**Трет јавен состанок на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2021**

**Добиени ставови и мислења и став на Агенцијата по истите**

**28.09.2021 година**

Третиот јавен состанок на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги се одржа преку видео конференциска врска, на 28 септември 2021 година, со почеток во 12 часот.

Воведно обраќање имаше директорот на Агенцијата, д-р Зоран Трајчевски, кој ги презентираше активностите од изминатиот квартал, спроведени согласно Годишната програма за работа на Агенцијата. На состанокот беа презентирани и наодите од Анализата на пазарот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2020 година, во која е опфатено економското работење на јавниот радиодифузен сервис и комерцијалните телевизии и радија, како и податоци од мерењата на телевизиската и радиска публика.

На крајот на состанокот беше отворена панел дискусија, на која присутните учесници имаа можност да постават прашања и да дадaт свои коментари.

**Панел дискусија: прашања и мислењe од Агенцијата**

***Гордана Цветановска, новинар, уредник и сопственик на радио Пела*,** постави повеќе прашања кои се однесуваа на платеното политичко рекламирање (ППР), професијата новинар и воведување лиценци за новинари, што се подразбира под терминот информации од јавен интерес поврзани со членот 102 од Законот за медиуми, дали комерцијалните локални радиодифузери можат да бидат во јавно приватно партнерство со општина или јавно претпријатие, и дали Агенцијата има стратегија за опстанок и развој на локалните медиуми?

***м-р Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи во АВМУ,*** се заблагодари на поставените прашања и посочи дека прв пат се случува радиодифузер да покаже интерес на јавните состаноци за други теми освен презентираните. За секое поставено прашање, даде детален одговор.

Во однос на следењето на платеното политичко рекламирањеод страна на институциите,беше одговорено деканадлежност за следење на работата на радиодифузерите за време на избори има само АВМУ, додека Државната изборна комисија, Државниот завод за ревизија и Државната комисија за спречување на корупција коишто за време на избори меѓу другото анализираат и извештаи на медиумите, тоа го прават само во контекст на контрола на почитувањето на одредбите од Изборниот законик коишто се однесуваат на финансирањето на изборната кампања.

На прашањето како локалните медиуми да опстанат во услови кога платеното политичко рекламирање оди на социјалните мрежи, беше одговорено дека социјалните мрежи се деловни субјекти исто како и медиумите. Платформите како Facebook, YouTube, TikTok и други коишто споделуваат видеа се предмет на полесна регулација согласно новата Директива за аудиовизуелни медиумски услуги, со која допрва треба да го усогласиме нашиот закон. Овие платформи кои се познати како социјални мрежи, нудат алатки за бесплатно рекламирање, но и алатки за ППР. Учесниците во изборите сами одлучуваат на кој начин ќе ги користат своите средства за рекламирање и во зависност од тоа кои гласачи се обидуваат да ги таргетираат, одбираат медиуми преку кои најбрзо ќе стигнат до нив. Согласно Изборниот законик, сите средства коишто се одвојуваат за ППР од државниот буџет ќе се слеат само кај радиодифузерите, печатените медиуми и електронските медиуми (интернет портали). Трошоците за евентуални услуги што учесниците во изборите би ги нарачале од социјалните мрежи, не се вклучени во средствата што се надоместуват од буџетот и учесниците во изборите си ги надоместуваат од нивни сопствени средства.

Во однос на прашањето зошто политичката кампања да биде финансирана од државниот буџет, ставот на Агенцијата е дека не треба да се одвојуваат средства од државниот буџет за финансирање на ППР. Агенцијата за ова повеќепати јавно реагираше и се испратени и предлози за измена на Изборниот законик во овој контекст, кои не се прифатени. Инаку, не е новина на учесници во избори да им се доделуваат средства од државни буџети за водење на изборни кампањи. Во други земји има пракса да се одвојат средства од буџетот, меѓутоа тие средства им се доделуваат директно на политичките субјекти и учесници на избори според однапред утврдени критериуми, а потоа тие си ја водат целата постапка.

