ДОКУМЕНТ ЗА ПОЛИТИКИ:

ИДНИНАТА НА ЈАВНИОТ РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС ВО МАКЕДОНИЈА

ПАРТИЦИПАТИВЕН МОДЕЛ ЗА ЈАВНИТЕ МЕДИУМИ ВО МАКЕДОНИЈА: ЗАЖИВУВАЊЕ НА ЕДНА ИДЕЈА

Снежана Трпевска и Игор Мицевски

ДОКУМЕНТ ЗА ПОЛИТИКИ:
ИДНИНАТА НА ЈАВНИОТ РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС ВО МАКЕДОНИЈА

ПАРТИЦИПАТИВЕН МОДЕЛ ЗА ЈАВНИТЕ МЕДИУМИ ВО МАКЕДОНИЈА: ЗАЖИВУВАЊЕ НА ЕДНА ИДЕЈА

Снежана Трпевска и Игор Мицевски

Овој документ за јавни политики е изготвен во рамки на проектот „Перспективи и развој на јавните медиумски сервиси: Компаративна студија на развојот на јавните радиодифузни сервиси од Западен Балкан во светлината на евроинтеграциите“. Проектот ја истражуваше положбата, улогата, функционирањето и иднината на јавните радиодифузери во седум земји од Западен Балкан – Албанија, Босна и Херцеговина, Хрватска, Црна Гра, Македонија, Косово и Србија, земајќи го предвид специфичниот контекст во кој се развиваа овие сервиси и улогата на Европската унија во таквите процеси. Проектот го имплементираше Центарот за општествени истражувања Аналитика од Сараево, во соработка со Универзитетот од Фајбург. Од Институтот за комуникациски студии во овој проект учествуваа Снежана Трпевска и Игор Мицевски.

Проектот беше финансиран од Швајцарската национална фондација за наука, преку програмата SCOPES (Програма за научна соработка меѓу Источна Европа и Швајцарија).

РЕЗИМЕ 5

ВОВЕД 6

1. ПОЛИТИКИ И ТРЕНДОВИ НА ЕВРОПСКО НИВО: ПАРАДИГМА НА ЈАВНИТЕ МЕДИУМСКИ СЕРВИСИ 8

2. УСЛОВИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА ЈРС ВО МАКЕДОНИЈА 10

3. ИДНИ ЧЕКОРИ ВО КОНСТРУИРАЊЕТО НА ПАРТИЦИПАТИВНИОТ МОДЕЛ 14

ЗА АВТОРИТЕ 17

РЕЗИМЕ

Една од главните причини за неуспешната трансформација на јавниот радиодифузен сервис (ЈРС) во Македонија е политичкиот паралелизам во медиумскиот систем: силните и долготрајни врски меѓу елитите на политичките партии и медиумите. Политичкиот притисок, присутен на сите нивоа на медиумскиот систем, вклучувајќи го и јавниот радиодифузер, од тивок, суптилен и прикриен (во текот на 1990-те) се трансформираше во брутален, директен и еднонасочен (по 2008). Нетранспарентното, недоволно и нередовно финансирање на јавниот радиодифузер, зајакнатите директни клиентелистички врски меѓу уредниците, новинарите и политичките актери, отворените закани и притисоци што предизвикуваат цензура и само-цензура, придонесоа за целосна "партизација" на мисијата на ЈРС – да создава и емитува програма од јавен интерес. И покрај ваквата „дијагноза", овој документ за политики тргнува од тврдењето дека ЈРС во Македонија има трансформативен и трансформирачки потенцијал, пронаоѓајќи се во четирите вредности на кои традиционално почива: граѓанство, универзалност, квалитет и доверба. Тврдиме дека насоката во која треба да се движиме е кон развој на 'партиципативен модел на јавен сервис' (ПМЈС) – модел кој треба да почива на цврсти и стабилни врски со јавноста на граѓанското општество.

ВОВЕД

Политичката мапа на Македонија е обележана со длабоки поделби меѓу политичките актери, целосно оспорување на легитимитетот на политичките институции и широко распространета култура на клиентелизам. Ова има директно влијание врз целиот медиумски систем, а посебно врз јавниот радиодифузен сервис. Фактот што државата во последната деценија засилено добиваше авторитарни карактеристики[1], го наметна и прашањето: каде во моментов се наоѓа ЈРС и каква треба да биде неговата иднина? Накусо, сметаме дека единствениот можен пат што треба да го следи ЈРС во Македонија е создавање на цврста и стабилна врска со неговата публика, а уште поважно со неговите "јавности" – пат кој би водел кон создавање на „партиципативен модел на јавен сервис" (ПМЈС). Ние правиме концептуална дистинкција меѓу поимите "публика" и "јавности", иако во литературата и во популарниот оптек тие често се изедначуваат. Публиката ја сфаќаме како "определен број неидентификувани поединци кои ги поврзува користењето на медиумите"[2], а јавностите ги разбираме како само-замислени[3] групи чии членови заемно дејствуваат кон создавање манифестации на колективна акција.[4] За публиките можеме да размислуваме како за индивидуи или категории од индивидуи кои восприемаат медиумски содржини, а за јавностите како за самосвесни групи кои не само што *восприемаат* содржини туку и активно се *ангажираат* за да учествуваат во јавниот дискурс. Јавностите кои дејствуваат преку медиумите и социјалните мрежи со цел да ја унапредат нивната агенда за извесно прашање поврзано со колективно конструираните вредности, ги нарекуваме медиумски активни лаички јавности[5]. ПМЈС го дефинираме во однос на четири компоненти кои ја јакнат јавноста преку создавање канали и протоколи за активно учество на граѓанското општество во креирањето и имплементацијата на јавните политики: нормативна, програмска, организациска и технолошка компонента. Ова подразбира обврска на уредништвото на ЈРС критички да ги набљудува и анализира јавните политики, и притоа активно и континуирано да го следи и вклучува мислењето на јавностите од граѓанскиот сектор во формулирањето на уредувачките ставови во однос на тие политики.

