

ЗАПИСНИК
од 8-та (ЈАВНА) седница на Советот
одржана на 29.03.2011 година

Присутни членови на Советот: Зоран Стефаноски, м-р Милаим Фетаи, акад. Бојан Шоптрајанов, акад. Али Алиу, проф. д-р Томе Груевски, м-р Алма Машовиќ, м-р Борис Арсов, Бранко Радовановиќ и Столе Наумов.

Отсутни: /

Присутни од Стручна служба: м-р Андриана Скерлев – Чакар, Огнен Неделковски, м-р Емилија Јаневска, Борче Маневски, Горан Радуновиќ, Хари Митрикески – Клекачкоски, Арѓент Џелили, Емилија Петреска – Камењарова, Рубин Талески, Драгица Љубевска, Ружица Б. Јотевска и Симона Темелова.

Други присутни: Сотир Сотировски од ЈП МРТ, Александар Келтаноски од ТВ Сонце, Ристе Пејовски, Жан Алексоски од ТВ Сонце, Филип Андревски од ТВ Сител, Зоран Докузовски од ТВ Телма, Виолета Стојкоска од Радио Канал 77, Горан Глигоров од ТВ Сител, Бисера Јордановска од ТВ Алсат М, Зоран Петров од Радио Антена 5, Димче Славески од ТВ Телма, Гордана Милковска од ЗЕЛМ, Мирослав Саздовски од ТВ 24 вести (МНЦ), Александра Горѓевиќ од А1 Телевизија, Тинка Гоговска од Наша ТВ, Симона Ефтимовска од Џангл ТВ, Лидија Пипев од АлфаТВ, Ристо Гоговски од НаШа ТВ, Иван Мирчевски од ТВ Канал 5, Александра Кочовска од од ТВ Канал 5 и Миомир Серафиновиќ од од ТВ Канал 5.

8-та (јавна) седница на Советот ја отвори Претседателот на Советот, Зоран Стефаноски, кој по поздравувањето на сите присутни, го предложи дневниот ред.

Членовите на Советот го прифатија предложениот дневен ред и за седницата беше утврден следниот:

Дневен ред

1. Концепт за регулација на аудиовизуелните комерцијални комуникации.

Точка 1

По воведниот збор на Претседателот на Советот, Зоран Стефаноски, кој во кратки црти ги образложи предлог-одредбите за аудио и аудиовизуелните комерцијални комуникации во идната регулаторна рамка за медиумите во Република Македонија, усогласена со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги на Европската Унија. Потоа своја презентација имаше раководителот на Секторот за програмски работи, Емилија Јаневска. Таа најпрво објасни дека поимот аудиовизуелни комерцијални комуникации доаѓа од новата европска регулатива за аудиовизуелната област како заеднички термин за рекламирањето, телешопингот, спонзорството и пласирањето производи. Пласирањето производи пак, е нова форма на комерцијални комуникации која е присутна во нашата практика, а сега ќе се обидеме да ја имплементираме и во регулативата. Потоа ја појасни потребата за нов концепт, објасни зошто е важен и што треба да обезбеди. Потоа истакна дека Советот смета дека идниот закон за медиуми, покрај радиото и телевизијата, треба да ги опфаќа и другите видови линеарни сервиси и аудио и аудиовизуелните медиумски сервиси на барање или нелинеарните сервиси. Притоа додаде дека предложените правила за аудио и аудиовизуелни комерцијални комуникации ќе се однесуваат на сите медиуми, а ќе има и правила што ќе се однесуваат само на радиодифузерите. Потоа рече дека, со цел да се обезбедат еднакви можности за позиционирање на радиодифузниот пазар на сите видови субјекти, предложено е да се ограничат сите форми на аудио комерцијални комуникации кај непрофитните радиодифузни установи и да се

ограничат можностите за рекламирање и телешопинг на медиумските сервиси што ќе се нудат во кодиран облик, за плаќање – станува збор за Pay TV сервисите, што ќе бидат засновани на претплата од страна на корисниците. Потоа Јаневска ги објасни правилата за комерцијалните комуникации и појасни што се подразбира под терминот пласирање производи. Потоа зборуваше за правилата за инсертирање, вметнување на рекламирањето и телешопингот во програмите и додаде дека тие тешко ќе можат да се применат кај нелинеарните сервиси, па од тие причини ќе важат само за радиодифузерите. Потоа истакна дека е потребна и либерализација на квантитативните ограничувања за рекламирање и телешопинг, а се осврна и на специфичните производи и услуги, квалитативните принципи и спонзорството. На крајот на презентацијата, Емилија Јаневска зборуваше и за рекламирањето на Владата, при што истакна дека во идниот закон треба прецизно да стои дека само радиодифузерите можат да емитуваат реклами на органите на државна управа и на локална самоуправа, и тоа: реклами за нивното работење (информации за активности, иницијативи, проекти и сл.) и аудио и аудиовизуелни целини од јавен интерес, под услов ова рекламирање да не е во функција на интересите на која било политичка партија.

Членот на Советот, Столе Наумов истакна дека постои работна група за подготовка на новиот закон организирана од Министерството за транспорт и врски и која веќе има одржано четири или пет состаноци. Додаде дека ова што беше презентирано на денешната седница е работен материјал и го кажа својот личен став дека постои загрозеност на јавниот сервис и тој треба да биде зајакнат, а рече дека постои таква загрозеност и кај комерцијалните медиуми, кои можеби со овој закон ќе добијат уште поголем товар. Тој рече дека е согласен делумно да се зголеми обемот на рекламирање кај јавниот сервис, но додаде дека не е во целост согласен да се укине *prime time* на јавниот сервис. Тоа најдобро ќе си го кажат и самите комерцијални медиуми, во јавната расправа во која задолжително треба да бидат вклучени, што секако важи и воопшто за целокупниот процес на подготовка и носење на Законот. Исто така, Наумов рече дека независноста на Советот за радиодифузија како регулаторно тело никако не треба да биде доведена во прашање.

Бр. 02-960/2
28.06.2011 година
С к о п ј е

Совет за радиодифузија на РМ
П р е т с е д а т е л,
Зоран СТЕФАНОВСКИ, с.р.

Записникот го водеше,
Огнен НЕДЕЛКОВСКИ