

Комуникациските права на ранливите групи во дигитализираното медиумско опкружување - МОЖНОСТ или илузија

- Јавниот сервис е маргинализиран, а неговата врска со граѓанството е слаба
- Приватните медиуми се водат доминантно од пазарната логика и мотивот за што повеќе приходи
- Медиумите на заедницата – исклучително важен, но најмалку развиен сектор
- Заклучоци и Препораки



Вовед

Овој документ ги идентификува главните пречки за остварување на комуникациските права на ранливите групи во дигитализираната јавна сфера на Северна Македонија и нуди насоки и препораки за дејствување со цел да се зголеми свесноста за комуникациските права и влијанието на ранливите групи врз градењето на медиумските политики и саморегулацијата. Документот произлезе од наодите добиени од Акциското истражување што го спроведе Институтот RESIS во текот на 2020 година[1]. и работилниците и дебатите со граѓанските организации кои работат на остварување на правата на ранливите групи, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и Советот за етика во медиумите, организи-рани во текот на 2021 година[2].

[1] Мицевски, И., Младеновска, Ј. и Трпевска, С., „Ранливите групи во јавната сфера: Проценка на векторите на комуникација меѓу граѓанските организации кои се занимаваат со застапување на ранливите заедници, институциите со овластувања во медиумската сфера и саморегулаторните медиумски тела“. Институт за истражување на општествениот развој RESIS, 2021.

[2] Види повеќе: [Мрежа од совети на публики](#)

Комуникациските права се дел од третата генерација човекови права, а во нивната основа е темелното право на слобода на изразување[3]. Додека слободата на изразување се поврзува со индивидуалното право на секој поединец, комуникациските права се колективни права на припадниците на една заедница да влегуваат во интеракција за да ги унапредат заедничките цели и да го остварат своето темелно право на развој.

Комуникациските права се состојат од следниве посебни права:

1. **Право на информирање:** право на барање, примање и споделување информации и идеи од секаков вид;
2. **Право на комуницирање:** право на сите ранливи заедници да бидат слушнати; право да се изразат, а не да бидат само пасивни реципиенти на информации;

[3] Види повеќе: [Council of Europe, The evolution of human rights](#)

3. *Медиумски права*: право на ранливите заедници да бидат информирани; право на пристап и можности да ги користат медиумите; право на културно изразување преку медиумите; право на одговор и исправка кога се повредени нивните човекови права и др;

4. *Интерпретативни права*: право на едукација и на стекнување знаења и способности за користење на медиумите (медиумска писменост).

Во последнава деценија, во дебатите за новите медиумски политики се говори за тектонски потреси што ја нарушија положбата на традиционалните медиуми, како на јавните така и на приватните. Тие потреси произлегоа најмногу од силната конкуренција меѓу платформите, каналите и моделите за дистрибуција на содржини и од ерозијата на традиционалните модели на финансирање на новинарството и на други локални содржини.[4] Ова имаше негативен ефект не само врз медиумите туку и врз општеството во целина, бидејќи традиционалните аудиовизуелни медиуми имаат важна општествена функција што новите платформи (како Google, Facebook и Netflix) се стремат да ја игнорираат[5]. Иако во медиумската политика таа општествена функција главно се врзува за јавниот сервис, сепак и приватните радиодифузери имаат важни јавни обврски[6].

[4] Syvertsen, Trine, Karen Donders, Gunn Enli, and Tim Raats. "Media disruption and the public interest." *Nordic Journal of Media Studies* 1, no. 1 (2019): 11-28.

[5] Moore, Martin, and Damian Tambini, eds. *Digital dominance: the power of Google, Amazon, Facebook, and Apple*. Oxford University Press, 2018.

[6] Во поглед на правата на ранливите групи важни се начелата врз кои се засниваат програмите утврдени во чл.61 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги: негување и развој на хуманите и моралните вредности и заштита на приватноста и достоинството на личноста, еднаквост на слободите и правата независно од полот, расата, националното, етничкото и социјалното потекло, политичкото и верското уверување, имотната и општествената положба, отвореност на програмите за различни гледишта и идеи и др. Покрај тоа, важни се и обврските во поглед на заштитата на малолетниците, забраната за говор на омраза и др.