Во овој документ за политики се изложуваат актуелните предизвици со кои се соочува ЈРС во Македонија и се анализираат можностите за надминување на пречките за негова трансформација, навраќајќи се притоа на четирите нормативни принципи на ЈРС: граѓанство, универзалност, *квалитет*[6] и *доверба*[7]. Како

1 Freedom House, Nations in Transit: Macedonia 2015. Пристапено на 20 ноември, 2016: https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2015/macedonia и Freedom House, Freedom in the World 2016. Пристапено на 20 ноември, 2016: https://freedomhouse.org/sites/default/files/FH_FITW_Report_2016.pdf

2 Hartley, J. (2002). Communication, cultural and media studies: The key concepts. London: Routledge 2012.

3 Anderson, B. (1983). Imagined communities: Reflections on the origin and rise of nationalism. London: Verso 1983.

4 Gamson, W. A. (1992). Talking politics. Cambridge university press.

5 Micevski, I. (2014). Distinctions: Audiences, Lay Publics & Media Active Lay Publics. INFOCORE Working Paper, Work Package No. 3 „Media and Publics". Online available at: http://www.infocore.eu/wp-content/uploads/2016/03/INFOCORE-conceptual-paper_media_active _lay_publics_I.M.pdf

6 Georgina Born and Tony Prosser, "Culture and consumerism: Citizenship, public service broadcasting and the BBC's fair trading obligations." The Modern Law Review 64, no. 5 (2001), p.657.

7 Benedetta Brevini. Public Service Broadcasting Online: A Comparative European Policy Study of PSB 2.0. Palgrave Macmillan, 2013, p.31

централни точки во сфаќањето на ЈРС, овие концепти се предмет на современите дебати за улогата на ЈРС во новото технолошко опкружување.[8] По дефиниција, ЈРС има клучна улога во овозможувањето активно учество на граѓаните во процесот на општествени промени и во поттикнувањето на една критичка и жива јавна сфера[9]. Пристапот до јавната сфера треба по правило да е отворен за сите граѓани[10] и оттаму во суштината на мисијата на ЈРС е да ја овозможува инклузивноста како важен демократски принцип.

Откако во 1991 Македонија стекна независност од Социјалистичка Федеративна Република Југославија, ЈРС мина низ три нормативни трансформации[11]. Прво, со Законот за радиодифузната дејност од 1997 година и со Законот за основање јавно претпријатие Македонска радио-телевизија од 1998 година тој нормативно беше трансформиран од „државен радиодифузер" во „јавен радиодифузен сервис". Второ, со Законот за радиодифузната дејност од 2005 година беше завршен легислативниот процес и Македонската радио-телевизија (МРТ) беше експлицитно дефинирана како јавен сервис, со јасни одредби за нејзините програмски функции, уредувачка независност и автономија на надзорните и раководните тела: Советот на МРТ, Управниот одбор и Извршниот директор. Трето, Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги од 2013 година нормативно ја гарантираше независноста на МРТ, но го намали влијанието на граѓанскиот сектор врз Програмскиот совет на МРТ.

Сепак, анализите на содржината на вестите на МРТ[12] и истражувањата на практиките во редакциите[13], покажуваат дека иако нејзините функции се нормативно дефинирани во насока на заштита на јавниот интерес, таа никогаш во праксата не беше навистина трансформирана во јавен сервис, не успеа да изгради квалитетни програми што го рефлектираат јавниот интерес и не ја стекна довербата на јавноста. Главниот недостаток на сите претходни обиди за нормативна трансформација на МРТ според моделите на јавни сервиси во развиените европски земји беше во тоа што ја занемарија важноста на неговата поврзаност со граѓаните и граѓанското општество и оставија многу простор за директни политички влијанија. Оттаму, нашето главно тврдење е дека ЈРС во Македонија ќе има иднина само доколку се движи кон 'партиципативен модел на јавен сервис' – кој би ја користел технологијата и би воспоставил нови организациски структури за креирање протоколи што ќе овозможат вклучување на публиките "одоздола". Овој модел би му помогнал на ЈРС да создаде трајна врска со публиката и граѓанското општество, што е основен предуслов за враќање на довербата и легитимноста на ЈРС.

