



## АКЦИСКИ ПЛАН за подобрување на состојбата со медиумите во Република Македонија

### Имајќи предвид дека:

- Македонија е високо политизирана држава, со значително влијание на политиката врз функционирањето на медиумите;
- Медиумскиот пазар е нерегулиран, а законите се применуваат селективно;
- Казните за новинарите се сè повисоки, а самоцензурата е широко распространета;
- Професионалните и етичките стандарди во медиумите опаѓаат;
- Речиси сите субјекти во медиумскиот простор (државните институции, политичарите, медиумите, сопствениците, новинарите) во изминатите години придонесоа во создавањето на лошата слика во медиумите.

### Медиумската заедница ја препознава потребата од темелни и суштински промени во медиумската сфера и е подготвена да го преземе водството во надминувањето на оваа неповолна состојба, водејќи се од следните начела:

- Граѓаните на Македонија заслужуваат квалитетни медиуми, професионално и етичко информирање и квалитетен јавен сервис, кој има посебна улога во воспоставување и одржување стандарди за квалитет во информирањето и во новинарството;
- Медиумската сфера треба да функционира врз демократски и пазарни принципи;
- Законите да овозможат слобода на изразувањето и фер пазарни услови;
- Да го штитат медиумскиот плурализам;
- Да се прецизни и спроведливи;
- Да обезбедат заштита на јавниот интерес, нормално и непречено функционирање на медиумите, без економски и политички притисок;
- Медиумите и новинарите мора да бидат вклучени во секој процес на измена и дополнување на законите од медиумската сфера;
- Медиумите и новинарите да ја преземат одговорноста и суштински да придонесат за подобрување на професионалните и етичките стандарди во медиумите, пред сè преку воспоставување ефикасно тело за саморегулација.

Акцискиот план што следи е создаден од група новинари, уредници, сопственици на медиуми и претставници на медиумски организации и институции, со цел да служи како основа/платформа врз која ќе се градат и ќе се имплементираат натамошните политики и чекори во правец на подобрување на медиумската состојба во Македонија.

# I. ЗАКОНОДАВСТВО

Проблеми	Засегнати страни (целни групи)	Цел	Пристап	Рок
<p><b>1. КЛЕВЕТАТА И НАВРЕДАТА ВО КЗ (декриминализација)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Високи казни, во најголем дел за новинарите, премала е одговорноста на главните уредници, медиумите воопшто не одговараат;</li> <li>- Се користи за економски и политички притисок врз редакциите и врз новинарите;</li> <li>- Не се користи практиката на Судот во Стразбур;</li> <li>- Поттикнува самоцензура.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Медиумите (новинарите, главните уредници, сопствениците);</li> <li>- Јавните функционери;</li> <li>- Судството;</li> <li>- Меѓународната заедница (ОБСЕ);</li> <li>- Законодавецот.</li> </ul>	<p>Судските процеси да не се користат за притисок врз новинарите и уредувачката политика.</p> <p>Ако се декриминализираат овие дела, да се лимитираат казните за нематеријалната штета (на пример, со препорака/укажување од Врховниот суд да се ограничи отштетата во согласност со примањата на новинарот).</p> <p>Судовите да ја применуваат практиката на Судот во Стразбур.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализа на сегашната практика во РМ и позитивните практики во Европа;</li> <li>- Дебати за постојната регулатива и можните решенија;</li> <li>- Ангажман на Врховниот суд;</li> <li>- Работна група за формулирање конкретен предлог и лобирање;</li> <li>- Преговори за менување или носење ново законско решение. (Заб: За измена на КЗ е потребно 2/3 мнозинство во парламентот)!</li> </ul>	3 месеци
<p><b>2. СПРОВЕДУВАЊЕ НА ЗАКОНИТЕ КОИ ЈА РЕГУЛИРААТ МЕДИУМСКАТА СФЕРА</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Законодавството се спроведува селективно, важни одредби не се спроведуваат и го нарушуваат медиумскиот амбиент;</li> <li>- Дел од регулативата е распрскана во повеќе закони, се воочуваат недоречености и преклопувања на надлежности.</li> </ul> <p><b>Во делот на ЗРД и СРД:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ЗРД не е усогласен со АВМС-директивата на ЕУ;</li> <li>- Последните измени на ЗРД за составот на СРД се несоодветни и ја ослабуваат позицијата и независноста на регулаторот;</li> <li>- Не се спроведуваат важни одредби од ЗРД за медиумската концентрација, сопственоста на</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Регулаторот;</li> <li>- Надлежните министерства;</li> <li>- АЕК, ДИК, Антикорупциска, Комисија за заштита на конкуренцијата;</li> <li>- Медиумите (новинарите, уредниците, сопствениците, еснафските и синдикалните организации, професионалните</li> </ul>	<p>Неопходна е длабинска анализа на регулативата за медиумите, во континуирана и сериозна јавна дебата.</p> <p>Предложените решенија да го вклучуваат ставот на медиумите, кои секогаш треба да бидат дел од процесите на изготвување какви било измени кои се однесуваат на медиумите.</p> <p><i>Притоа:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Бараме доследно, целосно и неселективно спроведување на постоечките закони и правила;</li> <li>- Да се обезбеди независна</li> </ul>	<p>Формирање работна група со застапеност на сите засегнати страни за да го следи процесот, прецизно да ги детектира недостатоците врз основа на резултатите од процесот и да подготви решенија;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Спроведувањето на законите кои ја регулираат медиумската сфера да се вметне како точка во дијалогот со Владата на РМ кој го води ЗНМ;</li> <li>- Анализа на законите, дефинирање на областите каде што проблем е суштината или отсуството на легислатива и</li> </ul>	Од 3 месеци до една година