Технолошките промени и засилената конкуренција во голема мера влијаеја и врз нарушувањето на општествената функција на традиционалните медиуми во земјава, а со тоа и врз остварувањето на комуникациските права на ранливите групи граѓани. Во натамошниот текст накусо се опишуваат последиците од овие промени врз нарушената општествена функција на три клучни медиумски сектори: јавниот радиодифузен сервис, комерцијалната телевизија и непрофитните (радиодифузни и онлајн) медиуми.

Јавниот сервис е маргинализиран, а неговата врска со граѓанството е слаба

Според законски пропишаната улога и обврски, Македонската радиотелевизија (МРТ) е клучниот медиум што треба да ги остварува комуникациските права на ранливите групи граѓани во новото дигитално опкружување. Но, за да се случи тоа неопходно е да се рedefинира нејзината мисија и програмски функции во насока на исполнување на следниве вредности: универзалност, квалитет, доверба и граѓанство[7]. Последниве две карактеристики се особено важни за успешната трансформација на МРТ во насока на повторно воспоставување на нејзината врска со граѓаните, односно со различните групи и заедници во македонското општество.

Иако се прават напори да се подобри квалитетот и разновидноста на програмата на МРТ, сепак се чини дека недостасува јасен коцепт за тоа како МРТ може да ги исполни четирите вредности на различните канали и како да овозможи граѓанството да влијае врз обликувањето на програмската политика. Граѓанските организации кои работат со ранливите групи на локално ниво,

[7] Трпевска, С. и Мицевски, И. „Партиципативен модел за јавните медиуми во Македонија: Заживување на една идеја“. Аналитика, 2017.



во текот на акциското истражување и одржаните консултативни работилници нагласуваа дека речиси воопшто немале можност да го искажат своето мислење за програмската понуда на МРТ, ниту пак сметаат дека во програмските содржини на МРТ доволно се обработуваат темите и прашањата што ги засегнуваат ранливите групи[8].

Во петгодишната стратегија за развој на МРТ усвоена на крајот на 2020 година воопшто не се разработува прашањето на формите на комуникација со различните групи на граѓанството, особено во локалните средини[9]. Ваквите форми на комуникација треба да се воспостават на различни нивоа. На пример, редакциите на МРТ треба да усвојат внатрешни правила и рутини во работењето со кои ќе се поттикнува интеракцијата со граѓаните и соодветно ќе се инкорпорираат нивните мислења во информативните, образовните, културните и другите програми. Следно, МРТ треба да има посебен сектор/одделение во својата внатрешна структура што редовно би ги собирал и анализира мислењата, предлозите и поплаките на граѓаните во врска со програмата. Натаму, менаџментот на МРТ треба да се обврзе да начува редовни анализи и истражувања на перцепциите и оценките на граѓаните што би биле предмет на дебата на Програмскиот совет.

Исто така, Програмскиот совет на МРТ треба да ја исполнува законската обврска „да ги следи коментарите и укажувањата на публиката во однос на емитуваната програма и да побара од директорот на МРТ [...] да го прилагоди обемот, структурата, или севкупниот квалитет на програмската содржина.“ Ова тело ги нема ниту идентификувано релевантните групи на граѓанството што треба да ги претставува, ниту пак одржува редовна комуникација и консултација со нив, со цел да се зголеми нивното влијание врз следењето на програмските принципи и стандарди на МРТ.

[8] Мицевски, И., Младеновска, Ј. и Трпевска, С., „Ранливите групи во јавната сфера“, стр.23. Институт за истражување на општествениот развој РЕСИС, 2021

[9] Петгодишна стратегија за развој на Македонската радиотелевизија, Предлог-верзија

Приватните медиуми се водат доминантно од пазарната логика и мотивот за што повеќе приходи

