

From:
Sent:
To:
Subject:

FW: FW: Отворена јавна расправа за Нацрт – Водич за инфлуенсер(к)и, влогер(к)и, креатор(к)и на содржини



РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА
REPUBLIKA E MAQEDONISE SE VERIUT
АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ
УСЛУГИ
AGJENCIA PER SHERBIME MEDIATIKE AUDIO DHE
AUDIOVIZUELE
СКОПЈЕ - SHKUP

Те молам завери го мејлов, којшто е дел од јавната расправа за Водичот за инфлуенсер(к)и.

Поздрав,

Примено: Pranuar:		22.12.2025	
Орг. Един. Nj.org.	Број: / Numer.	Прилог: Shtojce:	Вредност: Vlera:
03	4973/2		

From:

Sent: понеделник, 24 ноември 2025 10:02

To:

Subject: FW: FW: Отворена јавна расправа за Нацрт – Водич за инфлуенсер(к)и, влогер(к)и, креатор(к)и на содржини

From

Sent: Monday, November 24, 2025 9:48 AM

To

Cc:

Subject: Re: FW: Отворена јавна расправа за Нацрт – Водич за инфлуенсер(к)и, влогер(к)и, креатор(к)и на содржини

Почитувани,

Ви благодарам за мејлот и за додавањето во листата на инфлуенсери до кои ги испраќате мејловите, како и за споделувањето на претходната комуникација и документот.

Пријавата ќе ви биде уредно испратена наскоро, а во продолжение ви ги испраќам моите прашања, забелешки и предлози кои ги оформив откако внимателно го прочитав Нацрт-водичот.

- Што се однесува на генералното означување, дали е потребно да се вметне значење, хаштаг и плус да се одбере опцијата за платено партнерство која самата платформа ја нуди, значи дали се потребни сите три опции или бираме од нив? Се спомнуваше дека во описот односно текстот под видеото исто така треба да се каже дека е реклама, дали тука се мисли на хаштагот или на уште некој збор? Каде точно тоа треба да се позиционира? Крајно, дали е доволно значењето во самото видео да стои 6 секунди? Предлагам ова да го поедноставиме во интерес на тоа да биде полесно применливо, да се одбере еден начин и тој да се променува. Забележувам дека кај странските контент креатори нема толку многу показатели дека нештото е реклама, обично е еден, хаштаг или опцијата за платено партнерство што самата платформа ја нуди.

- Дали сето ова се однесува само на рилчиња и статични постови, а не и на сториња?
- Што е со препораки кои не се соработка, туку сакам да препорачам ресторан во некој град каде има супер храна или пак добра претстава или книга, супер ефикасен продукт за коса, значи што било, каква е зоната тука и дали овде останува јасната слобода на изразување? Прашувам, бидејќи јас имам доста близок и некако личен однос со моите следбеници и многу често ме прашуваат за разни нешта и теми, па важно ми е да знам, секако дека би сакала таа слобода да продолжам да си ја имам. Ова важи за секаков тип на препорака, производ, услуга, искуство, што било.
- Бидејќи сум автор на 8 дела и основач на женска организација преку која организираме настани, обуку и програми, би сакала да знам дали ова влијае и на тоа како ќе го комуницирам моето лично авторско дело или производ или менторска програма, кое секако дека на крајот од денот ми носи добивка, но сепак е мое?
- Она што длабоко ме збунува е разликата помеѓу рекламирање и пласирање производи, односно тесната поврзаност на двете, а сепак толку драстичното издвојување на правилата. Во рекламирање се вели дека може искрено да се препорача нешто, да се пофали нешто, секако зборуваме за лични впечатоци и нешто од кое сме задоволни и сакаме да го препорачаме, додека пак во пласирањето на производи се вели дека тоа не е дозволено, а толку често двете се испреплетени, односно таму каде што имаме рекламирање, честопати имаме и пласирање на производ. Тогаш, зошто не би можело да се зборува за пофалби за квалитет, цена и достапност, ако се лично искуство и понекогаш - факти? Ве молам за појаснување, зашто не сум баш сигурна дека разбираам зошто не би можеле таму каде што имаме пласирање на производ, на пример нешто покажуваме, користиме или слично, да споделиме наши позитивни впечатоци? Истовремено, дали кога се двете вклучени, треба стикери и хаштази за двете? Предлагам ова дополнително да се размисли.
- Би сакала да знам кога ќе се започне со плаќањето на 0,5 посто и од кога треба да се доставува извештај, препоставувам дека од 2027, но сепак ве замолувам да ми појасните.

