

м-р Емилија Петреска-Камењарова

МЕДИУМИ НА ЗАЕДНИЦАТА

КОНЦЕПТИ
РАЗВОЈ
ИСКУСТВА

м-р Емилија Петреска-Камењарова

МЕДИУМИ НА ЗАЕДНИЦАТА

КОНЦЕПТИ
РАЗВОЈ
ИСКУСТВА

Скопје, февруари 2023

Наслов:

Медиумите на заедницата: концепти, развој и искуства

Издавач:

Институт за истражување на општествениот развој РЕСИС

Авторка:

м-р Емилија Петреска-Камењарова

Техничко уредување:

Симончо Симоновски

Оваа компаративна анализа е изработена за потребите на Институтот РЕСИС, во рамки на проектот „Поттикнување на граѓанскиот ангажман во локалното владеење“, поддржан од Националниот фонд за демократија (National Endowment for Democracy) од САД.



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 Националниот фонд за демократија.

Содржина:

1 Вовед	5
2 Медиуми на/од/за заедницата - четири теоретски пристапи и модели на функционирање	7
2.1. Во служба на заедницата	7
2.2. Медиуми на заедницата како алтернативи на главните медиуми	8
2.3. Поврзување на медиумите на заедницата со граѓанското општество ...	9
2.4. Медиумите на заедницата како ризом	9
3. Медиумите на заедницата низ визурата на Советот на Европа и Европскиот Парламент	11
4. Можни извори за финансирање	16
5. Неколку земји со развиен систем на медиуми на заедницата: примерите на Ирска, Велика Британија и Холандија.....	20
5.1 Ирска	21
5.2 Велика Британија	26
5.3 Холандија.....	31
6. Хиперлокални медиуми – можна иднина на медиумите на заедницата.....	36
6.1 Метеор, Манчестер	37
6.2 Фицровија њуз, Фицровија, Лондон	39
6.3 Ексетер обзервер, Ексетер	41
7. Заклучоци	44

1. Вовед

Една од главните истражувачки области на кои работи Институтот РЕСИС е улогата на медиумите во доброто владеење, која спаѓа примарно во доменот на медиумската и комуникациската политика. Во последниве неколку години, во рамки на оваа научна област, се наметнаа повеќе важни прашања за тоа како, во променетото дигитализирано технолошко опкружување, да се изградат политики кои водат кон развивање разновиден, независен и инклузивен медиумски систем што ги задоволува комуникациските права на сите групи граѓани, особено на ранливите и маргинализираните заедници на локално ниво.

Во минатите три години, Институтот РЕСИС реализираше неколку проекти чиј предмет на истражувачки интерес беа комуникациските права на ранливите групи граѓани на локално ниво, а од јули 2022 година ја развива и иницијативата за формирање онлајн непрофитна медиумска платформа – #ЛокалАктив, која ќе биде наменета и во која ќе партиципираат припадници на ранливите групи граѓани од Источниот и Југоисточниот регион. Формирањето на оваа платформа произлезе од идејата дека непрофитните медиуми или медиумите на заедницата се клучни за остварувањето на комуникациските права на локалните групи и заедници.

Со цел да развие автентичен и одржлив модел на онлајн медиум на заедницата, кој би можел долгорочно да функционира на подрачјето на Република Северна Македонија, РЕСИС побара да се изработи и компаративна студија која ќе ги претстави стандардите на европските организации и институции (Советот на Европа, Европскиот Парламент) за овој вид медиуми, и искуствата од други земји во создавањето непрофитни медиумски платформи што им служат на локални групи и заедници. Резултатите од студијата ќе му помогнат на РЕСИС да изработи посебен документ за натамошно развивање на медиумската политика во оваа област.

Компаративната студија, за да обезбеди кохерентен склоп од информации кои ќе го дадат контекстот неопходен за развој и на посебниот документ и на онлајн непрофитната платформа #ЛокалАктив, мораше да ја разгледа улогата што медиумите на заедницата ја имаат во приказната за развојот, сегашноста и иднината на медиумските пејсажи на европскиот континент, кон кои природно припаѓа и македонскиот медиумски сектор.

Медиумите на заедницата се феномен – самоник, произлезен директно од потребата на различни групи во општеството да најдат начин како да го задоволат оној дел од своите медиумски потреби што не го наоѓаат во главните (мејнстрим) медиуми, со што ваквите медиуми имаат значајна улога во исполнувањето на јавниот интерес. Понекогаш станува збор за потреба од

локални информации за настани и проблеми кои се од значење за одредена заедница, понекогаш за услуги кои директно ги задираат нејзините потреби, понекогаш за алтернативен поглед кон нештата за кои се известува во главните медиуми, понекогаш за да се исправи сликата која тие ја креираат за различни општествени сегменти, а понекогаш – едноставно, за потреба да се освои дел од јавната сфера за да се сподели сопствената необична или обична, ретка или секојдневна приказна. Во секој случај, главната одлика е нивната конекција со одредена заедница која може да биде дефинирана од географската близина на граѓаните кои ја сочинуваат или од поврзаноста заснована на тема/теми од заеднички интерес.

Токму поради важноста на врската меѓу медиумот и заедницата, студијата започнува со кус осврт на теоријата која досега има издвоено неколку големи групи медиуми на заедницата врз основа на нивната позиционираност во однос на заедниците, општеството и граѓанските организации.

Практиката покажува дека медиумите на заедницата имаат сет од карактеристики кои ги издвојуваат од другите медиуми. Затоа, следниот дел од студијата прави преглед на документите на Советот на Европа и на Европскиот Парламент, кои ги сублимираат нивните карактеристики, специфичностите и проблемите со кои се соочуваат во својот развој, нивното значење за јавниот интерес и за обезбедувањето медиумски плурализам и, врз оваа основа, даваат препораки до државите за тоа врз кои столбови да го градат концептот за непрофитните медиуми во сопствената медиумска политиката и во законодавството.

Практиката покажува дека еден од главните проблеми со кои се соочуваат непрофитните медиуми е обезбедувањето финансии поради што, и погоре споменатите европски субјекти, но и меѓународните организации (на пример, УНЕСКО) им препорачуваат на државите да најдат модуси како да ја обезбедат финансиската одржливост, но и независност на медиумите на заедницата. На ова прашање е посветено четвртото поглавје на студијата.

Во различни европски медиумски системи, непрофитните медиуми функционираат или како правно признаен трет сектор или како дел од јавниот сектор. Нивниот развој започнува различно – некогаш стихично, по што следува нивното вклопување во регулативата, а некогаш, уште од почетокот, се знае нивната позиција во медиумските закони и реалност. Затоа, студијата дава и кус преглед на развојот и правната рамка за медиумите на заедницата во неколку европски држави.

Имајќи предвид дека задачата на судијата беше да ги разгледа потребните услови за развој на една непрофитна онлајн медиумска платформа посветена на конкретна, и интересна и географска, заедница (ранливи групи во два географски поврзани региони), неопходно беше да се разгледа какви се актуелните модалитети на функционирање на непрофитни медиуми на

заедницата во интернет просторот. Оттаму, шестото поглавје ги претставува хиперлокалните медиуми како можен правец за развој на непрофитните медиуми.

Студијата завршува со заклучоци во кои накусо се сублимирани прашањата важни за воспоставување, функционирање и, особено, за одржливост на #ЛокалАктив.

2. Медиуми на/од/за заедницата - четири теоретски пристапи и модели на функционирање

Нико Карпентиер, Рико Ли и Јан Сервес, во првата деценија од 21 век, разработуваат четири концепти за организациска поставеност и функционирање на медиумите на заедницата: два од нив се концентрирани кон медиумот - медиуми кои се во служба на заедницата и медиуми на заедницата како алтернативи на главните медиуми, а други два се концентрирани кон општеството - едниот се однесува на поврзување на медиумите на заедницата со граѓанското општество, а другиот ги конципира медиумите на заедницата како ризом. Притоа, во првиот и во третиот пристап идентитетот на медиумите на заедниците е дефиниран како автономен, а во вториот и во четвртиот пристап овој идентитет е дефиниран во однос на други идентитети. Според авторите, ниту еден од четирите пристапи, применет самостојно, не ја доловува разликоста/диверзитетот на медиумите на заедницата поради што тие сметаат дека сите четири треба да се применуваат истовремено¹.

Во ова поглавје накусо се претставени овие четири модели со предностите и ризиците што ги носат за медиумите на заедницата.

2.1. Во служба на заедницата

Во овој пристап „медиумите на заедницата се ... ориентирани кон некоја заедница ... без оглед на точната природа на оваа заедница – дефинирана географски/просторно, етнички или некако поинаку [на пример во онлајн просторот, н.з.]“, но притоа односот меѓу медиумот и заедницата на која ѝ служи „ја надминува ‘обичната’ еднонасочна комуникација при која темите се избрани на ист начин, од професионални комуникатори, и насочени кон очигледните потреби и интереси на публиката... односите меѓу радиодифузерот и заедницата се дефинирани од концептот на двонасочна

1 Nico Carpentier, Rico Lie and Jan Servaes, “Making Community Media Work: Community Media Identities and Their Articulation in an Antwerp Neighbourhood Development Project”, во Communication for Development and Social Change, ed. Jan Servaes (New Delhi: Sage, 2008), 347 - 348, пристапено на 3 септември 2022. https://www.academia.edu/21815583/Making_Community_Media_Work_Community_Media_Identities_and_Their_Articulation_in_an_Antwerp_Neighbourhood_Development_Project. Описите дадени во ова поглавје се извлечени од овој текст, особено од табелата 16.5 објавена на стр. 361 – 363.

комуникација. Пристапот од страна на заедницата и учеството на заедницата треба да се сметаат за клучни фактори на дефинирање⁴².

Предностите на вака поставениот медиум на заедницата се во тоа што ја потврдува и зајакнува заедницата; ја третира публиката како да е ситуирана во заедница; го овозможува и олеснува пристапот и учеството од страна на членови на таа заедница; членовите на заедницата можат да расправаат за теми кои се сметаат за релевантни за таа заедница; отвора канал на комуникација за општествените групи кои се претставени погрешно, стигматизирани или подложени на некаков притисок од околината.

Ризиците лежат во тоа што медиумот е зависен од заедницата; настојува да го подигне интересот на заедницата за двонасочна комуникација во услови кога дискурсот на главните медиуми се заснова врз едностранна комуникација; самата заедница има недостиг од вештини и интерес за двонасочна комуникација; може да има недостиг од технологија што го олеснува двонасочното комуницирање; може да ја сведе заедницата на нејзиното географско значење; медиумот на заедницата може да падне во стапицата на мал локален медиум, со што постепено се намалува неговата улога на оној кој ѝ служи на заедницата.

2.2. Медиуми на заедницата како алтернативи на главните медиуми

Ако под главни т.н. мејнстрим медиуми се подразберат големи медиумски организации (јавни или комерцијални), со вертикална структура, во кои работат професионалци кои се насочени кон голема и хомогена публика и кои ги пренесуваат доминантните дискурси и начин на претставување, тогаш алтернативните медиуми се мали, независни од државата и од пазарот, со хоризонтална поставеност, насочени се кон специфични заедници (кои понекогаш се наоѓаат во подредена позиција во општеството), а притоа ја почитуваат нивната различност, им овозможуваат пристап до и учество во медиумот со цел да се дојде до поголема демократизација и многуструкост и притоа ги носат недоминантните дискурси и претставувања, ставајќи акцент врз себепретставувањето³.

Предностите на овие медиуми на заедницата се во тоа што покажуваат дека за медиумите сè уште постои трет пат; дека е возможна алтернативна организациска поставеност со поврамнотежена и/или хоризонтална структурна поставеност; можат да понудат претставување и дискурси кои се поинакви од оние во главните медиуми; ставаат акцент врз себепретставувањето што создава мноштво од општествени гласови; овозможуваат разновидност на жанрови и можност за експериментирање.

2 Ибид. 350.

3 Ибид. 352.

Ризиците се во тоа што, тоа што тие се мали, независни и со хоризонтална структура може да подразбира дека им недостига финансиска и организациска стабилност; ги етикетираат како непрофесионални, неефикасни, со ограничен капацитет поради што не можат да допрат до поголема публика и остануваат еднакво маргинални колку и некои од општествените групи со кои се поврзани, а она што се смета за маргинално добива мал приоритет во политиката.

2.3. Поврзување на медиумите на заедницата со граѓанското општество

Во третиот пристап, медиумите на заедницата се сметаат за дел од граѓанското општество и со тоа тие можат „да се сметаат како 'третиот глас' (Servaes, 1999:260) помеѓу државните медиуми и приватните комерцијални медиуми“⁴.

Предностите за медиумите на заедницата како дел од граѓанското општество се во тоа што ја покажуваат неговата важност; доведуваат до демократизација на медиумите во поглед на учеството на микро и на макро ниво; им даваат значајна можност на припадниците на различни групи за учество во јавната дебата и за себепретставување во јавната сфера.

Ризиците произлегуваат од таму што комерцијалните медиуми ги доживуваат како соперници; репресивните државни режими, во ситуации кога медиумите на заедницата застапуваат алтернативни гледишта или се против режимот, можат да ги подложат на репресии; потоа, фактот што не се финансираат примарно од реклами ги подложува на финансиски проблеми; постои извесно ниво на неефикасност и потребно е постојано да се вложува многу напор за да успее демократското општество.

2.4. Медиумите на заедницата како ризом

Овој концепт се потпира на моделот на ризом на Делез и Гатари, во комбинација со сфаќањето на релационистите за медиумите на заедницата како алтернативни медиуми:

„Теоријата на ризомот се базира на сиротишкоставеноста на ризомското и арболичкото размислување. Арболичкото е линеарно, хиерархиско и заситоено, и може да се преиспави 'како дрволика сируктура на генеалогичката, гранки кои продолжуваат да се разгрануваат во помали и помалку важни категорији' (Wray, 1998:3) ... Од група сирана, ризомското е нелинеарно, анархично и номаско. 'За разлика од дрвото и нивните корени, ризомот ја поврзува која било шочка со која било група шочка ...' (Deleuze and Guattari, 1987:19)“⁵.

Предностите на ризомските медиуми на заедницата се во тоа што тие се место на кое се вкрстуваат и каде соработуваат луѓе од различни движења, кои се

4 Ибид. 355.

5 Ибид. 358-359.

залагаат и се борат за различни нешта; ја зајакнуваат демократијата така што поврзуваат различни движења за демократија; ја потенцираат флуидноста и непредвидливоста на медиумските организации; ја преиспитуваат и дестабилизираат крутоста и сигурноста на јавните и на комерцијалните медиуми и создаваат простор за соработка и партнерство; недофатливоста на медиумите на заедницата ги прави тешки за контролирање и им ја гарантира независноста.

Ризиците доаѓаат оттаму што тие може да не ја согледаат својата улога на крстосници на мислења и заложби; може да имаат различни или конфликтни цели во однос на оние на граѓанските организации со што се доведува во прашање независноста на медиумот во однос на организациите; може да бидат инкорпорирани од државните или комерцијалните организации и да ја изгубат независноста од нив; може да недостига заедничка основа за делување што негативно ќе се одрази врз создавањето политики, ќе го усложни работењето на организациите што ги претставуваат и ќе го спречи создавањето добро осмислено движење за медиуми на заедницата.

