно произведена на македонски јазик (МТВ1) или на

²⁶ Изборот на форматот се врши врз база на одредбите од Правилникот за форматите на радио и на телевизиските програмски сервиси, подзаконски акт изготвен и усвоен од Советот за радиодифузија, подетално разработен во точките 4.49. и 4.55.

јазиците на мнозинските заедници (MTB2), а иста обврска во однос на јазичниот идентитет важи и за најмалку 45% од емитираната вокално-инструментална музика. Исто така, законска обврска за Јавниот сервис е годишно да емитира најмалку 60% телевизиски дела од европска продукција. МРТ има обврска најмалку 10% од годишните средства за продукција на телевизиска програма да намени за нарачка на програма од независни продуценти од Република Македонија.

4.5. Македонската телевизија емитира четири телевизиски програмски сервиси. Три од нив: Првата програма (MTB1), Втората програма (MTB2) и Собранискиот канал се пренесуваат терестријално, а четвртиот, MKTB-CAT, се пренесува преку сателит.

- Анализата што ја направи Советот за радиодифузија во почетокот од 2007 година врз програмата на MTB1 покажа безмалку двојно поголем процент програми кои се класифицираат во забавната медиумска функција, споредено со застапеноста на програмите со информативна и со образовна функција. Од гледна точка на разновидноста на програмата, може да се каже дека MTB1 е отворена за различни облици телевизиско изразување, па така, меѓу петте најфреквентни жанрови што циркулираат во програмската шема на MTB1, се вбројуваат: играната програма (главно европска продукција анимирани филмови, играни филмови и серии), музичката програма (главно домашна народна и забавна продукција спотови и концерти, но и мал процент класична музика и џез), документарната програма (главно домашна продукција репортажи, патеписи, тв-портрети), информативната програма (главно актуелно-информативни емисии реализирани во студио), и вестите. MTB1 ги остварува законските обврски дневно да емитира 30% програма изворно создадена на македонски јазик и 45% вокално-инструментална музика на македонски јазик. Важно е да се нагласи дека MTB1 емитира вести наменети за лица со оштетен слух, преведени на знаковен јазик, и посебна емисија посветена на локалните подрачја, во која се информира за најразлични настани и аспекти од животите на луѓето кои живеат таму.
- На MTB2, седмично се емитираат околу 65 часа програма на албански јазик, 17 часа и 30 минути на турски, и по 1 час и 30 минути на српски, на ромски, на влашки и на бошњачки јазик. На последниве четири јазици, еднаш месечно се емитира забавна или документарна емисија во траење од еден час. Главна одлика на MTB2 е забавната функција, што зафаќа дури 63% од вкупно емитираната програма, а речиси еднаков удел - по 18%, имаат информативната и образовната функција. Дури 80% од програмите класифицирани во забавната функција главно се изворно создадена програма, составена од говорни-шоу програми (59% на албански јазик, 16% на турски, 4% на српски). Значителна улога во ангажманот на сите ТВ-редакции на јазиците на мнозинските заедници игра подготвувањето вести и информативни емисии, а мониторингот бележи и документарна и информативно-забавна програма. Музичкиот дел од програмата речиси исклучиво е поделен помеѓу популарната и народната музика. Најмногу има музика на албански јазик, потоа на турски, а

современите, популарни музички текови се проследуваат преку видеопродукцијата од англиското говорно подрачје. Процентот музика на јазиците на другите заедници кореспондира со времетраењето на програмите емитувани на МТВ2 на нивниот јазик.

- Ако се суди според процентуално малата застапеност на содржините поврзани со работата на Собранието на РМ, тогаш мора да се каже дека името на Собранискиот канал воопшто не соодветствува со неговата примарна замисла: овој канал функционира стихиијно, без концепт, без јасна програмска шема, оти во периодите кога нема собраниски активности, се претвора во МРТ, канал комплементарен на МТВ1, и празнините се пополнуваат или со музика или со програми од областа на културата и уметноста, а неретко оваа фреквенција се користи и за преноси од спортски настани.
- Сателитскиот канал на МТВ функционира од 30 април 2000 година, а преносот на сигналот го врши сателитскиот оператор ТАРБС. МКТВ-САТ е наменет за иселениците, а деноноќниот сигнал опфаќа избор програми од продукцијата на МТВ: спортски натпревари, информативни емисии, забавни и програми од културата.

4.6. Некои од обврските што МТВ е должна да ги исполнува (член 121 од Законот) заради остварување на јавниот интерес се дадени воопштено и повеќе личат на основни програмски принципи (на пример: да обезбеди програмите што се произведуваат и емитуваат да бидат заштитени од какво и да е влијание на власта, политички организации или центри на економска моќ; да ја развива и планира програмската шема во интерес на целата јавност и да произведува и емитува програми за сите сегменти на општеството без дискриминација, водејќи притоа сметка за специфичните општествени групи; да се грижи низ програмите да се рефлектираат различни идеи, да се негува културниот идентитет на заедниците, да се почитуваат културните и религиозни разлики и да се поттикнува културата на јавен дијалог, со цел да се зацврстува заемното разбирање и толеранција во функција на унапредување на односите меѓу заедниците во мултиетничка и мултикултурна средина; да ги негува, поттикнува и развива сите облици на домашно аудио-визуелно творештво кои придонесуваат за развој на македонската култура, како и да придонесува за меѓународна афирмација на македонскиот културен идентитет; да го промовира почитувањето на основните човекови права и слободи, демократските вредности и институции, да ја почитува приватноста, достоинството, угледот и честа на човекот).

4.7. Од досега направените анализи можат да се извлечат заклучоци само за оние задолженија за кои постојат објективни критериуми за евалуација:

- го негува културниот идентитет на заедниците квантитативно, во смисла на емитување програми на македонски јазик и на јазиците на мнозинските заедници во РМ и во смисла на емитување изворно создадени програми и вокално-инструментална музика на македонски јазик и на јазиците на мнозинските заедници, меѓутоа прашање на поинаква анализа е дали овие програми квалитативно придонесуваат за негување на културниот идентитет на заедниците;

- ја исполнува својата обврска да развива, да планира и да емитува програми, информативни емисии и вести наменети за глуви лица, кои ќе бидат преведувани на знаковен јазик;
- ја исполнува обврската да обезбеди информирање за регионалните и за локалните посебности и настани во Република Македонија преку посебна емисија за локалните подрачја.

- 4.8. Јавната телевизија е должна да создава и да емитува програми од јавен интерес со кои се изразува општествениот и културниот плурализам во државата, а кои се состојат од информативни, културни, образовни, научни, спортски и забавни содржини. Со оглед на фактот дека обврската за различни видови програми е генерално утврдена, резултатите од анализите, во делот кој говори за видовите програми, покажуваат дека ваквата обврска генерално се остварува. Дали тие различни видови програми се навистина од јавен интерес и дали го изразуваат општествениот и културниот плурализам во државата - тоа е предмет на друг вид анализа.

Раководните структури на МРТ треба да извршат редизајнирање на програмскиот концепт така што прецизно ќе ги определат обврските на Јавниот сервис околу застапеноста на различни видови програми со кои рамномерно ќе се исполнуваат трите функции на медиумот: да информира, да образува и да забавува.

- 4.9. Обврската на МРТ да издвојува најмалку 10% годишно од средствата наменети за продукција на телевизиска програма за дела од независни продуценти од Република Македонија сѐ уште не функционира во практиката.

Оваа обврска на МРТ треба да се разгледува од аспект на разновидноста на програмите што ги емитува, при што средствата за програми од независни продуценти ќе се делат врз основа на објективни критериуми и притоа ќе се поттикнува нарачка на емисии што МРТ нема капацитет самата да ги произведе или што недостигаат на програмските сервиси на МРТ.

- 4.10. Советодавниот комитет на Советот на Европа за РМ во Второто мислење во однос на имплементацијата на Рамковната конвенција за заштита на национални малцинства (РКНМ), во поглед на прашањето за пристапот и присуството на националните малцинства во медиумите, препорачува властите 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. Ваквата препорака може да се ефектуира пред сè кај Јавниот сервис кој се финансира од јавна давачка.

МТВ 2, како сервис чија суштина е да го негува културниот идентитет на немнозинските етнички заедници во РМ, треба да размисли да воведо механизми за развивање на мултикултурноста, како на пример: преведување на емисиите или производство на програмски содржини заеднички за редакциите на јазиците на сите немнозински заедници.

- 4.11. Очигледно е дека Собранискиот канал, чија намена требаше исклучиво да биде - емитување активности на Собранието, не успева да ја фокусира уредувачката политика. Згора на тоа, програмската одговорност за овој канал ја има Законодавниот дом, кој со таа обврска добива улога на радиодифузер, па оттаму се отежнува и доследната примена на Законот за радиодифузната дејност.

Собранискиот канал треба *de facto* да биде специјализиран програмски сервис наменет исклучиво за следење на активностите на Собранието, а уредувачката одговорност за него треба да се врати во рацете на радиодифузерот МРТ.

- 4.12. Повеќекратните анализи покажуваат дека во одредени периоди на МТВ му недостига простор да ги емитува сите планирани содржини. Ова го потврдува практиката, особено за време на избори или за време на преноси од големи спортски настани (олимписки игри, светско или европско првенство во фудбал, и сл.) кога МТВ за овие приоритетни цели го користи Собранискиот канал. Всушност, секогаш кога нема преноси или снимки од активностите во Собранието, овој канал се преименува во - Комплементарен канал МРТ. Оттаму, за МРТ треба да се размислува развојно, т.е. да се има предвид дека таа треба да развива нови, тематски програмски сервиси, зацртани во рамките на исполнувањето на основната мисија на јавниот сервис. Развојот на МРТ треба особено да се гледа од перспектива на дигитализацијата затоа што тоа отвора простор за нови канали.

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

Комерцијални телевизии

- 4.13. Програмските стандарди и принципи, декларирани во чл. 68 од Законот за радиодифузната дејност, стојат како основен професионален репер за редакциите на комерцијалните телевизии. Во суштина, професионалната независност и самостојност на новинарскиот ангажман, без оглед на општествените релации кои има обврска да ги проследува, мора да ги почитува основните граѓански права и слободи, како и авторското право и сродните права.
- 4.14. Идеалот за демократска јавност, информирана еднакво и за глобалните процеси и за непосредното општествено секојдневие на локалните заедници интегрирани во националната целина, треба да претставува примарен двигател во ангажманот на медиумските професионалци од комерцијалните телевизии. Всушност, пожелниот резултат е медиумска слика, функционална во трите елементарни комуникациски компоненти -

информација, едукација, рекреација, промовирана во комуникациско врзливо ткиво за сите нивоа од плуралитетот на активното јавно мислење.

- 4.15. Во контекстот, пак, на потребата за негување на културниот идентитет, влегува и законската обврска комерцијалните телевизии дневно да емитуваат минимум 30% програма изворно создадена на македонски јазик или на јазиците на мнозинските заедници кои живеат во Република Македонија. Од обврската се изземени само комерцијалните телевизии со специјализирани програмски сервиси. Од вкупно емитуваната вокално-инструментална музика во едно телевизиско деноноќие, најмалку 30% мора да биде создадена или на македонски јазик или на јазикот на етничките заедници.
- 4.16. Националните комерцијални телевизии со закон се обврзани годишно да емитуваат најмалку 51% аудиовизуелни дела од европска продукција. Исклучок од ова правило се телевизиските програмски сервиси целосно определени да емитуваат: вести, спортски настани, игри, рекламирање, телешопинг и телетекст - услуги.
- 4.17. Иако редакциите за вести и за информативна програма не претставуваат пресудна, стриктна законска задача за програмските политики на локалните и на регионалните телевизиски станици, сепак, известувањето за спецификите од секојдневието на овие подрачја влегува како важен критериум (член 51, ЗРД) во процедурата за доделување дозвола за радиодифузна дејност.

Комерцијални телевизии на национално ниво

- 4.18. Четири од петте национални комерцијални телевизии, и тоа: ТВ А1, ТВ Сител, ТВ Телма и ТВ Канал 5, се определија својата програмска политика да ја креираат врз основа на претежно забавен општ формат, што значи, природата на нивниот програмски сервис за главна одредница ги има програмите кои исполнуваат пред сè забавна функција (играна програма, ток-шоу, спорт, интерактивни игри, музички спотови и сл.). Националната ТВ Алсат - М, се определи за општ формат, во кој се застапени сите три медиумски функции (информативната, забавната и образовната), што е, објективно, варијанта на програмски сервис која претпоставува новинарски најагилна, уреднички внимателно сегментирана програмска шема.
- Во програмата на ТВ А1 доминира странска играна програма (сери и филмови), што фактички и ја одредува претежно забавната ориентација на програмскиот сервис. Преостанатата програмска понуда е концентрирана околу комерцијалното работење (рекламирање и телешопинг). Мал, но според истражувањата на публиката - впечатлив удел во програмската шема на ТВ А1 играат ударниот термин за вестите и авторските целини од информативната програма.
 - Филмовите и долготрајните серијали од странска продукција се главното обележје и за програмата на ТВ Канал 5. Покрај деловите од

програмата чиј ефект се калкулира единствено како комерцијален учинок (реклами, огласи, телешопинг), во сенка на забавната функција на овој национален медиум ги бележиме вестите и различните подвидови информативна програма.

- Теленовелите, сапунските опери и филмовите од странска продукција, тоа се носечките компонентни во забавната медиумска функција која претежногува во општата слика за уредувачките насоки од програмската шема на ТВ Сител. Континуитетот на индивидуалниот новинарски ангажман што ги одржува специфичните проекти во рамките на информативната програма, најчесто обмислена како копродуцентски продукт, го бележиме како обид за воспоставување рамнотежа меѓу медиумските функции, односно како отворање простор и за други, општествено влијателни видови програма.
- Главно обележје на играната програма со која ТВ Телма ја конципира својата забавна функција претставува селекцијата филмови и серии преку кои се репрезентира уреднички афинитет кон интернационална кинематографска култура различна од рутинскиот избор сапунски серијали од латинско-американската хиперпродукција. Иако обележана со доминацијата на забавната функција, сепак, разновидноста на програмската понуда на ТВ Телма за адути ги има главно документарната продукција, репортажите и вестите.
- ТВ Алсат - М, иако своите медиумски почетоци ги втемели врз вестите и врз актуелно-информативната програма воопшто, сепак, постапно ја промени својата програмска политика, која сега е дисперзирана низ различни телевизиски жанрови класифицирани во сите три медиумски функции: вести и информативна програма, играна, документарна и образовна програма, спортска, говорно - музичка и музичка програма. Овој национален медиум, делови од својата програма емитува двојазично - и на албански и на македонски јазик.

- 4.19. Иако со Правилникот за форматите на радио и на телевизиските програмски сервиси се предвидени седум различни формати за телевизиските програмски сервиси, дури четири од петте национални телевизии се исти по природата на својата програма. Тие ги истражуваат можностите за различно програмско позиционирање во границите на еден формат, но понудата е веќе заситена.

При давањето нови дозволи за ТВ - сервиси на национално ниво, треба да се поттикнуваат преостанатите формати, особено варијациите на програмска понуда специјализирана по жанр.

- 4.20. За унифицираниот појдовен концепт во програмската поставеност на националните ТВ-станции, утврден и со мониторинг спроведен од Советот, сведочи и високиот процент странска програма, за сметка на нискиот праг програма во производство на самите медиуми или, пак, програма нарачана и произведена од домашни приватни (ко)продуценти. Иако анализите на програмата покажуваат дека сите пет национални телевизии ги исполнуваат законските обврски за минимум 30% дневно

време отстапено за изворно создадена програма и за вокално-инструментална музика изворно создадена на македонски или на албански јазик, стратегиска цел за комерцијалниот сектор треба да биде поттикнување на домашната продукција.

Еден од начините да се поттикне создавањето домашни аудиовизуелни дела е да се зголеми интересот на спонзорите за финансирање програма. Ова може да се реализира преку либерализација на регулативата за рекламирање, така што ќе се дозволи пласирање производи во аудиовизуелни дела, но со прецизно утврдени правила:

- субјектите чии производи се пласирани во програмата и спонзорите не смеат да влијаат врз уредувачката независност, ниту да поттикнуваат купување или зајмување на производите и услугите што ги нудат;
- гледачите треба да бидат јасно информирани за постоење спонзори или пласирани производи;
- во програмите за деца и во програмите што влијаат врз креирањето на јавното мислење (вести, информативни програми) да не се дозволи пласирање производи.

Друг начин за поттикнување домашна продукција е да се востанови годишна парична награда за домашни аудиовизуелни дела во некои жанрови, со што би се мотивирале авторите. Повторно, правилата мора да бидат јасни:

- За наградата да конкурираат радиодифузери или независни продуценти, меѓутоа со аудиовизуелни дела емитувани претходната година.
- Паричната награда за конкретен жанр треба да биде доволно голема за да може да се произведе квалитетна програма од истиот или од друг жанр.
- Наградата го условува авторот дел од средствата да инвестира во производство на ново дело наменето за емитување на радио или на телевизија.

Една од стратегиските цели е поттикнување домашно аудиовизуелно творештво: преку либерализација на пласирањето производи во програмите, и преку востановување годишна награда, сето тоа со јасно утврдени правила.

4.21. Дигитализацијата на националните приватни ТВ - станици оди во прилог на фаќањето чекор со европските и со светските трендови.

Затоа, националните комерцијални телевизии како своја стратегиска определба треба да ја имаат дигитализацијата на своите програмски сервиси. Притоа, треба да имаат предвид дека сервисите кои добиле дозвола за радиодифузна дејност како аналогни, и по дигитализирањето ќе останат со ист формат. Новите, дигитални сервиси ќе мора да добијат

нова дозвола. И во обата случаја почитувањето на обврските од законските и од подзаконските акти е задолжително.

Комерцијални телевизии на регионално ниво

4.22. На територијата на Град Скопје има единаесет регионални телевизии:

- Дури осум од нив работат според карактеристиките на програмскиот сервис што се определува како - претежно забавен, општ формат, што, всушност, значи дека најголем дел од програмската шема им е исполнет со видови програма класифицирана во забавната медиумска функција (музички спотови, играна програма и сл.). Во овој формат функционираат: ТВ МТМ, ТВ Амазон, ТВ Скопје (Алфа), ТВ МАК СПОТ, ТВ Скај Нет, ТВ ЕДО (програма наменета за бошњачката заедница), ТВ ЕРА и ТВ Тоска (две телевизии што емитуваат програма на албански јазик).
- Занимливо е дека ТВ БТР и ТВ Шутел, двете телевизии примарно наменети за потребите на ромската заедница, избраа програмска шема која ќе се обликува и на ромски и на македонски јазик, а ќе биде вклопена во карактеристиките на програмскиот сервис со општ формат, во кој безмалку еднаква улога играат сите три конвенционални медиумски функции: информативната, образовната и забавната.
- ТВ КРТ е единствената телевизија замислена во рамките на специјализираниот формат што исполнува забавна функција.

Приказ 4.1. Формати на регионалните телевизии во Скопје

ТЕЛЕВИЗИСКИ ПРОГРАМСКИ СЕРВИСИ НА РЕГИОНАЛНО НИВО - СКОПЈЕ	
Претежно забавен, општ формат	1) ТВ МТМ 2) ТВ Амазон 3) ТВ Скопје (Алфа) 4) ТВ МАК СПОТ 5) ТВ Скај Нет 6) ТВ ЕДО 7) ТВ ЕРА 8) ТВ Тоска
Општ формат, застапени сите три медиумски функции	1) ТВ БТР 2) ТВ Шутел
Специјализиран формат, забавна функција	1) ТВ КРТ

Податоци: Совет за радиодифузија

4.23. Регионални телевизии законски можат да постојат на секоја географска и демографска целина со население меѓу 150.000 - 400.000 жители. За време на преминот од концесии на дозволи, како регионални по опфат беа определени комерцијалните телевизии од Скопје.

Работењето на регионално ниво веќе започна во Скопје. Преостанува прецизно да се определат другите региони.

- 4.24. Регионалните телевизии можеби нема да бидат првите кои ќе се дигитализираат, меѓутоа тие треба да водат сметка за фактот дека оваа техничко-технолошка измена е неминовна.

Дигитализирањето на регионалните телевизии ќе зависи од подготвеноста на секоја од нив да го реализира тој процес. Од регулаторен аспект тие ќе треба да обезбедат доследност во поглед на форматот и во почитувањето на програмските барања, стандарди и принципи.

Комерцијални телевизии на локално ниво

- 4.25. Кај комерцијалните локални телевизии се очекува стожер на програмската шема да бидат програмите посветени на локалните настани и специфичности. Притоа, не се мисли само на вести, туку на емисии од кој било од можните жанрови телевизиска програма. Меѓутоа, прегледот на форматите на локалните телевизии, што следува во продолжение, покажува поинаква слика - радиодифузери свртени кон забавни содржини, неретко механички поврзани во концепциски необмислена програмска шема.

- Од три локални комерцијални телевизии во Битола, две, Меди и Тера, одлучија да емитуваат програмски сервис со претежно забавен општ формат, а третата, Орбис, е програмски сервис од општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции.
- Валандово има еден комерцијален телевизиски програмски сервис - ВТВ - со претежно забавен општ формат.
- Во локалниот телевизиски медиумски пејзаж на Велес функционираат две телевизии - Здравкин и Канал 21. Првата емитува програмски сервис од општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции, а програмската понуда на втората телевизија има претежно забавен општ формат.
- Во Гевгелија има една локална телевизија - ТВ Нова - која зрачи програмски сервис со претежно забавен општ формат.
- Гостивар ја има ТВ Дуге, телевизија на албански јазик, со програмски сервис од претежно информативен општ формат.
- КТВ 41, која се одлучи за сервис со претежно забавен општ формат, е локална телевизија насочена кон публиката во Кавадарци.
- На гледачите во Кичево на располагање им се две телевизии на албански јазик и една на македонски јазик. Кај првите две, ТВ Ускана има програмски сервис од општ формат во кој застапените видови

програми ги остваруваат сите три медиумски функции, а ТВ Гурра емитува програма со претежно забавен општ формат. Третата, ТВ Боем, избира програмски сервис од општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции.