<p>медиумите и стечајот;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Со доделувањето нови дозволи од страна на СРД, дополнително е нарушен радио-дифузниот пазар;</li> <li>- Не се почитуваат и не се спроведуваат во целост програмските и техничките стандарди пропишани со ЗРД и со дозволите од СРД;</li> <li>- Сопствената продукција кај домашните ТВ-станции во ударниот термин е маргинализирана во корист на купената странска програма;</li> <li>- СРД не ги спроведува во целост техничките и програмски побарувања од ЗРД;</li> <li>- СРД нема средства за спроведување на сите надлежности, особено во делот на надзорот и на исполнувањето на стандардите од страна на радиодифузерите и мониторинг на содржината;</li> <li>- Во ЗРД има недостатоци во делот на управување и надзор над МРТ, кои ја поткопуваат независноста на јавниот сервис;</li> <li>- Постои нерамноправен однос меѓу домашните и странските ТВ-каналите при дистрибуцијата преку кабелските оператори;</li> <li>- Недостига ефикасна, а не декларативна соработка меѓу институциите, има преклопување на надлежности, случаи каде што улогата на СРД е дерогирана (примерот со „Службен весник“ и необјавувањето на Правилникот за време на предизборието во 2011г.);</li> <li>- По изречена казна за медиумите од СРД, жалбената постапка пред судот е бавна;</li> <li>- Недостига транспарентност во работењето на</li> </ul>	<p>медиумски организации);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Операторите;</li> <li>- Јавните функционери;</li> <li>- Законодавецот;</li> <li>- Судството;</li> <li>- Меѓународната заедница.</li> </ul>	<p>позиција на регулаторот, а тој да го спроведува доследно ЗРД, без никакви отстапки;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Спроведување на ЗРО во медиумите и соработка со инспекциите;</li> <li>- Медиумските работници и сопствениците да потпишат Колективен договор со кој ќе се регулираат работните услови во медиумите во контекст на нивните работнички, социјални права, утврдување минимална плата и други прашања;</li> <li>- Судските постапки во кои се инволвирани медиумите и новинарите да се одвиваат во разумен рок, а казните за медиумите и новинарите да бидат сразмерни со влијанието, нанесената штета и економската моќ;</li> <li>- Законот за пристап до информациите од јавен карактер да се спроведува доследно;</li> <li>- Дигитализацијата да овозможи поголем квалитет и простор за содржини во јавниот сервис и да не го загрози емитувањето на другите комерцијални медиуми во новиот дигитален формат, пред сè на локалните</li> </ul>	<p>областите каде што проблем е нејзиното неспроведување;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Мониторинг на имплементацијата на законите од страна на регулаторните тела и медиумските организации;</li> <li>- Подготовка на извештај (базиран на анализи од претходните чекори, плус мислења од меѓународни фактори и домашни експерти);</li> <li>- Да се дефинираат конкретни предлози за измени/механизми/активности, дефинирани во соработка со СРД и други надлежни тела и релевантни субјекти;</li> <li>- Таму каде што сегашните решенија се неспроведливи, да се формулираат конкретни предлози/решенија;</li> <li>- Преговори и донесување измени и дополнувања на законите;</li> <li>- Доколку анализите покажат дека е потребен нов начин на уредување (на пример, закон за медиуми), да се дефинира што точно треба да опфати законот и да се спречи секој евентуален обид тој да ја регулира содржината и да влијае на автономноста на редакциите во спроведувањето на уредувачката политика;</li> </ul>	
---	--	--	--	--