Без оглед по кој модел (предоминантно) функционира некој медиум на заедницата, нужно е да се има предвид дека развојот на технологијата, особено на интернетот, направи коренити промени во начинот на кој поимот заедница се сфаќа од аспект на просторот. Ако порано, ваквите медиуми беа неизбежно врзани за заедница распределена на одреден географски простор, сега, заедниците од интерес постојат низ и независно од просторот. Така, преку интернетот, медиумите можат да ѝ служат не само на географски поврзана задница, туку својата содржина да ја направат достапна до личности и групи кои се кон неа привлечени иако се просторно оддалечени. Згора на тоа, како што посочува Камертс (Cammaerts, 2016) интернетот донесе и други придобивки:

„...Трошоциите и за продукција и за дистрибуција значително се намалија, ограничувањата [оставени од, н.з.] времето и просторот ионцијално можат да бидат надминати, има многу полесен и подиректен пристап до публиците во својот, и, исто така, многу е побешко за државата целосно да го контролира пристапот до содржините сместени на мрежата од мрежи“⁶

Сепак, овој развој не ги реши проблемите, туку донесе и нови, бидејќи главниот збор во интернет просторот го имаат големи корпорации, па тој е боиште на различни економски интереси:

„...повеќето од онлајн алтернативните медиуми имаат тенденција да се зрижат за микрорублики, и се сместени на крајот на п.н. долга

6 Bart Cammaerts, “Overcoming net-centricity in the study of alternative and community media,” *Journal of Alternative & Community Media* Vol.1, Issue no. 1 (July 2016): стр. 1, пристапено на 11 септември 2022, DOI: 10.1386/joacm_00002_1.

ојашка. Дојолнишелно, владинише интјервенции за зашворане субверзивна содржина сѐ уште се случуваат преку низа мерки, каков штио е севкујниот надзор врз онлајн - огнесувањето на ситше корисници на интјернет и од ситрана на државата и од ситрана на корпоративнише актиери.“⁷

Сепак, бројни држави и меѓународни организации се свесни за значењето што медиумите на заедницата го имаат и за заедниците, но и за разновидноста и богатството на медиумските пејсажи, па оттаму преземаат низа мерки за да го развиваат, одржуваат и јакнат овој т.н. трет сектор.

3. Медиумите на заедницата низ визурата на Советот на Европа и Европскиот Парламент

Улогата и значењето што медиумите на заедницата го имаат за слободата на изразување, гарантирана со членот 10 од Европската конвенција за заштита на човековите права и основните слободи⁸ е тема на голем број декларации, резолуции, препораки и студии, од различни меѓународни институции меѓу кои и Советот на Европа и Европскиот Парламент. За нив особено се размислува во смисла на изразување на разновидноста на идеите, ставовите и гледиштата на различните групи во општеството, особено на оние кои се недоволно или погрешно претставени или пак, пренебрегнати од главните медиуми.

Советот на Европа е една од организациите која повеќекратно се има навраќано на медиумите на заедницата. Така, во својата Декларација од 2007 година за заштита на улогата на медиумите во демократијата во контекст на медиумска концентрација, Советот посочува дека „новите комуникациски услуги и феномени“ меѓу кои и медиумите на заедницата, отвораат нови можности, но оти „нивното влијание врз оформувањето на мислењето честопати е зависно од тоа дали нивната содржина е пренесена преку или за неа е известно од главните медиуми“⁹. Затоа, како една од активностите за спротиставување на „ризикот од злоупотреба на моќта на медиумите во ситуација на силна концентрација на медиумите и новите комуникациски услуги, и нејзините потенцијални последици за политичкиот плурализам и за демократските процеси“ ги наведува и политиките за развој на непрофитните медиуми „како друг начин да се промовира разновидност на автономни

⁷ Ибид.

⁸ Совет на Европа, Европска конвенција за заштита на човековите права и основните слободи, (Стразбур, 1950), пристапено на 15 октомври 2022, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_MKD.pdf.

⁹ Council of Europe, Declaration of the Committee of Ministers on protecting the role of the media in democracy in the context of media concentration, (Strasbourg: Council of Europe, 2007), стр. 1-2, пристапено на 15 октомври 2022, https://eos.cartercenter.org/uploads/document_file/path/213/Committee_of_Ministers.pdf.

канални за дисеминација на информации и изразување мислења, особено за и од општествени групи на кои главните медиуми ретко се концентрираат¹⁰.

На истата седница на Комитетот на министри, Советот ја усвои и Препораката Rec (2007)2 за медиумскиот плурализам и разновидноста на медиумската содржина, во која се посочува дека треба да се охрабрува „развојот на други медиуми способни да дадат придонес за плурализмот и разновидноста и да обезбедат простор за дијалог“ кои можат да се јават како „месни, локални, малцински или социјални медиуми“ чија содржина „може да се создаде главно, но не исклучиво, од и за одредени групи во општеството, кои можат да одговорат на нивните специфични потреби или барања и можат да служат како фактор на социјална кохезија и интеграција“¹¹.

Сепак, Советот најдлабоко навлегува во елаборација на значењето на медиумите на заедницата во својата Декларација за улогата на медиумите на заедницата во промовирањето социјална кохезија и интеркултурен дијалог, од 2009 година. Во неа, тој ја изразува својата поддршка за медиумите на заедницата, притоа нагласувајќи ги нивното значење, карактеристики, придобивки и улога за општеството. Документот посочува дека медиумите од третиот сектор постојат во многу земји - членки на Советот на Европа, како и (во тој момент) во преку 115 земји во светот, при што тие „се комплементарни со јавниот сервис и со комерцијалните медиуми“¹².

Во овој контекст, во Декларацијата се искажува убедување дека медиумите на заедницата кои „по својата природа се блиски до нивните публики“, можат да ги исполнат оние потреби на своите целни групи, кои комерцијалните медиуми и јавните сервиси не можат „целосно и соодветно“¹³ да ги задоволат. Особено е важно што тие им овозможуваат на помалите групи да го користат своето право на слобода на изразување и преку прием и преку создавање информации, но оти притоа е потребно да се придржуваат до вредностите и етиката на новинарството, зашто инаку можат, „во некои случаи, да придонесат за социјална изолација и нетолеранција“¹⁴. Затоа е важна и улогата која медиумите на заедницата ја играат за медиумската писменост - како преку вклучувањето на граѓаните во процесот на создавање и дистрибуирање медиумски содржини, така и преку организирање обуки за нив.

10 Ибид. стр.2

11 Совет на Европа, Препорака Rec (2007)2 на Комитетот на министри до земјите – членки за медиумскиот плурализам и разновидноста на медиумската содржина, (Стразбур, 2007), стр.6, пристапено на 9 октомври 2022, https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/11/Recommendation_Re1_1_MKD.pdf.

12 Council of Europe, Declaration of the Committee of Ministers on the Role of Community Media in Promoting Social Cohesion and Intercultural Dialogue, (Strasbourg: Council of Europe, 2009), стр.2, пристапено на 11 октомври 2022, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d1bd1.

13 Ибид. стр.3

14 Ибид.

Декларацијата истакнува оти медиумите на заедницата можат да се појават како радиодифузни, печатени или електронски медиуми, и дека можат да ги споделуваат следниве карактеристики:

„...независност од власиџа, од комерцијалниџе и релиџискиџе инстџиџуции и од џолиџичкиџе џарџии; неџрофџиџни џо џрџироџа; волонџерско учесџиво на членовиџе на џраџанскоџо оџшџесџиво во разрабодџкаџа и уџравувањеџо со џроџрамиџе; акџивносџи насочени кон оџшџесџивена корисџи и џриџдобивка за заедницата; џосвеџеносџи кон инклузивни и инџтеркулџурни џракџиџи“¹⁵.

Во овој документ се препознава постоењето на медиумите на заедницата како посебен трет сектор во медиумската сфера и земјите-членки на Советот на Европа се повикуваат: за нив да најдат соодветно место во своите законодавства; да издвојат доволно фреквенции и во аналогниот и во дигиталниот спектар, тие да не бидат оштетени во процесот на дигитализација; да развиваат програми за едукација и остручување за да можат сите заедници да ги користат сите технолошки платформи; да издвојат доволно финансиски средства за нивна поддршка на локално, регионално и национално ниво, при што ќе водат сметка да не се наруши конкуренцијата; ќе проучуваат и споделуваат примери за добри практики; ќе ги градат капацитетите преку програмите за доживотно учење и медиумска писменост; како и дека ќе воспостават мрежа за размена на информации која ќе придонесе за интеркултурен дијалог. Декларацијата им се обраќа и на медиумите на заедницата кои ги повикува да бидат свесни за улогата што ја играат за социјалната кохезија и да создадат свои кодекси на професионална етика кои ќе ги почитуваат.

Уште едно навраќање на медиумите на заедницата, Советот на Европа прави во Препораката CM/Rec(2018)1 за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост, овојпат разгледувајќи ја нивната улога во опкружување во кое онлајн медиумите и интернет платформите играат значајна улога во пристапот и дистрибуцијата на медиумските содржини што „создава нови можности за интеракција и меѓусебна комуникација на сè поголем број луѓе и за нивно учество во јавната дебата“¹⁶. Меѓутоа, ваквиот развој истовремено доведува и до загриженост за медиумскиот плурализам бидејќи „интернет посредниците стекнуваат сè поголема контрола врз протокот, достапноста, пронајдливоста и пристапноста на информациите и други содржини“ што може да ја намали разновидноста на изворите на медиуми од кои луѓето се информираат „и да доведе до нивно селектирање или изложување на информации кои ги потврдуваат нивните постоечки гледишта и

15 Ибид.

16 Совет на Европа, Препорака CM/Rec(2018)1 од Комитетот на министри до земјите - членки за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост, (Стразбур, 2018), стр. 2, пристапено на 9 октомври 2022, <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BA%D0%B0-%D0%A6%D0%9C-%D0%A0%D0%B5%D1%8620181-005.docx>.

мислења, што дополнително се засилува со размена со други истомисленици (овој феномен понекогаш се нарекува „филтерен меур“ или „ехо комора“)¹⁷. Оттаму, како дел од институционалните рамки за плурализам во медиумите, во документот се препорачува:

„Земјите - членки треба да го охрабрат и поддржат формирањето и функционирањето на малцински, регионални, локални и непрофитни медиуми на заедниците, вклучувајќи и обезбедување финансиски механизми со цел да се постигнат нивниот развој. Таквите независни медиуми им даваат глас на заедниците и поединците за теми од важност за нивните потреби и интереси, и на тој начин имаат улога во креирањето јавна изложеност на теми кои можеби не се застапени во главните медиуми, и во олеснувањето на инклузивните и партиципационските процеси на дијалог во и помеѓу заедниците и на регионално и на локално ниво“¹⁸.

Освен ова, во сегментот во кој се говори за мерките за поддршка на медиумите со цел да се зголеми медиумскиот плурализам, меѓу другото, се посочува дека тоа можат да бидат и „позитивни мерки за зголемување на квантитетот и квалитетот на медиумско покривање на прашања што се од интерес и важност за групите кои не се доволно застапени во медиумите“¹⁹.

И Европскиот Парламент, препознавајќи ги важноста и потенцијалот на медиумите на заедницата, во 2007 година, порача студија за Состојбата на медиумите на заедницата во Европската Унија. Во неа се утврдува дека во тогашните членки на Унијата, овие медиуми играат различна улога, дека повеќе активности поврзани со медиумите на заедницата има во земјите од Северозападна Европа, додека во поновите членки на Унијата, условите за функционирањето на оваа подгрупа медиуми се скромни. Сепак, јасно се посочува дека тие имаат значајна улога во постигнувањето медиумски плурализам како и во остварувањето низа други општествено - политички цели, и оти „нивоата на активност се тесно поврзани со јавната свест и правното признавање на секторот, како и постоењето основни регулаторни процедури“²⁰. Технолошкиот развој, пак, носи и предности и предизвици зашто „медиумите на заедницата базирани на интернет му овозможуваат на секторот да достигне до нови публики и да ангажира нови учесници на иновативни начини ... да усвои нови модели на работа, како и можност да дисеминира и разменува содржини“²¹.

17 Ибид.

18 Ибид. стр.10.

19 Ибид. стр.11.

20 European Parliament, The State of Community Media in the European Union, Study, (Brussels, 2007), стр. i - iii, пристапено на 18 септември 2022 https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/Join/2007/408943/IPOL-CULT_ET%282007%29408943_EN.pdf.

21 Ибид. стр. iv.

Оваа студија послужи како основа врз која Европскиот Парламент, во септември 2008 година, усвои Резолуција за медиумите на заедницата во Европа (2008/2011(INI)), и во неа, говорејќи за значењето што тие го имаат за различните општествени групи на кои им служат, меѓу другото „... нагласува дека медиумите на заедницата се еден од постоечките начини за ... да им се овозможи на обесправените членови на општеството да станат активни учесници преку вклучување во дебатите што им се важни“²².

Притоа, ги поставува следниве одредници како постулати за дефинирање на медиумите на заедницата:

- а) не создаваат профит и независни се, не само од националните, туку и од локалните [центри на, н.з.] моќ, вклучени првенствено во активности од јавен интерес и од интерес за граѓанското општество, служат на јасно дефинирани цели кои секогаш вклучуваат општествена вредност и придонесуваат кон интеркултурен дијалог;
- б) одговорни се пред заедницата на која настојуваат да ѝ служат, што значи дека треба да ја информираат заедницата за нивните активности и одлуки, да ги образложат, и да бидат казнети за несоодветно однесување, за услугата да остане контролирана од интересите на заедницата и да се спречи создавање мрежи 'одозгора-надолу';
- в) отворени се за учество во создавањето содржина од страна на членовите на заедницата, кои можат да учествуваат во сите аспекти на работата и управувањето, иако оние кои се одговорни за уредената содржина мора да имаат професионален статус²³.

Во Резолуцијата се нагласува активната улога што ја имаат волонтерите и се посочува дека секторот треба првенствено да се финансира од извори од конкретната држава (од национални и локални фондови) како и од други извори на финансирање (на пример, од заедница која ја опслужуваат), но оти сепак средствата со кои располага секторот се мали и би требало да има пристап и до европските фондови, какви што се оние за финансирање на заедницата, на пример, преку Европскиот фонд за регионален развој (European Regional Development Fund) и Европскиот социјален фонд (European Social Fund) или, пак оние за образување и обука на новинари, преку Програмите за доживотно учење (Lifelong Learning Programmes итн.)²⁴.

22 European Parliament, Resolution of 25 September 2008 on Community Media in Europe (2008/2011(INI)), Brussels: 2008. стр.3 точка 3, пристапено на 11 септември 2022. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0456_EN.html

23 Ибид. стр.3 точка 14.

24 Ибид. стр.4 точка 21.

4. Можни извори за финансирање

Во студиите, истражувањата и другите документи посветени на медиумите на заедницата, редовно се посочува дека тие треба да функционираат врз основа на непрофитен и некомерцијален принцип и да се финансираат од поголем број различни извори на финансирање – приватни и јавни, при што ниту еден нема да биде доминантен за да се заштити независноста на медиумот, како во смисла на носењето уреднички одлуки, така и во смисла на функционирањето и управувањето.