Во генералната слика на медиумскиот плурализам, приватните медиуми имаат важна улога во развивањето на демократските вредности и човековите права. Но, еден подлабок поглед врз денешната медиумска слика во земјава открива дека уредувачката политика на приватните медиуми, особено на поголемите приватни телевизии, е под силен притисок на пазарот и на бизнис интересите на медиумските сопственици. Наместо да обезбедуваат јавен простор за дебата за прашањата што ги засегнуваат различните општествени групи, тие публиките ги третираат главно како потрошувачки сегменти, што се должи на нивната доминантна пазарна логика и интереси. Генерална последица на ова е емитувањето униформни содржини што привлекуваат повеќе публика и сензационализмот и таблоидизацијата на вестите и информативните содржини. Моќта на медиумите да влијаат врз јавното мислење и вредносните уверувања во општеството е огромна. Кога профитната или пазарната логика е единствената логика според која се водат приватните медиуми, доминантните вредности што тие ги репродуцираат се економските или материјалните вредности. Со оглед на тоа дека нив ги води пред сè „побарувачката“ за содржини, тие ги избегнуваат помалку профитабилните теми што ги интересираат помалите групи во публиката.

Граѓанските организации кои работат со ранливите групи велат дека тие теми, дури и кога ги има, се најчесто маргинални во редоследот на селектираните дневни информации[10]. Ова особено се однесува на телевизиите на национално ниво чии информативни програми ретко ги покриваат проблемите што ги засегнуваат ранливите групи и активностите на граѓанските организации на локално ниво. Во фокусот на ТВ вестите и информативните емисии на големите аудиовизуелни медиуми

[10] Онлајн работилница одржана со граѓански организации од Источниот регион: „За маргинализираните (најчесто) се известува маргинално“, 30 март 2021 година.



се случувањата од политиката и настаните што се одвиваат на централно ниво. Дополнително, загрозен е и пристапот на локалните заедници и ранливите групи до регионалните и локалните аудиовизуелни медиуми кои се на граница на самоодржливост и поради тоа се свртени првенствено кон содржини што им носат повеќе приход.

Друг проблем е и незаинтересираноста и антагонизмот што често го покажуваат некои поголеми приватни медиуми кон граѓанските организации кои работат со ранливите групи, особено кога станува збор за кампањите што тие ги организираат. Имено, иако кампањите за подигнување на свеста што ги водат граѓанските организации се од јавен интерес, комерцијалните медиуми често одбиваат да им дадат соодветен пристап до нивното време или бараат високи суми за нивното емитување[11]. Проблем е, исто така, што аудиовизуелната регулатива не дефинира што се кампањи од јавен интерес и дали во ваквите кампањи би се вброиле и оние што ги организираат граѓанските организации.

Влијанијата на пазарот и технолошките промени се особено видливи во другите медиумски сектори. Дневните весници и другите актуелно-информативни печатени медиуми едвај опстојуваат поради високите трошоци и малите приходи од продажба и огласување. Иако субвенциите што Владата им ги доделува во последниве неколу години се важен механизам за поддршка, сепак и нивните содржини ги следат општите трендови на комерцијализација и таблоидизација. Во онлајн секторот, со ретки исклучоци, доминира новинарство водено од кликови. Иако приходите во онлајн секторот последните неколку години беа во пораст[12], сепак огромниот број онлајн

[11] Онлајн работилница со граѓански организации од Пелагонискиот регион „ Кампањите за правата на ранливите групи се од јавен интерес, но нивното емитување на аудиовизуелните медиуми не е соодветно уредено“, 1 јуни 2021 година.

[12] Трпевска, С. и др. „Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и врз работењето на традиционалните медиуми“. Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, 2020.

медиуми и конкуренцијата што доаѓа од социјалните мрежи во голема мера ја загрозуваат положбата на професионалните информативни портали.

Медиумите на заедницата – исклучително важен, но најмалку развиен сектор

Непрофитните медиуми на заедницата се од непроценливо значење за остварувањето на комуникациските права на граѓаните, особено на локални ниво. Клучната карактеристика на медиумите на заедницата е доброволното учество на припадниците на граѓанското општество во создавањето и уредувањето на програмата[13]. На тој начин, тие им овозможуваат на локалните заедници и маргинализираните групи директна партиципација во јавната сфера. Најчестиот модел на медиум на заедницата е непрофитното радио или радиото на заедницата, но во поново време сè повеќе се среќаваат и непрофитни онлајн и мултимедијани медиуми на заедницата.