8 Gregory Lowe and J. L. H. Bardoel. „From public service broadcasting to public service media." (2007) and Karol Jakubowicz, „PSB 3.0: Reinventing European PSB." In Reinventing Public Service Communication, pp. 9-22. Palgrave Macmillan UK, 2010, p.9.

9 Phil Ramsey, „Public service broadcasting and the public sphere: normative arguments from Habermasian theory." Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network 3, no. 2 (2010), p. 3

10 Jürgen Habermas, 'The Public Sphere' In: Goodin, R. & Pettit, P. (eds.) Contemporary Political Philosophy, Oxford: Blackwell, 1997, 105.

11 Откако во 1995 година стана членка на Советот на Европа (СЕ), Македонија презема обврска во своето законодавство да ги вгради основните вредности на европската медиумска политика, вклучувајчи го и концептот за ЈРС.

12 Снежана Трпевска и Игор Мицевски. "Како медиумите ја конструираат политичката пристрасност", Скопје: Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, 2013. Пристапено на 25 ноември 2016: http://unescochair-vs.edu.mk/images/attachment/LOCAL-ELECTIONS-2013_ENG.pdf

13 Igor Micevski, Snezana Trpevska and Zaneta Trajkoska. "Media and the non-majority communities in Macedonia: poor resources, low professional standards and ethno-political clientelism." In Information in Minority Languages in the Western Balkans: Freedom, Access, Marginalization, edited by Davor Marko, p.p. 99-122. Sarajevo: Media Plan Institute, 2013.

14 Tony Sampson and Jairo Lugo, "The Discourse of Convergence: A Neo-liberal Trojan Horse" in Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit, Eds. Gregory Ferrell Love and Taisto Hujanen (Göteborg: Nordicom Göteborg Unievrsity, 2003), p.84

1.

ПОЛИТИКИ И ТРЕНДОВИ НА ЕВРОПСКО НИВО: ПАРАДИГМА НА ЈАВНИТЕ МЕДИУМСКИ СЕРВИСИ

За да можеме да разбереме што се случува со ЈРС во Македонија, потребно е прво да се осврнеме на поширокиот контекст на политиките што се водат на ниво на ЕУ и што влијаат и врз креирањето на политиките на локално ниво. Во современите дебати за иднината на јавниот радиодифузен сервис се изнесуваат противречни гледишта. Од една страна стојат застапниците на нео-либералниот приод кои тврдат дека ЈРС нема иднина и дека секоја регулаторна интервенција на слободниот медиумски пазар претставува непотребен државен патернализам.[14] Од друга страна се поддржувачите на идејата за ЈРС кои тврдат дека во новото дигитално опкружување се потребни реформи во насока на воведување „јавни медиумски сервиси".[15] Ова стојалиште тргнува од потребата за суштествена трансформација на ЈРС, со цел тој да се прилагоди на технолошките промени и да ги задржи своите основни функции во новата медиумска екологија. Застапниците на овој приод ги критикуваат нео-либералните користејќи три главни аргументи: *Прво*, „моделот на слободниот печат" ги направи либералните вредности зависни од приватните медиуми; *Второ*, нео-либералните гледишта се стремат да ги зацврстат интересите на елитите, преку идејата за корпоративната сопственост и контрола; *Трето*, во пазарно ориентираните системи не е ретка тенденцијата на маргинализација на определени гледишта и интереси на штета на плурализмот.[16] Во еден ваков контекст мисијата на ЈРС би била "...да гарантира обезбедување електронски медиумски услуги ослободени од ефектите на мотивот за профит – нудејќи им на поединците и 'основна понуда'... и содржини прилагодени на нивните посебни потреби и интереси."[17] Меѓутоа, поддржувачите на оваа идеја тврдат дека ЈРС не може да продолжи да ја исполнува својата основна мисија без темелно да се модернизира и да се прилагоди на новиот технолошки и општествен контекст.

Во последната деценија, Европската унија разви нова политика, рефлектирана во Директивата за аудиовизуелни медиумски сервиси (претходно Директива Телевизија без граници), која до извесна мера беше одраз на комерцијалните и корпоративните притисоци за ослободување на медиумскиот и комуникацискиот пазар од регулаторното оптоварување. Појавата на технолошката кон-

14 Tony Sampson and Jairo Lugo, "The Discourse of Convergence: A Neo-liberal Trojan Horse" in Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit, Eds. Gregory Ferrell Love and Taisto Hujanen (Göteborg: Nordicom Göteborg Unievrsity, 2003), p.84
15 Bardoel, J. L. H., and Gregory Ferrell Lowe. „From public service broadcasting to public service media: The core challenge." (2007), p.9.
16 Jonathan Hardy, Critical Political Economy of the Media: An Introduction. London: Routledge, 2014.
17 Jakubowicz, Public Service Broadcasting: A New Beginning, or the Beginning of the End (Knowledge Politics, 2007), p. 9.