<p>СРД, најмногу во делот на делегирање од страна на овластените предлагачи и избор на советници и во доделувањето лиценци;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Во практиката не постои градација во казнувањето (според дозволата, локална или национална, радио итн., паричните казни се исти за сите).</li> </ul> <p><b>Во делот на работните односи и ЗРО</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Не се почитуваат одредбите од ЗРО;</li> <li>- Работните ангажмани се најчесто нерегуларни (непријавени работници, злоупотреба на авторските договори со кои се заменува вработувањето, уцени со бланко-отказ, неплаќање социјално и пензиско осигурување и др.);</li> <li>- Не постојат колективни договори;</li> <li>- Не е одредена минималната плата;</li> <li>- Во некои медиуми постои директна, а во некои индиректна забрана за синдикално организирање;</li> <li>- Непостоење внатрешни правила, статuti, дефинирање на правата и обврските на сопствениците, уредниците и новинарите;</li> <li>- Непостоење асоцијација на медиумски работодавци.</li> </ul> <p><b>Во делот на Изборниот законик</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Законикот го зголемува рекламното време во предизборието, со што се доведува во контрадикторност со ЗРД, а ова е противречно и на АВМС-директивата, која поставува принцип од макс. 20%, т.е. 12 минути од еден час за реклами;</li> <li>- Овозможува медиумите да донираат во пред-</li> </ul>		<p>медиуми.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Процесот да го води медиумската заедница, без политички влијанија и наметнати одлуки, да се искористи максимално и домашната експертиза, но и искуството и решенијата на земји кои се позитивни модели во однос на слободата на медиумите.</li> </ul>	
--	--	-----------------	--	--

<p>изборни кампањи до 5% од годишниот промет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ДИК во предизборието има надлежности над печатот.</li> </ul> <p><b>Во делот на авторските права</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Законот за авторски права е проблематичен, влијае на економската кондиција на медиумите со превисоки надомести кон авторските агенции, нелогичен е и несоодветен во делот на наплатата, средствата не стигнуваат кај авторите на содржините.</li> </ul> <p><b>Во делот на слободниот пристап до информациите од јавен карактер</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Проблеми со пристап до информациите, нетранспарентност на сите иматели, рокот од 30 дена за информација е несоодветен за медиумите.</li> </ul> <p><b>Во делот на дигитализација и идната дистрибуција на програмите на медиумите</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Процесот на дигитализација се одвива бавно и нетранспарентно особено во делот на доделување на мултиплексите, постои загриженост за опстанокот и емитувањето, особено на локалните медиуми, на идните дигитални преносни канали (мултиплекси).</li> </ul> <p><b>Нерегулирани односи во печатените медиуми</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Не се регулирани бесплатните весници - можност за нелојална конкуренција;</li> <li>- Законот кој го регулира правото на исправка и одговор во печатот е стар закон преземен од</li> </ul>				
---	--	--	--	--