И Советот на Европа[14] и ОБСЕ[15] им препорачуваат на државите членки во медиумската легислатива да го препознаат дистинктивниот карактер на непрофитните медиуми на заедницата и да го поддржат нивното основање и функционирање, вклучувајќи и воведување механизми за нивно финансирање. Во Република Северна Македонија, медиумите на заедницата се внесени во Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги како трет непрофитен радиодифузен сектор. Меѓутоа, овој сектор досега слабо се развиваше поради несигурни финансиски извори и поради отсуство на системска поддршка од државата. Единствен документ за политики за развој на непрофитниот радиодифузен сектор е усвоен во декември 2015 година од Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги[16].

[13] Chapman, M., Bellardi, N. & Peissl, H. “Media literacy for all: Supporting marginalised groups through community media”.

[14] Council of Europe (2019) Leaflet on Community Media.

[15] OSCE, (2019) The Tallinn Guidelines on National Minorities and the Media in the Digital Age.

[16] Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, „Концепт за развој на непрофитните радиодифузни установи“. 2015 година.



Во документот се дава сеопфатен компаративен преглед на легислативата, финансирањето и искуствата на непрофитните медиуми во Европа и се предлагаат конкретни мерки за поттикнување на нивниот развој во земјава. Меѓутоа, насоките што ги предложил регулаторот, особено идејата за воведување фонд за поттикнување на развојот на овој сектор, не беа прифатени од надлежните институции.

Во декември 2021 година во радиодифузниот сектор функционираа само 4 непрофитни радија, 3 на локално ниво и едно на регионално ниво: Радио Марија Благовест од Струмица, Универзитетско радио УГД ФМ од Штип, Универзитетско радио УКЛО ФМ од Битола и Универзитетско радио Студент ФМ 92.9 од Скопје. Три радија функционираат како медиуми на студентски заедници и едно е медиум на верска заедница.

Во онлајн секторот како непрофитен медиум на заедницата работи Радио Моф, основано од невладината организација Младински образовен форум. Покрај тоа, постојат и други два непрофитни онлајн медиуми, основани од невладината организација Метаморфозис – Порталб и агенцијата Мета.

Заклучоци и Препораки

Во генералната медиумска слика во земјава, ранливите групи добиваат малку простор и можности за остварување на нивните комуникациски права. Јавниот сервис, иако има повеќе канали и вложува во нови програмски зафати, сепак малку е насочен кон идентификување и продлабочување на темите што ги засегнуваат ранливите групи и локалните заедници. Начинот на кој се обликува неговата програмска политика е сè уште под силно влијание на политичките и економските центри на моќ, наместо под влијание на граѓанството. Најголем дел од граѓанските организации не го препознаваат Јавниот сервис како медиум на граѓанското општество. Не се информирани доволно ниту за функциите на Програмскиот совет на МРТ, ниту за начините на кои можат да комуницираат со МРТ, со цел да влијаат врз нејзината програмска политика.

Комерцијализацијата и конкуренцијата на медиумскиот пазар ја загрозија општествената улога на приватните медиуми и го засилија нивниот скептицизам за тоа дека приватниот сектор треба да му служи и на јавниот, покрај на деловниот интерес. Важно е да се нагласи дека во евроската медиумска политика, особено во поглед на комерцијалната телевизија, експлицитно се нагласуваше нејзината улога во негувањето и поттикнувањето на демократските и граѓанските вредности, а во праксата постоеја многу позитивни примери на балансирање меѓу општествениот и приватниот интерес[17]. Таа традиција се рефлектираше и во медиумската политика на национално ниво и беше вградена во сите досегашни закони со кои се регулираше радиодифузната област. Меѓутоа, пазарните влијанија, засилената конкуренција и технолошките промени во последните години сериозно го загрозија исполнувањето на општествената функција на приватниот медиумски сектор и создадоа неверување и отпор кај приватниот сектор да им даде поголем пристап до своите програми на маргинализираните и ранливи групи.

За непрофитните медиуми на заедницата во радиодифузниот сектор постојат изградени политики од страна на регулаторното тело, но отсуствува поширока поддршка и разбирање од другите надлежни институции за потребата од развој на овој медиумски сектор.