вергенција беше најсилниот аргумент во повикот кон нова интегрирана комуникациска политика. Како последица на овие притисоци, концептот за „јавниот интерес“ беше модифициран со цел да ги опфати и економските и консумеристичките вредности. Меѓутоа, и покрај овој пресврт кон либерализација на аудиовизуелниот сектор, Европската комисија никогаш целосно не ја напушти идејата за зачувување на ЈРС во новото дигитално опкружување[18]. Креаторите на политиките во дебатите за подемот на интернетот и новите технологии често се повикуваа на принципите на „универзалната услуга“[19] кои подразбираат дека секој корисник ќе има пристап до основните комуникациски услуги со соодветен квалитет и според достапна цена, дури и кога пазарот не го обезбедува тоа.[20] Мисијата и програмските обврски на ЈРС, како на ниво на ЕУ така и на национално ниво, беа дефинирани врз основа на универзалистичките вредности кои ги отсликуваат вредностите на либералните демократии. Овие вредности најдобро се илустрирани во често цитираната изјава дека ЈРС е за секого и треба бесплатно да е достапен за секого, дека ЈРС треба да обезбеди универзален пристап до квалитетни програми за сите граѓани, особено за сиромашните и за гледачите од руралните области, дека неговите програми треба да ги промовираат демократските вредности и ги задоволуваат потребите и интересите на сите граѓани.

Истите универзалистички вредности се вградени и во концептот за „јавните медиумски сервиси“ (ЈМС) што беше воведен од теоретичарите[21], а подоцна беше поддржан и од Европската радиодифузна унија (ЕБУ). Покрај традиционалното радио и телевизија, ЈМС исто така ги вклучува и “...дигиталните платформи што ги задоволуваат денешните променливи потреби на публиката во користењето на медиумите.”[22] Доследно на дефинираната клучна мисија и вредности на ЈРС, Европската радиодифузна унија усвои нова Декларација која имаше за цел да ја реафирмира намерата да се прифатат предизвиците на дигиталната револуција и да се развијат нови начини за да и се служи на публиката “...во кое било време и каде било, на новите и на постојните платформи.”[23] Зачувувањето и натамошното развивање на овие нормативни принципи во новото дигитално опкружување ќе им овозможи на ЈМС да досегнат до фрагментарната публика, да ги мобилизираат поединците и да ги поттикнат да учествуваат во демократскиот дијалог изразувајќи ги своите гледишта и мислења на мултимедијалните платформи на ЈМС.

18 Амстердамски протокол од 1997 година [Treaty of Amsterdam amending the Treaty of the European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts]: http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-en.pdf (Пристапено на 20 септември 2016).

19 Van Cuilenburg, Jan and Denis McQuail, „Media policy paradigm shifts towards a new communications policy paradigm,“ European journal of communication18, no. 2 (2003), p. 200.

20 See more details on the European Commission web site: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/universal-service

21 Bardoel, J. L. H., and Gregory Ferrell Lowe. „From public service broadcasting to public service media: The core challenge.“ (2007), p.9.

22 За повеќе информации види: EBU – European Broadcasting Union, http://www3.ebu.ch/about/public-service-media (Пристапено на 17 септември 2016).

23 European Broadcasting Union, Empowering Society: A Declaration on the Core Values of the Public Service Media, (Geneva: EBU,

2.

УСЛОВИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА ЈРС ВО МАКЕДОНИЈА

Прв чекор во разгледувањето на условите и перспективите за воведување на ПМЈС во Македонија е анализата на домашната легислатива и пракса од аспект на споменатите четири нормативни принципи. Некои од овие принципи се во извесна мера содржани и во актуелниот Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, но потребно е да се разгледа нивната натамошна нормативна разработка во контекст на трансформацијата на ЈРС во новото технолошко опкружување, јакнење на врската со граѓанството и подигнување на нивото на довербата кај публиката.

Принципот на *универзалноста* е фундаментален за јавниот сервис и треба да се анализира од аспект на следните две димензии: универзалноста на пристапот и универзалноста на содржината. Универзалноста на пристапот се однесува на техничките, општествените и содржинските аспекти.[24] Ова подразбира дека услугите на ЈРС треба да се технички достапни до сите поединци во општеството без оглед на местото на живеење и социо-економската положба и би требало да ги задоволуваат различните интереси и вкусови. Универзалноста, како таква, во актуелниот Закон е дефинирана како генерална обврска: „МРТ е обврзана да создава и емитува програми достапни за целокупната јавност, ... да развива и планира програмска шема во интерес на целокупната јавност, а програмите да бидат наменети за сите сегменти на општеството без дискриминација, притоа водејќи сметка за специфичните општествени групи[25]. Анализите на регулаторното тело[26] и податоците од истражувањата на публиката укажуваат дека програмските сервиси на МРТ се технички достапни на публиката во земјата, но поголем дел од содржините на овие сервиси воопшто не се гледани од поголем дел на целната публика[27]. Јасен показател за ова е вкупниот удел во гледаноста на двата главни ТВ сервиси на МРТ, кој во 2016 бил 4.1% - на Првиот сервис 3.6%, а на Вториот 0.5%.[28] Во контекст на новите технологии и интернетот, универзалноста на пристапот не се сведува веќе на обезбедување