<p>СФРЈ, кој е заборавен, со застарена и несоодветна терминологија и не се почитува;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Појавување облици на медиумска концентрација, врзан маркетинг, монопол на дистрибуција.</li> </ul>				
<p><b>3. РЕГУЛИРАЊЕ НА МЕДИУМСКИОТ И РЕКЛАМНИОТ ПАЗАР, РЕГУЛИРАЊЕ НА ДРЖАВНИТЕ РЕКЛАМИ И КАМПАЊИТЕ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Мал пазар за толку многу медиуми, лоша економска состојба;</li> <li>- Неспроведување на регулативата за медиумска концентрација и нелојална конкуренција (медиуми со далеку помали програмски трошоци конкурираат на истиот пазар со далеку пониски цени);</li> <li>- Отсуство на јасни критериуми за буџетските средства за јавни кампањи и огласување, селективно рекламирање на државата во медиуми кои имаат благонаклонета уредувачка политика;</li> <li>- Нетранспарентност во работата на рекламните агенции, нивно преголемо влијание врз медиумската содржина;</li> <li>- Кај комерцијалните огласувачи исто така се воочува селективно рекламирање, според непазарни критериуми, непочитување на пазарните законитости, пред сè од страна на огласувачите, агенциите и сопствениците, нудење големи попусти и други нарушувања;</li> <li>- Нетранспарентност во тиражите и рејтинзите;</li> <li>- Непостоење/неактивност на асоцијации на сопственици/медиумска индустрија;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Медиуми и сопственици на медиуми;</li> <li>- Рекламни агенции;</li> <li>- Огласувачи;</li> <li>- Владата, министерствата и јавните институции;</li> <li>- Регулаторни тела (СРД, Антимонополската и Антикоруписката комисија).</li> </ul>	<p>Активностите во оваа насока треба да обезбедат услови за економска одржливост на медиумите и стабилност на медиумскиот пазар, што вклучува:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Имплементирање на антимонополските правила, оневозможување недоволна концентрација, елиминирање на нелојалната конкуренција;</li> <li>- Јасни критериуми за распределување средства од државните реклами/кампањи и механизми за отчет од државните институции за пласманот на рекламите, врз база на критериуми како досег до целната публика, рејтинг и доверба, јазик за заедницата, географска распространетост итн.;</li> <li>- Поголема и целосна транспарентност на сопственоста на медиумите;</li> <li>- Поголема транспарентност во релациите меѓу медиумите и огласувачите во однос на средствата кои влегуваат во меди-</li> </ul>	<p>Формирање работна група со застапеност на сите засегнати страни за да го следи процесот, да ги детектира недостатоците и да предложи решенија, преку:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализа на актуелните состојби на пазарот и на постојната регулатива што се однесува на медиумскиот пазар;</li> <li>- Мониторинг на имплементација на законите, со обезбедување конкретни аргументи (каде се неспроведливи, каде не се спроведуваат и каде се потребни нови законски решенија);</li> <li>- Подготовка на извештај врз основа на мониторинг и анализа, и мислења од меѓународни и домашни експерти;</li> <li>- Дебати за постојната регулатива и барање решенија за подобрување на економските услови во кои функционираат медиумите;</li> <li>- Дебати меѓу огласувачите, медиумите и агенциите за формирање заеднички тела на индустријата, со план на активности;</li> <li>- Дебата за регулативата за</li> </ul>	<p>Делот на регулирање на државното рекламирање за период од 6 до 9 месеци, другите интервенции до 2 години</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Непостоење системи на координација на сите учесници во медиумскиот пазар;</li> <li>- Недостаток на системи на мониторирање на распределба на средствата за огласување од страна на маркетинг-агенциите.</li> </ul>		<p>умите, особено во делот цената на рекламите, огромните попусти за рекламирање кон одредени рекламни агенции и компании, како и во делот на средствата од државните реклами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Формирање независни механизми и тела во сферата на медиумската индустрија и пазарот, кои би ги регулирале односите меѓу играчите на пазарот, би мониторирале распределба на реклами и би го надгледувале спроведувањето на договорените механизми, на пр: кодекси, саморегулаторни тела, повеќепартитни комитети на индустријата кои би определувале критериуми и начини на работа на индустријата (на пример, најниска цена за рекламирање);</li> <li>- Механизми за поттранспарентно работење на маркетинг-агенциите;</li> <li>- Овозможување вистинска независност на регулаторните тела на медиумскиот пазар и финансирањето.</li> </ul>	<p>рекламирање;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дебата за законски измени за до-капитализација на националните радиодифузери во А.Д., со котација на берза;</li> <li>- Дефинирање конкретни предлози за законски измени;</li> <li>- Преговори и менување на легислативата.</li> </ul>	
<p><b>4. СУБВЕНЦИОНИРАЊЕ НА МЕДИУМИТЕ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Не постои одржлив и функционален модел за субвенционирање ниту кај електронските ниту</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Медиуми (локалните медиуми, радијата, медиумите</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Државата треба да обезбеди модели на субвенционирање кои ќе овозможат зголемува-</li> </ul>	<p>Формирање работна група за формирање конкретни предлози, со вклучување на засегнатите страни;</p>	<p>Од 6 месеци до 2</p>

<p>кај печатените медиуми, кои се загрозени (поради веб-пенетрација, глобалните трендови), пред сè за медиумите на заедниците, на маргинализираните групи и печатените медиуми;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Нема субвенционирање по основ на проекти од јавен интерес или проекти кои се однесуваат на регионално/локално ниво, малцински заедници/маргинализирани групи итн.;</li> <li>- Многу локални/регионални медиуми на заедниците згаснаа, другите се борат за опстанок;</li> <li>- Непрофитните медиуми предвидени со ЗРД не профункционираа;</li> <li>- Досегашните модели не беа транспарентни, подигаа сомнежи за корупција;</li> <li>- Загрозен е медиумскиот плурализам, медиумите сè повеќе се „таблоидизираат“, страдаат „неатрактивните“ содржини, едукативните содржини, документаристичкиот израз итн.</li> </ul>	<p>на етничките заедници, независните продуценти;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Владата, министерствата и јавните институции;</li> <li>- Локалната самоуправа;</li> <li>- Регулаторните тела;</li> <li>- Јавниот сервис;</li> <li>- Граѓанскиот сектор.</li> </ul>	<p>ње на продукцијата на медиумски содржини од јавен интерес, заштита на медиумскиот плурализам, и правото на информирање на граѓаните, имајќи ги предвид јазичните бариери, географската припадност, маргинализираните групи итн.;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Моделите на субвенционирање да содржат прецизни критериуми кои ќе оневозможат злоупотреба на овие средства.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализа фокусирана на тоа како влијае законската рамка за постоењето непрофитна медиумска содржина, важна за медиумскиот плурализам;</li> <li>- Мониторинг на содржина, дефинирање недостатоци во програми од јавен интерес;</li> <li>- Подготовка на извештај, вклучувајќи мислења од меѓународни фактори и домашни експерти, со конкретни докази каде и што не функционира (ќе се искористат анализите од чекор 1 и чекор 2);</li> <li>- Таму каде што е проблем легислативата или неспроведувањето, да се дефинираат конкретни предлози, измени, препораки;</li> <li>- Преговори и усогласување меѓу засегнатите страни;</li> <li>- Конкретни предлози за спроведување и измени во регулативата и правилата на пазарот.</li> </ul>	<p>години</p>
--	---	---	--	---------------