- Во Куманово има четири телевизии - сите со претежно забавен општ формат. Според јазикот на кој ја емитуваат програмата, две од нив - Феста и Хана - се насочени кон албанската, а другите две - Далга Крт и Нова - кон македонската публика.
- Единствената телевизиска станица во Пласница се вика Аниса и зрачи програмски сервис од општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции.
- За гледачите во Охрид, програма емитуваат три телевизии: ТВ Морис, со сервис од општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции, и НТВ и ТВМ кои обете избраа програмски сервиси со претежно забавен општ формат.
- Во Пробиштип функционира ТВ Протел, локална комерцијална телевизија со претежно забавен општ формат.
- Во Радовиш се гледа програмата на 2 локални телевизиски станици - ТВ Ко-Бра, со претежно забавен општ формат и ТВ Еми со општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции.
- На подрачјето на Струга има 2 телевизии - Калтрина и Арт Канал. Обете се телевизии од претежно забавен општ формат. Првата, со Дозволата се обврзала да емитува програма на албански и на македонски јазик, а втората - целосно на албански јазик.
- ТВ Вис - со општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции, и ТВ Интел - со претежно забавен општ формат, се двете телевизии наменети за публиката во Струмица.
- Во Свети Николе работи една комерцијална телевизија - ТВ Свет - која избра програмската шема да ја форматира така што ќе ги исполни барањата за програмски сервис со претежно забавен општ формат.
- Програма за публиката во Тетово емитуваат 5 телевизии. Четири од нив: Коха, Супер Скај, Кисс и Менада, емитуваат програмски сервиси кои се исти по својата природа - претежно забавен општ формат. Петтата, ТВ Арт, се одлучи за сервис од општ формат во кој застапените видови програми ги остваруваат сите три медиумски функции. Погледнато од аспект на јазикот на програмскиот сервис: Арт, Коха и Супер Скај се свртени кон публиката што зборува албански, а Кис и Менада - кон публиката чиј мајчин јазик е македонскиот.

- За гледачите во подрачјето на Центар Жупа, сервис со претежно забавен општ формат на македонски, на турски и на албански јазик емитува ТВ ЖУПА.
 - Стар и Ирис се двете комерцијални локални телевизии во Штип, кои одлучија да емитуваат програмски сервиси со претежно забавен општ формат.
- 4.26. Две третини од комерцијалните телевизии работат во рамките на забавниот општ формат. Оваа констатација мошне илустративно говори за едноличноста на постојниот медиумски пејзаж, која, пак, во најголема мера се должи на низа помалку-повеќе сложени економски фактори во работењето на радиодифузерите. Анализирана преку мониторинг, но и преку испитаните потреби на публиката, едноличноста на програмската понуда укажува на уредувачки политики редуцирани главно на играна, на музичка и на спортска програма. Едно од излезните решенија е формирањето регионални телевизии од кои ќе се бара да обезбедат повисок квалитет на програмата.

Во иднината на дигитализираниот медиумски пејзаж, сфатен како една од приоритетните цели на Стратегијата, се потенцира значењето на регионалните телевизии со поквалитетна програма.

Радио

Минато и сегашност на радиото

- 4.27. Радиото во Република Македонија функционира низ три организациски облици - јавно, комерцијално и непрофитно, и на три територијални нивоа - национално, регионално и локално. Основата на јавниот сектор е поставена во 40-тите години од XX век, комерцијалниот сектор се јавува во 1990-тите, а првата дозвола за непрофитно радио е дадена во 2007 година. Почетокот на комерцијалниот сектор беше комплетно нерегулиран и до 1997 година имаше околу двесте радија. Почетокот на регулацијата е во 1997 година кога е донесен првиот Закон за радиодифузната дејност врз основа на кој радијата беа регулирани според принципот на концесии за вршење радиодифузна дејност. На крајот од 2005 година стапи во сила новиот Закон за радиодифузната дејност кој наместо концесии вовеле дозволи за радиодифузна дејност. Врз основа на овој закон, во мај 2007 година заврши неколкумесечниот процес во текот на кој постојните радиодифузери ги заменија договорите за концесии со дозволи за вршење радиодифузна дејност. Така, од јуни 2007 година, во Македонија постојат 64 субјекти кои зрачат 69 радиопрограмски сервиси. Разликата во бројот на субјектите и сервисите се должи на фактот што Јавниот радиодифузен сервис - Македонска радиотелевизија (МРТ), емитува шест радиопрограмски сервиси.

4.28. Република Македонија секогаш водела сметка да им обезбеди на етничките заедници пристап до информации преку медиуми кои емитуваат програма на нивните јазици и во јавниот и во приватниот сектор. Така, Македонското радио емитува програми на јазиците на шест етнички заедници меѓу кои најрано се воведени оние на албански и на турски јазик (во 1945 година), а најнови се програмите на српски и на бошњачки (во 2003). Со Првиот конкурс во 1997 година, концесии да вршат радиодифузна дејност на локално ниво, меѓу другите, добија и 14 радија за програма на албански јазик, пет радија на турски, две радија на ромски и едно радио на српски јазик. Некои од нив емитуваа програма на два или на повеќе јазици. Во периодот од 1997 до 2007 година некои од овие радија престанаа да емитуваат програма (или затоа што не им беа обновени концесиите, или затоа што им беше одземена концесијата поради неплаќање концесиски надоместок), а на нивно место концесии добиваа нови субјекти. Кај комерцијалните радиостаници, во јуни 2007 година, програма на албански јазик емитуваат три регионални и осум локални радиостаници, програма на ромски јазик - две локални радија, а едно локално радио предвидува покрај на македонски, да емитува и емисии на српски и на хрватски јазик.

4.29. Премиот од концесии на дозволи, за комерцијалните радија значеше и обврска да се форматираат, односно да ја определат природата²⁷ на својот програмски сервис. Шеесет и двете комерцијални радија, во зависност од соодносот на застапениот говор и музика, се разместија во четири категории: 1) говорно, 2) говорно - музичко, 3) музичко - говорно и 4) музичко и ги избраа следниве формати:

- говорно радио од општ формат во кое застапените видови програми остваруваат најмалку две од трите медиумски функции - **2**
- говорно радио со претежно забавен општ формат - **3**
- говорно радио со претежно информативен општ формат - **1**
- говорно радио од специјализиран формат со забавна функција - **2**
- говорно-музичко радио од општ формат во кое застапените видови програми остваруваат најмалку две од трите медиумски функции - **6**
- говорно-музичко радио со претежно информативен општ формат - **9**
- говорно-музичко радио со претежно образовен општ формат - **1**
- говорно-музичко радио со претежно забавен општ формат - **5**
- музичко-говорно радио од општ формат - **26**
- музичко-говорно радио од специјализиран формат - **2**
- музичко радио од општ формат - **3**
- музичко радио од специјализиран формат - **2**.

Како што може да се види, радијата, без оглед дали форматот им се определува преку говорот или преку музиката, речиси целосно се одлучија за некоја од варијантите на општиот формат. Специјализација на својот програмски сервис извршија само две говорни радија (регионални спортски радија за територијата на Скопје), две музичко - говорни радија (повторно две скопски радија - едното за класична

²⁷ Основа за избор на форматот е Правилникот за форматите на радио и на телевизиските програмски сервиси, подзаконски акт на Советот за радиодифузија, разработен во точките 4.49. и 4.55.

музика, а другото за популарна) и две музички радија (едно скопско за популарна музика и едно струмичко за новосоздадена).

Јавен радиодифузен сервис Македонско радио (МР)

4.30. Законот за радиодифузната дејност во член 121, меѓу другото, го поставува и минимумот програмски барања што треба да ги оствари Македонското радио за да ја исполни својата улога на јавен радиодифузен сервис. Основна обврска е да емитува програмски сервиси кои ќе ги земаат предвид интересите на целата јавност и ќе се обраќаат до сите сегменти на општеството без дискриминација, незапоставувајќи ги специфичните општествени групи. Јавното радио треба да го негува домашното творештво преку кое се развиваат и се афирмираат македонската култура и македонскиот културен идентитет, а преку своите програми треба да го поттикнува духот на заемното почитување и разбирање меѓу индивидуите од различно етничко и културно потекло. МР, исто така, треба да обезбеди и информирање за регионалните и за локалните посебности и настани во Република Македонија. Од аспект на заштитата и негувањето на културниот идентитет на Македонците и на етничките заедници кои не се мнозинство во Република Македонија (член 124), Македонското радио е должно дневно, на секој свој програмски сервис, да обезбеди најмалку 40% програма изворно произведена на македонски јазик или на јазиците на мнозинските заедници, и најмалку 45% вокално-инструментална музика на македонски јазик или на јазиците на етничките заедници.

4.31. Редовниот мониторинг на Советот за радиодифузија покажува дека шесте програмски сервиси што ги емитува Македонското радио градат една целина која им се обраќа на различни делови од јавноста и исполнува различни функции:

- Првата програма на Македонското радио (МР1) е програмски сервис насочен кон целата публика во Македонија и неговиот говорен дел покажува извесна врамнотеженост во исполнувањето на трите медиумски функции со најголема присутност на информативните видови програма, особено на вестите. Вкупната програма на МР1 е изворно создадена на македонски јазик, а музичката понуда во најголем дел е на македонски јазик, при што жанровски најзастапена е популарната музика. Овој програмски сервис настојува преку своите програми да ги задоволи и потребите од регионални и од локални информации.
- Втората програма на Македонското радио (МР2), својата програмска шема ја гради околу исполнувањето, пред сè, на забавната функција. Програмата е целосно на македонски јазик, но, мониторингот покажува дека овој програмски сервис не ја исполнува дневната обврската за 45% вокално-инструментална музика на македонски јазик.
- Македонското радио емитува Програми на јазиците на шест немнозински етнички заедници: на албански, на турски, на ромски, на

влашки, на српски и на бошњачки јазик. Седмично се зрачат околу 69 часа програма на албански јазик, околу 35 часа на турски јазик и по 3 часа и 30 минути на ромски, влашки, српски и на бошњачки јазик. Овие програми концепциски се концентрирани, доминантно, на информативната медиумска функција. Секоја од овие програми целосно се емитува на јазикот на заедницата која претставува нејзина целна публика, така што оваа релација непосредно се рефлектира и врз селекцијата на емитуваната музика.

- Третата програма (Радио Култура) е насочена кон исполнување образовна функција или, пак, кон есеистичка разработка на теми од културата, од уметноста и од хуманитарните науки. Ваквата уредувачка определба се следи и во музичкиот избор, зашто музиката е фокусирана врз различни жанрови класична музика, во голем дел компонирана и изведувана од македонски музички уметници.
- Радио Канал 103 ги задоволува специфичните потреби на публиката, чиј музички вкус е првенствено насочен кон алтернативните музички изрази. Програмата на Канал 103 се зрачи само во Скопје.
- Радио Македонија е програмски сервис кој својата публика ја бара меѓу македонското иселеништво, а се емитува преку сателит и преку Интернет. Неговата функција е да информира за актуелните случувања во Македонија, да ги афирмира културните вредности, а во еден свој сегмент овозможува радиоконтакт во живо меѓу слушателите во земјата и нивните роднини и пријатели во странство.
- Македонското радио произведува и програма на странски јазик која е наменета за соседните држави и за Европа.

4.32. Овие концентрирани извадоци од анализите на програмските сервиси на Македонското радио говорат за тоа дека овој субјект почитува голем дел од принципите кои го прават јавен сервис. Потребите и интересите на етничките заедници свој одраз имаат во програмите на нивните јазици. Се емитуваат посебни програмски сервиси за специфични слоеви од публиката, на пример оние кои имаат посебен интерес за темите од културата, од уметноста и од хуманитарните науки или за оние свртени кон алтернативните музички изрази. Се настојува Македонија меѓународно да се афирмира преку програмскиот сервис за македонската дијаспора, како и преку програмите на странски јазик наменети за европските држави. Од сето ова може да се заклучи дека обврската - без дискриминација да се обраќа до сите сегменти на општеството, Македонското радио ја остварува во голема мера. Меѓутоа, од една страна, бројот и видот на програмските сервиси на Македонското радио е определен во Законот за радиодифузната дејност (член 117), а од друга страна, пак, без оглед на финансиската состојба на Јавниот сервис, за него треба да се размислува развојно и треба да му се остави простор во иднина да осмислува нови, особено специјализирани сервиси. Во таа смисла МРТ треба веднаш да го дефинира статусот на Канал 103 - сервис кој функционира во рамките на Македонското радио. Тој ѝ се обраќа на релативно малобројна, но константна публика со специфичен музички

афинитет, а Јавниот сервис има конкретна законска обврска да води сметка за специфичните општествени групи.

На Македонското радио треба да му се овозможи или да ги прошири постојните програмски сервиси или да воведува нови, пред сè, специјализирани за одредена медиумска функција.

- 4.33. Со мониторингот на Советот за радиодифузија е потврдено дека некои од програмските сервиси на Македонското радио, на пример Втората програма, не ја исполнуваат обврската за дневно емитување 45% вокално-инструментална музика на македонски јазик. Од друга страна, пак, Првата програма далеку го надминува законски обврзниот минимум за македонска вокално-инструментална музика. Оттука произлегува дека Јавниот сервис треба да посвети повеќе внимание на редовното остварување на обврските воведени со намера да се негува и да се штити културниот идентитет на сите програмски сервиси.

Македонското радио на своите програмски сервиси треба доследно да ги спроведува законските одредби насочени кон заштитата и негувањето на културниот идентитет.

- 4.34. Македонското радио, особено преку некои од емисиите и блоковите емитувани на Првата програма, настојува да го задоволи барањето да информира за регионалните и за локалните посебности и настани во Република Македонија. Сепак, имајќи предвид дека локалните јавни радиостаници престанаа да постојат, во наредниот период Македонското радио ќе треба да најде начин како, со постојните капацитети што ги поседува, да го интензивира присуството на информациите за настаните и за специфичностите на локалните подрачја во Македонија.

Потребни се нови начини преку кои ќе се интензивира капацитетот на локалните информации во рамките на неспецијализираните постојни програмски сервиси на МР, со цел да се пополни празнината по згаснувањето на локалните јавни радија.

Трансформација на јавните радиодифузни претпријатија на локално ниво

- 4.35. Во Велес, Битола, Берово, Валандово, Винаца, Гевгелија, Гостивар, Дебар, Делчево, Демир Хисар, Кавадарци, Кичево, Кочани, Кратово, Крива Паланка, Крушево, Куманово, Македонски Брод, Неготино, Охрид, Прилеп, Пробиштип, Радовиш, Ресен, Свети Николе, Струга, Струмица, Тетово и во Штип постоеја радија - јавни претпријатија кои вршеа радиодифузна дејност на локално ниво. Врз основа на обврската од Законот за радиодифузната дејност (член 173), Советот за радиодифузија во мај 2006 година донесе одлука да се трансформираат во трговски радиодифузни друштва. До крајниот рок, мај 2007 година, ниту едно од овие радија не изврши трансформација, така што по сила на Законот тие престануваат да постојат.

Медиумското обезбедување локални информации исполнува важен јавен интерес. Овој факт треба да се има предвид особено поради тоа што јавните локални радиостаници не се трансформираа во комерцијални, па одредени подрачја останаа без медиуми, чија информативна функција пред сè треба да биде насочена кон публиката на нивната територија.

Комерцијални радиостаници

- 4.36. Комерцијалните радиостаници при осмислувањето на својата програма треба да ги почитуваат професионалните новинарски принципи, основните граѓански права и слободи, како и авторското право и сродните права. Во својата независност и самостојност при создавањето на програмите и креирањето на уредувачката политика тие треба да ја отворат својата програма за различните култури и гледишта.
- 4.37. Без оглед на тоа колкаво подрачје покриваат со својот сигнал, приватните радија треба да ги негуваат националниот идентитет, јазичната култура и домашното творештво. Во тој контекст тие се законски обврзани дневно да емитуваат најмалку 30% програма изворно создадена на македонски јазик или на јазиците на мнозинските заедници кои живеат во Република Македонија, и најмалку 30% од емитуваната вокално-инструментална музика да биде на македонски јазик или на јазикот на етничките заедници. Од обврската за изворно создадена програма се изземени само радијата со специјализирани програмски сервиси.
- 4.38. Законот не содржи стриктна обврска за радиодифузерите на регионално и на локално ниво да емитуваат информации за специфичностите, за настаните и за проблемите од подрачјето што го опслужуваат. Меѓутоа, еден од критериумите врз основа на кои се оценува квалитетот на пријавите при процедурата за доделување дозволи за вршење радиодифузна дејност е токму застапеноста на програмите што третираат настани и случувања од посебно значење за подрачјето на кое се емитува програмата (член 51).

Комерцијални радиостаници на национално ниво

- 4.39. Трговски радиодифузни друштва што вршат радиодифузна дејност - радио на државно ниво:
- Радио Антена 5, со преминот од концесиски договор на дозвол за вршење радиодифузна дејност (во мај 2007г.), се формира како музичко-говорно радио од општ формат. Ова претставува извесно поместување во однос на претходниот стриктен музички избор на ова радио кое, како што покажуваат резултатите од мониторингот на Советот за радиодифузија, функционираше како музичко-говорно радио специјализирано за поп - музика. Антена 5 радио ја исполнува обврската за програма изворно произведена на македонски јазик, но не успева да ја достигне долната граница од 30% вокално-инструментална музика на македонски јазик.

- Канал 77 е говорно-музичко радио со претежно информативен општ формат. Оваа радиостаница низ годините стабилно одржува структура на програмата во која информативната функција е позиционирана пред забавната, што не е многу често меѓу комерцијалните радија. Програмскиот сервис целосно ја задоволува обврската во однос на програмите што се вбројуваат во изворно создадената програма на македонски јазик, но во музичкиот избор треба подоследно да го исполнува законскиот минимум за вокално-инструменталната музика создадена на македонски јазик.
- Радио Рос се определи како музичко-говорно радио од општ формат, на што укажуваа и податоците од мониторингот на Советот за радиодифузија. Целосно ги исполнува обете законски обврски за негување на културниот идентитет.

4.40. Анализите на програмските сервиси покажуваат дека националните комерцијални радиодифузери го почитуваат правилото за минимум програма изворно создадена на македонски јазик или на јазиците на немнозинските заедници. Сепак, тоа не е случај со задолжението за одредена процентуална застапеност на вокално-инструментална музика на македонски јазик или на јазиците на етничките заедници.

Националните комерцијални радија, во музичкиот дел треба повеќе да внимаваат при изборот на вокално-инструменталната музика за да ја исполнат обврската врзана за јазикот на музиката.

Комерцијални радиостаници на регионално ниво

4.41. Во регионот на град Скопје, емитуваат програма 16 регионални комерцијални радиостаници, различно определени според природата на програмскиот сервис:

- Програмската шема на Еф-Ем 90,3 - Спортско радио, и Канал 4 - Спортско радио, двете говорни радиостаници на македонски јазик, на информативно ниво ги следи тековните локални и меѓународни настани од спортот.
- Радио Ват, кое емитува програма на албански јазик, е единственото говорно-музичко радио со претежно информативна функција, чие новинарско внимание е дисперзирано врз сите сфери на општествениот интерес. Џез ФМ е говорно-музичко радио чија програмска политика е насочена во прилог на образовната функција за џезот како специфичен вид музичка култура. Меѓу говорно-музичките радија се вбројуваат и Радио Фолк, Радио Равел и Радио Арачина, меѓутоа со општа природа на програмскиот сервис, планирана така што избраните видови програми да исполнуваат две од трите основни медиумски функции.
- Музичко-говорните радија со опсег на сигналот врз територијата на Скопје, е поделени во две групи: четири радија - Сити, Роса, Скај и Лајф радио - избрале општ формат на програмскиот сервис, додека

две од нив го имаат фокусирано музичкиот дел од програмата врз еден вид музика - Класик ФМ е радио посветено на класичните музички жанрови, додека Радио Фортуна доминантно емитува поп-музика.

- Во форматот на музичките радија, кај кои говорниот дел од програмата има минорен учинок, функционираат радијата Клуб ФМ и Зона М-1, без посебна определба за некој специфичен вид музика, додека единственото радио кое својот програмски сервис го специјализираше за поп - музика е Радио Буба Мара.

Приказ 4.2. Формати на регионалните радија во Скопје

РАДИОПРОГРАМСКИ СЕРВИСИ НА РЕГИОНАЛНО НИВО - СКОПЈЕ	
Говорно радио, специјализиран формат, забавна функција	1) Еф-Ем 90,3-Спортско радио; 2) Канал 4 - Спортско радио;
Говорно-музичко радио, општ формат, застапени две од трите медиумски функции	1) Фолк радио; 2) Радио Равел; 3) Радио Арачина;
Говорно-музичко радио, претежно информативен општ формат	1) Радио Ват;
Говорно-музичко радио, претежно образовен општ формат	1) Џез ФМ;
Музичко-говорно радио, општ формат	1) Сити радио; 2) Радио Роса; 3) Скај радио; 4) Лајф радио;
Музичко-говорно радио, специјализиран формат	1) Класик ФМ радио (класична музика); 2) Радио Фортуна (поп-музика);
Музичко радио, општ формат	1) Клуб ФМ; 2) Радио Зона М-1;
Музичко радио, специјализиран формат	1) Буба Мара (поп-музика);

Податоци: Совет за радиодифузија

- 4.42. Законот за радиодифузна дејност предвидува дека покрај медиумите од Скопје, регионални програмски сервиси можат да емитуваат и радиодифузери кои обезбедуваат опфат на слушаност на повеќе општини кои градат засебна, природна географска и демографска целина со население меѓу 150.000 - 400.000 жители. При преминот од концесии на дозволи, директна замена на локалниот со регионален опфат беше извршена само кај скопските радиостаници.

Се потенцира значењето на регионалните радиостаници чија

информативна функција ќе мора подеднакво да им служи на слушателите од сите населени места што ги покриваат со својот сигнал. Затоа регионалните радиостаници треба да добиваат дозволи за формати со кои се протежира информативната функција на програмскиот сервис.

- 4.43. Дигитализацијата како тековен техничко-технолошки развој ќе се случи на сите нивоа, вклучувајќи го и регионалното.

Регионалните радиодифузери ќе треба да се вклопат во новиот дигитален радиодифузен пејзаж и притоа да имаат предвид дека програмските барања, стандарди и принципи важат за секој програмски сервис без оглед на начинот на кодирањето на сигналот.