24 Council of Europe, 2007 Recommendation of the Committee of Ministers to Member States on the Remit of Public Service Media in the Information Society, 31st of January.
25 „Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги", Службен весник на РМ 184/13, Член 110, став 1 и 2.
26 „Извештај од анализата на телевизиските програмски сервиси на јавниот радиодифузен сервис МРТ (3-9 октомври 2011)". http://www.avmu.mk/images/Analiza_na_TV_programski_servisi_na_JRS_MRT_2.pdf
27 „Извештај од анализата на телевизиските програмски сервиси на јавниот радиодифузен сервис МРТ (3-9 октомври 2011)", http://www.avmu.mk/images/Analiza_na_TV_programski_servisi_na_JRS_MRT_2.pdf
28 Извор: Nielsen Audience Measurement, Macedonia

терестријални програмски услуги на целата популација, туку и на присуство на програмската понуда на сите релевантни онлајн платформи. Во поглед на употребата на новите технологии со цел да се досегне до поширока публика, со сигурност може да се каже дека МРТ досега нема усвоено никаква стратегија за развивање на портфолио од нови сервиси, било од општ или од специјализиран формат наменет за специфични делови на публиката.

Втората димензија на универзалноста е барањето за програмска *„разновидност“* (универзалност на содржината), која во законот е дефинирана во однос на сите нејзини димензии: жанровската понуда, целната публика и тематската разновидност. На пример, МРТ е обврзана до создава и емитува „...високо квалитетни програми за сите важни политички, економски, социјални, здравствени, културни, образовни, научни, религиски, еколошки, спортски и други настани и случувања.”[29] Меѓутоа, со постојните програмски сервиси МРТ не успева целосно да понуди програмска разновидност, занемарувајќи ги потребите на одделни сегменти на публиката. На пример, информативните програми не треба да бидат ограничени само на вести и актуелно-информативни емисии, туку да опфаќаат и други специјализирани програми кои критички обработуваат различни теми: примена на легислативата во различни области, заштита на потрошувачите, теми од образованието, здравството, социјалната заштита, земјоделието, заштитата на околината, јавниот транспорт и др. Во аналогното опкружување Македонската телевизија се соочуваше со сериозни проблеми во исполнувањето на обврската за разновидност, пред се’ поради фактот што и’ недостасуваа фреквенции за терестријално емитување. Ваков заклучок беше извлечен и од регулаторното тело во проценката на исполнувањето на мисијата на јавниот сервис: “...на Јавниот сервис му е потребна уште една фреквенција за остварување на образовната функција, ... бидејќи една од клучните работи што му недостига на јавниот сервис е сериозен пристап кон децата.”[30] Проблемот со недостигот на фреквенции можеше да се реши со процесот на дигитализација бидејќи новите дигитални трансмитери овозможуваат дистрибуција на повеќе програмски услуги при користењето на една фреквенција, но раководните тела на МРТ не развија ниту визија ниту конкретни планови во оваа насока.

Постојат многу гледишта и дефиниции за тоа што подразбира принципот на *„квалитет“*, бидејќи дефиницијата за овој поим се менува во зависност од општествените, културните и етичките вредности на различните општествени системи. Меѓутоа, во контекст на ЈРС во Македонија ќе го нагласиме гледиштето според кое квалитетот на ЈРС 2.0 треба да се разгледува како однос меѓу неговите програми и збир од вредности кои ги промовираат граѓанството и демократијата. Во таа смисла, првиот аспект на принципот ‘квалитет’ е независноста на вестите и актуелно-информативните програми која е формално зацртана во законот со цел да обезбеди МРТ да стане форум за слободно изнесување идеи, мислења и критика и да гарантира дека нејзините програми ќе бидат независни и заштитени од каков било вид влијание од Владата, политичките партии или други центри на економска и политичка моќ. Но, во практиката главните вести на МТВ, како на Првиот така и на Вториот програмски ТВ-сервис, со години не ги исполнуваат основните барања за балансирано известување кое ги рефлектира различните политички гледишта. Едно квалитативно истражување спроведено во 2013 година покажа дека се конструира политичката пристрасност во

29 „Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги”, Службен весник на РМ 184/13, Член 110, став 3 и 4.
30 „Извештај од анализата на телевизиските програмски сервиси на јавниот радиодифузен сервис МРТ (3-9 октомври 2011)“, p.19. http://www.avmu.mk/images/Analiza_na_TV_programski_servisi_na_JRS_MRT_2.pdf