## II. ЈАВЕН СЕРВИС

Проблеми	Засегнати страни (целни групи)	Цел	Пристап	Рок
<p><b>1. СИЛЕН ПОЛИТИЧКИ ПРИТИСОК ВРЗ УРЕДУВАЧКАТА ПОЛИТИКА, ОСОБЕНО ВО ИНФОРМАТИВНАТА ПРОГРАМА, НЕЦЕЛОСНО СПРОВЕДУВАЊЕ СТАНДАРДИ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- МРТ не ја исполнува во целост мисијата и функцијата на јавен сервис;</li> <li>- Протежирање на владејачките партии;</li> <li>- Квалитетот на информирање во изборните кампањи е политички неизбалансиран;</li> <li>- Мрежата на дописници е недоволно развиена и методот на пренесување информации од настаните често е инструментализиран;</li> <li>- Советот на МРТ е недоволно активен и не ја остварува целосно својата улога;</li> <li>- Не се почитуваат новинарските стандарди и внатрешни правила, како Декларацијата, правилата за известување за време на изборите;</li> <li>- Не се остварува целосно медиумскиот плурализам, чијшто главен заштитник треба да биде јавниот сервис;</li> <li>- Недоволна активност и транспарентност на МРТ на веб, недоволно прегледна веб-страница, неактивност на социјални мрежи, нема импресум на веб-страницата, ниту информација за раководните и за управните органи на МРТ и на сервисите;</li> </ul>	<p>Политички субјекти (опозиција и власт):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Власта (извршна, законодавна и судска);</li> <li>- Менаџментот на МРТВ;</li> <li>- Уредниците;</li> <li>- Новинарите;</li> <li>- Советот на МРТ;</li> <li>- Управниот одбор;</li> <li>- Меѓународната заедница.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Обезбедување институционална автономија и уредувачка независност на МРТ;</li> <li>- Дефинирање на начинот за елиминирање на политичкиот притисок.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Промена/симплификација на структурата на управување на јавниот сервис бидејќи моментно постојат три тела кои го прават процесот на менаџирање несоодветен;</li> <li>- Прецизно дефинирање на надлежностите на органите на МРТ во Законот;</li> <li>- Донесување декларација во Собранието на РМ за политичка и финансиска независност на МРТ;</li> <li>- Потпишување повелба помеѓу МРТВ и Владата во која ќе се дефинираат заеднички точки на соработка (цели, функции, обврски и активности); постојат повеќе вакви примери во некои од западноевропските земји.</li> <li>- Пристапување кон измени на постојната легислатива и/или нови законски решенија кои се однесуваат на Јавниот сервис</li> </ul>	12 месеци