Притоа, треба да се има предвид дека под поимот „некомерцијално“, всушност не треба да се сфати дека тие не смеат да користат комерцијални практики (на пример, реклами или спонзорство на емисии) туку дека треба да бидат непрофитни, односно приходите обезбедени од нив не смеат да служат за генерирање профит, ами треба да се користат за да се финансира основното работење на медиумот. И, со ваквите форми на комерцијално работење тие не смеат да им претставуваат конкуренција на комерцијалните медиуми. Всушност, како што се наведува во Серијата политики за одржливост на медиумите на заедницата²⁵ на УНЕСКО од 2017 година, за рекламирањето треба да се воведат временски лимити исти како оние за другите радиодифузери или како за јавниот сервис, а некогаш и построги, но за поголемите лимити да бидат оправдани треба да претставуваат „компромис за примање јавно финансирање, како и за да се осигура фер конкуренција со комерцијалните радиодифузери“²⁶. Притоа, нужно е да се води сметка за почитување на етичките принципи на рекламирањето. Освен ова, комерцијалните практики можат да опфатат огласи за лични објави (раѓања, умирања, венчавки и сл.) од страна на поединци од заедницата за мал надоместок, и реклами од локалните фирми за нивните стоки и услуги.

На медиумите на заедницата треба да им биде достапно и рекламирањето од јавните институции, особено кога станува збор за објави насочени кон конкретната заедница што ја опслужува некој медиум. Притоа, треба да се води сметка дека ваквата практика „не смее да води до владина контрола или до дисторзија на пазарот“²⁷.

Во поглед на другите приватни извори на финансии, медиумите на заедницата можат да ги користат донациите, спонзорствата (на пример, на настани организирани од тој медиум), членарините, претплатата, разните други придонеси од членовите на заедницата на која ѝ служат, работата на

25 UNESCO, Community Media Sustainability Policy Series, (Almaty, 2017), пристапено на 23 октомври 2022, <http://en.unesco.kz/unesco-community-media-sustainability-policy-series>.

26 UNESCO, Community Media Sustainability Policy Series, 6. Access of Community Broadcasting to Private Sources of Funding and Support, (Almaty, 2017), стр.2, пристапено на 23 октомври 2022, https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_cmedia_sustainability_policy_6_commercial_funding.pdf.

27 Ибид. стр. 4.

волонтерите, бидејќи тоа е „...идеален механизам за поддршка дотолку повеќе што ја поткрепува одржливоста на радиодифузертот, додека, истовремено, ги зајакнува неговите врски со заедницата“²⁸. Меѓутоа, треба да се води сметка ова да не доведе до прекумерен пристап на едни или до исклучување на други членови на заедницата. Важно е и медиумите да бидат финансиски одговорни пред заедницата така што ќе вклучат нејзини претставници во своето финансиско управување и што ќе ѝ доставуваат финансиски извештај, обично истиот оној што го поднесуваат до регулаторното тело.

Сепак, колку и да се медиумите на заедницата досетливи и способни во поглед на изнаоѓањето извори на финансирање од комерцијални и приватни извори, праксата покажува дека тоа не е доволно за да се обезбеди стабилност и непречено функционирање. Како што посочуваат Пајсл и Тремецбергер:

“За да можат да го користат мноштво извори за финансирање, мора да биде осигурено финансирањето на основната структура [на медиумот на заедницата, н.з.]. За ова цел, извор на јавно финансирање, кој е централно организиран на национално ниво, обично исполнува клучен услов. Степенот на општествена прифатеност на радијата на заедницата и релеванноста на нивните услуги за јавниот интерес се, следствено, важен предуслов за нивното финансирање на радиодифузериите. Безбедната основна структура овозможуваат за конкурирање за дојдовни средства (ЕУ) фондови.“²⁹

Разгледувајќи го прашањето на обезбедувањето финанси за медиумите на заедницата од јавни средства, УНЕСКО, во серијата политики јасно укажува дека „одржливите извори на јавно финансирање се клучни за развојот и долготрајната одржливост на радиодифузијата на заедницата“³⁰. Притоа, посочува дека станува збор за три извори на јавно финансирање: директно јавно финансирање, финансирање од странски фондови и индиректно финансирање за радиодифузертите на заедницата. Во други текстови е посочено и дека „значителен дел од финансиите за радиодифузертите доаѓа од одделите за социјални прашања, образование и култура на националните, регионалните и локалните власти“³¹.

Во поглед на директното јавно финансирање, УНЕСКО нагласува дека тоа мора да биде организирано така што јасно ќе биде определно од каде потекнуваат

28 Ибид. стр. 3.

29 Helmut Peissl и Otto Tremetzberger. “The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland.” *Telematics and Informatics* Volume 27, Issue no. 2 (2010): 128. Пристапено на 4 септември 2022, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.008.

30 UNESCO (2017) *Community Media Sustainability Policy Series*, 5. *Providing Public Funding for Community Broadcasting*, стр.1, пристапено на 23 октомври 2022, <http://en.unesco.org/community-media-sustainability-policy-series>.

31 Helmut Peissl и Otto Tremetzberger. “The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland.” *Telematics and Informatics* Volume 27, Issue no. 2 (2010): 128. Пристапено на 4 септември 2022, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.008.

средствата. Тоа може да биде фондот за универзална услуга, какви што постојат во некои држави со цел на сите граѓани да им се овозможи пристап до медиумските услуги, или изворот да бидат средствата кои се обезбедуваат за јавниот радиодифузен сервис. Освен ова, може да се основаат фондови кои се посветени специјално на медиумите на заедницата, потоа директни грантови од владата или вкрстено субвенционирање од комерцијалните радиодифузери или од операторите, при што се мисли на издвојување на дел од надоместокот за лиценци на кабелските или сателитските оператори или на комерцијалните радиодифузери, или средства од приходите од рекламирање на последниве. За овие извори се смета дека се „стабилни и не толку директно зависни од политичката волја како директните владини грантови“³².

Без оглед од каде потекнуваат средствата, нивната распределба треба да се спроведува на фер и транспарентен начин и имајќи го предвид степенот на развиеност на третиот сектор. Притоа, пристапот до нив треба да биде рамномерен, процедурата не треба да биде сложена за да се овозможи достапност за сите бидејќи „претерано сложени, или процеси кои одземаат многу време, поскоро ќе ги фаворизираат пософистицираните, отколку подостојните кандидати“³³. Во целиот процес треба да биде инволвирано независно тело за да се обезбеди почитување на уредничката независност и ослободеност од политичко или какво било друго влијание. За таа цел, потребно е критериумите да бидат претходно дефинирани, јасни и да му служат на јавниот интерес. Практиката покажала дека честопати е потребно медиумите да се финансираат во нивниот почеток (старт-ап фазата) и при нивниот развој, понекогаш е потребно да се финансира купувањето и одржувањето на опремата, а може да се користи и „за поддршка на текстуалните пораки, онлајн стримингот, подкастингот и присуството на социјалните медиуми што може да даде важен придонес за досегот, богатството и одржливоста“³⁴. Како други полиња на кои може да им биде потребна поддршка на медиумите на заедницата, УНЕСКО ги наведува тековното работење, развојот на човечките ресурси и обуката, или формирањето мрежи преку кои овие медиуми меѓусебно ќе се поддржуваат и ќе разменуваат програми.

Како што е споменато и во воведот од ова поглавје, медиумите на заедницата, освен домашни, можат да користат и странски јавни средства, на пример од ЕУ, УНЕСКО, Светската банка или од други меѓународни или билатерални фондови. Тие треба да бидат достапни за нив, при што, и овде треба да се води сметка процедурите за конкурирање да не бидат премногу сложени. Како што покажа студијата на Европскиот Парламент за Состојбата на медиумите на заедницата во Европската Унија „...само малкумина во секторот го имаат знаењето и искуството [потребни, н.з.] за да имаат корист од поддршката од

32 UNESCO, Community Media Sustainability Policy Series, 5. Providing Public Funding for Community Broadcasting, (Almaty, 2017), стр.3, пристапено на 23 октомври 2022, <http://en.unesco.kz/unesco-community-media-sustainability-policy-series>.

33 Ибид. стр. 2

34 Ибид.

ЕУ“, додека пак, „службениците за финансирање не се свесни за широчината на потенцијалните општествени придонеси од медиумите на заедницата“³⁵. За нив можат да бидат подостапни децентрализираните фондови на ЕУ „... доколку научат како да ги артикулираат своите цели на начин кој ги исполнува целите на фондовите“³⁶.

Иако достапноста на странските фондови е потребна, УНЕСКО наведува дека е сепак можно некогаш да се постават и ограничувања во зависност од условите за пристап до средствата и изворите од кои потекнуваат. Сепак, ограничувањата мора да бидат оправдани со цел која е легитимна, какви што се заштитата на нивната независност и карактерот на овие медиуми, во смисла на служењето на заедницата, во услови кога доделувањето финансии е условено со недемократски барања.

Освен преку директно користење средства, медиумите на заедницата можат да се финансираат и индиректно, на пример преку намалување, па дури и укинување на „годишниот надоместок за дозвола за емитување и/или годишниот надоместок за користење фреквенција“, како и на „даноците за купување опрема“³⁷.

Меѓу препораките за тоа како уште може да се помогне финансирањето на медиумите на заедницата од јавни средства, УНЕСКО, во Серијата политики за одржливост на медиумите на заедницата, меѓу другото, препорачува да се охрабрува ад-хок финансирање програми на одредена тема како „едукација за избори, информации за здравјето (на пример во врска со епидемии), сервиси на малцински јазици“ без притоа „да се влијае на уредувачката независност“³⁸. Последната препорака на оваа тема е да се разгледуваат можностите за „јавно финансирање за поддршка на ангажманот на радиодифузерите на заедницата при конвергенцијата на медиумите... и за поддршка на кампањи за собирање средства“³⁹.

35 European Parliament, The State of Community Media in the European Union, Study, (Brussels, 2007), стр. v, пристапено на 18 септември 2022 https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/JOIN/2007/408943/IPOL-CULT_ET%282007%29408943_EN.pdf.

36 Ибид. стр.42

37 UNESCO, Community Media Sustainability Policy Series, 5. Providing Public Funding for Community Broadcasting, (Almaty, 2017), стр.3, пристапено на 23 октомври 2022, <http://en.unesco.kz/unesco-community-media-sustainability-policy-series>

38 Ибид. стр.4

39 Ибид.

5. Неколку земји со развиен систем на медиуми на заедницата: примерите на Ирска, Велика Британија и Холандија

Непрофитните медиуми, преку нивниот неколкудеценски развој, се вткаени во медиумските пејсажи не само на земјите на европско тло, туку на сите континенти. За нив се користат различни називи, неретко произлезени од заедницата на која предоминантно ѝ служат. На пример, во Јужна Америка може да се сретнат како „народно радио, образовно радио, радио на рударите или радио на селаните“; во некои африкански земји како „локално рурално радио“; во Азија „радио за развој и радио на заедницата“; во Океанија „абориџинско радио, јавно радио и радио на заедницата“, а во Европа како „асоцијативно радио, слободно радио, радио на соседството или радио на заедницата“⁴⁰. Без оглед на именувањето, во медиумската сфера во различни европски правни системи се препознаени или како посебен, трет сектор, или пак се сметаат за дел од јавниот или од приватниот сектор, но со посебни карактеристики. Иако примарно, и предоминантно, овој тип медиуми се развиваа како радио станици, тие постојат и како телевизиски станици, а технолошкиот развој неминовно доведе до тоа тие да функционираат и во онлајн сферата.

Како медиумите, пред сè радијата, на заедницата се гледаат себеси, отсликува Повелбата за радио на заедницата за Европа донесена од Европскиот огранок на Светската асоцијација на радиодифузери на заедницата - АМАРК во 1994 година. Според неа, радиото на заедницата треба да го „промовира правото на комуникација и слободен проток на информации и мислења“; да обезбеди пристап до капацитети за обука, производство и дистрибуција од кои ќе произлезат „програми за придобивка, забава, образование и развој на нивните слушатели“; во нивната сопственост да учествуваат тела кои ќе бидат репрезентативни за локалните географски заедници или за заедниците од интерес на кои им служат; во својата уредувачка политика да бидат независни од кој било центар на моќ, без оглед дали станува збор за „власта, комерцијалните или религиозните институции и политичките партии“; „да им обезбедат право на пристап на малцинските и на маргинализираните групи и да ги промовираат и штитат културната и јазичната разновидност“; да обезбедуваат веродостојни информации за своите слушатели засновани врз мноштво извори и да им обезбедат право на одговор на оние кои се „сериозно погрешно претставени“; да бидат востановени како непрофитни организации, кои својата независност ќе ја осигураат така што ќе бидат „финансирани од разновидни извори“. Во

40 Nico Carpentier, Rico Lie и Jan Servaes, "Making Community Media Work: Community Media Identities and Their Articulation in an Antwerp Neighbourhood Development Project", во Communication for Development and Social Change, ed. Jan Servaes (New Delhi: Sage, 2008), стр. 348, пристапено на 3 септември 2022. https://www.academia.edu/21815583/Making_Community_Media_Work_Community_Media_Identities_and_Their_Articulation_in_an_Antwerp_Neighbourhood_Development_Project.

поглед на работењето „да го почитуваат придонесот на волонтерите, да го почитуваат правото на платените работници да се приклучуваат кон синдикати и, и на едните и на другите, да им обезбедат задоволителни услови за работа“; при вработувањето, создавањето програми и управувањето да применуваат недискриминаторски практики и да ја унапредуваат соработката помеѓу медиумите на заедницата за, преку комуникацијата, да обезбедат поголема „поддршка за мирот, толеранцијата, демократијата и развојот“⁴¹.

Различните земји-членки на Унијата различно ги позиционираат медиумите на заедницата во своите законодавства, предвидуваат различни шеми за нивно финансирање и различно ја гледаат нивата улога во општеството. Надвор од опфатот и намерата на овој документ е да направи сеопфатен преглед на историјатот, развојот, актуелната поставеност во правните системи и формите преку кои денес постојат медиумите на заедницата. Во ова поглавје само ќе се даде сублимиран осврт на неколку примери кои имаат и сличности и разлики.

5.1 Ирска

Во ирскиот пејзаж на радио и на аудиовизуелни медиумски услуги, законски се препознаени три сектори: јавен, комерцијален и медиуми на заедницата (радио и телевизија). Во третиот сектор, особено се развиени радијата на заедницата. Приказната започна со првите радија на заедницата кои добија лиценци во 1990 година, по што, почнувајќи од 1995 година, радиодифузниот регулатор⁴² им даде дозволи на 11 радија на заедницата како дел од пилот - проект кој траеше 18 месеци. Нивното работење беше предмет на истражувања и оценувања, така што целиот овој процес послужи како основа за формулирање на регулаторната Политика за радиодифузија на радио на заедницата, објавена во 2001 година. Радиодифузната власт на Ирска – БАИ го поддржа и формирањето на Форум на радио на заедницата (The Community Radio Forum of Ireland – CRAOL/ЦРАОЛ)⁴³.

Оттогаш наваму, секторот на медиуми на заедницата во Ирска бележи значителен развој, односно во крајот од 2022 имаше вкупно 23 медиуми на заедницата или на заедници од интерес. Од нив, 21 се радија кои им служат на различни заедници, вклучувајќи три студентски радио станици (на кампусот на Универзитетот Галвеј, Универзитетот во Лимерик и Универзитетскиот колеџ Корк) и едно радио на ирски јазик во Даблин. Има и две телевизии на

41 European branch of the World Association of Community Broadcasters – AMARC, The Community Radio Charter for Europe, (Brussels, 1994), пристапено на 15 октомври 2022, <https://amarceurope.eu/the-community-radio-charter-for-europe/>

42 Во тоа време регулаторот беше наречен Комисија за радиодифузија на Ирска (Broadcasting Commission of Ireland - BCI), а од 2009 година е познат како Broadcasting Authority of Ireland или Радиодифузна власт на Ирска – БАИ.