известувањето на редакциите на МТВ за време на изборите.[31] МТВ 1 повеќето од времето во ударните вести и го имаше посветено на кампањата на Коалицијата на владејачката партија ВМРО-ДПМНЕ, емитувајќи „огромен број информативни прилози во кои министрите ги промовираат резултатите од работата на Владата и најавуваат инвестиции, инфраструктурни објекти, инвестирање во индустриски зони и низа други проекти."[32] Од друга страна, главните вести на албански јазик на МТВ2 ставаа нагласок на кампањата на ДУИ, партија на власт на етничките Албанци, директно промовирајќи ги нејзините позитивни резултати и употребувајќи многу позитивни вредносни оценки во известувањето.[33] Поновите анализи исто така нудат истражувачка евиденција за огромниот партиско-политички притисок врз уредувачката политика на ЈРС[34]. Една сеопфатна квалитативна анализа на содржина на политичкиот плурализам во вестите укажува на синхронизираност во дневното известување на јавната телевизија и на трите провладини ТВ станици – Сител, Алфа и Канал 5. И селектирањето на темите, и цитирањето на изворите и начинот на врамување беа во прилог на владејачката партија ВМРО-ДПМНЕ[35]. Покрај тоа, анализата покажа дека двата јавни ТВ канали (МТВ1 и МТВ2) силно ги фаворизираа партиите на власт ВМРО-ДПМНЕ, односно ДУИ.[36]

Постојат и други аспекти на принципот на квалитет, но овде ќе нагласиме еден аспект кој е мошне важен за македонското општество кое е поделено и по етничка, и по верска и по идеолошка линија. Јавниот сервис има специфична улога во ова општество – да ја јакне општествената кохезија, да промовира толеранција и разбирање, почитување на разликите, развивање на мирот, разбивање на дискриминацијата, поттикнување на граѓанското општество и др.[37] Меѓутоа, консоцијациските[38] аспекти на македонскиот политички систем се рефлектираат и врз развојот на медиумскиот систем, кој се опишува како "... типичен сегментиран плурален систем во кој општествените поделби се проектираат во медиумски поделби".[39] Ова се рефлектира и врз организациската структура и програмската содржина на МРТ, која е поделена меѓу двете најголеми етнички заедници во земјата, додека другите помалубројни етнички групи добиваат само минорен удел во оваа поделба. Редакциите на македонски јазик и на јазиците на немнозинските заедници (особено редакцијата на албански јазик) функционираат како издвоени паралелни светови кои примарно се фокусираат на својата етничка заедница и кои ги набљудуваат и врамуваат настаните доминантно низ призмата на својата заедница.

Нема сомнение дека квалитетот на програмата, особено прашањата за непристрасноста и дистанцата од центрите на политичка моќ, се директно поврзани со принципот на 'доверба'. Досега, довербата не беше разгледувана како

31 Снежана Трпевска и Игор Мицевски, "Како медиумите ја конструираат политичката пристрасност", (Скопје: Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, 2013). Пристапено на 25 ноември 2016: http://unescochair-vs.edu.mk/images/attachment/LOCAL-ELECTIONS-2013_ENG.pdf

32 Ibid, стр.5.

33 Ibid, стр.12.

34 Институт за комуникациски студии: Извештај од следењето на медиумските содржини (23 ноември – 18 декември 2015). http://respublica.edu.mk/modem1

35 Ibid, стр.4.

36 Ibid, стр.6.

37 "Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги", Службен весник на РМ 184/13, Член 110, став 6 и 10.

38 Консоцијациската демократија (од англиски "Consociational democracy") може да се сретне во земји кои се длабоко поделени на верски, етнички, расни или регионални сегменти, што вообичаено се смета дека е непогоден услов за развој на едно стабилно демократско општество.

39 Sandra Bašić Hrvatin, Mark Thompson and Tarik Jusić, Divided They Fall: Public Service Broadcasting in Multiethnic Societies, (Sarajevo: Medija Centar 2008), p.30.

нормативен принцип (ниту на европско, ниту на национално ниво), туку повеќе како последица на постигнатиот квалитет. Сметаме дека овој нормативен принцип треба да се земе предвид во секоја натамошна расправа за перспективите на ЈРС во Западен Балкан бидејќи може да води кон создавање поцврсти врски меѓу јавните радиодифузери и граѓаните, но и да се користи како средство за отпор кон политичките и другите притисоци. За таа цел, од клучно значење е да се внесе обврска за ЈРС, од една страна да усвојува внатрешни програмски стандарди и од друга, да ги зема предвид оценките на граѓаните за вкупниот квалитет на програмата, а посебно за довербата во информативните програми. Во сегашниот Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги има само една одредба која е индиректно поврзана со принципот на доверба: Програмскиот совет на МРТ е обврзан: „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.“[40] Меѓутоа, треба да се нагласи дека за да се утврди степенот на доверба во вестите и другите програми не е доволно само да се следат коментарите и укажувањата на публиката, туку и да се обврзе ЈРС редовно да нарачува и да користи веродостојни податоци собрани од независни истражувачки организации. Не постојат показатели дека Програмскиот совет на МРТ досега систематски ги земал предвид перцепциите на публиката за квалитетот на програмата.