Што се однесува до самите граѓански организации кои работат со различни маргинализирани и ранливи групи, од Акциското истражување на РЕСИС беше заклучено дека: најголем дел од нив не се доволно информирани за комуникациските права гарантирани во регулативата и за надлежните тела и организации што ги штитат тие права на ранливите групи; и дека отсуствува координан и стратески пристап во влијанието на граѓанскиот сектор врз политиките во медиумската сфера.

[17] Croteau, David, William Hoynes, and William D. Hoynes. The business of media: Corporate media and the public interest. Pine forge press, 2006.



Од изнесените наоди од Акциското истражување и согледувањата од консултативните работилници, произлегоа неколку препораки за натамошно унапредување на политиките со цел да се унапреди остварувањето на правата на ранливите групи во јавната сфера:

Подобрување на медиумската легислатива

- Да се подобрат одредбите на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во насока на зајакнување на врската на МРТ со граѓанскиот сектор со цел да се гарантира негово влијание врз програмската политика и содржини на МРТ;
- Да се отвори дебата за предлогот на АВМУ за основање фонд за развој на непрофитните медиуми и за другите предлози за развој на непрофитниот медиумски сектор;
- Во текот на усогласувањето на медиумската легислатива, надлежните институции да го земат предвид прашањето на комуникациските права на ранливите групи и да организираат сеопфатна и проактивна јавна дебата во која ќе бидат вклучени и граѓанските организации кои работат на унапредување на правата на различни ранливи групи.

Регулаторна политика

- Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги треба редовно и проактивно да го следи и поттикнува остварувањето на зацртаните стратегиски цели и мерки за развој на медиумскиот плурализам, вклучувајќи ги и целите и мерките утврдени во Концептот за развој на непрофитниот радиодифузен сектор.
- АВМУ треба да воспостави ефективна комуникација со граѓанските организации умрежени во советите на публики и процесот на јавни консултации да го води активно и широко и на локално ниво, за различни теми од областа на аудиовизуелната политика.

Јавен радиодифузен сервис

- МРТ е потребно да стекне целосен увид во работата, ставовите, интересите и потребите на сите граѓански организации кои работат со ранливите групи и да работи на поттикнување и развивање програми за едукација и пристап на сите ранливи групи до нејзините програми.

- Потребно е Програмскиот совет на МРТ да развие План за поврзување со граѓанското општество со кој ќе се дефинираат механизмите, нивоата и облиците на комуникација со различните делови на јавноста односно на граѓанското општество, а со цел МРТ да ја исполни својата обврска да обезбеди влијание на јавноста врз своето работење.

Приватни радиодифузери

- Неопходно е да се отвори поширока дебата за остварувањето на општествените или јавните обврски на приватните радиодифузери, особено во поглед на обезбедување поголем пристап на ранливите и маргинализираните групи до нивните програми и граѓанските организации кои работат на остварување на нивните права.

Саморегулација

- На СЕММ му е потребна силна поддршка да иницира и спроведува и дополнителни активности насочени кон едукација и поттикнување на ранливите групи и граѓанските организации кои ги застапуваат нивните права со цел да поднесуваат поплаки за прекршување на етичките правила за претставување на ранливите групи во медиумите.
- Препорачливо е СЕММ да отвори дебата и за усвојување посебни Насоки за приватните медиуми за подобрување на пристапот и видливоста на ранливите групи во медиумските содржини.

Граѓански организации

- Потребни се активности за подобрување на информираноста на граѓанските организации на локално и национално ниво за опфатот на комуникациските права на ранливите групи и за специфичните механизми во медиумската легислатива што им овозможуваат влијание врз медиумските политики.
- Во рамки на МСП неопходно е да се развиваат партнерства меѓу различни граѓански организации кои ќе овозможат синергија на знаењата и капацитетите за систематско следење на медиумските содржини од аспект на правата на ранливите групи и координирано иницирање дебати и предлози преку воспоставените механизми на АВМУ.



Оваа публикација е објавена со финансиска поддршка на Програмата за поддршка на граѓанското општество Цивика Мобилитас.



| *Citizens for change!*

Содржината на оваа публикација е единствена одговорност на Институтот за истражување на општествениот развој РЕСИС и на ниту еден начин не може да се смета дека ги одразува гледиштата на Цивика мобилитас, на Швајцарската агенција за развој и соработка (SDC) или на организациите што ја спроведуваат.