43 Неколкуте историски податоци се извлечени од Helmut Peiss и Otto Tremetzberger “The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland,” Telematics and Informatics Volume 27, Issue no. 2 (2010): стр.123, пристапено на 4 септември 2022, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.008.

заедницата: ДЦТВ (Телевизијата на заедницата во Даблин) и ЦЦТВ (Телевизијата на заедницата во Корк). Нема официјални податоци за медиуми на заедницата кои работат само на интернет бидејќи за тоа не мора да го известат БАИ. Меѓутоа, некои од постоечките радија на заедницата имаат успешни веб страници. Вакви се случаите на Радиото на заедницата Атлон (<https://athlonecommunityradio.ie/>), Радиото на заедницата Конемара (<https://www.connemarafm.com/>), НЕАР ФМ (<https://nearfm.ie/>), Флерт ФМ на колеџот во Галвеј (<https://flirtfm.ie/>)⁴⁴.

Сите овие медиуми играат значајна улога пред сè во задоволувањето на специфичните комуникациски потреби на заедниците на кои им служат, но истовремено имаат придонес во обезбедувањето разновидност во медиумската сфера, односно за медиумскиот плурализам во земјата. Ваквата нивна улога, БАИ ја посочува и во новата Политика за медиуми на заедницата која ја објави на 18 јуни 2021 година⁴⁵. Во неа се потенцира дека, за да бидат овие медиуми функционални и да го постигнат својот потенцијал „...потребно е значајно ниво на постојана посветеност и поддршка од сите чинители, особено државните агенции и заедниците на кои им служат“⁴⁶. Во Политиката е пренесена дефиницијата согласно која медиум на заедницата е организација која:

„...ја карактеризираат нејзината соисповеничка структура, содржината што ја произведува и/или активностите за дисеминација, и нејзината врска со заедницата која е лиценцирана да ја ослужува. Таа е поседувана и контролирана од непрофитна организација чија структура обезбедува дека членството, управувањето и работењето се првенствено од членови на заедницата. Нејзиното производство на содржини и/или активности за дисеминација се засноваат на присуство и учество на членовите на заедницата и ги одразуваат посебните интереси и потреби на таа заедница. Нејзиното однос со заедницата настојува да зајакне други организации и активности чија цел е да ја омака и развијат таа заедница“⁴⁷.

При оценувањето на природата на субјектите кои се вклучени во медиумите на заедница, БАИ се потпира врз три критериуми, односно тие треба „јасно да ја опишат географската заедница или заедницата од интерес на која ѝ служат; да промовираат и поддржуваат активно учество на оваа заедница на сите нивоа на работење [и] да работат на начин кој е особено во согласност со

44 Стефани Комеј (Stephanie Comey), Виша менаџерка задолжена за медиумска писменост во Радиодифузната власт на Ирска, електронска пошта до авторката, 7 октомври 2022.

45 Broadcasting Authority of Ireland, BAI launches Community Media Policy (Dublin: Broadcasting Authority of Ireland, 2021), <https://www.bai.ie/en/bai-launches-community-media-policy/>.

46 Broadcasting Authority of Ireland, Community Media Policy (Dublin: Broadcasting Authority of Ireland, 2021), стр. 4, пристапено на 11 септември 2022 <https://www.bai.ie/en/download/136264/>.

47 Ибид, стр.6

етосот или системот на вредности на кој се потпира активноста на заедницата или медиумот на заедницата⁴⁸.

При определувањето на идните чекори во развојот на секторот на медиуми на заедницата, како и при оценувањето на овие медиуми, БАИ се потпира врз низа истражувања, анализи и студии, изработени од експерти ангажирани од страна на регулаторот, и на документи донесени врз основа на студиите. Така, за да биде во чекор со брзиот развој на сферата на аудиовизуелните услуги, БАИ, во 2019 година, објави Акциски план за медиуми на заедницата, заснован врз независен извештај со препораки од радијата и телевизиите на заедницата. Првата активност во Акцискиот план е да се изработи методологија за мерење на резултатите од општествените придобивки што ги има заедницата од медиумот, затоа што овој аспект е од особено значење при оценувањето на медиумите на заедницата. Притоа, БАИ се обврзува дека заедно со ЦРАОЛ ќе изработат ваква методологија за што регулаторот ќе издвои 30 000 евра⁴⁹.

Од ваквата обврска на БАИ и ЦРАОЛ произлезе студијата Воведување пристап за општествени придобивки во радиото на заедницата (2020) која обезбедува јасна дефиниција, критериуми и методологија за оценка на општествените придобивки. Дел од неа е рамката за проценка на општествените придобивки од медиумите на заедницата во која овој поим е дефиниран како „придобивки за индивидуалните или колективните актери во заедницата кои ги унапредуваат нивните животи општествено, културно или економски, или во смисла на развој, омоќување и/или добросостојба до кои инаку не би се дошло.“⁵⁰

Утврдено е дека медиумите на заедницата можат да придонесат кон шест типа општествени придобивки, при што се разработени посебни индикатори за утврдување на секоја од нив (при проценката, мора да се има предвид дека не е еднакво лесно да се воочат или измерат сите придобивки):

1. Индивидуите, особено малцинствата и маргинализираните, ја зголемуваат својата самоверба и креативност и/или го зајакнуваат чувството на припадност, преку директната вклученост во станицата;
2. Индивидуите ги унапредуваат своите можности за вработување, така што се здобиваат со вештини и самоверба зајакнувајќи го идентитетот на заедницата;

48 Ибид.

49 Broadcasting Authority of Ireland, Enhancing Innovation and Sectoral Sustainability BAI Community Media Action Plan (Dublin: Broadcasting Authority of Ireland, 2019), стр. 1-2, пристапено на 12 септември 2022 https://www.bai.ie/en/media/sites/2/dlm_uploads/2020/05/CommunityRadioActionPlan_ENG.pdf.

50 Seán Ó Siochrú and Paul Butler, Introducing a Social Benefits Approach to Community Radio: A Compendium of Stories (Dublin: Nexus Research Cooperative, 2020), стр. 3, пристапено на 11 септември 2022, https://www.bai.ie/en/media/sites/2/dlm_uploads/2020/05/20200429_Story_Compen_FINAL_LB.pdf

3. Членовите на заедницата се информирани и свесни за тоа што се случува во нивната заедница;
4. Членовите на заедницата поефектно одговараат на прашањата – од локално кон глобално – бидејќи имаат пристап до разновидни гледишта и до повеќе и подобри информации;
5. На колективните актери (организации на заедницата, невладини организации итн.) им е олеснето стекнувањето и зајакнат им е капацитетот за постигнување на нивните цели;
6. Чувството на заедницата за идентитетот и кохезијата е унапредено преку интеракција и колективна акција⁵¹.

Заедницата која ја опслужуваат медиумите на заедницата во Ирска може да биде или географска или заедница од интерес, но во секој случај нејзините членови треба да учествуваат во сопственоста на медиумот; во неговата работа, и тоа на сите нивоа, вклучувајќи го и управувањето; да учествуваат во продукција на содржини; во развојот на медиумот, а преку тоа и во својот сопствен развој, создавајќи нова/поголема вредност во/за заедницата; и да учествуваат во финансирањето на медиумот. Со текот на времето се развиле различни форми на финансиска поддршка, какви што се „членарина, продажба на услуги, прилози, прибирање средства и комерцијални активности во програмата“⁵². Рекламирањето е ограничено како во поглед на времетраењето (шест минути на реален час), така и во поглед на „темите“ (огласи за вработување, за настани, локални бизниси и услуги и сл.). Поддршка дава и регулаторното тело, во рамките на своите законски и финансиски можности преку фондот „Звук и слика“ (Sound and vision) – наменет за продукција на одреден тип програми за ирската култура и наследство. Средства се обезбедуваат и преку Програмата за грантови за волонтерски организации и организации на заедницата од Секторот за прашања на заедниците, руралните средини и на Галетакт (т.е. заедниците во кој ирскиот – гаелик – е мајчиниот јазик). Ниту еден од изворите на финансирање кои им стојат на располагање на медиумите на заедницата не смее да учествува со повеќе од 50% во вкупните приходи⁵³. Логиката за ваквата одлука е „да се зачува независноста на медиумите на заедницата“ и претставува „барање од самите медиуми на заедницата“⁵⁴.

51 Seán Ó Siochrú и Paul Butler, Community Radio Delivering Social Benefit (Dublin: Broadcasting Authority of Ireland, 2020), стр. 10-12, пристапено на 17 септември 2022, https://www.bai.ie/en/media/sites/2/dlm_uploads/2020/06/Community-Radio-Delivering-Social-Benefit-pdf.

52 Broadcasting Authority of Ireland, Community Media Policy (Dublin: Broadcasting Authority of Ireland, 2021), стр. 11, пристапено на 11 септември 2022 <https://www.bai.ie/en/download/136264/>.

53 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, International Approaches to Funding Community & Campus Radio, Final Report, (Gatton, Quebec, 2009), пристапено на 18 септември, https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/radio/connectus0903.htm#_ftn63

54 Стефани Комеј (Stephanie Comey), Виша менаџерка задолжена за медиумска писменост во Радиодифузната власт на Ирска, електронска пошта до авторката, 7 октомври 2022.

За функционирањето и судбината на медиумите на заедницата, значајна улога има Форумот на радиото на заедницата на Ирска (The Community Radio Forum of Ireland - CRAOL) чие создавање, пред 20-тина години, беше поддржано од БАИ. Во него, полноправно членуваат „сите радиостаници на заедницата на кои БАИ им има доделено дозвола, доколку доследно се придржуваат до Повелбата за радио на заедницата на АМАРК“⁵⁵. Освен ова, за четири категории субјекти е овозможено придружно членство: радија на заедницата кои немаат удел во ЦРАОЛ, но имаат дозвола за емитување од БАИ; радио станици кои се во некоја од фазите на добивање дозвола; легалните радија на заедницата кои се членки на Советот за медиуми на заедницата на Северна Ирска и непрофитни организации или лица кои го поддржуваат ЦРАОЛ и ги споделуваат своите вештини и искуство со Форумот. ЦРАОЛ, освен што ги обединува постоечките радија на заедницата, соработува со БАИ при изработка на анализи и студии врз основа на кои се креира идната регулаторна политика за третиот сектор, го помага создавањето и развојот на нови радија на заедницата, организира обуки и значајно придонесува за вклучување на модулите за обуки во ирскиот образовен систем.

Освен ЦРАОЛ, од 2006 година постои и Асоцијацијата на телевизиите на заедницата (Community Television Association – СТА/ЦТА). Целта на нејзините членки, меѓу другото, е да го унапредат секторот на телевизиите на заедницата, да доведат до негова кохезија и споделена визија, преку што ќе можат да влијаат врз градењето политики, да доведат до поголемо разбирање кај јавноста итн.⁵⁶ Организира различни заеднички активности кои вклучуваат истражувања и низа проекти преку кои се разменуваат знаења, искуства и вештини. Освен двете телевизиите на заедницата, во ЦТА членуваат и неколку други организации кои работат на проекти од аудиовизуелната сфера.

И ЦРАОЛ и ЦТА, добиваат финансиски средства од регулаторното тело преку програмата за Секторско учење и развој (Sectoral Learning and Development programme): ЦРАОЛ добива годишно околу 120 илјади евра, а ЦТА околу 36 илјади евра годишно, со цел да им се помогне при обуките и при развојот на стандардите за добро управување⁵⁷.

Свесен за брзопроменливите технолошки аспекти на медиумската сфера, БАИ, во Политиката за медиуми на заедницата посочува дека е посветен на работата со нив бидејќи „достапноста на содржината за заедницата, и актуелната и потенцијалната, е од критичко значење и овде се важни концептите какви што се обезбедување видливост и ‘пронајдливост’ на различните платформи“. Нагласувајќи дека неутралноста на платформите игра значајна улога во овој

55 Community Radio Forum of Ireland, Levels of Membership, (Dublin, 2022), пристапено на 11 септември 2022: <https://craol.ie/about/membership/>

56 Community Television Association, Objectives, (Dublin, 2022), пристапено на 8 октомври 2022. http://ctaireland.ie/?page_id=51

57 Стефани Комеј (Stephanie Comey), Виша менаџерка задолжена за медиумска писменост во Радиодифузната власт на Ирска, електронска пошта до авторката, 7 октомври 2022.

процес, БАИ наведува дека „за да го реализираат овој потенцијал, граѓаните мора да бидат способни да ја најдат [содржината, н.з.], да ја препознаат, да ѝ пристапат и да бидат привлечени од неа лесно, во медиумски пејсаж кој рапидно се развива“⁵⁸.

Ирскиот регулатор нема информации за тоа колку медиуми на заедницата функционираат онлајн и како, односно во какви услови се одвива нивната работа затоа што за емитување програма на интернет не им е потребна лиценца, односно не мора да го известат БАИ⁵⁹.

5.2 Велика Британија

Извориштето на радијата на заедницата во Велика Британија лежи во 60-те и 70-те години од 20 век, поточно во општествените, политичките и културните движења од тоа време, кои доведоа до појава на т.н. пиратски радија, односно радио сервиси кои зрачеа програма без да бидат лиценцирани⁶⁰. Веќе во 80-те години, Асоцијацијата на радија на заедницата (Community Radio Association) која подоцна беше преименувана во Асоцијација на медиуми на заедницата (Community Media Association – СМА/ЦМА) се заложи, во медиумскиот пејсаж на Велика Британија, заедно со јавниот и комерцијалниот, законски да се препознае и третиот, односно непрофитниот сектор. Првиот пилот - проект за т.н. пристапно радио (access radio) беше спроведен во 2001 година, кога беа поднесени 193 пријави, од кои британското регулаторно тело - Комисијата за комуникации, познато како ОФКОМ, избра 16 на кои им даде можност да емитуваат програма 12 месеци. Со законот од 2003 година (Communications Act in 2003), конечно се создаде легална основа за лиценцирање радија на заедницата, а првото радио на заедницата започна со работа во март 2005 година со 5-годишна лиценца. Денес, третиот сектор брои 319 аналогни радија⁶¹, од кои голем број имаат и свои веб страници, но регулаторот нема податоци дали има медиуми на заедницата кои емитуваат само на интернет зашто ОФКОМ нема надлежност да го регулира интернетот⁶². Сепак, како што ќе се види во наредното поглавје, во британскиот интернет простор постојат

58 Broadcasting Authority of Ireland, Community Media Policy (Dublin: Broadcasting Authority of Ireland, 2021), стр. 8, пристапено на 11 септември 2022 <https://www.bai.ie/en/download/136264/>.

59 Стефани Коеј (Stephanie Comey), Виша менаџерка задолжена за медиумска писменост во Радиодифузната власт на Ирска, електронска пошта до авторката, 7 октомври 2022.

60 Податоците за настаните кои се основа за развојот на радиото на заедницата произлегуваат од Helmut Peiss и Otto Tremetzberger “The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland” Telematics and Informatics Volume 27, Issue no. 2 (2010): 125, пристапено на 4 септември 2022, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.008. и од Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, International Approaches to Funding Community & Campus Radio, Final Report, (Gatton, Quebec, 2009), пристапено на 18 септември 2022 година.