Принципот на ‘граѓанство’ се дефинира како поим што се состои од четири димензии на права: граѓански, политички, социјални и комуникациски права.[41] Оваа дефиниција се заснова врз сфаќањето на демократијата кое подразбира дека „на граѓаните им е дадена можноста целосно да партиципираат во политиките и, поради тоа, тие се во можност да преговараат за општото добро...”[42] Комуникациските права се од клучна важност за исполнувањето на другите права и за партиципацијата на граѓаните во вкупните демократски процеси. Поради тоа, ние сметаме дека барањето да се промовираат комуникациските права на граѓаните треба да се вгради како клучна нормативна обврска на партиципативните јавни медиумски сервиси. Сите претходни нормативни модели на ЈРС во земјите на Западен Балкан не го имаа предвид ова барање и ова е можеби една од причините зошто обидите да се трансформираат државните медиуми во вистински јавни сервиси не успеаја. Во сегашниот Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги има само општо барање ЈРС да „создава и емитува програми кои се однесуваат на поттикнување на медиумската писменост“[43] без притоа да се наведе што всушност значи медиумската писменост. Во легислативата не е ништо друго спомнато во поглед на поттикнувањето на граѓаните да создаваат содржини или да ги користат онлајн платформите и социјалните мрежи со цел да се промовира граѓанската партиципација во јавната сфера.

40 “Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги”, Службен весник на РМ 184/13, Член 124.
41 Benedetta Brevini. Public Service Broadcasting Online: A Comparative European Policy Study of PSB 2.0, p.42.
42 Ibid, p.42.
43 “Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги”, Службен весник на РМ 184/13, Член 110.

3.

ИДНИ ЧЕКОРИ ВО КОНСТРУИРАЊЕТО НА ПАРТИЦИПАТИВНИОТ МОДЕЛ

Клучното прашање овде е дали ЈРС во Македонија воопшто може да ги надмине пречките за негова трансформација, имајќи ги предвид политичките и институционалните проблеми со кои се соочува државата? Како да се најде перспектива за иднината на ЈРС во Македонија, за тој да стане посветен на принципите на *граѓанството, универзалноста, квалитетот и довербата?* Ние сметаме дека единствена перспектива што треба да се следи е онаа кон јакнење солидна и долготрајна врска со граѓанството и граѓанското општество, која може да води кон создавање „партиципативен модел на јавен медиумски сервис“. Ова не е нов концепт ниту на теориско ниво, ниту на ниво на политики[44], но сметаме дека е единствената насока за да се спаси идејата на јавниот интерес во конкретните општествени и политички околности. ЈРС, по дефиниција, е замислен како простор што овозможува цветање на критичката и живата јавна сфера и, поради тоа, тој има клучна улога во овозможувањето активно учество на граѓаните во процесот на општествени промени.

Оттука, ние предлагаме развој на партиципативен модел базиран врз можноста за широко учество на граѓаните на повеќе нивоа – јакнење на нивното учество не само во надзорните тела, туку и во оценката и во продукцијата на програмата. Деталните модалитети на оваа партиципаторна промена на организацијата на ЈРС допрва треба да се обликуваат во нормативни идеи и предлози за функционирање на неговите тела. Меѓутоа, како почетна точка овде нудиме неколку генерални сугестии за реформи во следните области: *Прво,* предлагаме промени во начинот на избор, составот и функционирањето на Програмскиот совет на МРТ; *Второ*, предлагаме промени во програмската шема, како и во постапката за именување и обврските на уредниците во ЈРС; *Трето*, предлагаме промени во начинот на финансирање на МРТ, како услов за нејзината успешна трансформација, и *Четврто*, предлагаме развој на вештини на медиумска писменост кај медиумските публики.

44 Совет на Европа, Стратегии на јавните медиумски сервиси во поглед на промовирање на поширокатa демократска партиципација на поединците [Council of Europe, Strategies of public service media as regards promoting a wider democratic participation of individuals], Strasbourg: 2009. Пристапено на 15 ноември 2016: https://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/H-Inf(2009)6_en.pdf

Првата група промени подразбира дека мнозинството членови на Програмскиот совет на МРТ треба да се регрутирани од релевантните сегменти на граѓанското општество и професионализираниот граѓански сектор, со цел да се зајакне граѓанското влијание врз програмските принципи и стандарди на МРТ и врз заштитата на јавниот интерес. Овој сплет од промени би подразбирал и обврска за членовите на Програмскиот совет да организираат редовни јавни расправи со граѓанството кое ги избрало во врска со програмата и уредувачката независност на МРТ. Покрај тоа, менаџментот на МРТ треба да се обврзе да нарачува редовни анализи и истражувања на перцепциите и оценките на граѓаните што би биле предмет на дебата на Програмскиот совет. Дигиталните технологии нудат огромни потенцијали за поврзувања од овој вид – и затоа, тие се повеќе предност, отколку закана за ЈРС.