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Квалитетот на новинарскиот производ во јавниот сервис е опаднат.</li> <li>- Новинарите во јавниот сервис имаат статус на јавни службеници</li> </ul>				
<p><b>2. КАДРОВСКАТА ПОЛИТИКА ВО ИНСТИТУЦИЈАТА:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>А. Медиумскиот кадар и севкупните човечки инвестиции во институцијата се ограничени;</i></li> <li>- Дел од кадрите се непродуктивни;</li> <li>- Немање услови за квалитетна работа, застарена технологија.</li> <li>- <i>Б. Менаџерскиот кадар;</i></li> <li>- Нетранспарентност при изборот и раководењето;</li> <li>- Моделот на менаџирање и управување предвиден во ЗРД не е соодветен и е прегломазен, има премногу тела кои одлучуваат (Совет, УО, директори, уредници), има „висока“ хиерархиска структура, испреплетени надлежности, многу луѓе, скап е, неефикасен и неефективен. Имено, Со МРТ управуваат и раководат: Совет од 23 члена, Управен одбор од 7 члена, Работоводен орган од 4 луѓе, одговорни уредници на посебните програмски сервиси, со еден збор, многу луѓе, педесетина;</li> <li>- Работоводниот орган кој треба да биде двигател на сите процеси е задушен и маргинализиран;</li> <li>- Политичко влијание во работењето;</li> <li>- Нејасни и сомнителни критериуми за избор</li> </ul>	<p>Политички субјекти (опозиција и власт):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Власта (извршна, законодавна и судска);</li> <li>- Менаџментот на МРТВ;</li> <li>- Уредниците;</li> <li>- Новинарите;</li> <li>- Советот на МРТВ;</li> <li>- Управниот одбор;</li> <li>- Експертската јавност;</li> <li>- Невладиниот сектор.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Обезбедување непристрасност и професионалност во функционирањето на јавниот сервис;</li> <li>- Измени на постоечката регулатива со цел да се обезбеди автономност на јавниот сервис;</li> <li>- Ревидирање на деловите од Законот при избор на раководството;</li> <li>- Обезбедување механизми за целосно спроведување на Законот;</li> <li>- Компарации според европските модели и слични модели со македонскиот;</li> <li>- Активно партиципирање на засегнатите страни во изработката на нормативната рамка.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ЗНМ да ги иницира предложените мерки во процесот на преговорите со ВРМ и да иницира средба со политичките партии, парламентарни групи и Советот на МРТВ како и со Управниот одбор;</li> <li>- Целта на акцијата е да се излобираат конструктивни предлози добиени врз база на консензус;</li> <li>- Јавна дебата;</li> <li>- Вметнување на ова прашање во собраниската декларација и повелбата која би била потпишана помеѓу МРТ и Владата.</li> <li>- Пристапување кон измени на постојната легислатива и/или нови законски решенија кои се однесуваат на Јавниот сервис</li> </ul>	<p>3 месеци</p>

и на кандидати за менаџери, но и за членовите на управните органи.				
<p><b>3. ФИНАНСИРАЊЕ НА ЈАВНИОТ СЕРВИС:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Недоволен буџет;</li> <li>- Трошоците за непречено функционирање на МРТ не се прецизно утврдени, постои и нетранспарентност во менаџирање со средствата;</li> <li>- Радиодифузната такса не се собира целосно;</li> <li>- МРТ има лимитирани приходи од други извори, на пример продукција, не остварува приходи од државните реклами и има ограничен приход од другите реклами.</li> </ul>	<p>Политички субјекти (опозиција и власт):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Власта (извршна, законодавна и судска);</li> <li>- УЈП;</li> <li>- Менаџментот на МРТВ;</li> <li>- Уредниците;</li> <li>- Новинарите;</li> <li>- Советот на МРТВ;</li> <li>- Управниот одбор;</li> <li>- Граѓаните.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Обезбедување сигурен извор на приходи, независен од власта;</li> <li>- Гарантирање на политичката и на финансиската независност на МРТ и на јавниот интерес;</li> <li>- Целосна наплата на РДТ;</li> <li>- Прецизно утврдување на годишните трошоци на МРТ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Во натамошниот процес да се оформи стручна работна група која ќе го разгледува ова прашање.</li> <li>- Освен целосното собирање на РДТ, да се размисли и за други модели, како: <ul style="list-style-type: none"> <li>а) Одвојување средства и од Буџетот, на пример фиксен процент определен со Закон;</li> <li>б) Да се усвои модел на посебен механизам за независно финансирање на буџетот на МРТ (на пример, одреден процент од стапката на ДДВ да се релоцира во буџетот на МРТ или слично).</li> </ul> </li> <li>- Решението да биде дел од законската рамка за МРТ.</li> </ul>	12 месеци
<p><b>4. НЕМАЊЕ ВТОР ТВ-КАНАЛ НА МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК И НЕДОСТАТОЦИ ВО ПРОГРАМИТЕ НА ЗАЕДНИЦИТЕ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Претесен е просторот за емитување повеќе спорт, музика, култура, едукација;</li> <li>- Ограничен е просторот за пренос на големи спортски натпревари;</li> <li>- Генерално е незадоволително нивото на квалитет и застапеност на овие содржини на првиот канал;</li> <li>- Програмите на заедниците се временски</li> </ul>	<p>Политички субјекти (опозиција и власт):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Власта (извршна, законодавна и судска);</li> <li>- Менаџментот на МРТВ;</li> <li>- Уредниците – новинарите;</li> <li>- Советот на МРТ;</li> <li>- Управниот одбор.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Овозможување разновидна телевизиска програма со посебен акцент на неформалното образование и забавни содржини;</li> <li>- Подобрување на постоечките содржини во јавниот сервис.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- При процесот на дигитализација на МТВ, задолжително да се предвиди алоцирање на нов канал на македонски, за емитување образовни и документарни програми, спорт и други забавни содржини;</li> <li>- Посебни канали и повеќе простор и време за емитување на програмите на немнозинските заедници;</li> </ul>	6 месеци