61 Office of Communications – OFCOM, Community Radio Stations, пристапено на 2 ноември 2022, <http://static.ofcom.org.uk/static/radiolicensing/html/radio-stations/community/community-main.htm>

62 ОФКОМ, комуникација по електронска пошта со авторката, 1 ноември 2022.

низа медиуми значајни за задоволување на потребите на различни локални заедници.

Регулаторната рамка за радијата на заедницата во Велика Британија е поставена во Наредбата за радио на заедницата 2004⁶³, која потоа е изменета со Наредбата (измена) за радио на заедницата 2010⁶⁴ и Наредбата (измена) за радио на заедницата 2015⁶⁵. Таа говори само за радио на заедницата (за разлика од Ирска каде законски се предвидени и телевизии на заедницата), а за нејзиното спроведување е надлежен ОФКОМ.

За лиценца за радио на заедницата може да конкурира само правно лице, при што дозволата се доделува за почетен период во траење до 5 години со можност да биде продолжена за уште два пати по пет години⁶⁶.

За да биде сметан за радио на заедницата, еден сервис мора да емитува програма наменета за „доброто на јавноста или на конкретни заедници и за да им обезбеди општествена придобивка“⁶⁷, односно мотивот за неговото постоење да не биде постигнувањето финансиска или материјална корист на оние кои го создаваат. Треба да опслужува една или повеќе заедници, при што, под заедница се подразбираат „или луѓе кои живеат или работат или се образуваат или обучуваат во одредена област или место, или луѓе кои имаат еден или повеќе заеднички интереси или карактеристики“⁶⁸. Не треба да остваруваат финансиска добивка, а доколку тоа се случи, профитот треба да го искористат „целосно и ексклузивно за да го обезбедат или подобрат пружањето на услугата во иднина или за да испорачаат општествени придобивки за јавноста или за целната заедница“⁶⁹. Исто така, радиото треба да им даде на луѓето од заедницата на која ѝ служи можност да учествуваат во неговата работа и управување и да биде одговорно пред таа заедница.

Секое радио на заедницата, уште при поднесувањето на апликацијата за лиценца, ги прецизира клучните обврски (key commitments) во кои треба да го објасни карактерот на сервисот што планира да го нуди; својата целна заедница; главната цел, примарните функции и активности; каков тип на програма ќе емитува (говорен дел, музика, ако емитува програма и на други јазици освен на англиски – треба да наведе кои се тие); минималниот број

63 “Community Radio Order 2004”, пристапено на 25 септември 2022. <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2004/1944/introduction/made>.

64 “Community Radio (Amendment) Order 2010”, пристапено на 25 септември 2022. <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2010/118/contents/made>.

65 “Community Radio (Amendment) Order 2015”, пристапено на 25 септември 2022. <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2015/1000/made>.

66 Office of Communications – OFCOM, Notes of guidance for community radio licence applicants and licensees. (London: Office of Communications, 2017, originally published in 2006), стр. 2-4, пристапено на 24 септември 2022. https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0016/101860/Community-radio-guidance.pdf

67 Ибид. стр. 5.

68 Ибид.

69 Ибид.

часови оригинална и локално создадена програма што ќе ја емитува; обврска дека студиото ќе биде лоцирано на територијата што ќе ја покрива; на каков начин ќе биде одговорно пред заедницата што планира да ја опслужува; какви можности за учество во работењето и управувањето и какви општествени придобивки ќе ѝ обезбеди на заедницата⁷⁰.

За исполнувањето на клучните обврски и на општествените придобивки радијата поднесуваат годишен извештај до ОФКОМ, кој врз оваа основа оценува дали и колку радијата на заедницата ги исполнуваат причините за своето постоење (т.е. дали ѝ служат на заедницата).

Во овој контекст, потребно е да се посочи и што всушност се подразбира под општествени придобивки. Според Наредбата за радио на заедницата 2004, тоа значи дека радиото, во однос на заедницата што ја опслужува, исполнува четири основни цели:

- (а) обезбедува аудио радиодифузен сервис на лица кои инаку се недоволно услужени од вакви сервиси,
- (б) ги олеснува дискусијата и изразувањето мислење,
- (в) обезбедува (дали преку програми вклучени во сервисот или на друг начин) образование и обука на лица кои не се вработени од лицето што го обезбедува сервисот, и
- (г) обезбедува подобро разбирање на конкретната заедница и зајакнување на врските во неа⁷¹.

Освен ова, може да исполнува и дополнителни цели од општествен карактер, какви што се:

- (а) испорачување услуги што ги обезбедуваат локалните власти и други услуги од општествен карактер, и зголемување, и пошироко распространување, на знаењето за овие услуги и за локалните погодности;
- (б) унапредување на економскиот развој и на социјалните претпријатија;
- (в) унапредување на вработувањето;
- (г) обезбедување можности за стекнување работно искуство;
- (д) унапредување на социјалното вклучување;
- (ѓ) унапредување на културната и јазичната разновидност;

⁷⁰ Ибид. стр. 10.

⁷¹ "Community Radio Order 2004", член 2 (2), пристапено на 25 септември 2022. <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2004/1944/article/2/made>.

(е) промовирање на граѓанското учество и волонтерството⁷².

Во поглед на финансирањето, радијата на заедницата се непрофитни, а согласно Наредбата за радио на заедницата од 2015 година, од комерцијални комуникации, во смисла на продажба на реклами и спонзорирање на нивната програма, можат да остварат до 50% од вкупниот годишен приход. Исклучок се шест радиостаници кои од овие извори можат да заработат фиксен годишен приход од 15 илјади фунти, поради тоа што постои преклопување на потенцијалната публика на радиото на заедницата со публиката на локалното комерцијално радио, при што таа публика не надминува 150 000 лица на возраст од најмалку 15 години. Целта на ваквото ограничување е да се заштити функционирањето на малите комерцијални радио станици⁷³. Како извори на финансирање, на радијата на заедницата на располагање им стојат и донации, спонзорство на настани или активности кои се организирани од нив (и кои не влегуваат во спонзорирањето радио програми), пружање услуги од типот на обуки и сл., активност на волонтерите итн. Во секој случај, најмалку 25% од приходот мора да потекнува од изворите на финансирање кои не ги опфаќаат рекламирањето, спонзорството на радио програмите и вредноста на работата вложена од волонтерите т.е. да доаѓаат од грантови, донации, обуки итн.⁷⁴

Освен ова, ним на располагање им стојат и извори од јавни средства какви што се Фондот за радио на заедницата што го администрира ОФКОМ, а за кој средствата ги обезбедува Министерството за култура, медиуми и спорт, а за оние станици кои зрачат програма за војската има и средства од Министерството за одбрана⁷⁵. Во 2022 година, од средствата од годишниот Фонд за радио на заедницата, ОФКОМ им додели вкупно 242 395 фунти на 18 радија на заедницата (а конкурираа 47). Средствата беа доделени за „нови форми на генерирање приход какви што се пакети за дигитален маркетинг ...студија чија цел беше да го покаже влијанието и вредноста на радиото на заедницата“ итн., но не и за „трошоци за волонтерите, капитални трошоци и трошоци за маркетинг“⁷⁶.

Порано, за радијата на заедницата имаше ограничувања во поглед на публиката и пазарот што можат да го опфатат. Во најголем дел, станиците беа ограничени на подрачје со радиус од 5 километри и јачина од 25 вати, односно 5 вати во

72 “Community Radio Order 2004”, член 2 (3), пристапено на 25 септември 2022. <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2004/1944/article/2/made>.

73 ОФКОМ, комуникација по електронска пошта со авторката, 1 ноември 2022.

74 Office of Communications – OFCOM, Notes of guidance for community radio licence applicants and licensees. (London: Office of Communications, 2017, originally published in 2006), стр. 15-16, пристапено на 24 септември 2022. https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0016/101860/Community-radio-guidance.pdf

75 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, International Approaches to Funding Community & Campus Radio, Final Report, (Gatton, Quebec, 2009), пристапено на 18 септември, https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/radio/connectus0903.htm#_ftn63

76 Radio Today, Ofcom awards 18 community radio stations with funds (London, 22 July 2022), пристапено на 24 септември 2022, <https://radiotoday.co.uk/2022/07/ofcom-awards-18-community-radio-stations-with-funds/>

руралните средини. Оттаму, некои од радијата се фокусираа на мали сегменти од публиката, како на пример млади, ЛГБТИ+ заедницата, етнички малцинства или религиозни групи. Во 2019 ваквата политика беше сменета и сега, во текот на функционирањето, радиото може да побара согласност од ОФКОМ за подобрување на техничкиот квалитет или за зголемување на подрачјето што го покрива, за што треба да исполни соодветни услови. ОФКОМ, во 2019 им даде согласност на 63 радија на заедницата да го подобрат техничкиот квалитет на сигналот, на 33 да го зголемат подрачјето што го покриваат, и одби најмалку 27 барања затоа што не беа во согласност со условите поставени од регулаторот⁷⁷. Всушност, од 2019 година наваму, ОФКОМ има добиено околу 360 барања за подобрување на техничкиот квалитет или за зголемување на подрачјето. Одлуките за одобрување се објавуваат периодично⁷⁸.

До крајот на мај 2020 година регулаторот ги разгледа последните пријави за аналогно радио на заедницата бидејќи потоа започна со „лиценцирање нови локални дигитални радио станици кои ќе користат врвна технологија за дигитално емитување (ДАБ) со мал опсег“⁷⁹. Притоа, се очекува дека ваквите „мали мултиплекси ќе им бидат од особена корист на малите комерцијални станици и на сервисите на радио на заедницата“⁸⁰. Во октомври 2020 година, ОФКОМ најави дека лиценцирањето ќе го прави во фази кои ќе опфатат 25 области, и оти во пет, тестирањето на новата технологија веќе беше во тек⁸¹. Повикот првично беше одложен како резултат на пандемијата со Ковид-19, но во септември 2022, до ОФКОМ пристигнаа 79 пријави за т.н. Програма на заедницата за дигитален звук (Community Digital Sound Programme - C-DSP/Ц-ДСП), при што до почетокот на ноември, веќе беа доделени 66 дозволи на радија на заедницата од кои 28 субјекти веќе имаа почнато со работа, а останатите 38 чекаа да профункционира мултиплексот (од овие 66 радија, 37 беа нови субјекти, а 29 претходно функционираше како аналогни радија). Две пријави беа отфрлени бидејќи не ги исполнуваа критериумите за дозвола за дигитално радио на заедницата, а останатите се разгледуваа⁸².

Како што е посочено уште во делот за зачетоците на радиото на заедницата во Велика Британија, Асоцијацијата на медиуми на заедницата (ЦМА) игра значајна улога во функционирањето на радијата на заедницата. Од својот

77 Office of Communications - OFCOM, Community Radio: update on our stated priorities (London: OFCOM, 2019), стр: 1-2, пристапено на 24 септември 2022, https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0024/168360/statement-community-radio-update.pdf.

78 ОФКОМ, комуникација по електронска пошта со авторката, 1 ноември 2022.

79 Office of Communications - OFCOM, Supporting community radio across the UK – 26 September 2019 (London: OFCOM, 2019), пристапено на 24 септември 2022, <https://www.ofcom.org.uk/manage-your-licence/radio-broadcast-licensing/community-radio>.

80 Office of Communications - OFCOM, Community Radio: update on our stated priorities (London: OFCOM, 2019), стр: 2, пристапено на 24 септември 2022, https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0024/168360/statement-community-radio-update.pdf.

81 Office of Communications - OFCOM, Ofcom sets out licensing plans for small-scale DAB – 7 October 2020 (London: OFCOM, 2020), пристапено на 8 октомври 2022, <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2020/licensing-plans-for-small-scale-dab>

82 ОФКОМ, комуникација по електронска пошта со авторката, 1 ноември 2022.

почеток, во 1983 година, кога (како Асоцијацијата на радијата на заедницата) се залага за воспоставување рамка со која ќе се озакони постоечкиот трет (тогаш пиратски) сектор, таа во 1997 година го менува името како резултат на промените што во медиумската сфера ги носи дигитализацијата. Во ЦМА, освен медиуми на заедницата, членуваат и организации и индивидуи. Таа не е само организација која ги обединува, советува, информира или обучува медиумите на заедницата, туку суштински ги претставува и ги застапува. На пример, таа „играше важна улога во развојот на правната рамка за радио на заедницата и ги претставува медиумите на заедницата во различни комитети во ОФКОМ и во Министерството за култура, медиуми и спорт“⁸³. Асоцијацијата примарно се финансира од проекти и членарина. Освен неа, постои и нова организација - Мрежа на радија на заедницата на ОК (UK Community Radio Network) која брои 300 членови, а е формирана со цел да ги претставува, развива и поддржува лиценцираните радијата на заедницата во Велика Британија⁸⁴. И двете организации можат да конкурираат за финансирање преку Фондот за радио на заедницата што го администрира ОФКОМ, но одлуките за доделување на средствата ги носи независен панел.

5.3 Холандија

Студијата за Состојбата на медиумите на заедницата во Европската Унија (2007) изработена за Европскиот Парламент, оценува дека медиумите на заедницата во Холандија се „веројатно најзрелиот трет сектор во Европа“. Ова се должи на тоа што и „властите и јавноста ги сметаат медиумите на заедницата за ‘локални јавни медиумски услуги‘“ што пак, како позитивен резултат, го повлекува фактот што „кабелските оператори ја пренесуваат секоја ТВ медиумска услуга на заедницата по принципот на задолжителен пренос ‘must carry’, а локалните радија имаат право да добијат АМ фреквенција секогаш кога тоа е можно“⁸⁵.

Првите лиценцирани т.н. „радио експерименти“ се појавија во 1970-те, при создавањето на локалните кабелски мрежи, „во 1981 година, 15 локални радио иницијативи ја востановија Националната асоцијација на медиуми на заедницата (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland – OLON/ОЛОН)“⁸⁶, а радиото и телевизијата на заедницата беа поставени во нивната сегашна позиција. Имено, традиционалната радиодифузија во Холандија се состои од јавен и комерцијален сектор со тоа што медиумите на заедницата имаат статус на дел од јавниот сектор. Јавните радиодифузери функционираат на

83 Helmut Peiss и Otto Tremetzberger “The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland”, *Telematics and Informatics* Volume 27, Issue no. 2 (2010): 125, пристапено на 17 септември 2022, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.008.

84 UK Community Radio Network, пристапено на 1 ноември 2022, <https://ukcommunity.radio/about>

85 European Parliament, *The State of Community Media in the European Union*, Study, (Brussels, 2007), стр. 11, пристапено на 18 септември 2022 https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2007/408943/IPOL-CULT_ET%282007%29408943_EN.pdf.

86 Helmut Peiss и Otto Tremetzberger “The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland”, *Telematics and Informatics* Volume 27, Issue no. 2 (2010): 124, пристапено на 17 септември 2022, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.008.