Комерцијални радиостаници на локално ниво

- 4.44. Комерцијалните локални радиостаници надвор од територијата на Скопје, кои со години наназад ги опслужуваат потребите на жителите на различни градови или села, со преминувањето кон новиот систем на дозволи за вршење радиодифузна дејност, ја задржаа својата организација на локални радиодифузери. Тие, како и сите други поранешни концесионери, ја искористија можноста попрецизно да го определат форматот на својот програмски сервис:

- Во Битола сите четири комерцијални радија - Радио 106, Радио Б-97, Актуел и Делфин се одлучија за истороден програмски сервис: музичко-говорно радио од општ формат.
- Во велешкиот локален медиумски пејзаж програма зрачат три радија со три различни формати: Це-Де музичко радио од општ формат, Мерак 5 ФМ е говорно-музичко радио со претежно забавен општ формат, а Голди е говорно-музичко радио со претежно информативен општ формат.
- Виница има едно музичко-говорно радио од општ формат - Ла Коста.
- Во Гевгелија функционира музичко-говорното радио од општ формат Тајм.
- На подрачјето на Гостивар, по завршувањето на замената на концесиските договори со дозволи, остана Комета 2000, музичко-говорно радио од општ формат. Карактеристично е дека пред мај 2007 во Гостивар постоеја уште две комерцијални локални радија, од кои едното ѝ се обраќаше на турската, а другото на ромската популација. Меѓутоа, овие два субјекта одлучија да не конкурираат за дозволи и затоа нема да функционираат повеќе. Во Гостивар пак, остануваат нивните целни публики и треба да се размислува како да се задоволат нивните потреби за програмски сервис на сопствениот јазик. Доколку тоа не може да се реализира преку радио кое би работело на комерцијална основа, тогаш треба да се разгледаат можностите за непрофитно радио.

- Радио Мерлин е говорно радио со претежно информативен општ формат, кое емитува програма на албански јазик во Дебар.
- Кавадарци има едно музичко-говорно радио од општ формат Галакси - 2002.
- Кичевското Радио Александар Македонски е говорно-музичко радио од општ формат во кое застапените видови програми остваруваат најмалку две од трите медиумски функции.
- Кочани има едно говорно-музичко радио со претежно информативен општ формат - Роса АБ.
- Во Куманово има четири локални комерцијални радија, кои на својата публика ѝ нудат програмски сервиси различни по формат и по јазик. Радио Браво е говорно радио од општ формат во кое застапените видови програми остваруваат најмалку две од трите медиумски функции, Албана е говорно радио на албански јазик со претежно забавен општ формат, Сити ФМ е говорно-музичко радио со претежно информативен општ формат, а КМР е музичко-говорно радио од општ формат.
- Радио Јехона 2003 од село Матејче е музичко-говорно радио од општ формат кое емитува програмски сервис на албански јазик на подрачјето на Липково.
- Радио Микс од Неготино е говорно радио со претежно забавен општ формат.
- Охридските локални радија се определија за програмски сервиси различни по формат - МХ избра да биде говорно-музичко радио со претежно информативен општ формат, Лав е говорно-музичко радио со претежно забавен општ формат, додека Супер е музичко-говорно радио од општ формат.
- Во Прилеп има неколку локални комерцијални радиостаници и тоа: Тернипе - говорно радио од општ формат во кое застапените видови програми остваруваат најмалку две од трите медиумски функции и кое програмата ја емитува на ромски и на македонски јазик, Холидеј кое е говорно-музичко радио со претежно забавен општ формат, и две музичко-говорни радија од општ формат - Радио 5 Чоки и МЕФФ.
- На подрачјето на Долнени се слушаат програмите на Риниа - 200, говорно-музичко радио од претежно информативен општ формат, и на Беса, музичко-говорно радио од општ формат. Првото емитува програма на албански јазик, а второто на албански и на македонски.
- Пехчево го има комерцијалното Радио Пехчево кое е говорно-музичко радио од општ формат, во кое застапените видови програми остваруваат најмалку две од трите медиумски функции.
- Во Радовиш се слуша програмата на Радио Алфа, кое се форматира како музичко-говорно радио од општ формат.

- На слушателите во Ростуше им се обраќа музичко-говорното радио од општ формат Еми.
- Во Струга се слушаат говорното радио со претежно забавен општ формат Ди-Џеј и музичко-говорното радио од општ формат Кики.
- Велешта го има музичко-говорното радио од општ формат Ррапи со програмски сервис на албански јазик.
- Две радија, музичкото радио од специјализиран формат за новосоздадена народна музика Хит и музичко-говорното радио од општ формат Експрес, работат во Струмица.
- Програма за публиката во Тетово емитуваат 4 радија - Плус Форте, говорно-музичко радио од општ формат во кое застапените видови програми остваруваат најмалку две од трите медиумски функции, потоа Фама и Блета, две говорно-музички радија со претежно забавен општ формат со програмски сервис на албански јазик и Кисс, кое е музичко-говорно радио од општ формат.
- За жителите на Центар Жупа програма зрачи говорно-музичкото радио со претежно информативен општ формат Семи.
- На подрачјето на Штип постои комерцијалното радио Черенџа кое својот програмски сервис го определи како говорно-музичко радио со претежно информативен општ формат, а го емитува на ромски и на македонски јазик.

4.45. Кусиот преглед на распространетоста на локалните комерцијални радија и нивниот избор на формати покажува дека најголемиот број од нив се музичко-говорни од општ формат. Ова значи дека преобладаваат се програмските сервиси со помал говорен дел и со музичка селекција во која не се забележува никаква специфична ориентација во поглед на жанровите. Тешко е да се каже дали зачестеноста токму на овој формат е последица на неинвентивноста на локалните радиодифузери при осмислувањето програмски сервис со поконкретни и поиздиференцирани програми и со поцврста музичка ориентација или, пак, мотивот за овој формат е резултат на економските текови, односно радиодифузерите сметаат дека ова е најниската цена на надоместок за дозвола, за сервис во кој ќе вложат најмалку. За очекување е дека униформноста на програмската понуда на локално ниво ќе се надмине со регионалните радиостаници од кои со дозволата ќе се бара повисок квалитет на програмата.

Дигитализацијата, која ќе овозможи порационално искористување на фреквентниот спектар, ќе отвори простор за лиценцирање поквалитетни програмски сервиси на регионално ниво.

Непрофитно радио

4.46. Непрофитната радиодифузна установа - нов вид радиодифузен субјект е една од новостите што ги донесе Законот од 2005 година - (член 10). Неа

можат да ја основаат образовни, културни и други установи и здруженија на граѓани и фондации. Бидејќи станува збор за специфични програми чија цел е да задоволуваат потреби и интереси на определени целни групи, Законот за овие субјекти предвидува и можност да добијат дозвола за емитување програма на една фреквенција според принципот на поделба на времето за емитување (time-sharing). Овој нов сегмент во секторот на радиодифузијата треба да биде пополнет со помали радиостаници кои нема да работат на комерцијална основа, а ќе задоволуваат потреби на специфични општествени групи, како што се, на пример, помалобројните етнички заедници или студентите. Во оваа насока веќе беше направен исчекор во поглед на потребите на дел од студентската популација, со тоа што во јули 2007 година Советот му додели дозвола на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ од Скопје за формирање Студентско радио.

- 4.47. Емитувањето програма на јазиците на мнозинските заедници, секако, претставува јавен интерес, но, како што покажува практиката (особено на примерот на Гостивар изложен во точка 4.44.), радиостаниците наменети пред сè за помалобројните заедници не можат секогаш да опстојат во услови на комерцијално работење. Може да се очекува дека бројно помалите етнички заедници во Република Македонија ќе можат да ги задоволат потребите за радио на својот мајчин јазик токму преку основање непрофитна радиодифузна установа.

При развивањето на новиот - непрофитен сегмент од радиодифузијата треба да се внимава субјектите да бидат вистински радија на заедницата за која постојат и нивната програма да одговара на нејзините потреби. Особено треба да се внимава на потребите од радија на помалобројните етнички заедници во Македонија.

Цели и насоки на идната регулација на содржините

Прва генерална цел: поголема разновидност и квалитет на програмските содржини

- 4.48. Во Македонија постои квантитативен плурализам, има голем број радио и телевизиски програмски сервиси. Меѓутоа, податоците од мониторинзите на Советот за радиодифузија, реализирани изминативе години, и резултатите од истражувањата спроведени за потребите на оваа стратегија, покажуваат недостиг од разновидност и квалитет на програмската понуда. Токму затоа, заложбите за програмски квалитет, кој во себе пред сè ќе го интегрира правото на навремено и на објективно информирање ставено во служба на генерациски различни публики од сите подрачја на државата, како и за поголема содржинска разновидност на програмите, се првата генерална цел во однос на програмските сервиси.

Разновидноста и програмскиот квалитет се разгледуваат во однос на повеќе аспекти:

- Најголем број домашни радиодифузери емитуваат програмски сервиси со општ формат. Публиката пак, според резултатите од истражувањата, чувствува потреба од специјализирани програмски сервиси.
- Според потеклото на програмите, доминантен дел од програмската структура на домашните телевизии се програмите од странска продукција. Според видот, пак, најзастапени се програмите што исполнуваат забавна функција. Истражувањето на потребите на публиката покажува дека гледачите сакаат квалитетна програма од домашна продукција, но едновременно сметаат и дека е потребно да се пополни продукциската празнина, посебно во играната програма и во образовната програма за деца.
- Новина во Законот за радиодифузната дејност е обврската за телевизиите на државно ниво да обезбедат застапеност на европски аудиовизуелни дела во своите програми. Оваа обврска, мотивирана од европската регулатива, треба да функционира како противтежа од напливот играни и сериски филмови од северно-американската и од латинско-американската продукција.
- Анализите и истражувањата на публиката покажуваат нагласена потреба од информации за настаните и за случувањата во локалните заедници на чие подрачје се емитуваат програмските сервиси.

4.49. Во Законот за радиодифузната дејност од ноември 2005 година веќе се вградени низа одредби врз основа на кои Советот за радиодифузија може да спроведува соодветна регулаторна политика насочена кон обезбедување плурализам на програмските сервиси и разновидност на програмските содржини. Тргувајќи од својата основна надлежност (член 37 точка 5 од Законот) да донесува подзаконски акти чија цел е да се обезбеди практична примена на одредбите од Законот, Советот за радиодифузија во текот на 2006 и 2007 година усвои повеќе подзаконски акти со кои покрај другите цели, се поттикнува плурализмот и разновидноста на сервисите и содржините.

Со Правилникот за форматите на радио и на телевизиските програмски сервиси, на радиодифузерите им се овозможува да ја прецизираат нивната програмска политика, со што, меѓу другото, стратегиски ќе се ориентира и нивната позиција во конкуренцијата на медиумскиот пазар. Основа за определувањето на форматот, односно природата на програмскиот сервис, се трите медиумски функции: информативна, образовна и забавна, а во случајот на радиото основата е надолнетата и со соодносот говор наспроти музика во вкупната програма. Сето ова во крајна линија се одразува врз висината на коефициентот Кп кој во формулата за пресметување на износот на надоместокот за дозвола додава вредност зависна од форматот. Наодите од повеќегодишните анализа на застапеноста на различните видови програма во програмските сервиси од сите организациски облици и територијални нивоа

покажуваат дека, генерално, исклучително големо е присуството на жанровите со забавна функција, потоа на информативните и најнакрај на оние со образовна функција. Имајќи го предвид ова, **Правилникот е изграден во насока да се стимулираат програмските сервиси со повеќе образовни жанрови, со тоа што за нив е предвидена најниска вредност на Кп.** Во случајот на радиото е земен предвид и фактот дека оние станици кои емитуваат повеќе говорни содржини би требало да имаат и повеќе вработени, па така **износот на Кп е помал за радијата со повеќе говор.**

Во Правилникот за примена на одредбите поврзани со заштитата и негувањето на културниот идентитет и во Правилникот за европски аудиовизуелни дела, **е направен напор да се поттикне производството на одредени видови програми за кои е утврдено дека се дефицитарни во понудата на македонските електронски медиуми.** Имено, извршена е селекција меѓу жанровите, односно пропишано е дека обврските за негување на културниот идентитет и за европски дела ќе се остваруваат преку: играна, документарна, документарно-забавна, образовна, образовно-забавна, актуелно-информативна со документаристички пристап, програми од областа на културата, уметноста и хуманитарните науки, концерти, музички фестивали, фолклорни танци, балет и современ танц, опери, хумористични емисии/серијали снимени во ентериер/екстериер и комедии кои се драматуршки целини снимени во студио. Имајќи предвид дека овие две обврски се тесно поврзани со фаворизирањето на домашната продукција, може да се очекува дека ваквите одредби од правилниците ќе помогнат и за стимулирање на делата произведени во Република Македонија.

НАСОКИ

Потребно е да се поттикне развојот на специјализирани (тематски) програмски сервиси. Една од можностите да се реализира тоа е да се намали надоместокот за дозвола за ваквите сервиси.

Поттикнување на домашната продукција²⁸, составена од жанровски и тематски разновидни програмски содржини дисперзирани во остварување на сите три основни медиумски функции - образовна, информативна и забавна.

Важно е да се инсистира на доследна примена на обврската за емитување европски аудиовизуелни дела.

Потребно е зголемување на протокот на локални информации и содржини во програмите на радиодифузерите. Еден од начините да се мотивираат радиодифузерите да емитуваат локални информации е при идното доделување дозволи во процесот на евалуација на пријавите, критериумот застапеност на информациите за локални настани да носи повеќе бодови. Информирањето за локални настани може да се обезбеди

²⁸ Под програма од домашна продукција се мисли на програма произведена во Република Македонија без оглед дали станува збор за емисии на самиот радиодифузер, за копродукција, за нарачана продукција или за програма произведена од други радиодифузери или независни продуценти.

и преку стимулирање на развојот на регионалните телевизии кои, со дозволата ќе добијат обврски да известуваат за случувањата во сите локални подрачја што ги покриваат со сигнал.

Либерализирање на регулативата за рекламирање во делот што се однесува на пласирањето производи во аудиовизуелните дела со цел да се поттикне финансирањето на програмите.

Востановување годишна парична награда за домашни аудиовизуелни дела во дефицитарни жанрови.

Обврската на МРТ за програми од независни продуценти да се остварува преку нарачка на квалитетни програми што недостигаат во програмската структура на сервисот.

За МРТ да се размислува развојно и да ѝ се овозможи, ползувајќи го техничко-технолошкиот развој, да емитува повеќе радио и телевизиски сервиси на различни платформи.

Прецизно определување на обврските на МРТ во однос на содржината на сервисите, односно во поглед на застапеноста на видовите програми.

Во сервисите на МРТ наменети за немнозинските етнички заедници, да се стимулира мултикултурноста преку производство на заеднички програмски содржини или со превод на дел од програмите.

Да се инсистира на доследно почитување на законските обврски за негување на културниот идентитет и за застапеноста на европски аудиовизуелни дела.

Понатамошен развој на непрофитниот сектор.

Втора генерална цел: негување на културниот идентитет, поттикнување на заемното разбирање и толеранција

- 4.50. Програмските принципи и стандарди, обмислени преку професионален новинарски ангажман, се формулирани во Законот за радиодифузната дејност и ја нагласуваат потребата од програми со кои, пред сè, се поттикнуваат развојот и **зачувувањето на националната култура** и програми што поттикнуваат култура на дијалог, во која ќе се зацврстуваат заемното **разбирање и толеранцијата меѓу заедниците** во мултиетничка и мултикултурна средина.

Токму затоа, зачувувањето на националниот идентитет, јазичната култура, домашното творештво и отвореноста на програмите за изразување на различните култури во општеството се другата генерална цел во однос на програмите.

- 4.51. Со Законот за радиодифузната дејност од 2005 година се утврдени **законски обврски** за радиодифузерите да емитуваат **програма изворно создадена** на македонски јазик или на јазиците на немнозинските заедници кои живеат во Република Македонија, и

вокално-инструментална музика на македонски јазик или на јазиците на етничките заедници.

Основната цел на Правилникот за примена на одредбите поврзани со заштитата и негувањето на културниот идентитет се состои во утврдување начини за остварување законски пропишан минимум изворно создадена програма, односно вокално-инструментална музика, што се исполнува на оној јазик на кој радиодифузерот се обврзал дека ќе го емитува говорниот дел од својот програмски сервис, согласно со дозволата за вршење радиодифузна дејност.

- 4.52. Мониторингот на досегашното исполнување на овие обврски покажа оти радиодифузерите не успеваат секогаш да ги достигнат пропишаните проценти. Од друга страна, постојната одредба од Законот (потоа операционализирана во Правилникот) во практиката се покажа ригидна, бидејќи се инсистира единствено јазикот, односно вокалниот дел од музиката да биде пресуден културолошки фактор за да се определи кои медиумски производи го штитат културниот идентитет.

НАСОКИ

Обезбедување поголема застапеност на програмите изворно произведени на македонски јазик или на јазиците на мнозинските етнички заедници кои живеат во Република Македонија.

Негување на домашната музика.

Да се води сметка за задоволување на потребите за пристап до медиумите и на малите етнички заедници што живеат во Република Македонија.

Трета генерална цел: професионализација на медиумите

- 4.53. Според зачестените реакции на граѓани до Советот, се покажува нужно обезбедувањето висок степен професионална новинарска и уредничка одговорност, особено во однос на заштитата на малолетниците, заштитата на приватноста и достоинството на личноста, бескомпромисно почитување на хуманите и на моралните вредности на човекот, на еднаквоста на граѓанските слободи и права, со цел да се елиминира можната дискриминација по која било основа. Затоа професионализацијата на медиумите е следната генерална цел.

- 4.54. Неколку подзаконски акти се групирани околу стратегискиот мотив за усовршување на професионалните програмски стандарди, а за етичка водилка пред сè ја имаат медиумската јавна заштита и негување на граѓанските, на националните и на опстохуманите вредности, декларативно зададени и со Законот за радиодифузната дејност.

Оттука, Правилникот за заштита на малолетната публика од програми што можат штетно да влијаат врз нејзиниот физички, психички и морален развој, за стратегиска цел си ја поставува соодветната

категоризација на радио и телевизиската програма и тоа втемелена врз очекуваниот состав на публиката во одделни периоди од деноноќието. Врз принципите на корегулација, правилата што во оваа насока ги поставува Советот за радиодифузија мора да бидат почитувани од сите медиуми, при што исклучително се почитува правото на слободен проток на информациите за навремено, точно и непречено известување на јавноста за сите сфери од општествениот живот.

Заштитата на генерациски разновидната медиумска публика сфатена како потрошувач и како активен чинител во програмските активности, од медиумски аспект е дефинирана преку два правилника: Правилник за користење телефонски услуги со посебна тарифа во програмите на радио и телевизиските програмски сервиси, и Правилник за начинот на идентификација на спонзорите во радио и ТВ програмите. Целта на овие правилници е да се утврдат што е можно **појасни, маркетиншки чесни начини за информирање и за задоволување на комерцијалните потреби на публиката**, при што еднакво важно место зазема и заштитата на човековото достоинство, елиминирањето каква било злоупотреба на малолетничката лековерност и можноста конкретен медиумски производ непречено да исполнува осмислена медиумска функција.

Професионалноста во извршувањето на обврските и функциите на новинарите и радиодифузерите особено доаѓа до израз во делот на почитувањето на член 69 од Законот со кој се забрануваат „програми што се насочени кон насилно уривање на уставниот поредок на Република Македонија или кон поттикнување или повикување на воена агресија или на разгорување на национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост“. Основата на овој член се наоѓа во темелот на слободата на изразувањето - во член 10 од Европската конвенција за човековите права, чиј втор став потенцира дека остварувањето слобода на изразување и на информирање носи и обврски и одговорности, поради што „може да биде предмет на такви формалности, услови, ограничувања или казни, какви што се пропишани со закон и се неопходни во едно демократско општество...“. Насоки за тоа како професионално да се изврши новинарската задача и да се информира за настанот, а притоа да не се прекрши член 69 од Законот дава, пред сè, саморегулаторниот акт - Кодексот на новинарите на РМ, потоа Препораката на Советот на Европа за „говорот на омразата“, и особено - Препораката на Советот за радиодифузија на РМ за начинот на известување од состојби на тензии, воени и други видови оружени судири, донесена во 2001 година. **Со овој документ Советот им ги посочи на медиумите можните решенија за дилемата што да направат со „изјави, соопштенија и други содржини кои со своето влијание врз публиката можат да поттикнат насилство или да охрабрат омраза“.**

Во прилог на усовршувањето на професионалните новинарски перформанси и како заложба за поефикасна реализација на програмите кои ќе овозможат полесно остварување на обврските преземени со избраниот формат на програмскиот сервис, Советот за радиодифузија

усвои и Одлука за класификација на радио и на телевизиските програми. Одлуката ги опишува основните карактеристики на најфреквентните радио и телевизиски жанрови опфатени во трите конвенционални медиумски функции - информативна, образовна и забавна. Пошироко погледнато, обидот на овој начин **да се стандардизираат критериумите за квалитетот на медиумскиот производ**, помага и во доближувањето до генералните стратегиски цели за постигнување на медиумски професионализам и новинарска и уредничка одговорност.

Изминативе речиси две години од донесувањето на Законот за радиодифузната дејност, во прилог на медиумската професионализација **Советот организираше повеќе работилници и јавни расправи** за различни теми од радиодифузијата со сите радио и ТВ-станции. Советот е отворен за редовен контакт со радиодифузерите и со продуцентите на аудиовизуелните дела, кои имаат потреба од консултација во врска со аспектите од Законот или од подзаконските акти кои го засегаат подготвувањето и реализацијата на радио и на телевизиски програми. Сите овие активности се логично продолжение на досегашната десетгодишна регулаторна дејност на Советот и претставуваат дел од низата која продолжува.

НАСОКИ

Во оваа смисла мошне важна е континуираната надградба на професионалните капацитети на уредничкиот и на новинарскиот кадар.

Регулирање на содржините во дигиталното опкружување

- 4.55. Правилникот за форматите... е целосно во духот на европската тенденција за **поедноставување на радио и телевизиските формати во ерата на дигитал(изира)ните програмски сервиси**. Во поранешните договори за концесија, особено во оние доделени по обновите на договорите на некои од радиодифузерите (на двапати, во 2003 и во 2005 година), многу постриктно беа наведени обврските кои секој од радиодифузерите самостојно се обврза дека ќе ги почитува (во однос на жанровите, на структурата на музиката според јазикот, итн.). Во сегашните дозволи сето ова е многу поедноставено и на радиодифузерите им е дадена можност послободно да ги определуваат своите програмски шеми. Нивна обврска е да останат во рамките на форматот и во границите на застепеноста на медиумските функции, односно музичките жанрови, кои, повторно, самите ги определија.