<p>мошне ограничени, а кадровската и техничката екипираност на редакциите на заедниците е на уште позагрижувачко ниво од програмите на македонски јазик.</p>			<p>- За да се предвиди втор македонски канал, треба да се изготви измена на закон, да се добие фреквенција од Агенцијата за електронски комуникации и лиценца од СРД.</p>	
<p><b>5. ОДНОСОТ НА ЈАВНИОТ СЕРВИС СО КОМЕРЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ:</b></p> <p>- Поддршка од комерцијалните медиуми за плаќање на РДТ со цел да не се спроведува антикампања кон граѓаните.</p>	<p>Политички субјекти (опозиција и власт):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Менаџментот на МРТВ;</li> <li>- Уредниците;</li> <li>- Новинарите;</li> <li>- Советот на МРТВ;</li> <li>- Управниот одбор.</li> </ul>	<p>- Овозможување простор за соработка и можност за заедничка промоција пред публиката.</p>		<p>3 месеци</p>
<p><b>6. ДЕФИНИРАЊЕ НА „ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС“</b></p> <p>- Советот на МРТ не е доволно транспарентен и не ја реализира во целост улогата на дефинирање релевантни прашања од јавен интерес за да може на редакциите во јавниот сервис да им даде насоки за прашањата кои се важни за општеството, а кои МРТ треба да ги адресира во содржините и програмата;</p> <p>- Државните институции не се доволно активни во информирање на Советот на МРТ за проблемите од јавен интерес со кои се соочуваат во својата работа, а за кои постои потреба за поголемо информирање на граѓаните;</p> <p>- Не постојат редовни механизми, ниту меѓуресорски форуми (ниту во државните институции, ниту во јавниот сервис), на кои би се дискутирало за релевантни прашања од јавен интерес, каде што би се предлагале</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Граѓанското општество;</li> <li>- Советот на МРТ;</li> <li>- Државните институции.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- МРТВ да биде сервис на граѓаните а не на партиите;</li> <li>- Посочување примери - кои информации се од јавен карактер / јавен интерес за граѓаните.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вметнување на ова прашање во повелбата која би била потпишана помеѓу МРТВ и Владата/парламентот.</li> <li>- Советот на МРТ да ја преземе одговорноста во заштитата на јавниот интерес, да воспостави редовни механизми за дискутирање на прашањата, на кои би се дефинирале препораки за адресирање на проблемите преку програмата на МРТ. Овие механизми треба да бидат транспарентни, да овозможат учество на граѓаните и граѓанските организации.</li> <li>- Државните институции треба да го информираат редовно Советот на МРТ за релевантни и актуелни податоци кои упатуваат на нови и</li> </ul>	<p>6 месеци</p>

<p>начини како овие прашања да се адресираат преку програмата на јавниот сервис.</p>			<p>актуелни општествени проблеми.          - Граѓанските организации треба да бидат поактивни во соработката со Советот на МРТ, а Советот да обезбеди лесно достапни форми и механизми за доставување предлози кои би се дискутирале од Советот, вклучувајќи обврска да им се одговори на предлагачите на иницијативите.</p>	
--	--	--	--	--

### III. КВАЛИТЕТ НА НОВИНАРСТВОТО, ЕТИЧКИ И ПРОФЕСИОНАЛНИ СТАНДАРДИ

Проблеми	Засегнати страни (целни групи)	Цел	Пристап	Рок
<p><b>1. САМОРЕГУЛАЦИЈА И НЕПОЧИТУВАЊЕ НА ЕТИЧКИТЕ И ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ СТАНДАРДИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Непостоење систем за ефикасна саморегулација;</li> <li>- Непочитување на етичките и професионалните стандарди;</li> <li>- Постоење трансмисионо/униформирано новинарство, недостасува истражувачко новинарство, растечки тренд на таблоидизација на медиумите и доминирање на пропагандата;</li> <li>- Преголем број медиуми и нелојална конкуренција на пазарот, редакциите работат поголем обем на работа со помалку луѓе, што влијае негативно на содржината;</li> <li>- Квалитетот на новинарскиот производ кај локалните и регионалните медиуми, кои работат со далеку помалку ресурси, е уште позагрижувачки;</li> <li>- Јавноста не е доволно запознаена со тоа што претставува висококвалитетно, професионално новинарство;</li> <li>- Сопственичката структура на медиумите влијае врз (не)почитувањето на етичките и професионалните стандарди;</li> <li>- Економската зависност на новинарите, нивната егзистенцијална несигурност и притисокот од сопствениците и од</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Новинарите;</li> <li>- Медиумската индустрија;</li> <li>- Јавноста.</li> </ul>	<p>Функционален систем за саморегулација преку независно тело (Совет за етика) составено од новинари, сопственици на медиуми и независни експерти, што ќе ги штити и ќе ги афирмира професионалните и етичките стандарди во новинарството и правата на граѓаните во однос на медиумските содржини.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Прецизирање на одредбите од Кодексот на новинарите на Македонија;</li> <li>- Ревизија на Статутот на ЗНМ;</li> <li>- Доусовршување на членовите на Советот на честа на ЗНМ;</li> <li>- Формирање самостоен саморегулациски трипартитен орган (пример: Совет за етика во медиумите);</li> <li>- Да се поттикнат медиумите, особено МРТ, да создаваат и да практикуваат внатрешни кодекси и саморегулаторни практики.</li> </ul>	До 12 месеци