национално, регионално и локално ниво, и токму овие последниве се сметаат за медиуми на заедницата чија функција е да ги задоволуваат потребите за медиумски содржини на општинско ниво. На подрачјето на една општина може да има само еден локален радиодифузер, а за еден субјект да врши ваква функција треба да биде назначен/лиценциран од регулаторното тело Комисија за медиуми (Commissariat voor de Media), по претходно мислење од советот на општината. Понекогаш, еден локален радиодифузер може да биде медиум на заедницата на неколку општини, но за тоа треба позитивно да се изјаснат советите на сите тие општини. Комисијата за медиуми, согласно Законот за медиуми од 2008 година⁸⁷ и измената од 2020 година⁸⁸, направена со цел тој да се усогласи со изменетата Директива за аудиовизуелни медиумски услуги од 2018, издава дозволи и го следи нивното почитување и обнова за сите радиодифузери, вклучувајќи ги и медиумите на заедницата. Комисијата ја спроведува и холандската Регулатива за медиуми⁸⁹ во која е поставена регулаторната рамка за аудиовизуелните медиумски услуги.

За еден субјект да добие согласност од општинскиот совет, а потоа и дозвола од Комисијата, потребно е да ги исполнува законски предвидените услови: да е правно лице согласно холандските закони, да има за цел ексклузивно или главно да остварува договор за јавен медиум на локално ниво така што ќе обезбедува медиумски сервис и ќе има посебно тело, уреднички одбор, составен од претставници на јавните тела во таа област, кое ќе ја утврдува програмската политика на радиодифузерот. Дозволата трае пет години и подразбира низа обврски за локалниот радиодифузер, а еден од главните услови за нејзино одземање е - доколку субјектот не ја обезбедува бараната медиумска содржина во текот на една година и таа содржина не била емитувана во непрекинат период од најмалку два месеци⁹⁰. Обврските, пак, се однесуваат

87 "Mediawet 2008" [Media Act 2008, неофицијален превод на англиски јазик], Official Gazette of the Kingdom of the Netherlands 585, 2008, пристапено на 28 септември 2022, <https://www.cvdm.nl/sites/default/files/files/Dutch%20Media%20Act%202008.pdf>.

88 "Wet van 30 september 2020, houdende wijziging van de Mediawet 2008 in verband met de implementatie van Richtlijn 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie" [Law of 30 September 2020 amending the Media Act 2008 in relation to the implementation of Directive 2018/1808 of the European Parliament and of the Council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain laws, regulations and administrative provisions in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in the light of a changing market situation, неофицијален превод на англиски јазик], Official Gazette of the Kingdom of the Netherlands 391, 2020, пристапено на 28 септември 2022, <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2020-391.html>

89 "Regeling van de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 18 december 2008, nr. WJZ/84447 (8240), houdende uitvoeringsregels van de Mediawet 2008 (Mediaregeling 2008)" [Regulation of the Minister of Education, Culture and Science of 18 December 2008, no. WJZ/84447 (8240), containing rules for the implementation of the Media Act 2008 (Media Regulation 2008, неофицијален превод на англиски јазик), Official Gazette of the Kingdom of the Netherlands 252, 2008, пристапено на 29 септември 2022, <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2008-2663.html>

90 Условите што треба да бидат исполнети за некој субјект да биде назначен за локален јавен радиодифузер т.е. да добие дозвола за медиум на заедницата, како и условите за одземање на таа

на „сервисот, рекламирањето и спонзорството, производството и содржината на медиумската понуда, размената на содржина, давањето активности на надворешни соработници, помошните активности и финансиската отчетност“⁹¹.

Најмалку половина од програмата со информативна, образовна и содржина од областа на културата треба да се однесува на општината за која е наменета и најмалку половина треба да биде од сопствено производство на медиумот на заедницата или да биде произведена ексклузивно за него⁹².

Финансирањето на медиумите на заедницата се потпира на неколку извори. Од една страна, локалните медиуми можат да емитуваат реклами и телешопинг и за средствата заработени од овие извори поднесуваат посебна сметка, а надзорот го врши Холандската власт [за надзор над, н.з.] Кодексот за рекламирање⁹³. Лимитот за рекламирање изнесува 12 минути на реален час програма и не смее да надмине 15% од вкупно емитуваната програма во текот на денот⁹⁴. Од друга страна, тие се финансираат и од прибирање средства или донации или спонзорство, но важен сегмент е обезбедувањето средства од јавни извори. Имено, општините обезбедуваат финансиски средства наменети за трошоците кои произлегуваат директно од функционирањето на локалните медиуми, доколку не се покриени на друг начин. На овој начин се овозможува континуитет во финансирањето на локалните медиуми за да ја исполнуваат својата функција, односно да обезбедуваат соодветна програма наменета за конкретната општина. Доколку се работи за медиум за кој согласност за лиценцирање дале неколку општини, тогаш и финансирањето е заедничко. За ефективност и ефикасност на оваа мерка, надлежниот министер го известува Парламентот на секои три години⁹⁵. „Основната субвенција за локалните радиодифузери изнесува 1,39 евра по домаќинство. Но, сите радиодифузери не добиваат доволно финансиски средства и многу од нив се залагаат за алтернативен систем што ќе ја помогне одржливоста на локалните јавни медиуми. Во моментот има планови да се направи централната власт поодговорна за финансирањето на локалните јавни медиуми, но сè уште не е донесена одлука. Јавниот буџет којшто е достапен преку локалниот општински фонд изнесува околу 10 милиони евра годишно“⁹⁶.

дозвола се пропишани во Законот за медиуми од 2008 година, “Mediawet 2008” [Media Act 2008, неофицијален превод на англиски јазик], членови: 2.61 - 2.69, пристапено на 28 септември 2022.

91 Commissariat voor de Media, Local broadcasting (Hilversum: Commissariat voor de Media), пристапено на 28 септември 2022, <https://www.cvdm.nl/media-instellingen/lokale-omroep>.

92 “Mediawet 2008” [Media Act 2008, неофицијален превод на англиски јазик], член: 2.70, пристапено на 28 септември 2022.

93 Ибид, член 2.91

94 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, International Approaches to Funding Community & Campus Radio, Final Report, (Gatton, Quebec, 2009), пристапено на 18 септември, https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/radio/connectus0903.htm#_ftn63

95 “Mediawet 2008” [Media Act 2008, неофицијален превод на англиски јазик], член: 2.170b, пристапено на 28 септември 2022.

96 Марсел Беџел (Marcel Betzel), Виш советник за меѓународна политика во Комисијата за медиуми на Холандија, електронска пошта до авторката, 29 ноември 2022.

Во Регистарот на локални медиуми⁹⁷ што го води Комисијата за медиуми, во октомври 2022 година беа впишани 236 медиуми – најчесто со 24-часовна радио програма, потоа со по неколку часа телевизиска програма на ден и најголемиот дел имаат свои веб страници и други сервиси базирани на интернет⁹⁸. Сепак, регулаторот се грижи за тоа дали и како се задоволуваат потребите за локални информации на граѓаните. Имено, осмислувајќи ги своите идни активности во контекст и под влијание на развојот на медиумскиот сектор, регулаторното тело ги има поставено своите стратешки активности околу 5 централни теми, меѓу кои и регионалните и локалните вести. Притоа, Комисијата констатира дека има доволно информации за понудата на регионалните јавни радиодифузери и на локалните печатени медиуми кои веќе долго време се под притисок, пред сè од селењето на публиката кон новите извори на информации, но оти „... многу малку се знае за досегот на локалните јавни радиодифузери и на локалната понуда [која се одвива, н.з.] само преку веб“⁹⁹. Достапноста на локални информации ја смета за стратешки важна затоа што:

„... е насочена кон тоа да ја зголеми јавната свесност за состојбата на независната и повеќеобразната понуда на вести. Независноста и разновидноста обезбедување вести во регионот е под притисок. Ова се одразува негативно врз слободното формирање мислење на луѓето за тоа што се случува во нивната непосредна околина, нивниот град или село. Згора на сè, тоа може да ја загрози локалната демократија“¹⁰⁰.

Холандија своето знаење и искуство за радио на заедницата го проширува и во земјите во развој во Западна Африка (на пример преку обуки во Либериа, Сенегал и Сиера Леоне), што е финансирано преку Центарот за обуки на јавниот радиодифузен сервис¹⁰¹.

Локалните јавни медиуми, долго време беа претставувани од Организацијата на локалните медиуми во Холандија (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland – OLO/ОЛОИ). Таа беше исклучително активна на сите полиња поврзани со функционирањето на медиумите на заедницата, но на 14 ноември 2020 година престана да постои бидејќи, веќе од 2015 година, претставувањето на интересите на локалните медиуми го имаше пренесено врз Холандската фондација за локална јавна радиодифузија (Stichting Nederlandse Lokale

97 Commissariat voor de Media, Overzicht aanwijzingen lokale publieke media-instellingen per 5 oktober 2022 [Register of Public Media Institutions as of October 5, 2022 (national, regional and local)], пристапено на 22 октомври 2022, <https://www.cvdm.nl/sites/default/files/files/Register%20Publieke%20media-instellingen%20per%205%20oktober%202022%20%28landelijk%20regionaal%20en%20lokaal%29.xls>.

98 Ибид.

99 Commissariat voor de Media, Future-proof media landscape: Five central themes [неофицијален превод на англиски јазик], Hilversum, пристапено на 22 октомври 2022, <https://www.cvdm.nl/over-het-cvdm/toekomstbestendig-medialandschap/vijf-centrale-themas>.

100 Ибид.

101 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, International Approaches to Funding Community & Campus Radio, Final Report, (Gatton, Quebec, 2009), пристапено на 18 септември, https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/radio/connectus0903.htm#_ftn63

Publieke Omroepen - NLPO/НЛПО)¹⁰². Всушност, НЛПО беше формирана од ОЛОН со цел подобро да се постигнат законските барања за т.н. Доволна локална медиумска понуда за секој Холанѓанец. Фондацијата денеска претставува околу 240 локални радиодифузери во чие име „управува со заедничка инфраструктура, преговара за колективни договори (дистрибуција, права) и прави стратешки договори со заинтересираните страни“¹⁰³. Ги претставува медиумите на заедницата пред властите, другите релевантни чинители, пред националните и регионалните јавни радиодифузери, организира обуки и за медиумите и за околу 20 000 волонтери. „Во 2022 буџетот на НЛПО изнесуваше 3 024 697 евра, од кои, 1 666 632 евра беа финансирани од Министерството за образование, култура и наука. Останатите 1 358 065 евра потекнуваат од приходи какви што се надоместоци за обезбедени услуги и продажба на права“¹⁰⁴.

Поставеноста и функционирањето на медиумите на заедницата во трите погоре опишани случаи, покажуваат дека, препораката дадена од Пајсл и Тремецбергер¹⁰⁵ е валидна и денес, дузина години подоцна. Имено, во нивниот текст објавен во 2010 година тие, меѓу другото, препорачуваат дека:

„Правното признавање на секторот е формален предуслов за неговиот успех. Згора на ваквото правно признавање на достигнувањата на медиумите на заедницата, тие треба да бидат поддржани со соодветно обезбедување на нивните финансиски потреби. Клучен фактор за препознавање на секторот е квалитетот, опфатот и, особено, партиципативниот карактер на неговата локална програма“¹⁰⁶.

102 Dutch Local Public Broadcasting Foundation, OLON cancelled, пристапено на 28 септември 2022 https://www-nlpo-nl.translate.google.com/olon?x_tr_sl=nl&x_tr_tl=en&x_tr_hl=en

103 Dutch Local Public Broadcasting Foundation, About NLPO, пристапено на 8 октомври 2022 [About NLPO | NLPO . Foundation \(www-nlpo-nl.translate.google.com\)](https://www-nlpo-nl.translate.google.com/About-NLPO)

104 Марсел Бецел (Marcel Betzel), Виш советник за меѓународна политика во Комисијата за медиуми на Холандија, електронска пошта до авторката, 29 ноември 2022.

105 Helmut Peissl и Otto Tremetzberger, “The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland”, Telematics and Informatics Volume 27, Issue no.2 (2010): 122-130, пристапено на 4 септември 2022, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.008.

106 Ибид. 129

6. Хиперлокални медиуми – можна иднина на медиумите на заедницата

„Модело̄и (на медиуми, н.з.) од дваесеттиот век беше, всестрано да бидат собирани и објавувани од институции, во голема мерка обликувани од технологиите што им беа достапни нив. Модело̄и на дваесетти и првиот век, обликуван од новите технологии, е всестрано да бидат собирани и објавувани од поединци и мали специјализирани организации и мрежи. Нивната работа е често илти агрегирана од големи медиумски брендови“¹⁰⁷.

Подемот на споделувањето информации преку интернет, било преку интернет базирани медиуми било преку социјалните мрежи, со што новостите станаа инстантно достапни до публиката, резултираше со селене на значаен дел од рекламирањето во онлајн просторот и со економски пад на традиционалните медиуми – и печатени и радиодифузни. Особено погодени се локалните медиуми.

За да се надмине ваквата ситуација, во изминатиот период се појавија различни експерименти, меѓу кои, особено интересни од аспект на функционирањето на ниво на локалната заедница, се хиперлокалните медиуми. Нивната појава и функционирање се проучувани од теоретичарите во повеќе држави како Велика Британија, Шведска, Финска, Австралија, САД итн. Тие најчесто функционираат како веб страници кои, за собирање и споделување на вестите ги користат и социјалните мрежи, но се јавуваат и како печатени, на пример во Австралија (Freeman 2020) и како радиодифузни, на пример во САД (Crittenden & Haywood 2020). Предоминантната појава на овие медиуми на интернет е резултат на „широкиот досег на интернетот, брзоразвивачката интерактивна дигитална технологија и релативно ниските трошоци за поставување во споредба со традиционалните медиуми“¹⁰⁸.

Хиперлокалните медиуми се најчесто поврзани со некоја географска заедница – населба или област, но во суштина претставуваат и виртуелна заедница која разменува новости онлајн и можат да бидат посветени и на одредена тема. Тие „значајно се разликуваат и по типот и по сигурноста на финансирањето што го поддржува нивното работење; обученоста, стручноста и големината на персоналот; и по нивната способност да привлечат публика“¹⁰⁹. Овие онлајн медиуми најчесто користат софтвери со отворен код (open source), посветени

107 Douglas White, Lauren Pennycook, William Perrin и Sarah Hartley, The future's bright but the future's local – the rise of hyperlocal journalism in the United Kingdom. *Journal of Applied Journalism & Media Studies* Vol. 6, No. 1, 2017, pp. 71-82. doi:10.1386/ajms.6.1.71_1, стр. 72, пристапено на 24 декември 2022.

108 David D. Kurpius, Emily T. Metzgar и Karen M. Rowley, Sustaining Hyperlocal Media. *Journalism Studies*, Vol. 11, No 3, 2010, 359-376, doi:10.1080/14616700903429787, стр. 360, пристапено на 19 декември 2022.

109 Ибид.

се на известување за локалната заедница на која ѝ служат, имаат малку персонал и, за да обезбедат повеќе новости или за проверка на информациите се потпираат на волонтери, особено меѓу граѓаните (граѓани новинари), но и на поддршка од професионални новинари кои сакаат да придонесат за заедницата. Хиперлокалните медиуми се интерактивни, креативни и иновативни (Tenor, 2018); нивната комуникација со средината е реципрочна, односно се поврзуваат со заедницата и во виртуелната реалност, преку социјалните медиуми, но и директно, така што се дел од секојдневните места (и активности) на нивните заедници (Harte, Williams и Turner, 2017)¹¹⁰. Ваквиот однос, некои теоретичари го разгледуваат преку „новиот теоретски концепт на ‘реципрочно новинарство’ ... [кој] ‘може да се покаже особено корисен во студиите на новинарството на заедницата’“¹¹¹.