На пример, едно локално радио во својот Договор за концесија имаше член во кој беа предвидени вакви програмски обврски:

- *да емитува програма со следнава жанровска структура: вести, информативна програма, информативно-забавна програма, забавна, музичка, спортска програма, реклами, други содржини;*
- *да емитува најмалку 10% говорни содржини;*
- *говорниот дел од програмата да го емитува на македонски*

јазик;

- *да емитува сопствени вести со вкупно времетраење од 2 часа и 45 минути дневно;*
- *да емитува програма за деца најмалку 1 час неделно;*
- *музиката да се емитува на македонски јазик најмалку 50%, а другиот дел според најавената структура (на српски/хрватски и на англиски јазик).*

Во Дозволата на истата локална радиостаница сега стои:

Програмски сервис говорно-музичко радио од општ формат во кој застапените видови програми остваруваат најмалку две од трите медиумски функции.

НАСОКИ

Во поглед на создавањето **услови за дигитализација** на радиодифузниот пејзаж, за линеарните сервиси ќе важат правилата за програмски барања, стандарди и принципи од Законот и од подзаконските акти.

Сепак, треба да се направи анализа на можностите за либерализација на регулативата за линеарните сервиси во духот на европската медиумска политика.

Нужно треба јасно да се определат програмските барања за нелинеарните сервиси во согласност со карактеристиките на македонскиот радиодифузен пазар.

Дигитализација на радиодифузијата

Основни придобивки од дигитализацијата

Вовед

- 5.1. Дигиталната терестријална телевизија (DTT), претставува технички систем кој овозможува пренос на аудио и видеосигнали, а притоа користи помал дел од фреквенцискиот спектар за пренос на еден видеоканал. Системот овозможува градба на дистрибутивни мрежи кои можат да работат на една единствена фреквенција (SFN), што е многу порационално искористување на ограничениот фреквенциски спектар. Преминот од аналогната телевизија вообичаено се одвива постапно, а во одреден период и двата система можат да работат едновременно (симулкаст). На една канална фреквенција (типично 8 MHz) со DTT-системот можат да се пренесуваат повеќе програмски сервиси, односно да се формира еден мултиплекс (или layer) со четири до пет (MPEG-2) или 8 до 10 (MPEG-4) SDTV-програмски сервиси. Можен е и пренос на слика со висока резолуција (HDTV). DTT-системот овозможува пренос на повеќе тонски канали - опција погодна за повеќејазични средини.

Со DTT-системот се нарушува концептот на еден имател на фреквенција и едновременно производител на една програма. Ова значи дека на медиумската сцена се појавуваат производители на програма и оператори кои овозможуваат пренос на програмски сервиси.

Придобивките од дигитализацијата на радиодифузните системи се:

- можност за зголемен избор и за воведување нови програмски сервиси;
- дигиталните системи, покрај видео и/или аудиоинформации, може да пренесуваат и дополнителни сервиси: пренос на податоци, интерактивност, напреден телетекст, електронски програмски водич, учење преку телевизија (telelearning), купување преку телевизија (teleshopping) итн. Значајна е и можноста за контролиран пристап кон содржините од страна на корисниците (но и со повисока цена);
- квалитетно покривање на подрачјата може да се оствари со помала емитувачка моќност на предавателните уреди, со што се заштедува електрична енергија, а квалитетот на приемот е еднаков во целата зона;

- широка понуда на дигитални платформи од повеќе производители, со меѓусебна интероперабилност. Регулаторот треба да обезбеди механизми за запазување на интероперабилноста на уредите што се нудат на пазарот;
- одложено гледање телевизија (time shift viewing) преку уредите кои поседуваат системи за снимање на видеосигнали.
- можност за прием на висококвалитетна слика во HD-формат со напреден повеќеканален тонски пренос;
- ослободување на дел од фреквенцискиот спектар и негова пренамена за други сервиси, а тој слободен дел понатаму може да се нуди на концесиски основи.

Во процесот на премин од постојната аналогна во новата дигитална терестријална радиодифузија, во сите земји акцентот е ставен на преминот од аналогна кон дигитална терестријална телевизија.

Корисничка опрема: STB-уред или дигитален телевизиски приемник, приемна антена

- 5.2. За да се дигитализира терестријалната телевизија потребно е да се изврши приспособување на приемната опрема кај населението, преку набавка на наменска конверторска опрема, популарно позната како STB (Set Top Box), или преку набавка на современ телевизиски приемник со вграден приемник за DTT. Набавката на STB-уредот бара помали финансиски средства, а овозможува следење на дигитално пренесувани телевизиски програми на стандарден аналоген телевизиски приемник. Треба да се напомене дека најголем дел од ТВ-приемниците во постојната понуда во Република Македонија немаат вграден приемник за DTT.

Од аспект на опремувањето на населението со STB-уреди постојат две можности: оваа опрема корисникот може независно да ја набави, или пак се испорачува од страна на операторот на DTT како составен дел на воспоставениот претплатнички однос. Доколку се примени вториот пристап, корисникот ќе мора да му плаќа на операторот за сите програми што ги следи, но притоа не смее на корисникот да му биде ускратена можноста за следење на т.н. слободни (free-to-air) или бесплатни програми. Во земјите со силна регулаторна рамка, решението за STB-уредите што можат да им се нудат на корисниците се наметнува со цел да се постигне интероперабилност и заштита на корисниците - корисниците добиваат можност за лесна миграција од еден кон друг DTT-оператор. Затоа за Македонија најсоодветно решение е да се наложи сите STB-уреди, кои ќе бидат понудени на пазарот, да мора да имаат можност да ги примаат и слободните (free-to-air) програми.

Покрај STB-уредите, постојат и телевизиски апарати со интегрирани DTT-приемници. Изборот на техничкото решение, кое ќе може да се понуди

на пазарот, ќе биде предмет на регулација, односно треба да се наметне обврска за т.н. API од отворен тип (Application Program Interface), кој ќе овозможи интероперабилност и релативно едноставна надградба. Во оваа контрола ќе бидат вклучени надлежните институции, како на пример АЕК. Тенденцијата за апликативно стандардизирање на ваквиот тип уреди е силно поддржана од релевантни европски регулаторни тела. Корисничките уреди може да остварат и интерактивна оперативност, за што е потребен повратен канал. Техничките параметри на корисничката опрема за прием на DTT се опфатени со Рамковната директива 2002/21/EC за електронски комуникациски мрежи и сервиси. Во Директивата се наведува дека е добро да им се даде предност на понудувачите на опрема со отворен стандард, како на пример MHP (Multimedia Home Platform) API и со систем за условен пристап од т.н. multicrypt - стандард.

Со цел подеднакво да се стимулира приемот на слободните и на платените програмски сервиси, потребно е да се дефинираат и постапките за декодирање на т.н. платени канали, односно да се одредат перформансите на STB-уредите што ќе се нудат на одреден пазар. Тоа подразбира, меѓу другото, можност со едноставно вметнување на декодерски картички од различни оператори на мултиплекс во истиот тој STB-уред да се врши декодирање, а притоа секогаш да се има можност за непремен прием на бесплатните канали.

Корисникот може да ја користи старата антенска опрема, но со DTT се отвора и можноста за квалитетен видеоприем и со собни антени, во т.н. режим за внатршен прием (indoor reception). Во Република Македонија нивото на моќност на предавателните точки, кое е веќе меѓународно искоординирано, предвидува работа на DTT-системите за внатрешен прием.

Продукциска и преносна опрема

- 5.3. Вообичаено е радио и телевизиските продукциски капацитети да се целосно или речиси целосно дигитализирани пред да се пристапи кон дигитализација на преносот, односно пред да се влезе во процесот на дигитализација на радиодифузијата. Имено, целосното искористување на придобивките на DTT подразбира располагање со дигитални радио и телевизиски продукциски капацитети. Сепак, доколку случајот не е таков, потребни се вложувања заради замена на постојната аналогна со дигитална студиска опрема.

DTT бара целосно нова преносна мрежа која вклучува нова мултиплексна опрема, нова предавателна и репетиторска опрема и делумно нови насочени врски. Претходно наведената опрема мора целосно да биде усогласена со стандардите пропишани од надлежните институции.

Дигиталната радиодифузија во Европа и во светот

- 5.4. Дигиталната радиодифузија е воведена во САД во 1994 година, а во 1996 година и во Европа. Дигитализацијата најпрвин ја опфати сателитската радиодифузија, па кабелската, а набргу потоа и терестријалната радиодифузија. Процесот на дигитализација во сателитската и кабелската радиодифузија е оставен да се одвива пазарно. Овој процес кај сателитската радиодифузија е речиси завршен. Процесот на дигитализација на терестријалната телевизиска радиодифузија е најсложен.

За сателитската радиодифузија во САД е прифатен европскиот DVBS-стандард, додека за терестријалната телевизија се применува стандардот ATSC. Датумот за конечно исклучување на аналогната терестријална телевизија (Analog Switch-Off) е 1 јануари 2009 година. ATSC-стандардот уште се користи во Канада, Мексико и Јужна Кореја. Датумот на исклучување во Јужна Кореја е планиран за крајот на 2010 година. За терестријалната дигитална телевизија, покрај европскиот стандард DVB-T и американскиот ATSC, во светот се користи само уште еден посебен стандард, во Јапонија каде што исклучувањето е планирано за 2011.

Сите други светски држави го користат европскиот DVB-T како стандард.

- 5.5. Комисијата на Европската Унија во септември 2003 година ги објави насоките за премин од аналогна во дигитална радиодифузија²⁹. Во овој документ се посочуваат предностите на дигиталната радиодифузија, како и можностите за искористување на фреквенцискиот спектар што ќе се ослободи со исклучувањето на аналогната телевизија (т.н. дигитална дивиденда). На процесот на дигитализација Европската унија му даде уште поголемо значење со Соопштението од мај 2005 година, во кое децидно е наведено дека до почетокот на 2010 година процесот на премин кон дигитална терестријална телевизиска радиодифузија треба да биде во напредна фаза во сите земји-членки, а дека до почетокот на 2012 година треба да биде веќе завршен и процесот на исклучување на аналогната терестријална телевизиска радиодифузија. Ваквиот став на ЕУ доведе и до одлуката донесена на Регионалната радиоконференција (RRC '06) на Меѓународната унија за телекомуникации одржана во 2006 година, според која заштитата на аналогната терестријална (телевизиска) радиодифузија во сите земји од регионот 1 (во кој спаѓа и Република Македонија) ќе важи само до 2015 година. Земјите-членки, кои се наоѓаат на границите на ЕУ, ќе мора да ги штитат аналогните фреквенции на своите соседи кои не ѝ припаѓаат на Унијата, најдоцна до 2015 година.

- 5.6. Во сите држави на ЕУ се прифатени DVB - Digital Video Broadcast стандардите за дигитална радиодифузија: DVB-S, DVB-C, DVB-T и други. При

²⁹ COM (2003) 541 од 17 септември 2003 година.

ововедувањето на дигиталната терестријална телевизија, европските земји најчесто го користат модулацискиот метод DVB-T со 8K носители (со исклучок на Велика Британија која започна со 2K), додека како модулациски шеми најчесто се употребуваат 16-QAM и 64-QAM. Најзастапената кодна стапка (code rate) е 2/3. Заради порационално користење на радиофреквенциите, се форсира употребата на SFN мрежи со една фреквенција (Single Frequency Network).

Кодирањето на содржините е според стандардот MPEG-2 (ISO/IEC 13818), иако веќе има најави и тестови, а во некои држави и практични имплементации, со многу помоќната компресиска шема MPEG-4 Part 10 (ISO/IEC 14496-10, позната и како H.264). Во еден мултиплекс најчесто се сместуваат четири до пет телевизиски програми (со MPEG-2), а има и случаи каде што дел од капацитетот на мултиплексот е резервиран за други нерадиодифузни сервиси. Одредени држави почнаа, користејќи го стандардот MPEG-4, експериментално да емитуваат и HDTV-содржини.

Актуелна состојба во Република Македонија

5.7. Република Македонија има население од 2.022.547 жители или 564.296 домаќинства. Располага со шест аналогни терестријални радио и осум телевизиски радиодифузни мрежи за пренос на програми на јавни и приватни радиодифузери, како и со одреден број комерцијални аналогни кабелски телевизиски дистрибутивни мрежи. Јавните радиодифузери ги користат јавните радиодифузни мрежи на јавниот радиодифузен оператор ЈП „Македонска радиодифузија“ (МРД). Комерцијалните радиодифузери располагаат со сопствени радиодифузни мрежи, односно најчесто самите ги пренесуваат своите програмски сервис.

5.8. Постојната ситуација во Република Македонија не е поволна во поглед на воведувањето на DTT. Досега е пуштен во работа само еден експериментален предавател за DTT во Скопје со мала моќност (100W), кој пренесува мултиплекс од четири програмски сервиси. Во радиодифузната мрежа постојат само неколку предаватели кои се подготвени за дигитално емитување (digital ready). Преносните системи се доминантно со аналогна природа, со делумно изградена дигитална преносна мрежа во сопственост на МРД, која е проектирана на национално ниво, со конфигурација 1+1, но во овој момент е инсталирана приближно 30% од целата предвидена опрема за основната (backbone) мрежа.

Кај приватните радиодифузери не се евидентирани активности поврзани со воведување на дигиталната терестријална телевизија, освен најава од една фирма која е заинтересирана да работи како сервис-провајдер и контент-провајдер на национално ниво.

Според податоците од спроведеното истражување во мај 2007 година, на кабелските дистрибутивни системи се приклучени 52,1% од македонските домаќинства, прием преку терестријална дистрибуција (класична антена)

имаат 39,5%, а преку сателитска дистрибуција 8% од домаќинствата. Во зависност од локацијата, преку кабелските системи може да се следат од 30 до 60 ТВ програмски сервиси, додека пак преку терестријалната дистрибуција може да се следат шест национални и од еден до шест локални програмски сервиси. Приемот преку сателитските системи е концентриран кон т.н. слободни канали.

- 5.9. Аналогната терестријална звучна радиодифузија се реализира како AM во MW-подрачјето и FM во VHF-подрачјето. Само МРД располага со MW-мрежа за пренос на првата радиопрограма на националниот јавен радиодифузер, Македонската радиотелевизија (МРТ). Мрежата покрива 99,5% од населението. Три национални јавни радиоканали се обезбедени преку три FM-мрежи на МРД кои покриваат меѓу 90 и 95% од населението. Уште три комерцијални радиодифузери вршат тонска радиодифузија на национално ниво, главно преку сопствени мрежи, а делумно и преку користење на некои од капацитетите на МРД. Локалните комерцијални радиодифузери своите програмски сервиси ги пренесуваат преку сопствени предаватели.

Уште од крајот на '90-тите години неколку поголеми радиосервиси своите програми ги имаат направено достапни и преку Интернет.

Аналогната терестријална телевизиска радиодифузија се одвива главно во UHF, со исклучок на дел од првата мрежа на МРТ/МРД која е во VHF-подрачјето. Националниот јавен радиодифузер, МРТ, обезбедува три сервиси преку три мрежи на МРД, кои покриваат од 90 до 99% од населението.

Петте комерцијални радиодифузери своите програмски сервиси ги пренесуваат главно преку сопствени мрежи, а делумно и преку користење на капацитетите на МРД. Локалните комерцијални телевизии програмите ги пренесуваат преку сопствена предавателна опрема.

Состојба со студиската инфраструктура

- 5.10. Со исклучок на студиската опрема во Македонското радио (радиосегментот од ЈП МРТ), студиската инфраструктура кај најголемиот број регионални и локални радиодифузери во Република Македонија не е на технолошко ниво кое би овозможило целосно искористување на придобивките од преминот од аналогна на дигитална радиодифузија. Од друга страна, повеќето комерцијални национални радиодифузери започнаа да работат на овој проблем.

Состојба со дистрибутивната и контрибутивната инфраструктура

- 5.11. Покрај постојната мрежа од двонасочни микробранови врски од аналоген тип, со преносен капацитет од еден 5,5-мегахерцен PAL-видеосигнал и четири 15-килохерцни FM-аудиосигнали, која се користи за дистрибуција на телевизиските и радиопрограмите на ЈП МРТ, ЈП МРД гради и нова

дигитална SDH STM-1-базирана двонасочна микробранова мрежа со вкупна битска стапка од 155 Mb/s. Кога ќе биде целосно завршена, оваа мрежа покрај јавниот радиодифузен сервис, може да ги задоволи сите идни потреби на постојните национални радиодифузери, а не само на јавниот радиодифузен сервис. Скелетот на оваа мрежа ќе се состои од западен и источен прстен, а моментално (со помош од норвешката влада и со сопствени инвестиции) е изградена приближно една половина од западниот прстен. Дел од предавателите се подготвени за дигитално емитување (digital-ready), а на повеќето антенски системи има можност за проширување.

Потенцијален интерес за дигитална радиодифузија кај радиодифузерите

- 5.12. Кај дел од радиодифузерите во Република Македонија постои интерес за воведување на одредени форми на дигитална радиодифузија.

Јавното претпријатие МРД, во соработка со ЈП Македонска радио-телевизија, од крајот на 2004 година веќе експериментално емитува еден DVB-T-мултиплекс со 4 програмски сегменти и го покрива централниот дел на Скопје. Со краткорочниот план за развој на ЈП МРД е предвидена набавка на уште два DVB-T-предавателя со што ќе се овозможи формирање на експериментална SFN-мрежа во Скопје и почнување со експериментално емитување на DVB-T во Битола. МРД и МРТ го изразија и својот прелиминарен интерес за идна имплементација на DRM, со двонеделна конверзија кон крајот на 2004 година на постојниот аналоген среднобранов предавател во DRM-предавател, и со мерења на квалитетот на приемот во и надвор од рамките на Република Македонија.

Подготвеност на потрошувачите за дигиталната радиодифузија

- 5.13. Една од новините на дигиталната радиодифузија се интерактивните апликации додадени кон радио/телевизиската програма: купување од дома (home shopping), разговор (chat-апликации), обложување, квиз итн.

Во поглед на телефонската структура, 84% од сите домаќинства располагаат со фиксна телефонска линија, а 71% со барем еден мобилен телефон. Во поглед на Интернет-инфраструктурата, ситуацијата е многу неповолна, зашто само 14 % од домаќинствата располагаат со Интернет-пристап, а дури кај 76 % од нив Интернет-пристапот е теснопојасен (dial-up или ISDN). Според спроведените анкети, населението во моментот не е подготвено за пошироко прифаќање на DVB-T, бидејќи 21% од домаќинствата изјавиле дека не се подготвени или не можат да си дозволат инвестирање во приемната техника за дигитален сигнал, дополнителни 12% не знаат дали би инвестирале во ваква техника, а дури 35% изјавиле дека ќе инвестираат во нова дигитална техника само ако немаат доволно избор на аналогни канали.

Дигитализација на терестријалната телевизија

Технички стандарди и критериуми

5.14. При воведувањето на дигиталната терестријална телевизија во Република Македонија треба да се применува европскиот систем DVB-T (EN 300 744) со 8K (8.192) носители. Во поголем број на европски земји како најоптимални се избрани следниве параметри: COFDM со 8K и 64 QAM за фиксен, или 16 QAM за портабл-прием, со 2/3 однос на кодирање и заштитен интервал помеѓу 1/8 и 1/16. На овој начин се обезбедува битска стапка од 14,75 до 23,42 Mbit/sec. Поголемите стапки се претежно наменети за случаите кога е потребно во зоната на покривање да се извршува фиксен прием, додека преносот со пониски стапки е поробустен (поотпорен на шум) и се препорачува на места каде што ќе треба да се извршува портабл-прием. Јачината на сигналот на местото на прием да биде со ниво што ќе овозможува квалитетен прием во просториите (indoor reception) во станбените блокови.

5.15. Битските стапки наведени погоре се доволни за 4 до 5 SDTV-сервиси компримирани според стандардот MPEG-2. Ако се употребува компресија според стандардот MPEG-4, која е многу посупериорна и која сè поголем број држави најавуваат дека ќе ја применуваат, во еден мултиплекс се можни 8-10 SDTV-сервиси, односно 3-4 HDTV-сервиси.

За компресија на своите програмски содржини, радиодифузерите во Република Македонија треба да го користат стандардот MPEG-4 part 10 - AVC (познат и како ISO/IEC 14496-10, односно под називот H.264 на ITU).