Сметам дека постојат повеќе начини на кој Нацрт- водичот може значително да се поедностави, а притоа да не загуби својата цел, напротив, уште повеќе да се насочи кон истата, токму преку едноставноста. Сосема ми е јасно дека треба да се воведат некои правила со цел да се стави некаква рамка на нашата работа, но сепак предлагам истите да бидат што поедноставни, а сепак ефикасни, верувам дека така ќе биде подобро за сите. Не треба да заборавиме дека главен двигател на сето ова што го правиме е и креативната слобода и дека истата е клучна алатка во создавање на контент што нам ни значи, а со тоа ѝ значи и нашата публика, па сметам дека би било штета, сакајќи да се насочиме, да го потиснеме или извештачиме она што е најдобро кај секој од нас, а тоа е автентичноста. Сметам дека многу важни и длабоки општествени теми биле допрени токму благодарение на креативната слобода, но истовремено и многу бариери биле на тој начин поместени, па затоа предлагам сето она што ќе се става како рамка, да биде едноставно, јасно и конкретно и да не влегува во зоните кои на крајот од денот треба да останат слободни и спонтани.

Ви посакувам убава работна недела.

Со голема почит,



On Fri, Nov 21, 2025 at 5:40 PM ·

Фала многу за пораката, веднаш ќе ве додадеме во меилинг листата.

Ви го препраќам меилот што го пративме денес до инфлуенсерите, во кој има линк до Нацрт-водичот.

Пријавата треба да се достави во АВМУ најдоцна до 31.12.2025 година и доволно е да се достави електронски. Го очекуваме вашиот придонес во врска со водичот.

Убав викенд,

Тимот на АВМУ

Sent from my Galaxy

----- Original message -----

From:

Date: 11/21/25 2:14 PM (GMT+01:00)

С

<

Subject: Отворена јавна расправа за Нацрт – Водич за инфлуенсер(к)и, влогер(к)и, креатор(к)и на содржини

Почитувани,

На денешната 20 та седница, Советот на Агенцијата усвои Нацрт-Водич за инфлуенсер(к)и, влогер(к)и, креатор(к)и на содржини, за кој е отворена јавна расправа.

Целта на Водичот е да се обезбеди почитување на одредбите на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и од подзаконските акти, од страна на инфлуенсер(к)и, влогер(к)и, креатор(к)и на содржини. Водичот ги сублимира сите одредби од Законот и од подзаконските акти што треба да ги почитуваат и мерките што треба да ги преземат за да се обезбеди нивна доследна примена.

Овие одредби важат за инфлуенсер(к)и, влогер(к)и, креатор(к)и на содржини кои се даватели на аудиовизуелни медиумски услуги по барање, односно за оние кои ги исполнуваат критериумите утврдени во Правилникот за физичките лица даватели на аудиовизуелни медиумски услуги по барање (инфлуенсер(к)и, влогер(к)и, креатор(к)и).

Агенцијата ги повикува сите заинтересирани страни со свои мислења и предлози во писмена форма, да учествуваат во јавната расправа и истите да ги достават по електронски пат на contact@avmu.mk или по пошта на ул. „Македонија“ бр.38, 1000 Скопје.

Јавната расправа ќе трае до 22 декември 2025 година.

Со почит,



АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И
АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ

ул.Македонија бр.38

1000 Скопје, Република Северна Македонија

--

This message has been scanned for viruses and dangerous content by **MailScanner**, and is believed to be clean.