Како во праксата изгледаат овие медиуми и како функционираат може да се илустрира преку примерот на три британски хиперлокални медиуми.

6.1 Метеор, Манчестер

Метеор (“The Meteor”) е медиум базиран на интернет од Велика Британија кој себеси се дефинира како „непрофитна, независна медиумска кооператива - алтернативна, радикална публикација базирана на заедницата, за жителите на Манчестер“¹¹². Неговиот тим се состои од четири новинар(к)и, а во него можат да пишуваат и членови на заедницата.

Овој медиум се опишува себеси како алтернативен извор на информации во однос на големите медиумски куќи кои се поседувани од големи корпорации и на кои главен двигател во работењето им е да обезбедат профит преку приход од рекламирање, поради што, наведува медиумот, се воздржуваат од критичко позиционирање во однос на корпорациите и властите. Метеор се концентрира на истражување и известување за темите кои се од интерес за заедницата без оглед дали се секојдневни или високопрофилни, овозможува простор за „гласовите, темите и идеите кои се маргинализирани, недоволно застапени или игнорирани од главите медиуми [со цел да, н.з.] промовира социјална, економска и правда за животната средина“¹¹³ во Манчестер и пошироко.

Станува збор за кооператива која од 2019 година е поседувана и контролирана од своите членови и се придржува кон принципите на овој вид претпријатија, што подразбира дека работи за добробитта на членовите, кои финансиски

110 Dave Harte, Andy Williams и Jerome Turner, Reciprocity and The Hyperlocal Journalist, *Journalism Practice*, 2017, Vol. 11, Nos. 2-3, 160–176, DOI: 10.1080/17512786.2016.1219963, стр. 160-172, пристапено на 25 декември 2022.

111 Lewis, Holton и Coddington, kaj Dave Harte, Andy Williams & Jerome Turner, Reciprocity and The Hyperlocal Journalist, *Journalism Practice*, 2017, Vol. 11, Nos. 2-3, 160–176, DOI: 10.1080/17512786.2016.1219963, стр. 160, пристапено на 25 декември 2022.

112 Информациите врз основа на кои е изработен описот на Метеор се преземени од веб страницата на медиумот: <https://themetor.org/>, пристапено на 15 декември 2022.

113 Ибид.

придонесуваат за претпријатието и одлучуваат за сè што се случува во овој независен медиум, според демократскиот принцип еден човек еден глас. За возврат, претпријатието обезбедува едукација и обука, ги поддржува заедниците на кои им служи и соработува со и ги поддржува другите кооперативи. Член е на Кооперативи ОК (Cooperatives UK), мрежа преку која кооперативите во Велика Британија меѓусебно се помагаат и омоќуваат¹¹⁴.

Како медиум се придржува до точноста, праведноста и искреноста во поглед на секоја објавена информација. Како што наведуваат уредниците, идејата зад овој медиум е да обезбеди податоци, истражувања и информации со помош на кои активните граѓани ќе водат кампањи, а медиумот ќе биде активно вклучен во заедницата за да поттикне ангажман, дебата и акција со што ќе предизвика социјална промена.

Метеор има своја Уредничка повелба (Editorial Charter), која претставува прилагодена верзија на Кодексот на Националниот синдикат на новинарите (National Union of Journalists) и е одраз на највисоките професионални стандарди¹¹⁵. Медиумот посветува сериозно внимание на евентуалните претставки и има посебна политика во врска со нив¹¹⁶.

Во поглед на финансиското работење, Метеор е транспарентен и одговорен пред својата локална заедница. Тој се финансира од членарина од членовите како и од прилози од поддржувачи. Член се станува така што се уплаќа минимална сума од 1 фунта месечно, а секој член индивидуално определува дали сака/може да плати и повеќе, при што сумата може да се уплаќа месечно, квартално или годишно. Членки можат да бидат и компании чија членарина изнесува 5 фунти месечно и кои за возврат добиваат реклама во медиумот, номинираат свој претставник во управувањето и сл. Рекламите што ги објавува се само од оние субјекти кои се согласуваат со неговите вредности и мисија. Освен ова, како посебен извор на средства, објавува и т.н. „поддржани стории“ односно текстови за проекти или теми за кои некој друг обезбедува средства. Тимот на медиумот одлучува дали да го прифати финансирањето на одредена сторија или серија стории врз основа на тоа дали проектот/темата соодветствува да биде обработена од нив и доколку одлуката е позитивна – се потпишува договор, текстот се означува со марката на поддржувачот кој може да предложи кои теми и прашања да бидат третираны, но уредниците не мора да се согласат со тоа. Всушност, медиумот сам избира која тема ќе ја обработи и како, придржувајќи се до новинарските стандарди кои важат за сите новинарски прилози. Поддржаните стории ги одразуваат ставовите на новинарот/ката, а поддржувачот нема право да ја одобри сторијата пред

114 Повеќе информации за ваквите кооперативи во Велика Британија може да се најдат на веб страницата на Cooperatives UK: <https://www.uk.coop/start-new-co-op>, пристапено на 14 декември 2022.

115 Уредничката повелба може да се најде на: <https://themeteeor.org/editorial-charter/>, пристапено на 18 декември 2022.

116 Деталите за политиката и процедурата на постапување со претставките се достапни на: <https://themeteeor.org/complaints-procedure/>, пристапено на 18 декември 2022.

нејзиното објавување. Некои од досега поддржаните стории се однесуваат на несигурноста на домувањето во Манчестер (поддржано од Фондацијата Роза Луксембург), Ковид-19 (поддржано од проектот Заедништво и правда), користењето на јавното земјиште во Манчестер и околината (поддржано од Универзитетот во Манчестер), работата на организациите кои го предизвикуваат постоечкиот систем со цел да доведат до радикални промени, односно до нови системи кои ќе бидат ефективни во одговарањето на потребите на обесправените и маргинализираните заедници (поддржано од Менувачи на системот од Манчестер и околината и од Фондацијата Ланкели Чеј) итн. Медиумот прифаќа и финансиска поддршка од личности и субјекти кои не сакаат да станат членови, но сакаат да ја поддржат неговата работа и независност.

Метеор е член на ИМПРЕСС – независен прес (само)регулатор кој е посветен на промовирање на интегритетот и слободата на новинарството за да го поттикне да се придржува до највисоките професионални стандарди за известување, со цел да обезбеди добросостојба за заедницата¹¹⁷. Во декември 2022, (само)регулаторот имаше околу 100 членки кои издаваа 180 публикации.

Овој медиум исто така е член и на Мрежата на независни информативни медиуми на заедницата (Independent Community News Network – ICNN/ИЦНН) која во декември 2022 броеше 123 членки – хиперлокални, пред сè, онлајн медиуми, посветени на тоа да обезбедат квалитетни локални информации за својата заедница¹¹⁸.

Медиумот е регистриран како Друштво за добросостојба на заедницата (Community Benefit Society).

6.2 Фицровија њуз, Фицровија, Лондон

Фицровија њуз („Fitzrovia News“) е бесплатен независен непрофитен информативен медиум базиран онлајн којшто до неодамна имаше и свое печатено издание. Тој е „пишувач, уреден и продуциран од волонтери кои живеат и работат во Фицровија [населба во Лондон, н.з.]. Содржината е контролирана од тим од уредници. Текстовите се напишани или од поединци или од колектив од пишувачи и уредници“¹¹⁹. Освен ова, нуди и бесплатен њуслетер. Како што вели уредникот и издавач Лајнус Рис:

„Ние немаме членови, туку пријатели. Луѓето можат да се пријават за нашиот њуслетер кој обично излегува два пати месечно... [и] исто така обезбедува дојолнишелни вести и информации кои може

117 Информации за овој саморегулатор и неговиот опфат на работа има на: <https://impress.press/>, пристапено на 18 декември 2022.

118 Повеќе за Мрежата може да се најде на: <https://www.communityjournalism.co.uk/about-icnn/>, пристапено на 18 декември 2022.

119 Описот на Фицровија њуз во голем дел се заснова на информации добиени од веб страницата: <https://fitzrovia.com/>, пристапено на 18 декември 2022.

да не се објавени на нашата веб-страница. Луѓето можат и сепак да добијат и-мејл од веб-страницата секогаш кога ќе објавиме нешто...[и можат користењето на нуслетерот, н.з.] да го ојкажат кога сакаат... има 8 000 луѓе во нашата населба. Само некои од нив го читаат она што го продуцираме“¹²⁰.

Содржините за кои известува се: домување, бизнис, животна средина, луѓе, настани, историја, култура, политика и јавни консултации, жанровски обработени како вести, статии и коментари. Фицровија њуз не презема стории од националните весници или новински агенции, ниту пак објавува платени текстови, во англискиот јазик познати како advertorials, кои под превез на новинарски текст всушност промовираат фирма, производ, услуга и сл. Уредниците и пишувачите се волонтери и има 12 лица кои редовно придонесуваат со текстови и други луѓе кои помагаат. Меѓутоа, има и некои платени пишувачи „локални демократски репортери“ кои се платени од Би-Би-Си и работат кај други издавачи“, а Фицровија њуз е „членка на локалниот сервис за демократско известување (бесплатен сервис) и така може да ги објавува извештаите“¹²¹.

Историски погледнато, овој медиум произлегува од весникот на заедницата Кулата (The Tower) кој излегувал од 1973 до 1979, а во 1980 била создадена Групата за весници на заедницата на Фицровија, поддржана од Асоцијацијата на населбата Фицровија. Името подоцна било скратено во Фицровија њуз и списанието излегувало обично четири пати годишно. Од 2009 година тој се објавува онлајн, а може да се следи и преку Фејсбук, Твитер, Тамбрл, Инстаграм, Телеграм и Мастодон.

Медумот се финансира од донации, а порано и од добротворната организација Асоцијација на населбата Фицровија, но од неа немаат добиено средства „подолго од една година бидејќи и тие имаат финансиски потешкотии“¹²². Фицровија њуз и Асоцијацијата делеле канцеларии за кои плаќала Асоцијацијата, а медиумот придонесувал од „рекламите од печатеното издание со 16 страници во боја“ кое излегувало во тираж од 5 000 примероци „меѓутоа канцеларијата се затвори во јуни 2019 и последното печатено издание на 16 страници кое го произведовме (со големи тешкотии без канцеларија) беше во јуни 2020“. Сега медиумот функционира по „неодржлив“ деловен модел. Работиме со загуба ама немаме долгови зашто загубата е 100% покриена со донации“. За 2023 година се предвидува дека трошоците ќе бидат околу 328 фунти (377 евра) кои уредникот и издавач ги плаќа сам. Главните трошоци се за: „Wordpress.com деловна претплата: 240 фунти годишно (за главниот сајт) <https://fitzroviawebs.com/>, Wordpress.com приватна претплата: 36 фунти годишно (за сајтот на архивата на весникот) <https://archive.fitzroviawebs.com/>.

120 Лајнус Рис (Linus Rees), уредник и издавач на Фицровија њуз, електронска пошта до авторката, 19 декември 2022.

121 Ибид.

122 Ибид.

[com/](#), за доменот: 45 фунти годишно¹²³. Лајнус Рис во моментот сам, од дома, го објавува и веб сајтот и мал печатен весник во 100 примероци (А4, отпечатен двострано), на својот компјутер користејќи апликации со отворен код. Иако повеќе не е финансиран од Асоцијацијата на населбата Фицровија, Фицровија њуз продолжува да ја поддржува работата на оваа добротворна организација во заедницата.

Во својата работа се придржува кон Кодексот на уредниците на Независната организација за новинарски стандарди (Independent Press Standards Organisation – IPSO/ИПСО) како независен (само)регулатор кон кој се приклучени најголем дел од весниците и магазините во Велика Британија¹²⁴, како и до Кодексот на Националниот синдикат на новинарите. На својата веб страница има посебен дел за поплаки со јасно определена процедура за постапување.

Фицровија њуз исто така е членка на Мрежата на независни информативни медиуми на заедницата (ICNN) бидејќи станува збор за хиперлокален медиум чија цел е да обезбедува квалитетни локални информации за заедницата на која ѝ е посветен.

6.3 Ексетер обзервер, Ексетер

Ексетер Обзервер („Exeter Observer“) е медиум базиран на интернет кој, како што вели, практикува независно новинарство од јавен интерес, ги истражува активностите на богатите и моќните и влијанието на поединците и институциите и ги информира луѓето кои живеат и работат во Ексетер за тоа „што се прави во нивно име и од кого, со имотот на заедницата и данокот што го плаќаат“¹²⁵.

Ексетер обзервер е финансиски и уреднички независен и ги истражува и објавува содржините без политички или финансиски предрасуди, а се фокусира на теми како: локална демократија, климатски промени, просторен развој, транспорт, локална економија и културниот и јавниот живот во Ексетер. Жанровски, темите се обработуваат преку вести, анализи, коментари, објави за и фотогалерии од настани. Овој медиум нуди и продукт наречен Ексетер дајџест („Exeter Digest“) – којшто е всушност бесплатен њуслетер што се дистрибуира преку електронска пошта.

Целта на медиумот е да ги зајакне гласовите на локалната заедница, да го поддржи дијалогот во неа, да го зајакне граѓанското општество, да им помогне на луѓето поефикасно и поефективно да учествуваат во локалните демократски процеси и да инспирира активности кои ќе доведат до промени. Се занимава со истражувачко новинарство и длабински анализи, правејќи

123 Ибид.

124 Повеќе информации има на: <https://www.ipso.co.uk/>, пристапено на 18 декември 2022.

125 Описот на Ексетер обзервер се заснова на податоците објавени веб страницата на медиумот: <https://exeterobserver.org/>, пристапено на 19 декември 2022.

ги релевантните информации достапни затоа што сака да им овозможи на граѓаните да ги сфатат комплексните прашања и процеси на одлучување

Затоа, како што велат луѓето што го создаваат:

„Ние никогаш нема да објавиме аверторијал, кликбејџ или ѝарѝиска ѝолиѝичка ѝроѓрама и ние немаме комерцијална аѓенда која се сѝреми кон ѝрофиѝ или деловен модел којѝѝѝо ја нарушува вашѝѝа ѝриваѝносѝ или ѝо олеснува ширењѝѝо на лажниѝѝе весѝѝи“¹²⁶.

Медиумот е кооператива, односно тој е поседуван и управуван од своите членови, а член може да стане секој што сака - доколку се зачлени и со тоа купи акција во вредност од 1 фунта со што станува сосопственик. Стандардната претплата е 10 фунти месечно, и може да се плаќа на месечно или годишно ниво, а некои членови плаќаат и поголема сума за да го помогнат членството на други луѓе кои би сакале да се зачленат, но приходите не им го дозволуваат тоа. Постои можност и за еднократна или повеќекратна донација без да се стане член (со уплата од најмалку 1 фунта). Како кооператива, Ексетер Обзервер е членка на Кооперативи ОК и се придржува кон принципите и стандардите на оваа мрежа.

Исто така, медиумот е членка на (само)регулаторот ИМПРЕСС што подразбира дека има процедура за поднесување претставки и независна арбитража. Како членка на Мрежата на независни информативни медиуми на заедницата (ICNN) се држи до својата уредничка независност и ги почитува новинарските стандарди од Кодексот на Националниот синдикат на новинарите. Кон ова придонесува и фактот што е член на Партнерството за локални вести на Би-Би-Си, односно се придржува и кон Кодексот на уредниците. Медиумот го издава Ексетер Обзервер Лимитед (Exeter Observer Limited) кое е регистрирано како Друштво за добросостојба на заедницата (Community Benefit Society).