Второ, партиципаторната промена во програмските сектори на МРТ, особено во информативните редакции, би подразбирала нивна обврска да воспостават и да одржуваат редовни врски со нивните публики (или посоодветно „јавности“) со цел да се поттикнува нивното активно учество во програмите. Повторно, дигитализацијата нуди поволно опкружување за овој вид интеракција со публиките. Предлагаме промени во легислативата со кои ЈРС, во рамки на неговата мисија, би бил обврзан да ја промовира демократската партиципација на граѓаните во програмите. Исто така, МРТ би требало законски да се обврзе да развива и усвојува внатрешни организациски правила за тоа како да ја поттикнува интеракцијата со граѓаните и како да ги инкорпорира нивните различни мислења во информативните, образовните, културните и другите програми. Следно, ЈРС би требало да е обврзан да основа посебен сектор во својата внатрешна структура што редовно би контактирал, би ги собирал и би ги анализирал мислењата, предлозите и поплаките на граѓаните во врска со програмата.

Третата група промени треба да ја вклучи транспарентноста во финансирањето со цел да се прекинат клиентелистичките врски и партиско-политичката колонизација на МРТ. Ова подразбира спроведување втемелена анализа што би им претходела на нормативните предлози и што би ги опфатила и правилата за државната помош. Сегашните предлози за обезбедување стабилно и независно финансирање на МРТ се фокусирани на соодветен мешан модел – и од радиодифузната такса и од законски утврден процент од државниот буџет што по автоматизам би се слевал на сметката на МРТ. Се чини дека овој предлог ќе обезбеди долгорочно решение за институционалната автономија на МРТ, но во Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги би требало да се вградат и други решенија за да се зајакне неговата финансиска транспарентност и отчетност. Иако сегашните законски решенија содржат некои правила за финансиска транспарентност, неопходно е да се разработат подетални одредби со цел различните извори на финансирање на МРТ да станат потранспарентни.

Конечно, *четвртата* област на интервенција би требало да е фокусирана на развивање на генералните вештини на медиумска писменост на јавностите, особено нивните комуникациски и партиципативни вештини. Оваа димензија на концептот на медиумска писменост е од посебно значење за партиципативниот модел на ЈМС, бидејќи без такви компетенции јавностите нема да можат креативно да ги користат медиумите за да ги изразат и пренесат своите идеи, информации и мислења, односно нема да можат да ги остварат своите демократски права и граѓански должности. Комуникациската и партиципативната димензија подразбира развој на различни индивидуални компетенции: (1) за одржување *социјални релации*, или за воспоставување и одржување контакти

преку медиумите и социјалните мрежи и за следење на трендовите што се шират преку медиумите и виртуелните групи; (2) за *партиципација во јавната сфера*, или за одржување на партиципацијата со групата која има заеднички вредности, за користење на социјалните мрежи за стратегиска комуникација со други групи, за усвојување соодветни начини на идентитетско претставување и за соодветна интеракција со различни институции; (3) за *креирање содржини*, или за споделување заеднички креирани планови, за развивање заеднички акции и соработка, за решавање проблеми преку заедничко осмислување, креирање и продуцирање нови медиумски содржини[45]. Развивањето на овие компетенции би ја поттикнало демократската партиципација, а на тој начин би ги трансформирало одделните сегменти на публиката во *медиумски активни јавности*[46].

45 DTI - Danish Technological Institute and EAVI - European Association for Viewers' Interests (2011), Final Report "Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, page 24. Brussels: European Commission. Available at: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/final-report-mlstudy-2011.pdf

46 Micevski, I. (2014). Distinctions: Audiences, Lay Publics & Media Active Lay Publics. INFOCORE Working Paper, Work Package No. 3 „Media and Publics". Online available at: http://www.infocore.eu/wp-content/uploads/2016/03/INFOCORE-conceptual-paper_media_active _lay_publics_I.M.pdf

ЗА АВТОРИТЕ

Снежана ТРПЕВСКА има завршено постдипломски Студии по комуникации при Институтот за социолошки и политичко-правни истражувања од Скопје, а докторирала на Социолошки науки на Институтот за социологија при Филозофскиот факултет на Универзитетот „Кирил и Методиј“ во Скопје. Таа е истражувач и доцент на Институтот за комуникациски студии од Скопје. Нејзиното поле на истражувачки интерес и на стручност е: методологија на општествените истражувања, медиумска политика и регулација, истражувања на публиката, евалуациски истражувања.

Контакт: s.trpevska@gmail.com

Игор МИЦЕВСКИ има магистрирано на Отсекот за компаративна политика/национализам и етницитет на Лондонската школа за економија (LSE) и е докторски кандидат на Институтот за Социологија при Универзитетот Свети Кирил и Методиј во Скопје. Тој е поранешен новинар на Светскиот сервис на Би Би Си (BBC World Service) и во моментов е истражувач за Институтот за комуникациски студии во Скопје. Негов особен интерес се теоријата на врамувањето, теоријата на општествени движења и мобилизацијата на контра-јавностите, и истражувањето на публиките.

Контакт: igor.micevski79@gmail.com

ДОКУМЕНТ ЗА ПОЛИТИКИ:
ИДНИНАТА НА ЈАВНИОТ РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС ВО МАКЕДОНИЈА

ПАРТИЦИПАТИВЕН МОДЕЛ ЗА ЈАВНИТЕ МЕДИУМИ ВО МАКЕДОНИЈА: ЗАЖИВУВАЊЕ НА ЕДНА ИДЕЈА