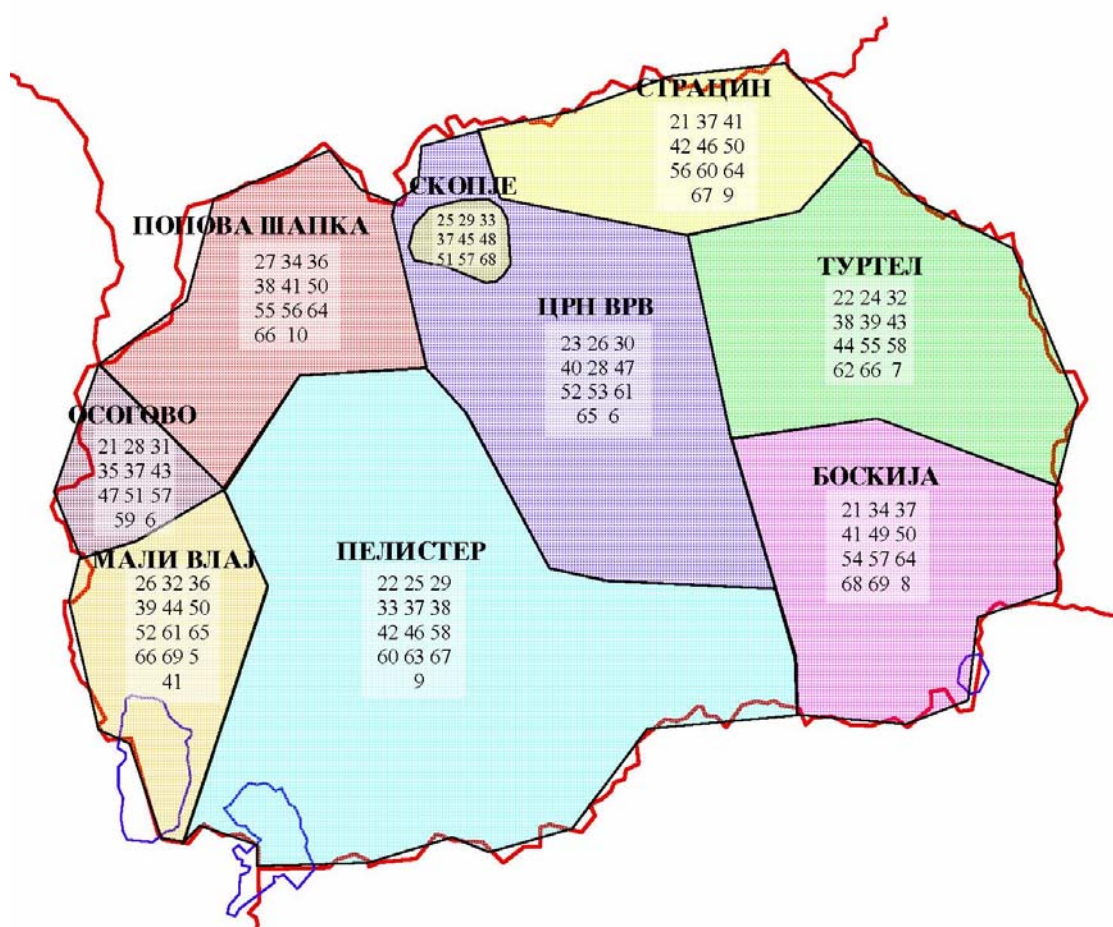
5.16. Во Република Македонија треба да се користи API од отворен тип кој е широко прифатен во другите европски држави. Во овој момент овие два услова го исполнуваат само стандардот DVB-MHP (ETSI TS 101 812).

5.17. Во прва фаза за дополнителните сервиси би требало да се остави стапка не поголема од 1 Mbit/s. Натаму, во зависност од побарувањата на гледачите, оваа стапка може и да се зголеми, но не на штета на преносот на основните ТВ-сервиси. Во повеќе држави капацитетите наменети за дополнителните сервиси се ограничуваат процентуално во однос на вкупната стапка и најголемиот дозволен досега изнесува до 25%, што треба да биде лимит и во Р. Македонија.

5.18. Иако DVB-H-сервисите може да се реализираат во сегмент од еден DVB-T-мултиплекс, заради подобро покривање е подобро DVB-H-сервисите да се имплементираат со одделување на еден посебен мултиплекс само за таа намена. Овој наменски мултиплекс ќе може да се подели меѓу неколку оператори кои ќе пројават интерес за имплементирање на ваков вид сервис.

Мрежи (мултиплекси)

5.19. На конференцијата RRC-06 за 8 географски подрачја (распределени или алотмент-зони) (Црн Врв, Страцин, Туртел, Боскија, Пелистер, Мали Влај, Стогово и Попова Шапка), на кои е разделена вкупната територија на Република Македонија за целите на фреквенциското планирање, за DTT се договорени по 10 до 13 UHF-и по една VHF-фреквенција. Покрај тоа, заради дополнително DTT-покривање на територијата на главниот град, во рамките на алотмент-зоната Црн Врв постои уште една алотмент-зона (Скопје) со договорени 9 UHF-фреквенции. Деталите за алотмент-зоните се дадени на сликата.



Слика III-1 - Allotment-зони и договорени UHF/VHF-каналы за DTT

5.20. Во услови на целосна исклученост на аналогната терестријална телевизиска радиодифузија, секоја алотмент-зона, освен зоната Скопје, располага со ресурси за изградба на минимум по 10 SFN DTT-мрежи, (мултиплекси или лејери). Бидејќи мултиплексите можат меѓусебно да се здружуваат, се располага со ресурси за изградба на 10 национални DTT-мрежи, или по 10 регионални мрежи во секоја од алотмент-зоните или нивна комбинација. Тоа значи еквивалент од најмалку 80 (ако се користи

MPEG-4) национални SDTV DTT-програми. Ова дава простор за префрлање на комплетната тековна телевизиска понуда од аналоген во дигитален формат, но уште поважно дава можност и за збогатување на медиумскиот пазар со новопонудени SDTV/HDTV-сервиси, DVB-H, паневропски, иновативни сервиси итн.

- 5.21. Преминот од аналогна на дигитална терестријална телевизија ќе се одвива според фреквенциски план што ќе го изготви Агенцијата за електронски комуникации, а кој ќе овозможува етапна реализација, при што ќе се земе предвид потребниот период на истовремено емитување, како и темпото на исклучување на аналогните телевизиски предаватели. Фреквенцискиот план би требало да се изработи за спроведување во најмалку две етапи.
- 5.22. Во првата етапа се предвидува имплементација на мултиплекси за национално покривање. Еден мултиплекс без конкурс ќе му биде доделен бесплатно на ЈП МРД и ќе биде наменет пред сè за пренос на јавните телевизиски сервиси (МТВ), со приоритет преостанатите слободни канали да се понудат под еднакви услови на националните комерцијални ТВ-сервиси. Другите мултиплекси ќе бидат доделени на меѓународен тендер, со можност најмногу три мултиплекси да бидат доделени на еден оператор. Доколку постојат технички можности во овој период, се планира и конкурс за еден регионален мултиплекс за подрачјето на Скопје.
- 5.23. Во втората етапа се предвидува реализација на два мултиплекса наменети за пренос на нови комерцијални телевизиски сервиси или на еден мултиплекс за споменатата намена и еден мултиплекс за иновативни сервиси, зависно од оценката за интересот на пазарот по завршувањето на првата етапа. Во истата етапа може да се опфати и реализација на еден мултиплекс за пренос на регионални телевизиски сервиси (вклучително и во Скопје, ако тоа не се оствари во првата етапа).
- 5.24. Остатокот од фреквенциските ресурси би требало да се зачува како резерва за идни потреби (за HDTV, за паневропски сервиси или за некои идни иновативни сервиси).

Акционен план

- 5.25. **Прва фаза:** Подготовка и усвојување на законската и подзаконската регулатива за воведување на DTT, односно дигитална радиодифузија воопшто (прва половина на 2008 година).

Потребно е дополнување на законската рамка со која ќе се овозможи експериментално работење на дигиталните мултиплекси. Треба многу внимателно и точно, согласно со Законот за радиодифузна дејност и со Законот за електронски комуникации, да се дефинира кој и под кои услови ќе може да го користи ова право. Мултиплексите мора да се доделат во јасна, прецизна и транспарентна конкурсна постапка. На

меѓународен тендер ќе се доделат два мултиплекса за национално покривање и евентуално, во зависност од можностите, еден мултиплекс за регионот на Скопје.

Постојните радиодифузери и новите понудувачи на содржини мора доследно да ги следат условите наведени во правилниците донесени од Советот за радиодифузија.

5.26. Втора фаза: Започнување со DTT (до крај на 2009 година)

Се започнува со оператори на мултиплекси на национално ниво, и тоа веднаш штом ќе се создадат законските и подзаконските предуслови за тоа. По региони се започнува со Скопје, а потоа со другите региони во Македонија. Услов во конкурсот за операторите на мултиплекси по региони треба да биде покриеност на над 90% од населението во регионот.

Постојните дозволи на радиодифузерите за аналогно емитување директно ќе се преточат во дозволи за дигитално емитување (за понудувачи на содржини). Оваа постапка треба да биде проследена со строги технички, програмски, кадровски и финансиски критериуми за вршење на дејноста, кои произлегуваат од Законот за радиодифузна дејност и од подзаконските акти.

За другите заинтересирани субјекти кои сакаат да емитуваат нови програмски сервиси треба да се распишат нови конкурси. Конкурсите треба да се распишат првенствено за дозволи на национално и регионално ниво. На овој начин ќе се поттикнат локалните радиодифузери да се издиференцираат: или да станат регионални или да останат да зрачат локално (аналогно) сè до нивното евентуално згаснување во 2016 година, кога им истекува дозволата. Во принцип, не би требало да има проблем да се спроведе ваквиот план, бидејќи најголемиот број локални радиодифузери самите бараат да станат регионални, но за тоа е потребно да ги исполнат посебните законски услови. Евентуално, ако има барања за отворање на нови локални програмски сервиси, тоа може да се направи на оние подрачја каде што постојат технички услови за тоа, со што не би бил попречен процесот на дигитализација.

5.27. Трета фаза: Од крајот 2009 до почетокот на 2012 ќе трае периодот на истовремено емитување. Во овој период треба да се поведе широка кампања за опремување на населението со STB (сет-топ-боксови). Во средината на 2011 година може да се почне со исклучување на аналогните ТВ-сервиси по региони, според акционен план изготвен од Националното координативно тело за дигитализација во соработка со АЕК, која се јавува како извршител на оваа активност.

Во оваа фаза прво се исклучуваат оние аналогни предаватели/репетитори кои се користат за дополнително покривање на одреден регион. Со нивното исклучување се отвора простор за почнување со работа и на други мултиплекси. Овој процес најрационално би било да започне од Скопје, па потоа по другите региони низ

Македонија. Веднаш штом ќе се ослободат аналогни фреквенции, ќе се распише тендер за втората етапа - два мултиплекса за национално ниво и еден регионален.

- 5.28. **Четврта фаза:** Заокружување на дигитализацијата со целосно исклучување на аналогните ТВ-предаватели и ставање во функција на расположливите мултиплекси (средина на 2012 година).

Насоки за потребни зафати во законска регулатива

- 5.29. Заради систематски пристап и успешно спроведување на преминот на дигитална радиодифузија, уште во првата фаза на преминот од аналогна во дигитална терестријална телевизија, потребно е да се дополни законската регулатива со која треба да се опфатат следниве прашања:

- категории на сервиси (прва половина на 2008 година);
- категории на корисници (прва половина на 2008 година);
- доделување радиофреквенции за мултиплекси и управување со мултиплекси (2008 година);
- планирање, изградба и користење на дигиталните радиодифузни мрежи (до крај на 2009 година);
- премин од аналогна на дигитална радиодифузија, симулкаст-период (од крај на 2009 до почеток на 2012 година);
- поттикнување на побрзото воведување на дигиталната радиодифузија (од 2010 до 2012 година).

Категории на сервиси

- 5.30. Дигиталниот радиодифузен систем е организиран во мултиплекси или слоеви, а во секој мултиплекс се здружуваат и заедно се пренесуваат повеќе разновидни сервиси. Разновидноста на сервисите е голема, па затоа е уместо пренесуваните сервиси да се класифицираат во четири основни категории: основни, комплементарни, мобилни телевизиски и иновативни сервиси.

- Основни сервиси се телевизиските и радиопрограмите пренесувани во рамките на даден мултиплекс.
- Комплементарни сервиси се сите сервиси кои ги надополнуваат телевизиските или радиопрограмите што се емитураат во рамките на еден мултиплекс. Најдиректни примери на комплементарни сервиси во дигиталната телевизија се електронскиот програмски водич (EPG), дигиталниот телетекст и мултимедиумската домашна платформа (MHP) итн.
- Телевизиски сервиси се дигитални телевизиски програми наменети за прием со мобилна телекомуникациска терминална опрема, а кои се пренесуваат во одделен дел од радиофреквенцискиот спектар.
- Иновативни сервиси се сите сервиси кои не се нудат во мултиплекс заедно со дигиталните телевизиски или радиопрограми, но кои можат да се изведуваат во делот од радиофреквенцискиот спектар кој ќе се

ослободи со укинувањето на аналогната телевизиска радиодифузија.

Категории на корисници

5.31. Според европските директиви (Рамковната директива за електронски комуникациски мрежи и услуги), дигиталните мрежи за радиодифузија се дефинираат како електронски комуникациски мрежи. Со стратегијата за дигитализација на радиодифузијата се предлага да се направи јасно дефинирање и разграничување на три основни функции:

- **Сопственик/управувач на електронска комуникациска и преостаната инфраструктура** (правно лице, сопственик на колкав било дел од електронската комуникациска инфраструктура погодна за дигитална радиодифузија или за иновативни услуги);
- **Оператор на мултиплекс** (правно лице кое располага со дозвола за управување со мултиплекс, односно за емитурање на дигитална радиодифузија);
- **Понудувач на содржини** (правно лице кое располага со дозвола за нудење на програмски содржини во облик на дигитална телевизиска или радиопрограма, во облик на мобилна телевизија или во облик на иновативни услуги).

Понудувачот на содржина и операторот на мултиплекс (сопственикот на комуникациска и друга инфраструктура) треба да бидат два одделни правни ентитета.

Планирање, изградба и користење на дигиталните радиодифузни мрежи

5.32. Географските подрачја на кои се заснова фреквенциското планирање на мрежите за дигитална радиодифузија, ги одредува Агенцијата за електронски комуникации. Агенцијата може да го одреди и тајмингот на изградба на мрежите.

Изградбата на мрежата ја планира и ја изведува операторот на мултиплексот. Ќе се поттикнува спогодбеното регулирање на заедничка употреба на сопственоста и на капацитетите за дигитална радиодифузија, односно даден оператор на мултиплекс ќе може да се договара со друг оператор за заедничко користење на инфраструктурата.

Доделување на радиофреквенции за мултиплекси и управување со мултиплексите

5.33. Доделувањето на радиофреквенции за мултиплекси се прави по правило со распишување јавен конкурс. Конкурсната документација мора да ги содржи битните карактеристики на мултиплексот за кој е распишана радиофреквенција, како што се: фреквенцијата, подрачјето на покривање, капацитетот на каналот, техничките стандарди што треба да се запазат, обемот на резервиран капацитет итн.

За да стане оператор на мултиплекс, одредено правно лице мора преку јавен конкурс да добие одобрение за користење на радиофреквенција за мултиплекс за дигитална радиодифузија, мобилна телевизија или иновативни сервиси. За користење на доделениот ресурс, операторот на мултиплекс на државата ѝ плаќа одреден годишен надомест, во зависност од видот на добиениот мултиплекс. Потребно е да се воведат ограничувања во поглед на максималниот број мултиплекси (најмногу три) со кои ќе може да располага еден оператор на мултиплекс.

Операторот на мултиплекс склучува соодветен договор со понудувачите чии содржини ги вклучува во мултиплексот, а ако е потребно и со сопственикот/управувачот на инфраструктурата низ која се дистрибуираат сигналите на мултиплексот.

Оператор на мултиплекс кој сака истовремено да биде и понудувач на содржини, мора да учествува на распишан конкурс за понудувач на содржини (контент-провајдер), а потоа да оформи нов правен субјект кој ќе се занимава само со контент-провајдерство.

Операторот на мултиплекс мора на сите понудувачи на содржини да им овозможи еднакви и недискриминаторни услови за пристап до мултиплексот со кој управува тој.

Надзор над управувањето со мултиплексот врши Совет на мултиплексот, во кој се застапени сите понудувачи на сервиси сразмерно со процентот од капацитетот што го користат.

Јавното претпријатие МРД без јавен конкурс добива одобрение за користење на радиофреквенција за еден мултиплекс наменет, пред сè, за пренос на програмите на ЈП МРТ. Дел од слободниот капацитет на овој мултиплекс ќе се одреди само за DVB SSU. Со преостанатиот слободен капацитет на мултиплексот, ЈП МРД може слободно да располага, внимавајќи притоа на забраната за дискриминација и овозможувајќи им на заинтересираните национални радиодифузери под еднакви услови со МТВ да го користат мултиплексот.

Премин од аналогна во дигитална радиодифузија (симулкаст-период)

- 5.34. Периодот кога на целата територија на Република Македонија или на одредено нејзино подрачје истовремено ќе работат и аналогната и дигиталната телевизија се нарекува период на истовремено емитување (симулкаст-период). Периодот на паралелна работа се смета за завршен оној момент кога на целата територија на Република Македонија, или на одредено нејзино подрачје целосно ќе биде исклучена аналогната телевизија.

За симулкаст-периодот е потребно да се дефинира посебен режим за

работа. Дефинирањето на овој режим ќе го направи Националното координативно тело за дигитализација, со цел да се скрати постапката на дигитализација, односно да се стимулираат националните радиодифузери да преминат на дигитална платформа.

Исто така, потребно е да се дефинираат условите кога ќе може да се исклучи аналогната телевизија. Датумот на исклучување на аналогната телевизија може да биде определен независно од степенот на пенетрација на DTT или, пак, да се одреди условно исклучување во момент кога на целата територија на државата, односно во одреден регион ќе биде постигнато мигрирање на корисниците во обем поголем од 80%. Исклучувањето на аналогната ТВ не треба да биде подоцна од средината на 2012 година. Исто така, не смее да се дозволи исклучување на аналогната ТВ на оние места каде што квалитетот на приемот на дигиталната ТВ не е на задоволително ниво. Правилата за потребниот минимум на јачина на полето за квалитетен прием на дигиталната телевизија ги одредува и контролира АЕК.

Сите граѓани што живеат на подрачјето на коешто се извршува исклучување на аналогната ТВ, треба навремено и на соодветен начин (преку јавни кампањи) да бидат известени за промените што следуваат. Исто така, и радиодифузерите треба да ги информираат своите гледачи за тоа на кој начин и на кои нови фреквенции ќе можат да продолжат да ги следат нивните сервиси.

По исклучувањето на аналогната ТВ, ослободените радиофреквенции, согласно со усвоената динамика на дигитализацијата и барањата на заинтересираните страни, се огласуваат на јавен конкурс за доделување одобренија за дигитални сервиси.

Поттикнување на побрзото воведување на дигиталната радиодифузија

- 5.35. Заради забрзување на воведувањето на дигиталната радиодифузија, потребно е државата да пропише мерки со кои ќе ги стимулира трговците и граѓаните да набават дигитална опрема за прием, ќе поттикне развој на индустрија за изготвување на STB-уреди и ќе ги стимулира операторите во планирањето и изградбата на мрежите за дигиталната радиодифузија.

Стимулирањето треба внимателно да се изведе на начин кој ќе ги почитува условите пропишани за државна помош. Поради неправилно субвенционирање, досега неколку држави (Италија, Германија, Шведска и др.) се најдоа под истрага од страна на Европската комисија. Од тие причини, начинот на стимулирање треба да биде технолошки неутрален и да се однесува на уреди коишто користат отворени стандарди за интерактивност.

Стимулирањето, пак, на планирањето и изградбата на мрежите за

дигитална радиодифузија има оправданост само на оние места каде што покриеноста со сигнал е релативно слаба или воопшто ја нема, а во дадениот момент нема реална понуда и/или економска оправданост за приватната инцијатива за градба на тие локации.

Следење и водење на процесот на дигитализација

- 5.36. Во Европа процесот на дигитализација на терестријалната телевизија се одвива со силна поддршка на телото DIGITAG, кое има свои национални ограноци. Потребата од постоење на еден ваков разгранок во Република Македонија е во интерес на сите субјекти заинтересирани за ДТТ, односно ги обединува и штити интересите на производителите на опрема, операторите и корисниците на ДТТ. За оваа цел е потребно да се формира посебно **национално координативно тело за дигитализација** од страна на СРД и АЕК, а со вклучување на сите релевантни субјекти (МРД, МРТ, АПЕММ, МАСИТ, независни експерти, Организација за заштита на потрошувачите, сите релевантни министерства), кое ќе функционира како помошно тело во процесот на дигитализацијата.
- 5.37. Ова тело ќе треба да води и едукативно промотивни активности за популаризација на ДТТ, од аспект на неопходната потреба детерминирана од долгорочните цели на Република Македонија во европските интеграции. Преку работата на ова тело треба да се подигне општото ниво на знаења на корисниците поврзани со користењето и придобивките од ДТТ-услугите. Корисниците треба да бидат прецизно запознаени со компетитивните технолошки решенија за да можат самите да донесат одлука за тоа кој систем најмногу им одговара. Корисниците треба да бидат јасно запознаени и со европската агенда за исклучување на аналогните телевизиски сервиси, а таквите сознанија да ги искористат во моментите кога се одлучуваат да набават нова аудио или видеоопрема. За потребите на државата, националното координативно тело би требало, врз основа на широк консензус, согласно со препораките содржани во оваа Стратегија, да изготви план и временска рамка за воведување на дигиталната и исклучување на постојната аналогна терестријална телевизија. Оваа активност е посебно интересна за постојните радиодифузни субјекти, особено за нивните деловни планови поврзани со набавката на нова опрема.
- 5.38. Националното координативно тело, а особено АЕК, треба да има посебна одговорност во сертификаувањето на опремата која операторите предвидуваат да ја инсталираат во новите дигитални мрежи. Значајно е однапред да се дефинираат стандардите што треба да ги задоволува опремата за да можат населението, операторите на мултиплекси и трговците кои ќе продаваат STB, да извршат соодветни набавки и да се избегнат несакани ситуации на инсталација на застарена опрема без можност за надградба.
- 5.39. За надминување на негативните појави, како најрелевантен се покажал пристапот насочен кон наметнување на што е можно поголем број стандарди, а посебно е актуелен стандардот DVB SSU, кој дефинира начини на софтверско надградување, односно корекција на опремата за

прием. Ова прашање е многу чувствително и треба прецизно да биде лоциран носителот на споменатата активност, затоа што е најсоодветно оваа активност да се остварува преку предавателниот сигнал, паралелно со програмскиот сервис, односно бара користење на одреден дел од спектарот. Задача на државата, односно на регулаторното тело, е да одреди посебен спектрален опсег за остварување на ваквиот сервис. Вообичаено е ова да се остварува во делот од спектарот наменет за јавниот радиодифузен сервис.

Доколку се работи во систем со хоризонтална интеграција, повеќе набавувачи на технички средства, оваа постапка е потребно да се спроведе кон сите периферни уреди, што подразбира испраќање на повеќе различни кодови, додека пак, кај системите со вертикална интеграција, оваа процедура е поедноставна затоа што е потребно да се испрати само еден код.

Во досегашната практика, со примена на овој модел се остварени неколку корекции на уредите за прием без никаква директна инволвираност на корисниците, со што се постигнати големи заштеди. Токму затоа DVB-SSU-стандардот (System Software Updates) е прифатен или, пак, е во фаза на прифаќање од најголем број европски држави. Системот SSU овозможува на едноставен и стандардизиран начин да се прават софтверски апдејти на ДТТ-приемниците и на сет-топ-боксовите, со што се подобрува нивната функционалност и интероперабилност.