Во однос на прашањето зошто адвокат, доктор, правник, лекар и лица од други професии може да бидат кандидати за било каква политичка функција, а на новинарите, од денот на прогласување на избори доколку сакаат да бидат дел од изборниот процес им се забранува да ја обавуваат професијата, беше објаснето дека нема никакви ограничувања, но поради специфичноста на функцијата новинар, кој како чувар на демократијата ја следи работата на власта на иституците во име на на граѓаните, не е етички во исто време да ја врши оваа дејност и да биде кандидат за политичка функција или пак да врши политичка функција. Изборниот законик дава можност доколку некој новинар се одлучи да учествува во политичка кампања било како кандидат или пак да учествува како подршка на некој учесник во кампањата за организација на митинзи или средба со граѓани, од започнување на изборниот процес до завршување на изборниот процес да ја стави во мирување својата работа како новинар. Само во таква ситуација нема пречка и за новинарите.

За идејата да се воведат лиценци за новинари со цел да се заштити професијата, беше одговорено дека идејата за лиценцирање на новинари треба да се разгледа со ЗНМ, поради тоа што Агенцијата нема надлежности во овој контекст.

На прашањето зошто за одредени даватели на услуги како адвокатски канцеларии, нотари и др. постои забрана за рекламирање, беше посочено дека ЗААВМУ не утврдува забрана за рекламирање на овие даватели на услуги. Доколку има вакви забрани од други закони, тие веројатно се поврзани со специфичноста на самите професии и со етичките норми за вршење на овие дејности.

Во врска со прашањето кои информации се од јавен интерес, беше потенцирано дека Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги не го дефинира овој поим. Единствено што регулира се соопштенијата од јавен интерес, кои не влегуваат во лимитите за рекламирање и може да се емитуваат означени како бесплатно емитување. Овој контекст на соопштениjа од јавен интерес во медиумската регулатива е дојден од Конвенцијата за прекугранична телевизија на Советот на Европа. Според толкувањето на Советот на Европа, побарано од Агенцијата кога прв пат се појави овој концепт во претходниот Закон за радиодифузна дејност, беше одговорено дека овие соопштенија треба да исполнат неколку услови за да се сметаат дека се соопштенија од јавен интерес, а двата најважни услови се да имаат алтруистичка цел и да засегаат голем дел од јавноста. Такви соопштенија, би биле здравствени кампањи, кампањи за безбедност на патишта и сл.

Во однос на прашањето дали комерцијалните локални радиодифузери можат да влезат во јавно приватно партнерство со општина или јавно претпријатие, беше појаснето дека прашањето не е во надлежност на Агенцијата, па оттаму не може да се даде прецизен одговор.

***м-р Магдалена Довлева Давидовска, раководителка на Секторот за стратешко планирање******и******авторски права* во АВМУ**, се надоврза на одговорот за јавното приватно партнерство, дека во членот 38 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, јавни претпријатија и единици за локална самоуправа, не може да се јавуваат како основачи и соосновачи и воопшто да се здобиват со учество во сопственост на радиодифузерите.