<p>уредниците влијае негативно на начинот на кој се произведува содржината, ја поттикнува самоцензурата;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Непостоење континуирана дебата меѓу новинари и сопственици на медиуми.</li> </ul>				
<p><b>2. НИСКО НИВО НА ГЕНЕРАЛНО НОВИНАРСКО ОБРАЗОВАНИЕ И СПЕЦИФИЧНИ ПРОГРАМИ ЗА ДООБРАЗОВАНИЕ НА НОВИНАРИТЕ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостаток на вистинско и практично новинарско образование;</li> <li>- Голем дел од новинарите се вработуваат без соодветни критериуми и образование, дури и во јавниот сервис (конкурси за примање вработени со средно образование);</li> <li>- Уредниците не ги поттикнуваат новинарите да го имплементираат тоа што го научиле на обуки;</li> <li>- Непостоење „школи“ за обука во самите редакции;</li> <li>- Недостиг од обуки за новинари кои работат во медиумите на јазиците на заедниците.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Новинарите;</li> <li>- Медиумската индустрија;</li> <li>- Факултетите за новинарство;</li> <li>- Академската заедница;</li> <li>- Медиумските невладини организации.</li> </ul>	<p>Квалитетно високо образование за новинарите и континуирани специјализирани обуки за медиумските работници за новите трендови.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Заеднички договор меѓу факултетите за изнаоѓање начини за подобрена комуникација со медиумската индустрија;</li> <li>- Воведување на менторството како начин на пренесување на знаењето во редакциите;</li> <li>- Дообуки за новинарите и другите медиумски работници според потребите на индустријата;</li> <li>- Формирање специјализирана новинарска школа за новинарите кои се без формално образование;</li> <li>- Вложување во проекти кои го негуваат истражувачкото новинарство, вклучување студенти;</li> <li>- Независни проекти во соработка со медиумите во кои ќе се вклучат студенти по новинарство;</li> <li>- Создавање обуки кои се наменети за новинарите кои работат во медиумите на јазиците на заедниците;</li> <li>- Заедничка кампања на факултетите, медиумските организации и на медиумите за подобрување на имиџот на новинарската</li> </ul>	<p>Од 6 месеци до 2 години</p>

			професија.	
<b>3. НЕПОЧИТУВАЊЕТО НА РАБОТНИЧКИТЕ ПРАВА И НЕПОСТОЕЊЕТО КОЛЕКТИВНИ ДОГОВОРИ СОЗДАВА НЕСИГУРНОСТ КАЈ НОВИНАРИТЕ И ВЛИЈАЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА НОВИНАРСКИОТ ПРОИЗВОД</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Државните институции;</li> <li>- Синдикатот на медиумските работници;</li> <li>- Работодавците.</li> </ul>	<p>Со потпишување на колективните договори и респектирање на работничките права, медиумските работници ќе се ослободат од стегите кои ги создава несигурноста во нивната егзистенција, што ќе придонесе за нивна поголема независност и подобри медиумски производи.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Доследно почитување на ЗРО;</li> <li>- Преговори меѓу синдикатот и работодавците;</li> <li>- Потпишување колективни договори;</li> <li>- Создавање Асоцијација на работодавците во медиумите, или ревитализација на постојните здруженија (АПМ, АПЕММ), со кои би се воделе преговори за овие прашања, на ниво на сектор (гранка).</li> </ul>	

**Во табелата се користени кратенки кои го имаат следното значење:**

- ЗРД - Закон за радиодифузната дејност
- ВРМ - Влада на Р. Македонија
- СРД - Совет за радиодифузија
- РДТ - Радиодифузна такса
- ЗРО - Закон за работни односи
- КЗ - Кривичен законик





Јуриј Гагарин 17 -1/1, 1000 Скопје

Телефон: 02/3090004

Факс: 02/3090104

[mim@mim.org.mk](mailto:mim@mim.org.mk)

[www.mim.org.mk](http://www.mim.org.mk)



Градски сид блок 13, 1000 Скопје

Телефон: 02/3298139

Факс: 02/3116447

[contact@znm.org.mk](mailto:contact@znm.org.mk)

[www.znm.org.mk](http://www.znm.org.mk)

Поддржано од:



Kingdom of the Netherlands