- 5.40. За масовна промоција на ДТТ-услугите, потребно е да се изготват промотивни телевизиски емисии, да се оформи WEB-страница со мноштво актуелни информации поврзани со инсталацијата и користењето на слични системи низ Европа, да се отпечатат промотивни материјали, да се вклучуваат соодветни текстови во весниците со поголем тираж и да се промовира експерименталниот ДТТ-систем во Скопје, но и во другите поголеми градови, преку инсталација на телевизиски приемници на јавни фреквентни простори и со вклучување во мултиплексот на експерименталниот систем на специјално изготвени промотивни емисии, односно со повремено преземање на туѓи програми изготвени и пренесувани во т.н. HD-формат.

Други елементи што влијаат на динамиката на воведување на ДТТ

- 5.41. Заради забрзување на постапката за воведување на ДТТ се потребни и одредени стимулативни мерки (пропишани со закон) во поглед на начинот на формирање на висината на надоместокот за користење на радиофреквенцискиот спектар. Во симулкаст-периодот, АЕК може еднократно да им помогне на провајдерите во планирањето на новите дигитални мрежи преку ставање на располагање софистицирани софтверски симулациски пакети.
- 5.42. Веројатно ќе биде потребно од страна на државата да се одобрат средства за набавка на одреден број на STB-уреди и нивна дистрибуција

до заинтересираните потрошувачи (гледачи), особено до социјално загрозените, со тоа што примателите на овие уреди би ги отплатувале во повеќе рати. Динамиката и обемот на набавката на овие уреди би требало да ја предлага националното координативно тело за дигитализација.

- 5.43. Сегашната регулатива ги дефинира условите под кои надворешни субјекти може да постават опрема во објектите со кои управува ЈП МРД, со одреден надомест, но воведувањето на DTT подразбира период на симултана работа на двата вида сервиси (аналогните и дигиталните), што значи дека во одреден период на една локација новата дигитална опрема ќе треба да постои и да функционира заедно со постојната аналогна. Ако се земе предвид ова, мора да се има јасен план, изработен од ЈП МРД, за можностите за вклучување на други субјекти.

За начинот и условите под кои ќе може да се користат овие објекти во иднина, во својот план ЈП МРД треба да даде издржан предлог, поткрепен со документација за можната разместеност на техничките средства. Во анализата, покрај просторните, треба да се вклучат и енергетските параметри, односно да се дефинира расположливата електрична моќност на системот за напојување, да се дефинира моќноста на резервното напојување, капацитетот на системот за климатизација, капацитетот и карактеристиките на антенските столбови, можноста за нивна надградба и сл. Во овој контекст може да се подведат и капацитетите за пренос на дигитализираните видеоинформации кон предавателните точки, а кои може да ги понуди ЈП МРД. Ваквиот предлог треба да биде прифатен од националното координативно тело за дигитализација.

- 5.44. Бидејќи на одредени локации ќе биде неопходна градба на нови објекти, потребно е да се изготви регулатива за забрзан модалитет на издавање дозволи за градба на наменски телекомуникациски објекти на општествено/државно земјиште.
- 5.45. Од кориснички аспект, ограничување може да претставува изборот на STB-опремата, која е пожелно да биде со големо ниво на интероперабилност, за прием на сигнали испратени по различни медиуми од различни оператори. Би било многу непрактично ако секој оператор дистрибуира своја STB-опрема. Заеднички настап на сите оператори може силно да влијае во формирање на понудата кон домаќинствата и да обезбеди постигнување поволни цени. Понудените STB мора да можат да примаат free-to-air-сервиси и истовремено со воспоставувањето на претплатничкиот однос со комерцијалните канали.
- 5.46. Компатибилноста на уредите што одредени оператори имаат намера да ги користат, мора да биде проверена и одобрена од националното координативно тело за дигитализација. Во процесот на лиценцирање, предност треба да им се даде на оние компании што ќе формираат локални фирми во Република Македонија, а со цел работата на техничките системи да може да се приспособува кон барањата на

локалните корисници. Немањето слух за формирање на ваков тип поддршка може да води кон забаване на целиот процес на имплементација и оддалечување на новиот сервис од просечните, традиционално ориентирани корисници.

- 5.47. Секако, значаен дел е и прецизното уредување на авторските права, што досега кај нас се покажа како проблематичен момент.
- 5.48. Во поглед на имплементацијата на новата технологија во практиката, потребно е надлежното регулаторно тело, АЕК, да набави соодветна опрема за следење на квалитетот на покривањето што ќе го остваруваат новите оператори, како и следење на квалитетот на понудениот сервис, со цел да се заштити интересот на потрошувачите.

Дигитализација на кабелската и сателитската радиодифузија

- 5.49. Иако процесот на дигитализација на овие два сегмента ни оддалеку не е толку критичен и проблематичен за спроведување, па затоа најчесто им се препушта главно на пазарните механизми, сепак мора да се обрне внимание на неколку важни моменти, од кои дел се карактеристични за нашава држава.
- 5.50. Кабелската радиодифузија е развиена во Република Македонија, со пенетрација од 52,1% во македонските домаќинства. Покрај со понудата на ТВ и радиопрограми, кабелските оператори зафаќаат и голем дел од пазарот на широкопојасниот Интернет-пристап, а во блиска иднина се најавува и телефонијата. Некои кабелски оператори веќе експериментално нудат пакет со дигитални програми. На дигитализацијата на кабелската радиодифузија би морало да ѝ претходи окрупнување на кабелските оператори и построга примена на законите за заштита на авторските права.
- 5.51. И при овој процес корисниците ќе треба да набават дигитални приспособувачки приемни уреди (STB). Периодот на премин ќе треба да го одредат самите оператори во договор со регулаторните тела.
- 5.52. Важно е да се дефинира обврската за задолжително пренесување на одреден број домашни програмски сервиси (must carry) во основната дигитална понуда, како потреба да се регулира правото на влез на домашните програмски сервиси во кабел. Имено, можно е да се случи голем дел од домашните програмски сервиси да не бидат застапени во кабел, што може да го загрози обезбедувањето плурализам и разновидност на домашни програмски содржини. Затоа треба да се воведат обврски дел од понудата на кабелските оператори (особено на

основната/базична понуда) да биде со програмски сервиси регистрирани во Република Македонија.

- 5.53. Во некои држави кабелската радиодифузија се појавува како забрзувач на преминот од аналогна кон дигитална терестријална радиодифузија. Имено, во тие држави, поради големата пенетрација на кабелските приклучоци и вклучувањето на програмите од терестријалната понуда во кабел, поголемиот дел од граѓаните воопшто не го ни осетиле преминот од аналогна на дигитална терестријална радиодифузија. За да биде возможно ова, треба да постои поголем степен на соработка меѓу кабелските оператори и радиодифузерите, како и расчистување на авторските права за преземање на програмите и нивно понатамошно дистрибуирање преку кабел.
- 5.54. Што се однесува до техничките стандарди за дигитална кабелска радиодифузија, во Република Македонија треба да се употребува стандардот DVB-C (EN 300 429) и програмите што се емитуваат терестријално во дигитален формат треба со истиот квалитет да бидат преземени и вметнати во кабел. Благодарение на помалото ниво на шум во кабел, овозможено е, со употреба на покомплексни модулациони шеми (64-QAM, 32-QAM), во еден аналоген ТВ-канал од 8 MHz да се сместат десетина стандардни ТВ-програми кодирани со MPEG-2 или четириесетина, ако се кодирани со MPEG-4.

Забелешка: Заради интероперабилност на терестријалните и кабелските STB-уреди, умесно би било националното координативно тело за дигитализација да наметне кај кабелската телевизија да се користи компресијата MPEG-4.

- 5.55. Кабелската радиодифузија, особено дигиталната со повратна патека, овозможува понуда на голема разновидност на интерактивни сервиси (почнувајќи од Интернет, па преку контролирани pay-per-view и video on demand сервиси, сè до телешопинг, интерактивни видеоигри и сл.). Ваквата интерактивност кај другите класични дигитални платформи (сателитски и терестријални) потешко се остварува, т.е. за интерактивност кај нив е потребно да се ангажира дополнителна телефонска линија или каква било повратна (најчесто Интернет) врска. Затоа развојот на кабелската, заедно со новите ADSL/IPTV-платформи, нуди голем просперитет и побрз развој на информатичкото општество.

Сателитска радиодифузија

- 5.56. Дигитализацијата на сателитската радиодифузија во светски рамки е речиси завршен процес. За жал, Република Македонија нема доволно развиена сателитска радиодифузија, како на полето на сателитските оператори така и на полето на производство на ТВ-програми кои се специјализирани за сателитска дистрибуција. Активен е само еден нотифициран сателитски оператор (ИТМак), кој е експозитура на една бугарска фирма и кој не бележи некоја поголема пенетрација со бројот на корисници. Што се однесува до домашната сателитска ТВ-понуда, тука

можат да се набројат само неколку медиуми: МКРТВСат (јавниот сервис), А1 Плус (дериwација на ТВ А1) и К-15 (во соработка со ТарбсМак, наменето пред сè за дијаспората во Австралија).

- 5.57. Меѓутоа развојот на сателитските платформи во соседните држави може лесно да доведе дел од нивниот бизнис да се насочи и кон нашата држава. За таа цел мора да се донесе јасна регулатива со која ќе се прецизира дека секој што нуди и продава сателитски пакети (продава декодерски картички) во Република Македонија мора да ги почитува домашните законски одредби. Ова, пред сè, треба да се однесува на задолжителните „must carry“-програми, како и на преводот на интернационалните ТВ-програми на македонски јазик.
- 5.58. На радиодифузерите што планираат да произведуваат програми наменети за сателитска дистрибуција треба да им се пропишат најстроги технички и програмски стандарди (слично како и за националните радиодифузери), бидејќи програмите што тие ги произведуваат можат да се гледаат и надвор од Република Македонија и претставуваат еден вид промоција на нашата држава во светот. Истовремено, тие програми мора да ги почитуваат правилата согласно со Директивата за телевизија без граници (AVMS-директивата), односно Конвенцијата за прекугранична телевизија.
- 5.59. Што се однесува до техничкиот стандард, според кој треба да се емитуваат сателитските програми, тоа во моментот е DVB-S (EN 300 421), кој веќе сè почесто се заменува со поновиот DVB-S2 (EN 302 307). Комбинацијата на DVB-S2 со MPEG-4 се смета како пресуден фактор кој ќе овозможи повеќе слободен простор за воведување на HDTV-програми (оваа комбинација на еден класичен Ku-банд транспондер, со типична ширина на опсегот од 36 MHz, овозможува пренос на 6 HDTV-програми).

Заеднички аспекти на кабелската и сателитската платформа

- 5.60. Како за терестријалните мултиплекс-оператори така и за кабелските и сателитските оператори треба да важи обврската под еднакви, непристрасни и фер услови да им овозможат пристап до своите ресурси на сите заинтересирани радиодифузери со правилото за ограничување на вршење радиодифузна дејност, исто како и за операторите преку другите платформи.

Опремата за прием која ќе ја нудат кабелските и сателитските оператори (провајдери) мора претходно да биде сертифицирана од Национално координативно тело. Со тоа ќе се постигне примена на уреди со АПИ од отворен тип и широко прифатени од европските држави. Ова е важно пред сè за да се овозможи апликациите и сервисите да можат да работат подеднакво, без разлика преку која платформа се пренесуваат (интероперабилност).

Дигитализација на терестријалното радио

T-DAB

- 5.61. T-DAB-радиото се имплементира во нови радиофреквенциски опсези (дел од VHF-подрачјето и 1,4 GHz-банд) и благодарение на тоа не е неопходно исклучување на постојните аналогни FM-предаватели. Со оглед на појавата на новиот стандард DAB+ (кој овозможува повеќе сервиси во еден мултиплекс или подобар квалитет на звукот при ист број сервиси), не би требало да се доделуваат дозволи според стариот стандард DAB.
- 5.62. T-DAB овозможува, зависно од битската стапка и од процентот на мултиплексот одделен за податочни услуги, од 4 до 10 радиопрограми (или двојно повеќе со DAB+) во еден мултиплекс. Со тоа би се овозможило постоење на поголем избор на тематски радиопрограми (по жанрови на музика, за спорт, за вести итн.).
- 5.63. На конференцијата RRC-06 за две алотмент-зони (Македонија-североисток и Македонија-југозапад) се договорени по 2 мултиплекса во VHF-подрачјето, а покрај тоа, заради дополнително покривање на територијата на главниот град, во рамките на алотмент-зоната Македонија-североисток е предвидена дополнителна алотмент-зона (Скопје) со договорени уште 2 мултиплекса во VHF-подрачјето.
- 5.64. Иако може веднаш да се воведат терестријално дигитално радио T-DAB, пречка е премалиот интерес на корисниците и премалата и прескапа понуда на T-DAB-приемниците, особено на малите портабл модели.
- 5.65. Доделувањето лиценци би течело по единствени критериуми и постапки, кои ќе важат за целокупната дигитална радиодифузија, а кои се назначени во делот посветен на дигиталната терестријална телевизија. Постапките на издавање лиценци и покривањето на територијата би требало да се изведуваат врз основа на алотмент-зоните, а потоа би се здружувале во поголеми регионални и национални мрежи на покривање.

DRM

- 5.66. Дигитализацијата на радиодифузијата во подрачјето на средните бранови може да оди со имплементација на системот DRM. За разлика од T-DAB, кај DRM во еден среднобранов канал може да се пренесува само една радиопрограма, но со квалитет на звукот кој е супериорен во однос на стандардниот AM и е приближен на постојниот аналоген FM. Понатаму, предноста на DRM е во тоа што овозможува исклучително голем дomet благодарение на карактеристиките на простирање на електромагнетните бранови во среднобрановото подрачје (а и стабилноста на приемот е многу подобра). Ова е од особено големо значење за програмата на националното јавно радио. DRM е систем кој

треба да оперира во истото фреквентно подрачје во кое оперира постојната среднобранова радиодифузија и практично бара нејзино исклучување, слично како DTT. Новата екстензија на стандардот, наречена DRM+, може да работи и на повисоки фреквенции, на сите подрачја до 120 MHz, каде што спаѓа и сегашното аналогно FM радио (87,5-108 MHz). Откако со дигитализацијата (DAB+) ќе почне да се празни FM-подрачјето, овој слободен простор би можел добро да послужи за локални комерцијални и непрофитни радиостаници, кои ќе работат под DRM+ стандардот.

- 5.67. ЈП МРД има во Овче Поле современ моќен СБ-предавател кој може брзо и едноставно да се модифицира за DRM-работа (што беше демонстрирано во 2004 година) и кој како таков би можел да се искористи за потребите на информирање на македонската и странската јавност дома и, пред сè, во странство, што би требало да биде од особено висок државен интерес. Воведувањето на DRM е засега спречено со исклучително малата приемничка база во Европа (во Македонија и не постои).

Аудиовизуелни сервиси преку нови технологии за пренос

Карактеристики на новите аудиовизуелни сервиси

- 6.1. Новите преносни опции доведоа и до развој на нови аудиовизуелни сервиси. Тоа се IP-базираните сервиси од типот на IP TV, ADSL TV, WiMAX TV, Internet TV, webcasting, podcasting, DVB-H.

Линеарни и нелинеарни аудиовизуелни сервиси

- 6.2. **Линеарен аудиовизуелен сервис** означува аудиовизуелен сервис кој го испорачува сервис-провајдерот заради истовремено гледање/слушање на програмите од страна на јавноста, а врз база на одредена програмска шема. Ова ги опфаќа и класичните радиодифузни сервиси без оглед на тоа дали се терестријални, кабелски или сателитски. Меѓутоа, и новите технологии (Интернет ТВ, IP TV, ADSL TV, DVB-H и сл.) нудат вакви сервиси.
- 6.3. **Нелинеарен сервис** (on-demand service - сервис на барање) е аудиовизуелен сервис кој сервис-провајдерот го нуди заради следење на програмата во моментот што ќе го избере корисникот (на негово индивидуално барање), врз база на избор од каталогот на програмите што ги нуди сервис-провајдерот. Тоа се, на пример: Video-on-demand (VOD, видео на барање - гледачот сам избира што ќе гледа, од голем каталог на понуда), избор на спортски (или други) вести компајлирани од повеќе извори, автоматско вклучување кога, на пример, ќе падне гол на некој натпревар итн.

Преносни опции за аудиовизуелни сервиси преку IP-базирани системи

- 6.4. Сервисите што се нудат преку различните IP-системи може да бидат линеарни и нелинеарни. Кај IP-базираните системи разликуваме два основни типа на пренос на аудиовизуелните сервиси: multicasting и unicasting.

За разлика од класичното емитување на аудиовизуелни сервиси (broadcasting), мултикастинг (multicasting), е пренос на иста видеосоджина до поголем, но ограничен број корисници во исто време. Досега овој начин на пренос најчесто е базиран на слободен пристап, односно без надомест, или влегува во основниот пакет на

операторот/провајдерот на услугата.

Unicasting е дистрибуција на содржините до крајниот корисник на негово барање, а се врши врз база на избирање од некој понуден, претходно дефиниран каталог со видеосодржини. Ова најчесто посебно се наплатува од страна на операторот, бидејќи капацитетот на мрежата се користи за пренос на одредена видеосодержина само до еден конкретен корисник (VOD -Video On Demand, видео на барање).

IP TV

- 6.5. IP TV (Internet Protocol Television) е генерален израз за повеќе системи кои овозможуваат дигитален пренос на телевизиски сервиси преку одредена ограничена мрежна инфраструктура, а притоа го користат Интернет-протоколот. За да може да се изврши квалитетен прием, потребно е корисникот да располага со брза Интернет-врска (широкопојасен Интернет). Предностите на IP TV се: интерактивност, лесна приспособливост на различни платформи, широка раширеност, како и отвореност на системот за надградба и лесен начин на имплементирање и одржување.

Се појавуваат и повеќе подваријанти на IP TV : ADSL TV и WiMAX TV.

- 6.6. **ADSL TV** - ова е технологија за пренос на аудиовизуелни сервиси преку стандардните телефонски линии. Се среќава и под името VDSL TV или DSL TV. Се гледа преку STB-уреди на класични телевизиски приемници (со стандардна или висока резолуција), а не преку компјутер. Оваа технологија е основниот адут на телеком-операторите за навлегување во радиодифузниот бизнис преку познатата „triple play“-понуда (1-телефонија; 2-податоци; 3-TB).

Оваа технологија нуди големо ниво на интерактивност, а покрај стандардните линеарни, нуди и нелинеарни (on demand) сервиси (филмови, спортски натпревари, музички спотови, документарни емисии и сл.). Предностите на ADSL/Broadband TV во однос на класичните Интернет базирани аудиовизуелни сервиси (Интернет ТВ) се состојат во тоа што:

- може да понуди поквалитетна слика со приказ на целиот екран;
- преносот работи со строго контролирани и познати локации на IP-адресите, со што многу полесно може да се изврши контролата и наплата на сервисот, како и авторска заштита на содржините;
- може да понуди дополнителни сервиси: STB со PVR (Personal Video Recorder), EPG (Electronic Program Guide) итн.

- 6.7. **WiMAX TV** - принципот на работа е речиси сосема идентичен со ADSL TV, со таа разлика што врската со корисникот се остварува безжично. На овој начин најбрзо и најевтино може да им се конкурира на најчесто монополски поставените телеком-оператори.

- 6.8. **DVB-H** - ова е екстензија на DVB-T-стандардот, со приспособување за употреба на малите рачни (handheld) приемни уреди. Приемниот уред има многу мала потрошувачка на електрична моќност и овозможува квалитетен прием и на отворен и во затворен простор, како и при движење во возило со поголема брзина. Приемната антена е многу мала и ненасочена.

DVB-H-сервисот работи на радиофреквенции во UHF-подрачјето и може да се емитува на ист канал паралелно со DVB-T-сервисите, а нуди и линеарни и нелинеарни сервиси. Интерактивноста кај овој сервис се постигнува со употреба на повратен канал од GSM/GPRS/UMTS-мрежата. Целосната имплементација на овој сервис бара голем степен на меѓусебна соработка меѓу радиодифузерите и мобилните оператори. Во еден 8-мегахерцен канал, во зависност од избраните параметри на модулацијата, можат да се сместат повеќе од 20 ТВ-сервиси наменети за малите рачни приемници (CIF -резолюција: 352 x 288 пиксели).

DVB-H нуди различни сервиси во реално време (real-time services):

- **„TV-like“-емитување** - уредот се користи како дигитален ТВ-приемник со можност едноставно да се селектира саканиот канал/програма со користење на ESG (Electronic Services Guide). Можат да се реемитуваат постојните ТВ-програми, но и посебни ТВ-програми (вести, ТВ-шопинг, спорт и сл.).
- **Емитување во живо со известување** - прием на „real-time“-информации и посебно содржини кои што се поврзани со одредени настани: вести, спорт, временска прогноза и сл.
- **Игри** - квизови или „on-line“-видеоигрите со повеќе учесници.
- **Апликации на барање од корисникот** – „near on-demand“-сервиси, односно содржини кои се дефинирани однапред и циклично се повторуваат во одредени временски интервали.
- **Преземање на апликации (Application Downloading)** - иако DVB-H не е изворно дизајнирана за испорачување на „потоци“ со минимална грешка и можност за повторување во случај на грешка, сепак може да понуди downloading-услуги.

Во Европа и во светот DVB-H веќе станува реалност, па некои држави, како Финска, Италија и Сингапур веќе го имаат воведено, додека други, како Франција, Германија, Шпанија, неговата примена ја најавуваат во многу блиска иднина.

Интернет ТВ

- 6.9. Интернет ТВ, за разлика од IP TV, е отворена рамка во која голем број корисници, без оглед на типот на конекција што го имаат, можат да пристапат до кој било аудиовизуелен сервис во светот што се нуди на глобалната Интернет-мрежа. Најчесто Интернет ТВ се гледа на персонален компјутер, има послаб квалитет и нема придружни

дополнителни сервиси. Сервисот може да биде во multicasting (broadcasting) варијанта или на барање.

Позастапени варијанти на Интернет ТВ се webcasting и podcasting.