Во однос на прашањето дали Агенцијата има стратегија за опстанок и развој на локалните медиуми, беше посочено дека Агенцијата во 2019 година изработи Регулаторна стратегија за развој на аудио и аудиовизуелната дејност за периодот од 2019 до 2023 годинa. Стратегијата се однесува општо на развој на дејноста и ги опфаќа и локалните медиуми. Пред да се изработи Стратегијата, направена е посебна студија за да се утврдат состојбите со регионалниот и локалниот пазар, со поголем осврт на состојбите со телевизиите, но сосема е слична состојбата и со локалните радиостаници. Студијата покажа дека овие медиуми се економски слаби, работат непрофитабилно, имаат мала гледаност и речиси сосема се неатрактивни за маркетинг агенциите и за големите огласувачи, и дека нивните редовни огласувачи се практично локални мали претпријатија со мал огласувачки потенцијал. Поради овие сознанија, уште веднаш, а подоцна и во Стратегијата, Агенцијата препорача дека прв чекор кон подобрување на состојбите во овој сегмент од пазарот, е да се препознае важноста на овие медиуми и нивната важност за обезбедување демократски амбиент во општеството. При креирање на медиумската регулатива, мора нужно да се имаат во предвид важните прашања коишто се однесуваат на работењето на овие медиуми, со што ќе се обезбеди регулаторна рамка која ќе овозможи развој на овој сегмент од индустријата. Да се организираат обуки за подигнување на капацитетот на новинарите и на реализаторскиот кадар на овие медиуми, за да се зголеми капацитетот на продуцирани содржини. Имајќи ја во предвид тешката економска состојба да се разгледа можноста дозволата да се плаќа на рати. Агенцијата како медиумски регулатор си зеде обврска и понатаму да продолжи да изработува анализи, студии и истражувања што ќе им обезбедат релевантни податоци на овие медиуми за нивното работење, со оглед на тоа дека самите не се во можност да финансираат таков вид истражувања. Потребно е да се започне со активности за развивање стратегија и механизми за поддршка на медиумите и целиот тој процес да се води согласно препораката на Советот на Европа за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост. Министерството за информатичко општество како надлежно за предлагање регулатива во оваа област, веќе формираше Национален совет за реформи во медиумската сфера. Според Министерството, една од целите на Советот е покрај другото, да придонесе и за основање медиумски фонд за продукција на домашни содржини и за поддршка на медиумските работници и јавниот интерес. На овој начин може многу од овие важни прашања да бидат решени.

**Гордана Цветановска, *новинар, уредник и сопственик на радио Пела*,** се заблагодари за добиените одговори и даде коментар во врска соосвртот кој се однесува на фондот. Посочи дека е остварен еден состанок со Здружението на новинари во Битола, каде присуствувале медиуми од Прилеп и Битола. На состанокот се изјасниле дека не се согласуваат со основање на таков фонд, особено поради тоа што се уште не е јасно како би се делеле средствата. Добиле информација дека тој фонд ќе биде финансиран од доделување на лиценци за производство и преработка на марихуана, што за неа како новинар и интелектуалец е нешто неспоиво со разумот. На состанокот било побарано да се укине и да се преобрази членот 10 од Законот за медиуми, кој им создава голем терет при работата како радиодифузери и како сопственици на портали. Порталите и радиодифузните друштва во ова тешка состојба, речиси 3-4 години тешко остваруваат средства за опстанок. Доколку членот 102 од ЗААВМУ се измени, општините, локалните самоуправи и јавните претпријатија би соработувале со локалните радио и телевизиски станици во интерес на заедницата. Што се однесува до лиценците за новинари, посочи дека треба да се размислува за тоа како за иницијатива, бидејќи како професионални новинари се сочуваат со лица кои не само што се залутени во оваа професија, туку и прават повеќе штета отколку корист на професијата. Лиценците за новинари би значеле дека тие луѓе што ќе работат новинарство, навистина ќе одговараат за секој искажан или напишан збор.

**Прилог**

**Листа на присутни на јавниот состанок**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Листа на присутни учесници на третиот јавен состанок за 2021** | | |
| **Бр.** | **Име и презиме** | **Институција** |
| 1 | д-р Зоран Трајчевски | Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги |
| 2 | Зоран Фиданоски |
| 3 | Лазо Петрушевски |
| 4 | м-р Драгица Љубевска |
| 5 | м-р Емилија Јаневска |
| 6 | д-р Ивана Стојановска |
| 7 | м-р Магдалена Д. Довлева |
| 8 | м-р Арбен Саити |
| 9 | Горјан Шекеринов |
| 10 | Сања Гудеска Здравковска |
| 11 | Јетон Исмаили |
| 12 | Димитар Тануров |
| 13 | Цветанка Митревска |
| 14 | Катерина Доневска |
| 15 | Благој Христов | Македонски Телеком |
| 16 | Вера Самарџиева | Македонски Телеком |
| 17 | Гордана Цветановска | Радио Пела |
| 18 | Кристина Ивановска | МИА |
| 19 | Павлина Симоновска | Хелсиншки комитет |
| 20 | Михаило Донев | ТВ 24 |