- 6.10. **Webcasting** - пренос на линеарни аудиовизуелни сервиси, преку streaming-технологијата, со што од еден извор сервисот станува достапен истовремено до повеќе корисници (гледачи/слушатели) низ Интернет-мрежата, слично како што се врши прикажување на класичните ТВ/радио програми.
- 6.11. **Podcasting** - под оваа технологија се подразбира користење на посебни врски за пренос на дигитални аудиовизуелни содржини преку Интернет-мрежата, коишто се снимаат и подоцна можат да се репродуцираат на преносни мултимедиумски уреди или на персонални компјутери. За разлика од другите web-страници од каде што исто така можат да се преземаат (download) или да се пренесуваат со streaming аудиовизуелни содржини, поткастингот нуди можност за автоматско преземање. Ова е класичен пример за нелинеарен аудиовизуелен сервис и начинот на неговото регулирање треба да биде во согласност со новата директива за аудиовизуелни сервиси на ЕК, каде што регулацијата на овој тип на сервиси е одделно опфатена.

Регулирање на линеарните и на нелинеарните сервиси

- 6.12 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). Вакви се сите постојни телевизиски сервиси во Македонија. Нелинеарни сервиси сè уште нема (иако постојат најави), а такви се на пример: видео на барање (video on demand) и телевизијата „плаќање за гледање“ (pay per view). За вториве сервиси, 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).
- 6.13 За линеарните сервиси, сега и во иднина, важи правилото дека при добивањето дозвола треба да го определат форматот на програмскиот сервис и оти се должни да ги почитуваат стандардите и правилата од законските и подзаконските акти. Притоа, програмските обврски за линеарните сервиси се технички неутрални, односно не се прави разлика дали сигналот е аналоген или дигитален и дали содржината се емитува терестријално, сателитски, преку Интернет или преку кабелска мрежа, и дали е наменет за прием на телевизиски приемник, на компјутер, на мобилен телефон итн.

6.14 Кај нелинеарните сервиси, со оглед на нивните поинакви перформанси, регулацијата е далеку поблага и за нив ќе важат одредбите со кои се забранети:

- програми насочени кон насилно уривање на уставниот поредок на Република Македонија или кон поттикнување или повикување на воена агресија или на разгорување на национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост (член 69 од Законот за радиодифузната дејност). На листите со понудени содржини во никој случај не ќе смеат да се нудат програмите опфатени со овој член;
- програмите со порнографија, прекумерно насилство или други содржини кои можат сериозно да го загрозат физичкиот, психичкиот и моралниот развој на децата и младите (член 70 од Законот за радиодифузната дејност). Понудувачот на содржините ќе има обврска од нарачателот да побара доказ дека е полнолетен;
- прикриеното рекламирање (член 98) и потсвесните техники на рекламирање (член 97 од Законот за радиодифузната дејност);
- квалитативните ограничувања во врска со рекламирањето, на пример заштита на малолетниците (член 88), основните стандарди на рекламирањето (член 89), забраната за рекламирање дрога, тутун, алкохол (освен вино и пиво), медицински третмани и лекови што се издаваат само со лекарски рецепт; оружје и фирми што продаваат оружје (член 101 став 1 алинеи 1, 2 и 3 и другите поврзани членови).

6.15 За нелинеарните сервиси ќе треба да се предвидат и законски одредби со кои ќе се регулираат сегменти важни за нивното функционирање од програмски аспект, какви што се:

- мерки за јасно разграничување на рекламирањето, телешопингот и другите видови комерцијална комуникација од другите програми;
- утврдување јасни правила под кои ќе се дозволи изложувањето производи во програмите, правила за спонзорството;
- правила за идентификација на сервисот;
- начини за промовирање европски аудиовизуелни дела итн.

НАСОКИ

Треба да се следи развојот на европската легислатива на ова поле, пред сè на новата Директива за аудиовизуелни медиумски сервиси (наследник на постојната Директива за телевизија без граници - Television without Frontiers Directive), со која треба да се дадат рамките во кои европските држави ќе ја вршат регулацијата на аудиовизуелните линеарни и нелинеарни сервиси. Регулацијата за овие нови сервиси не треба да биде премногу строга, зашто тоа би можело да предизвика заинтере-

сираните субјекти да го загубат интересот за инвестирање во нивната имплементација.

Важно е на сите технологии да им се дадат еднакви можности и услови за имплементирање.

За да се подготви терен за нелинеарните сервиси, потребно е да се приспособат дел од веќе постојните законски одредби и да се донесат нови подзаконски акти.

Регулаторна рамка

Осврт врз регулативата до 2005 година

- 7.1. Областа на радиодифузијата во Република Македонија е заснована врз принципите за слободата на изразувањето, слободата на примање и пристап до информациите и слободата за основање институции за јавно информирање, на начин како што се утврдени во член 10 на Европската конвенција за човекови права (Совет на Европа 1950 година), односно инкорпорирани во член 16 од Уставот на Република Македонија.

Првиот законски акт со кој беше воспоставен новиот плуралистички амбиент во радиодифузијата на Република Македонија беше Законот за радиодифузната дејност од 1997 година (Службен весник на РМ бр.20/97, 70/03). Во него се имплементирани уставно загарантираните слободи и начела, како и принципите и начелата утврдени со европските документи од оваа област. Со овој закон се создаде правна основа за формално конституирање на субјектите и секторите во радиодифузната дејност. Прифаќајќи го европскиот модел на јавен и комерцијален радиодифузен сектор, Законот овозможи: продолжување на работата на Македонската радиотелевизија како јавен сервис што врши радиодифузна дејност на територијата на Република Македонија; распишување конкурси, доделување концесии и основање трговски радиодифузни друштва, односно формално-правно конституирање на приватниот сектор во радиодифузијата. Со конституирањето на трговските радиодифузни друштва и нормативното дообликување на јавните радиодифузни претпријатија, Македонската радиотелевизија и Македонската радиодифузија, формално-правно се воспостави плурализам во сферата на електронските медиуми во Македонија. Наедно, со Законот беше востановен Советот за радиодифузија на Република Македонија како прво независно радиодифузно регулаторно тело кое ги претставуваше интересите на граѓаните во радиодифузната дејност.

- 7.2. Законот за радиодифузната дејност и другите закони што се применуваа во оваа дејност ги остварија првичните очекувани позитивни ефекти во регулирањето на радиодифузијата. Меѓутоа, искуствата на Советот од примената на Законот во првите две години по неговото донесување, покажаа и низа недостатоци што беа објективна пречка за ефикасна имплементација на Законот во практиката и за натамошен развој на

радиодифузната дејност³⁰. Тие недостатоци се состоеја во следното:

- (1) неусогласеност на решенијата утврдени во различните прописи со кои се уредуваше радиодифузијата³¹ што имаше негативни практични импликации врз примената на Законот за радиодифузната дејност;
- (2) регулаторното тело ги немаше сите клучни овластувања (концесиите ги доделуваше Владата на РМ на предлог од Советот, не беше утврдено овластување да усвојува подзаконски акти), а надзорот врз Законот и можноста за изрекување санкции, односно поведување постапки беа уредени нејасно, што директно продуцираше неефикасност во примената на Законот;
- (3) одредбите за јавниот сервис не ја прецизираа доволно прецизно неговата програмска мисија и обврски и не обезбедуваа негова вистинска институционална автономија и независност, согласно со европските документи и препораки;
- (4) одредбите за правниот статус на комерцијалните субјекти не ги земаа предвид карактеристиките на трговските радиодифузни друштва како специфични друштва и посебните услови под кои тие би требало да се основаат (минимум основна главнина, формите на организирање и др.);
- (5) Законот не даваше можност за основање радиодифузни субјекти кои би се занимавале со непрофитна дејност (непрофитен радиодифузен сектор);
- (6) одредбите за сопственичката структура беа, од една страна, нецелосни и нејасни во поглед на регулирањето на медиумската сопственост, а од друга страна, ригидни во поглед на можностите за циркулирањето на капиталот во дејноста и влезот на странски капитал;
- (7) постапката за доделување концесии не беше доволно јасно дефинирана и не беше уредена според спецификите на програмските сервиси наменети за различни платформи на пренос (за земска мрежа, сателит, кабелска дистрибуција);
- (8) не беше уредено прашањето на заштитата на правата на учесниците во конкурсната постапка и можноста за жалба и др.

7.3. Освен уочените недостатоци, Советот за радиодифузија предвиде и низа неопходни измени што требаше да бидат направени заради усогласување на домашното со европското законодавство, а особено со измените во Директивата „Телевизија без граници“ на Европската комисија и со Протоколот за измени на Конвенцијата за прекугранична телевизија на Советот на Европа што се однесуваа на воведување мерки за заштита на

³⁰ Првата иницијатива за измени на Законот од 1997 година ја вовеле самиот Совет за радиодифузија, доставувајќи му го на Собранието на РМ Извештајот од втората година на своето работење со документот „Насоки за идниот развој на радиодифузната регулатива“. Види: Билтен бр.4 на Советот за радиодифузија, Скопје, 1999 година.

³¹ Радиодифузијата се уредуваше со неколку прописи: Законот за концесија, Законот за радиодифузната дејност, Законот за телекомуникациите, кои содржеа противречни решенија за исти прашања од областа на радиодифузијата.

малолетниците (систем на категоризација и облици на предупредувања), пристапот на јавноста до настани од големо значење, утврдување обврски на радиодифузерите за емитување европски аудиовизуелни дела, уредување на прашањето на јурисдикција односно воведување на принципот на земјата на основање на радиодифузерот, допрецизирање на одредбите за рекламирање и спонзорство и др.

Потребата од измени на Законот за радиодифузната дејност произлегува-ше и од обврските на Република Македонија преземени со Спогодбата за стабилизација и асоцијација, во која еден од главните приоритети беше хармонизација на постојната и идната домашна легислатива со регулативата на Европската унија. Во Акциониот план за имплементација на Спогодбата и во Програмата за сообразување на законодавството на Република Македонија беа определени основните насоки кон кои треба да се одвива процесот на усогласување на радиодифузната регулатива. Централно место во овие насоки беше ставено на имплементација на Директивата „Телевизија без граници“ на Европската унија од 1989 година и нејзините измени од 1997 година³².

Закон за радиодифузната дејност од ноември 2005 година

- 7.4. Иницијативата за измени на радиодифузната регулатива потекна од невладиниот сектор кон крајот на 2001 година. Во координација на Центарот за развој на медиуми, а со поддршка на Пактот за стабилност и експерти обезбедени со помош на Советот на Европа, беше изготвена работна верзија на Законот за радиодифузната дејност што беше предмет на голем број јавни расправи во текот на 2002 и 2003 година. Собранието на РМ го усвои новиот Закон за радиодифузната дејност на 29 ноември 2005 година. Треба да се напомене дека во текот на изготвувањето на Законот беа направени три експертизи од страна на експертите на Европската комисија и на Советот на Европа, а во Извештајот на Европската комисија за остварениот напредок на РМ во 2006 година е изнесена оцена дека е речиси целосно усогласен со аудиовизуелното *acquis*. Она што беше нагласено од Европската комисија како приоритет во наредниот период е ефикасната имплементација на Законот.
- 7.5. Целосната законска рамка на радиодифузната област на Република Македонија ја сочинуваат неколку законски акти: Законот за радиодифузната дејност (Службен весник на РМ бр. 100/05, 19/07), Законот за основање на јавното претпријатие Македонска радиодифузија (Службен весник на РМ бр. 6/98), Законот за електронските комуникации (Службен весник на РМ бр. 13/05 и 14/07), Законот за авторско право и сродни права (Службен весник на РМ бр. 23/05, 131/07), Законот за ратификација на Европската конвенција за прекугранична телевизија и Протоколот за измена на Европската конвенција за прекугранична телевизија (Службен весник на РМ бр.18/2003).

³² Directive Television Without Frontiers, (89/552/EEC); (97/36/EC).

7.6. При донесувањето на новиот Закон за радиодифузната дејност особено беа земени предвид одредбите од Директивата „Телевизија без граници“ и од другите документи и препораки на Европската комисија и на Советот на Европа, а кои се однесуваа на:

- принципот на државата на потеклото, односно на јурисдикцијата врз радиодифузерите;
- пристапот на јавноста до настани од големо значење;
- квотите за емитување европски аудиовизуелни дела и дела произведени од независни продуценти;
- правилата за рекламирањето и телешопингот;
- заштитата на малолетниците;
- мисијата и обврските на јавниот радиодифузен сервис и неговата уредувачка независност и институционална автономија;
- зачувувањето на медиумскиот плурализам и на културната и јазичната разновидност во медиумите;
- обезбедувањето целосна независност и полн капацитет на одлучување на регулаторното тело од областа на радиодифузијата.

7.7. Законот за радиодифузната дејност, кој е во фаза на неговата имплементација, треба да придонесе за зајакнување на независноста на приватните електронски медиуми, на јавниот радиодифузен сервис и на Советот за радиодифузија. Клучните измени во новиот законски текст се состојат во следново:

- (1) во комерцијалниот сектор е воспоставен систем на дозволи (наместо концесии), со што се обезбеди независност во одлучувањето на Советот за радиодифузија во однос на Владата и се воспостави пофлексибилен регулаторен режим, приспособен на природата на различните радиодифузни сервиси;
- (2) јасно и детално е дефиниран правниот статус, мисијата и специфичните програмски обврски на јавниот радиодифузен сервис и востановени се нови органи и тела на раководење и управување со цел да се обезбеди негова институционална автономија и уредувачка независност во согласност со европските документи и препораки;
- (3) покрај постојните два сектора, јавниот радиодифузен сервис и комерцијалниот сектор, востановен е и трет непрофитен радиодифузен сектор, чиј носител ќе бидат непрофитните радиодифузни установи;
- (4) утврдена е нова подемократска постапка за избор на членовите на Советот за радиодифузија, а овластувањата и надлежностите на Советот се целосно усогласени со Препораката Rec 2000 (23) на Советот на Европа (да донесува подзаконска регулатива, самостојно да одлучува за доделување, одземање и обновување на дозволите, да врши надзор врз спроведувањето на Законот, дозволатата и актите на Советот, да поведува прекршочни постапки и да изрекува санкции, да бара податоци и информации од радиодифузерите за нивното работење, да разгледува жалби и поплаки од граѓаните во врска со програмите и др.);
- (5) целосно се вградени одредбите од Директивата „Телевизија без граници“ во поглед на: гарантирањето на слободата на прием и

реемитување, примената на принципот на државата на потеклото, јурисдикцијата врз радиодифузерите, пренесувањето настани од големо значење, утврдувањето квоти за емитување европски аудиовизуелни дела и дела произведени од независни продуценти, примената на правилата за рекламирање, спонзорство и телешопинг, заштитата на малолетниците, заштитата на јавниот ред и мир и правото на одговор и исправка;

- (6) воспоставени се полиберални правила за концентрација на медиумската сопственост со цел да се поттикне окрупнување и циркулација на капиталот во дејноста, а се воведоа и правила за спречување на недозволената медиумска концентрација со цел да се гарантира плурализмот и разновидноста на медиумската понуда, како и обврски на радиодифузерите во поглед на транспарентноста на сопственоста и изворите на финансирање;
- (7) воведени се одредби со кои се обезбедува правото на судска заштита против сите одлуки на Советот (при конкурсната постапка, одземањето или необновувањето на дозволите и изрекувањето мерки на радиодифузерите поради повреди на законските одредби);
- (8) работењето на јавните комуникациски мрежи (кабелските оператори) примарно се регулира со Законот за електронските комуникации; единствена надлежност на Советот е регистрирање на програмските пакети и мониторинг на програмските сервиси што ги дистрибуираат овие операторите (од аспект на почитувањето на законските обврски и на потврдата за регистрација на пакетот сервиси).

Улога, надлежности и структура на регулаторното тело

- 7.8. Советот за радиодифузија на Република Македонија е основан во 1997 година, како прво независно регулаторно тело од областа на радиодифузијата, чија поставеност и овластувања во голема мера соодветствуваа на тогашните европски стандарди. Во Република Македонија Советот за радиодифузија беше првото регулаторно тело формирано во некоја област, па како такво претставуваше модел и за другите независни регулаторни тела кои се формираа подоцна во други области.

Меѓутоа, еден од најголемите недостатоци на Законот за радиодифузната дејност од 1997 година беше тоа што регулаторното тело немаше полн капацитет на одлучување за најзначајните прашања од сопствената надлежност (доделувањето, одземањето и обновувањето на концесиите, распределбата на средствата за финансирање проекти од јавен интерес и одобрувањето на промените во сопственичката структура на радиодифузерите). Друг недостаток на претходниот Закон беше фактот што на Советот не му беше дадено овластување да усвојува подзаконски акти, а функцијата да врши надзор врз спроведувањето на одредбите од Законот беше нејасно дефинирана, што беше главната причина за неефикасната имплементација на Законот.

- 7.9. Со новиот Закон за радиодифузната дејност е утврдена нова подемократска постапка на номинирање и избор на членовите на Советот за радиодифузија, а неговите овластувања и надлежности се целосно усогласени

со Препораката Rec 2000 (23) на Советот на Европа. Во член 21, Советот е јасно дефиниран како независно регулаторно непрофитно тело со јавни овластувања во радиодифузната дејност, а неговата улога е да се грижи за обезбедувањето на слободата и плурализмот на изразувањето, за постоење разновидни, независни и самостојни медиуми, економски и технолошки развој на дејноста и за заштита на интересите на граѓаните во радиодифузната дејност.

На Советот му се дадени сите клучни овластувања што треба да ги поседуваат независните радиодифузни тела за да можат ефикасно да ги остваруваат своите функции: да усвојува подзаконски акти, самостојно да одлучува за доделувањето, одземањето или обновувањето на дозволите за вршење радиодифузна дејност, да врши надзор врз спроведувањето на одредбите од Законот, односно да изрекува мерки и да поведува прекршочни постапки³³, да бара од радиодифузерите да му доставуваат податоци за своето работење, да разгледува поплаки од својот делокруг и др.

Согласно со Препораката Rec 2000 (23) на Советот на Европа, рамката на финансирање на регулаторните тела мора исто така да ја гарантира нивната независност, бидејќи искуството покажува дека доколку регулаторните тела се финансиски независни, тие ќе бидат помалку подложни на надворешни мешања или притисок. Рамката на финансирање на Советот утврдена со Законот ја задоволува оваа претпоставка, односно предвидено е Советот да се финансира од независни фондови, т.е. од радиодифузната такса, со што се задоволува една од клучните претпоставки за неговото независно функционирање. Исто така, согласно со Препораката, Законот предвидува контрола врз финансиското работење на Советот само а posteriori, спроведена од Државниот завод за ревизија и од независен ревизор.

Имајќи ги предвид новите законски надлежности, а тргнувајќи од искуствата на регулаторните тела од поразвиените европски земји, Советот за радиодифузија во почетокот на 2007 година усвои акти со кои поблиску се уредува новата внатрешна организација и систематизација на работите и задачите на стручната служба и на Советот.

Активности на Советот за имплементација на Законот

- 7.10. Веднаш по влегувањето во сила на Законот за радиодифузната дејност, Советот за радиодифузија на 21 декември 2005 година одржа јавна седница на која на радиодифузерите им беа презентирани новите законски одредби, а беше усвоен и посебен План за имплементација на

³³ На Советот сè уште не му беше дадено овластување да изрекува парични казни (глоби) затоа што амандманот 20 на Уставот на РМ (со кој се овозможува за прекршоци определени со Закон санкција да може да изрече и орган што врши јавни овластувања) беше усвоен во декември 2005, а новиот Закон за прекршоци беше донесен на 19 мај 2006 година.

Законот. Тогашниот состав на Советот за радиодифузија ги започна подготовките за голем дел од активностите што, согласно со Законот и усвоениот План за имплементација, требаше да бидат спроведени во определените законски рокови.

На 27 април 2006 година беше одржана конститутивна седница на новиот состав на Советот за радиодифузија, избран според новата демократизирана постапка утврдена со Законот. На 25 мај Советот усвои нов Деловник за работа, а на 23 јуни е усвоен Кодекс за однесување на членовите на Советот и на вработените во стручната служба, во кој посебен акцент беше ставен на обезбедување на самостојноста и независноста на Советот во одлучувањето за различни прашања од делокругот на неговите надлежности.

Новиот состав на Советот веднаш пристапи кон реализација на приоритетните активности утврдени со Планот за имплементација на Законот. Во периодот од јуни 2006 до ноември 2007 година, се донесени сите планирани подзаконски акти и завршени се сите клучни активности во законски предвидените рокови: трансформацијата на локалните јавни радиодифузни претпријатија, мониторингот на парламентарните активности во 2006 година, усогласувањето на договорите за концесија, односно преминот од концесии во дозволи и изготвување на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност.

Со дел од усвоените подзаконски акти на Советот за радиодифузија во домашната законска регулатива целосно се имплементираат и операционализираат одредбите од Директивата „Телевизија без граници“ и другата европска регулатива во поглед на заштитата на малолетниците, правилата за рекламирање и спонзорство, промовирањето на европските аудиовизуелни дела, емитувањето настани од големо значење и правото на кратко известување за настани за кои се стекнати ексклузивни права за емитување. Усвоени се следниве подзаконски акти:

- Правилник за техничките услови при задолжителното снимање, чување и доставување на емитуваната програма (Сл.весник на РМ бр. 79/2006).
- Одлука за одобрување Листа на настани од големо значење за РМ за 2006 година (Сл.весник на РМ бр. 50/2006 година).
- Упатство за правото на кратко известување за настани за кои се стекнати ексклузивни права за емитување (Сл.весник на РМ бр.133/2006).
- Правилник за примена на одредбите поврзани со заштитата и негувањето на културниот идентитет (Сл.весник на РМ бр.113/2006).
- Правилник за форматите на радио и телевизиските програмски сервиси (Сл.весник на РМ бр.113/2006 и бр.130/2006),
- Правилник за европски аудиовизуелни дела (Сл.весник на РМ бр.133/2006).
- Правилник за основните технички услови, стандарди и параметри за студиските простории на радиодифузерите (Сл.весник на РМ бр.133/2006).

- Правилник за заштита на малолетната публика од програми кои можат штетно да влијаат врз нивниот физички, психички и морален развој (Сл.весник на РМ бр.21/2007).
- Одлука за класификација на радио и на телевизиските програми (Сл.весник на РМ бр.21/2007).
- Правилник за начинот на идентификација на спонзорите во радио и ТВ програмите (Сл.весник на РМ бр.72/2007).
- Правилник за користење на телефонските услуги со посебна тарифа во програмите на радио и ТВ-програмските сервиси (Сл.весник на РМ бр.72/2007).

7.11. Во целиот овој период, Советот за радиодифузија спроведуваше и мониторинг над почитувањето на дел од програмските обврски на радиодифузерите што беа на еднаков начин регулирани во договорите за концесија и во новиот Закон за радиодифузната дејност, односно за кои не постоеше правна пречка да се изрекуваат мерки. Ваквите мерки се однесуваа главно на непочитувањето на основните програмски стандарди (заштитата на приватноста и достоинството на личноста, емитување програми насочени кон поттикнување расна и полова омраза и нетрпеливост, емитување програми што содржат прекумерно насилство и др.).

Покрај тоа, Советот спроведе голем број активности со цел да се воспостави ред во работењето на јавните комуникациски мрежи во поглед на регистрацијата на нивните програмски пакети, односно почитувањето на авторските и сродни права. Поголем број јавни комуникациски мрежи веќе имаат добиено потврди за регистрирани програмски пакети и ги имаат регулирано авторските права за програмските сервиси што ги дистрибуираат.

Со цел да го започне развојот на третиот непрофитен сектор во радиодифузијата, Советот додели дозвола и за прво непрофитно радио на подрачјето на Скопје, наменето за студентската популација. Искуствата од ова радио ќе помогнат во натамошното развивање на непрофитниот сектор.

По усвојувањето на сите подзаконски акти, Советот за радиодифузија организираше серија едукативни работилници за радиодифузерите на кои им беа објаснети целите што треба да се постигнат со Законот и со подзаконската регулатива, начинот на примена на конкретните програмски обврски и потребата од нивно строго почитување. Покрај тоа, по доделувањето на дозволите за вршење радиодифузна дејност на радиодифузерите им беше даден период од неколку месеци да го усогласат своето работење и да се подготват за спроведувањето на новите програмски обврски кои се значително порестриктивни од оние утврдени со претходниот Закон и со договорите за концесија.

Затоа процесот на интензивна имплементација на Законот, Советот го започна од октомври 2007 година. Спроведен е систематски мониторинг на програмите на сите национални радиодифузери и изречени се серија мерки за непочитување на одредбите за заштита на малолетниците, програмските стандарди и на правилата за рекламирање и спонзорство.

Заради поефикасно регулирање на дејноста во областите во кои надлежностите на двете регулаторни тела се преклопуваат, особено во поглед на заедничките активности што треба да се спроведат за реализирање на процесот на дигитализација, Советот за радиодифузија и Агенцијата за електронски комуникации потпишаа Меморандум за соработка и формираа заедничко Координативно тело. Меморандум за соработка е потпишан и со Комисијата за заштита на конкуренцијата на Република Македонија заради координирано спроведување на активностите на двете тела во регулирањето на медиумската концентрација, односно во заштитата и поттикнувањето на конкуренцијата.

Потребни мерки за поефикасна примена на Законот за радиодифузната дејност

- 7.12. Клучен сегмент во кој Законот за радиодифузната дејност не се имплементира се одредбите за системот на финансирање на радиодифузната дејност. За собирањето на радиодифузната такса е надлежна Македонската радиотелевизија. Во законскиот рок од шест месеци, до крајот на мај 2006 година, МРТ не го востанови навремено и целосно новиот систем на наплата (не беше востановен сектор за наплата на таксата, регистерот на претплатници не беше целосно ажуриран, извршните решенија и уплатниците до обврзниците беа дистрибуирани дури во јуни 2006 година, не беше организирана и исплатирана присилната наплата итн.), поради што процентот на наплата на таксата во втората половина на 2006 година драстично опадна. Друга причина поради ваквиот пад на наплатата е што Владата на РМ неколку месеци последователно најавуваше дека ќе ја намали висината на таксата, што влијаеше врз граѓаните да не ја плаќаат оваа јавна давачка. Новото раководство на МРТ, кое во ноември 2006 година беше избрано според новата постапка утврдена со Законот, не спроведе никакви нови активности за востановување на наплатата, а не беа испечатени и дистрибуирани дури ни извршните решенија на обврзниците со кои се утврдува висината на таксата и начинот на плаќање. Поради тоа, почнувајќи од јануари 2007 година, наплатата на таксата воопшто не се спроведува, со што целосно е доведено во прашање функционирањето на субјектите кои се финансираат од радиодифузната такса, Македонската радиотелевизија, Македонската радиодифузија и Советот за радиодифузија, а со самото тоа и натамошната имплементација на Законот.
- 7.13. Имплементацијата на Законот за радиодифузната дејност што Советот ја спроведува во првите две години од неговото влегување во сила, покажа дека тој содржи одделни недоречености и недоследности што се пречка за неговата ефикасна примена во практиката, а кои Советот ги има детектирано. За негова целосна имплементација, како и допрецизирање и разработка на одделни одредби, неопходно е одредени прашања да се доуредат со подзаконски акти. Во насока на што поголема транспарентност и ефикасност, а со цел да се овозможи и субјектите кои

законски се упатени на Советот, да можат што поефикасно и прецизно да бидат запознаени со административните процедури при остварување на своите права или добивање на прецизни информации, ќе се воспостават соодветни процедури за клучните активности на Советот, како што се доделување дозволи, одземање дозволи, регистрирање на програмските пакети итн.

- 7.14. Потребно е Законот за радиодифузната дејност да се усогласи со Законот за прекршоци (Службен весник на РМ бр. 62/06) во таа смисла што Законот за радиодифузната дејност ќе биде дополнет така што ќе се основа прекршочен орган во рамките на Советот; ќе се определи за кои прекршоци утврдени во Законот тој прекршочен орган ќе води постапка и ќе изрекува казни; во Законот да се утврди во кои случаи е целисходно да се изрекуваат мандатни казни, глоба или привремена забрана за вршење дејност. Наедно, при амандманските интервенции поврзани со усогласувањето со Законот за прекршоците, да се интервенира и со дополнување на казнените одредби во Законот за радиодифузната дејност, со цел да бидат предвидени казни за сите повреди на одредбите на Законот за радиодифузната дејност и на подзаконските акти донесени врз основа на Законот. Во Законот за радиодифузната дејност треба да биде утврдена и постапката за порамнување и посредување.
- 7.15. Неопходно е и усогласување на Законот за радиодифузната дејност и со Законот за авторското и сродните права, каде што со последните измени, инспекцискиот надзор над одредбите од овој закон го спроведува Пазарната инспекција, а согласно со член 165 од Законот за радиодифузната дејност, Министерството за култура е надлежно за надзор над одредбите од Законот за радиодифузната дејност во поглед на почитување на авторското и сродните права.

Мерки за спроведување на Стратегијата

- 7.16. Дигитализација на терестријалната радиодифузија - за да се изврши успешно овој процес, потребно е:
- **воспоставување на координативно тело по примерот на ДИГИТАГ, тело кое во Европа дава поддршка на процесот на дигитализација на терестријалната телевизија,** кое би ги координирало активностите за преод од аналогна дигитална ТВ и во својот состав би вклучило повеќе актери, како од областа на радиодифузијата така и од други државни органи и невладини и други организации. Ова тело ќе ги обединува и штити интересите на производителите на опрема, операторите и корисниците на ДТТ. Потребата од постоење на вакво тело во Република Македонија е во интерес на сите субјекти заинтересирани за ДТТ. Затоа, Советот за радиодифузија, во соработка со Агенцијата за електронски комуникации треба да формираат посебно **Национално координативно тело за дигитализација** со вклучување на сите релевантни субјекти (МРД, МРТ, АПЕММ, ЦРМ, МАСИТ, независни експерти, организација за заштита на потрошувачите, сите

релевантни министерства), како помошно тело во процесот на дигитализацијата.

- **креирање на подготовките за преод од аналогна на дигитална телевизија**

Подготовка и усвојување на законската и/или подзаконската регулатива за воведување на ДТТ, односно дигитална радиодифузија воопшто (прва половина на 2008 година), со што ќе се овозможи експериментално работење на дигиталните мултиплекси. Согласно со Законот за радиодифузна дејност и Законот за електронски комуникации, треба да се дефинираат условите за користење на ова право, како и прецизно дефинирање на конкурсната постапка.

- **систематски пристап и успешно спроведување на преминот на дигитална радиодифузија преку дефинирање на следниве прашања:**

- а) категории на сервиси (прва половина на 2008);
- б) категории на корисници (прва половина на 2008);
- в) услови за изградба и користење на дигиталните радиодифузни мрежи (до крај на 2009);
- г) планирање, изградба и користење на дигиталните радиодифузни мрежи (до крај на 2009 година);
- д) премин од аналогна на дигитална радиодифузија – симулкаст период (од крај на 2009 до почеток на 2012 година);
- ѓ) поттикнување на побрзото воведување на дигиталната радиодифузија (од 2010 до 2012 година)

Наедно, во Законот за електронски комуникации е потребна измена со цел да се пропишат одредени стимулативни мерки заради забрзување на постапката за воведување на ДТТ.

Потребна е измена на регулативата од градежништвото, односно нејзина измена или дополнување со цел издавање на дозволи за градба на наменски телекомуникациски објекти на државно земјиште, со оглед на тоа дека на одредени локации ќе биде неопходна градба на нови објекти.

Во врска со дигитализацијата, потребни се измени и во регулативата што ги уредува авторските и сродните права од аспект на содржините што ќе се пренесуваат преку дигиталните платформи.

Во Буџетот на РМ да се предвидат финансиски средства, доколку државата истите ги одобри за набавка на одреден број STB-уреди за заинтересираните потрошувачи (гледачи), кои би ги отплатувале на повеќе месечни рати или со одреден попуст.

Во законите од даночната и царинската сфера, преку соодветни решенија да се овозможат различни олеснителни мерки (даночни, царински

олеснувања и др), со цел да поттикнува заеднички настап на сите оператори за да може да се обезбеди интероперабилност и поволни цени на STB-опремата.

Во врска со преминот од аналогна кон дигитална платформа, потребно е да се извршат и соодветни измени во Законот за основање на јавното претпријатие МРД.

- 7.17. **Развој на радиодифузната индустрија** - Советот за радиодифузија треба да разработи предлог-одредби за идната законска регулатива што ќе значат натамошна либерализација на медиумската концентрација за да се овозможи медиумско окрупнување, кое е предуслов за технолошкиот развој и дигитализацијата, со помош на кои регулаторните власти ќе можат да им наложат на вертикално интегрираните субјекти во дигиталната радиодифузија да обезбедат фер и недискриминаторен пристап на трети страни. Покрај тоа, во законската регулатива треба да се разработат и „must carry“-обврски за доминантните оператори, како и олеснување на либерализацијата на пазарот во поглед на можностите за влез на нови субјекти, на начин што ќе предвиди нов и полиберален начин на лиценцирање (за програмските сервиси што ќе се дистрибуираат преку платформи на пренос кои не користат дел од фреквентниот спектар), што нема да предвидува долга и сложена конкурсна постапка, туку ќе овозможи ваквите лиценци да се доделуваат на барање.

Исто така, потребни се промени на законската регулатива со цел поттикнување на конкуренцијата и развој на пазарот, во насока на воведување финансиски критериуми за работењето на радиодифузерите, како и вградување на правилата за државна помош, што се однесуваат на комерцијалното работење на јавниот сервис.

- 7.18. **Поттикнување на развојот на индустријата за продукција на содржини** - Во идната законска регулатива треба да разработат механизми и мерки за поттикнување на домашната аудиовизуелна продукција и за јакнење на бизнисот на независните продуценти. Еден од можните механизми е воведување законска обврска за комерцијалните радиодифузери за издвојување дел од приходите остварени од огласување и спонзорство во наменски фондови за аудиовизуелна продукција, при што инвестирањето на средствата би било придружено со даночни олеснувања.

Исто така, потребно е укинување на дополнителниот данок за набавка на програма и лиценци од странство, со што ќе се зголемат инвестициите во продукцијата на програмите.

- 7.19. **Развој на нови организациони модели и вложување во нови знаења и вештини на деловно работење** - Асоцијацијата на приватни електронски медиуми (АПЕММ), Здружението ПроМаркМедиа при Стопанската комора и невладините организации од областа на медиумскиот сектор треба да имаат важна улога во поттикнување на развојот и професионализацијата на радиодифузните медиуми, вклучувајќи го и

прашањето на развивањето на вештини и знаења неопходни за новите модели на деловно работење.

- 7.20. **Програмски стандарди** - потребно е допрецизирање и разработка на одделни одредби во Законот за радиодифузната дејност, кои се однесуваат на работењето на јавниот радиодифузен сервис - Македонска радиотелевизија (МРТ). Имено, уредувачката одговорност за Собранискиот канал треба да се врати кај радиодифузерот МРТ, а на МРТ да ѝ се даде можност да отвора и нови програмски сервиси, во рамките на исполнувањето на својата мисија и функција на јавен сервис.

Исто така, потребно е либерализирање на регулативата за рекламирање во делот што се однесува на пласирањето производи во аудиовизуелните дела со цел да се поттикне развојот на домашната продукција.

Дигитализацијата на радиодифузијата во Република Македонија, покрај тоа што ќе ги доведе постојните радиодифузери со линеарни програмски сервиси да преминат од аналого на дигитално кодирање на сигналот, ќе вроди со уште еден плод - појава на нелинеарни сервиси. Токму затоа е неопходно регулацијата да го следи процесот на дигитализација.

Проектираната рамка за регулација на нелинеарните сервиси во најмала рака ќе содржи:

- забрана за емитување програми насочени кон насилно уривање на уставниот поредок на Република Македонија или кон поттикнување или повикување на воена агресија или на разгорување национална, расна, полова или верска омраза и нетрпеливост. Измената ќе предвиди дека нелинеарните сервиси, на листите со понудени содржини, во никој случај не ќе смеат да ги нудат ваквите програми;
- одредби за заштита на малолетната публика од содржини кои можат сериозно да го загрозат физичкиот, психичкиот и моралниот развој на децата и младите, како и обврска на понудувачот на нелинеарен сервис да утврди дека нарачателот на содржини со порнографија и прекумерно насилство е полнолетен;
- одредби за идентификација на сервисот;
- промовирање европски аудиовизуелни дела, но не преку стриктни квоти;
- мерки за јасно разграничување на рекламирањето, телешопингот и другите видови комерцијална комуникација од преостанатите програми;
- квалитативни ограничувања во врска со рекламирањето, на пример основните стандарди на рекламирањето, заштита на малолетниците, забраната за рекламирање дрога, тутун, алкохол (освен вино и пиво), медицински третмани и лекови што се издаваат само со лекарски рецепт, оружје и фирми што продаваат оружје итн.;

- забрана за прикриено рекламирање и за користење потсвесни техники;
- јасни правила под кои ќе се дозволи изложувањето производи во програмите;
- правила за спонзорство;
- пристап на лицата со оштетен вид и/или слух до програмите.

7.21. Почитување на авторското и сродните права

Борба против пиратството - стратешката определба на Република Македонија во борбата против пиратството, треба да биде соодветно вградена во областа на радиодифузијата. Покрај институционалната заштита, нашиот правен систем во голем дел им остава на авторот, односно продуцентот или, пак, на застапникот, сами да се грижат за заштитата на авторските, односно сродните права.

Затоа треба да се размислува во насока на третирање на пиратството како тежок облик на криминал, дури и во насока на организиран криминал, кој по службена должност би го гонел јавниот обвинител. Со цел во практиката да се имплементира понапред кажаното, потребно е дополнување на регулативата од областа на авторското право и сродните права.

Во постојното Координативно тело за заштита на интелектуалната сопственост да се вклучи и Советот за радиодифузија, и на ова тело да му се дадат поголеми ингеренции. Имајќи предвид дека аудиовизуелната област има свои специфики, максимален ефект во оваа насока би се постигнал доколку во рамките на координативното тело би се основал Центар за справување со пиратството во аудиовизуелната област, со надлежности кои би го опфаќале следното:

- да го имплементира системот за заштита на авторските права преку воспоставување систем за следење во рамките на Центарот. Имено, воспоставувањето на овој систем ќе биде почетна основа за почнување борба против пиратеријата. Со тоа не само што би се имало увид во легалноста на содржините коишто се нудат на нашиот пазар туку и би се спречиле финансиски малверзации кои како основ ги имаат купопродажните договори за авторски и сродни права. Основата на системот би била доброволна регистрација на авторското право во Центарот за справување со пиратството во аудиовизуелната област. Центарот треба да предлага и одредени стимулативни мерки, како што се: при увозот, вака регистрираното право да биде ослободено од дополнителниот данок, за домашните дела авторите да бидат дополнително ослободени од персоналниот данок, продуцентските куќи да бидат ослободени од данокот на добивка за ист процент колку што е висината на дополнителниот данок кај увозните дела, итн. Ваквиот систем на регистрација во голема мера би ги олеснил проверките при преземањето на дејства од страна на другите државни органи при борбата со пиратеријата. На овој начин

би се воспоставиле линкови со големите иматели на правата, а проверката на сомнителните договори ќе може да се врши моногу ефикасно.

- да воведат систем на оперативна соработка на квартално ниво меѓу органите задолжени за имплементирање на системот за заштита на авторски права, координиран од Центарот за борба против пиратеријата, со цел за поголема координација меѓу надлежните институции. Како одговорни институции и органи за функционирање на оваа заштита се: Министерството за култура, Пазарната инспекција, Царинската Управа на РМ, Советот за радиодифузија, МВР на РМ, Јавното обвинителство, Управата за јавни приходи, Дирекцијата за спречување на пари, Комисијата за заштита на конкуренцијата, Антикорупциската комисија и судството.
- да организира обуки на човечките ресурси во сите институции надлежни за борбата против пиратеријата преку трансфер на "know how" и да води активна медиумска кампања против пиратеријата.

7.22. **Регионална и меѓународна соработка во аудиовизуелниот сектор**

- регионалната соработка претставува круцијална активност за успешна европска интеграција. Протоколите за соработка помеѓу регулаторните тела за радиодифузија и јавните радиодифузери се одличен пример за зајакнување на регионалната соработка и потребно е продолжување во насока на работење врз нови идеи со цел збогатување на регионалниот дијалог во аудиовизуелниот сектор.

Иницијативите за потпишување на протоколи за соработка со земјите од регионот на Југоисточна Европа (како и билатералните) се со цел да се развиваат и зајакнуваат односите и соработката меѓу независните радиодифузни регулаторни тела, преку разменување информации за регулаторните правила и постапки, како и за економскиот, техничкиот и друг релевантен развој на овие правила и процедури, обезбедувајќи, каде што е соодветно, заедничка техничка помош и експертиза и размена на информации за фреквенциските планови и доделување дозволи, кои се од заеднички интерес. Соработката меѓу независните радиодифузни регулаторни тела од регионот ќе придонесе за зголемување на нивото на разбирање и имплементација на европските аудиовизуелни стандарди во регионот, регулирајќи ја радиодифузијата на начин што ќе ја охрабри разновидноста, независноста и професионализмот во медиумите, како и почитување на основните права на индивидуите од страна на електронските медиуми и нивниот придонес кон заедничкото разбирање и демократските процеси и промовирање на соработка меѓу регулаторите.

Работна група за изготвување на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност

Зоран Стефаноски, член на Советот и координатор на Работната група
Снежана Трпевска, Раководител на Секторот за истражувања и долгорочен развој

претставници на надлежни институции

Димитар Буковалов, Министерство за транспорт и врски
Николчо Лазаров, Министерство за правда
Драгана Курчиоска, Министерство за култура
Весна Крпачоска, Министерство за финансии
Лила Пејчиновска Миладиновска, Секретаријат за законодавство,
Билјана Илиева, Агенција за електронски комуникации
Лидија Пауновска, Агенција за електронски комуникации
Миле Велјанов, Агенција за електронски комуникации
Розана Ванковска, Комисија за заштита на конкуренцијата
Ана Дојчиновска, Комисија за заштита на конкуренцијата

претставници на невладини организации и други
правни субјекти од областа на радиодифузијата

Тодор Малезански, Македонска радиотелевизија
Сашо Станчевски, Македонска радиодифузија
Јулијана Спијровска, Македонска радиодифузија
Зоран Петров, АПЕММ
Виктор Грозданов, АПЕММ
Роберто Беличанец, Центар за развој на медиуми
Газменд Ајдини, Центар за развој на медиуми
Жанета Трајковска, Македонски институт за медиуми
Петрит Сарачини, Македонски институт за медиуми
Предраг Чемериќ, МАСИТ
Александар Илиевски, МАСИТ
Горан Поповски, МАСИТ

Експерти вклучени во изготвување на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност

Странски експерти преку програмата TAIEХ

Лиза ди Феличиантонио, Раководител за радиодифузија во Директоратот за анализа на пазарот и конкуренцијата при италијанското регулаторно тело - AGCOM
Арно Декер, Директор за истражувања и стратешки развој во Високиот совет за аудиовизуелности на Франција - CSA

Домашни експерти

д-р Љупчо Пановски, Електротехнички факултет
м-р Марио Макрадули, Електротехнички факултет
Дарко Мајсторовски, Макпетрол
д-р Нада Секуловска, Економски факултет
д-р Тања Мирчевска Петковска, Економски институт
Зоран Јаневски, Економски институт,
д-р Весна Шопар, Европски универзитет
Златко Колевски, адвокат

Во изготвување на Стратегијата учествуваа

Совет за радиодифузија на Република Македонија

Мирче Адамчевски, претседател на Советот
Илир Ајдини, заменик на претседателот на Советот
Фарук Омерагиќ, член на Советот
д-р Томе Груевски, член на Советот
д-р Али Алиу, член на Советот
Панче Наумов, член на Советот
Милован Стефановски, член на Советот
Иван Андреевски, член на Советот

Владо Филевски, Раководител на Секторот за технологии и информатика
Емилија Јаневска, Раководител на Секторот за програмски работи
Андриана Скерлев Чакар, Раководител на Секторот за правни работи
Сашо Богдановски, Раководител за меѓународна соработка и односи со јавноста
Емилија Петреска - Камењарова, Сектор за програмски работи
Виктор Шиков, Сектор за програмски работи
Магдалена Давидовска Довлева, Сектор за истражувања и долгорочен развој

претставници на ОБСЕ

Сали Браутон
Борче Маневски