Едно од истражувањата посветено на хиперлокални медиуми во Велика Британија (White, Pennycook, Perrin и Hartley, 2017), ги анализира резултатите од проект „Вести од соседството“ на Карнеги ОК трустот за поддршка на вакви медиуми. Имено, во 2013 година, на пет хиперлокални медиуми Трустот им дал поддршка од по 10 000 фунти, а тие „постигнаа извонредни резултати - во 80 проценти од случаите испорачаа значителен придонес кон локалниот плурализам и граѓанскиот глас“¹²⁷. Анализата на наодите од проектот утврди шест сознанија кои се клучни за да се обезбеди развој на овој сектор: враќање на инвестицијата, додавање вредност, фокус на важни локални

126 Ибид.

127 Douglas White, Lauren Pennycook, William Perrin и Sarah Hartley, The future's bright but the future's local – the rise of hyperlocal journalism in the United Kingdom. Journal of Applied Journalism & Media Studies Vol. 6, No. 1, 2017, pp. 71-82. doi:10.1386/ajms.6.1.71_1, стр. 72, пристапено на 24 декември 2022.

прашања, стимулирање на ангажманот во заедницата, управување со сложена работна сила и работа кон одржливост. Авторите на студијата, во поглед на првото сознание, посочуваат дека – за релативно мала инвестиција бил добиен „значителен опсег вести од заедницата“; потоа дека хиперлокалните медиуми ѝ додаваат вредност на својата работа преку тоа што се „извештени да го искористат финансирањето за да привлечат волонтери“ и „бесплатен придонес од професионални новинари“; известувањето на медиумите во проектот било фокусирано на локални теми така што „придонело значително за одговорност и демократија на локално ниво“; секој од медиумите „презел специфични активности за да ги вклучи своите локални заедници и да помогне да се развијат нови вештини кај граѓаните“; анализата покажала и дека креаторите на политики во сферата на медиумите и донаторите мора да имаат предвид оти во хиперлокалните медиуми работат фриленсери и волонтери кои имаат низа други обврски (редовно вработување, семејство) и ваквиот „притисок на времето од вистинскиот живот може да предизвика нарушување на испорачувањето конзистентни резултати“ и, на крајот, инвестирањето во хиперлокалните медиуми „им овозможи на овие сајтови да станат сè поодржливи“¹²⁸.

128 Ибид стр. 74-76.

7. Заклучоци

Без оглед дали медиумите на заедницата формираат посебен трет сегмент составен од непрофитни медиуми или пак, се вбројуваат меѓу јавните медиуми, тие имаат важна улога во обезбедувањето медиумски плурализам, а нивното постоење има непроценлива вредност зашто нивната функција произлегува од медиумските потреби на помали заедници кои ги поврзува географската близина или заедничкиот интерес. Притоа:

- Станува збор за потреби на кои главните медиуми не се осврнуваат или за кои недоволно, па дури и погрешно известуваат, следејќи го и истовремено креирајќи го и зајакнувајќи го доминантниот општествен дискурс. Токму тука лежи важноста на медиумите на заедницата – тие треба да им овозможат на заедниците да добијат информации за темите и областите што се од нивни специфичен интерес, да им обезбедат поширок приказ на доминантните теми – погледнати низ призмата на конкретната заедница на која, истовремено, ќе ѝ дадат простор/време за себепретставување. Притоа, тие и за пошироката јавност ќе бидат алтернативен извор на информации со што ќе ги демаскираат предрасудите и стереотипите на кои почива доминантното сфаќање за маргинализираните теми и заедници. Затоа, за кој било медиум на заедницата, прв важен чекор е да ја определи конкретната заедница што ќе ја опслужува и точно да ги утврди нејзините медиумски потреби. Во случајот на #ЛокалАктив позната е заедницата и фактот дека таа истовремено е и географска (два региони во источниот дел на земјата) и интересна (ранливите групи и организациите што ги претставуваат).
- Медиумот на заедницата треба да биде свесен дека, од една страна, ќе треба постојано да се прилагодува - зашто потребите на заедницата со текот на времето ќе се менуваат, а од друга страна, ќе треба да настојува да биде агент на промена на претставата за таа заедница презентирани од главните медиуми. Вака, медиумот ќе биде овозможувач на нејзиното вклучување во главните општествени токови, и со тоа и нејзино вбројување во важните општествени и политички теми. Токму затоа, меѓу непрофитниот медиум и заедницата што ја опслужува треба да постои континуирана отворена двонасочна врска – тој треба да им обезбеди на членовите на заедницата постојана достапност до медиумот истовремено давајќи им повратно можност да креираат содржини или да се надградуваат преку различни обуки. Како што може да се види преку примерите дадени во текстов, без оглед дали станува збор за некој од традиционалните медиуми на пример, радио или телевизија (кои веќе се опфатени во правната и во регулаторната рамка на

европските држави) или за онлајн медиуми, тие треба да ја користат секоја можност за воспоставување и одржување реципрочна врска – некогаш граѓаните ќе се обратат до медиумот, а некогаш оние кои ги креираат неговите содржини ќе ги наоѓаат темите преку сопствената вклученост во заедницата. Тимот на #ЛокалАктив ќе треба да ги осмисли најсоодветните начини за да им обезбеди пристап на ранливите групи и да има слух за тоа кои се нивните вистински потреби, а не што е тоа што општеството претпоставува дека им треба.

- Како што се согласуваат и Совет на Европа и Европскиот Парламент, за да ја остварат својата улога, медиумите на заедницата треба да функционираат по принципот на непрофитност, односно евентуално остварениот профит да го реинвестираат во своето функционирање за нивни двигател да остане јавниот интерес, а не заработката. Тие треба да бидат независни од какви било центри на моќ: политички, идеолошки, религиозни, финансиски и за своите постапки да поднесуваат одговорност пред сè пред заедницата што ја опслужуваат. Одржувањето ваква позиција е тешко, па оттаму, нужно е државите да креираат медиумска политика која ќе се одликува со овозможувачки услови за развој на медиумите на заедницата, меѓу кои и можности за диверсификација на нивните извори на финансирање. Притоа, државата треба да биде свесна дека со поддршката на медиумите на заедницата ќе помогне и за зголемување на медиумскиот плурализам. Ова се нешта што треба да се имаат предвид и при креирањето/менувањето на македонската медиумска политика.
- Од друга страна, доколку сакаат да ја остварат својата функција, медиумите на заедницата мора да се придржуваат до етичките стандарди на новинарството зашто без тоа ќе ја изгубат својата суштина.

Досегашното функционирање на медиумите на заедницата покажува дека станува збор за сектор со способност за исклучителна разновидност на моделите и платформите. Така:

- Тие можат да се себеидентификуваат самостојно или во однос на други идентитети и можат да се гледаат себеси како медиуми кои се во служба на заедницата или како алтернатива на главните медиуми, може да ги поврзуваат медиумите на заедницата со граѓанското општество или да бидат крстосница на која ќе се среќаваат различни субјекти кои се залагаат за остварување на интересите на различни ранливи, маргинализирани или едноставно, локални заедници. #ЛокалАктив треба добро да согледа каква ќе

биде улогата на луѓето кои им припаѓаат на ранливите групи, а каква на граѓанските организации што ги претставуваат, и да го избере соодветниот модел на позиционираност.

- Медиумите на заедницата, иако пред сè како радиодифузни, се препознаени во медиумската политика на европските држави, без оглед што нивниот развој имал различни појдовни точки: како пиратски медиуми кои најпрвин емитувале програма без лиценца (Велика Британија), или државата ја препознала потребата и од самиот почеток го поддржувала нивниот развој (Ирска) или ги вброила не во посебен трет сектор, ами како дел од јавниот сектор тргнувајќи од фактот дека во нивната суштина се наоѓа задоволувањето на јавниот интерес (Холандија). Во секој случај, при позиционирањето на медиумите на заедницата во своите закони и политика, секоја европска држава треба да тргнува од препораките на Советот на Европа и Европскиот Парламент кои ќе ги прилагоди кон условите на сопствениот медиумски пејсаж и потребите на помалите (географски или интересни) заедници. Истовремено, креаторите на политики треба да бидат и свесни дека повремено треба да ја преразгледаат правната поставеност на непрофитниот сектор за да не се случи законите да бидат кочничари на неговиот развој - да не ја спречуваат можноста овие медиуми да ги користат придобивките од техничко-технолошкиот развој (на пример, интернет) или можноста да бидат опфатени од развојот на други сфери во општеството (на пример, социјалното претприемништво).
- Со оглед на фактот дека техничкиот развој во сферата на медиумите се случува бргу, медиумската политика обично е реактивна, односно најчесто во себе ја инкорпорира веќе постоечката појава. Оваа практика треба да се примени и во однос на медиумите на заедницата зашто, иако најчесто се наоѓаат во најкласичната појавна форма, како радио, или во следната развојна фаза, како телевизија, тие постојат и во интернет простор/времето, каде своите, инаку хиперлокални информации, најлесно и најевтино ги прават достапни до сите. Ова е особено важно ако се има предвид улогата на интернетот како извор на информации, но и на дезинформации против кои е неопходно државите да се борат со сите расположиви средства.
- За да го овозможат постоењето на овие медиуми, државите треба да им понудат различни извори на финансирање. Притоа, ќе обезбедат дека непрофитните медиуми нема да им бидат конкуренција на локалните комерцијални медиуми така што ќе ги ограничат темите/ субјектите кои можат да се рекламираат кај нив и ќе постават граници за максималното можно учество на секој од изворите на финансии

во вкупните приходи. Од друга страна, ќе создадат фондови од јавни средства или ќе ги олеснат јавните давачки со што ќе го поддржат развојот на непрофитните медиуми, но притоа критериумите за достапност на овие мерки ќе бидат јасни и транспарентни и нема да претставуваат (отворен или прикриен) начин тие да се направат зависни од доминантната политика. Од трета страна, непрофитните медиуми ќе имаат пристапи до други извори на финансии (членарини, донации, грантови итн.) на национално и на меѓународно ниво, при што, доколку се воведат ограничувања на достапноста, тие ќе бидат неопходни во демократско општество, односно ќе се однесуваат само на недемократски извори на финансиите или услови за нивно добивање.

Непрофитниот медиумски сектор во Република Северна Македонија се појави по 2005 година кога беше предвиден со тогашниот Закон за радиодифузна дејност. Оттогаш:

- Одржливо функционираат четири медиуми - три студентски радија кои се посебни организациски единици на три универзитети: Универзитетско радио Студент ФМ при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ од Скопје, Универзитетско радио УКЛО ФМ при Универзитетот „Св. Климент Охридски“ од Битола и Универзитетско радио УГД ФМ при Универзитетот „Гоце Делчев“ од Штип; и Радио Марија Благовест од Струмица кое е наменето за христијанското население во Општина Струмица¹²⁹. Претходно, постоеше обид за функционирање на радио за припадниците на турската етничка заедница кои живеат на подрачјето на Штип и блиската околина. Ова радио, наречено Достлогунсени и лоцирано во Штип, не беше препознаено од заедницата и престана да постои по нешто повеќе од една година од финансиски причини¹³⁰.
- И во македонската медиумска политика не е регулирано постоењето на непрофитните медиуми во онлајн просторот, што не значи дека тие не се развиваат или дека не можат да се развиваат, туку дека за нив нема доволно информации, каков што е случајот и во Ирска, Велика Британија и Холандија. Значајниот број интернет базирани медиуми во Северна Македонија и улогата што онлајн изворите ја имаат во информирањето на јавноста покажуваат дека е сосема возможно да се создаде онлајн непрофитна медиумска платформа. Тенденцијата во повеќе држави во Европа и во светот, ваквите медиуми неретко

129 Информации за непрофитните медиуми во македонскиот радиодифузен пејсаж можат да се најдат на веб страницата на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и тоа во [Регистарот на радија](#), потоа во делот за [програмските концепти на радијата](#), како и во анализата [Сопственоста на медиумите во 2022 година](#).

130 Повеќе информации, како и Ставовите на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за развојот на непрофитните радија се изнесени во нејзиниот [Концепт за развој на непрофитните радиодифузни установи](#) од 2015 година.

да функционираат по принципот на хиперлокалност покажува дека платформа наменета за припадниците на ранливите групи граѓани од Источниот и Југоисточниот регион може да се оствари, особено имајќи предвид дека досегашното проучување на овој феномен посочува оти се потребни помали финансиски средства за да се воспостави и одржува. Сепак, потребно е да се обезбеди дека заедницата ќе ја препознае платформата и ќе ја прифати како своја за да не се повтори приказната со Радио Достлогунсеси. Затоа, потребно е да се обезбеди дека во #ЛокалАктив ќе партиципираат граѓаните кои припаѓаат на ранливите групи, нивните поддржувачи, граѓанските организации што ги претставуваат во двата региона за да се создадат услови платформата да стане одржлива. И секако, потребно е да биде независна и да се придржува до професионалните стандарди и кај прилозите изработени од новинари и кај оние изработени од волонтери.

Библиографија:

- Broadcasting Authority of Ireland. BAI launches Community Media Policy. Dublin, 2021. Пристапено на 11 септември 2022. <https://www.bai.ie/en/bai-launches-community-media-policy/>
- Broadcasting Authority of Ireland. Community Media Policy. Dublin, 2021. Пристапено на 11 септември 2022. <https://www.bai.ie/en/download/136264/>.
- Broadcasting Authority of Ireland. Enhancing Innovation and Sectoral Sustainability BAI Community Media Action Plan, Dublin: Broadcasting Authority of Ireland, 2019. Пристапено на 12 септември 2022. https://www.bai.ie/en/media/sites/2/dlm/uploads/2020/05/CommunityRadioActionPlan_ENG.pdf.
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. International Approaches to Funding Community & Campus Radio, Final Report. Gatton, Quebec, 2009. Пристапено на 18 септември 2022. https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/radio/connectus0903.htm#_ftn63
- Cammaerts, Bart. Overcoming net-centricity in the study of alternative and community media. Journal of Alternative & Community Media Vol.1, Issue no. 1 (July 2016): 1-3. Пристапено на 11 септември 2022, DOI: 10.1386/joacm_00002_1.
- Carpentier, Nico, Lie, Rico and Servaes, Jan. Making Community Media Work: Community Media Identities and Their Articulation in an Antwerp Neighbourhood Development Project. Bo Communication for Development and Social Change, ed. Jan Servaes, 347-373. New Delhi: Sage, 2008. Пристапено на 3 септември 2022. https://www.academia.edu/21815583/Making_Community_Media_Work_Community_Media_Identities_and_Their_Articulation_in_an_Antwerp_Neighbourhood_Development_Project
- Commissariat voor de Media. Local broadcasting [неофицијален превод на англиски јазик]. Hilversum. Пристапено на 28 септември 2022. <https://www.cvdm.nl/media-instellingen/lokale-omroep>.
- Commissariat voor de Media. Future-proof media landscape: Five central themes [неофицијален превод на англиски јазик]. Hilversum. Пристапено на 22 октомври 2022. <https://www.cvdm.nl/over-het-cvdm/toekomstbestendig-medialandschap/vijf-centrale-themas>.
- Commissariat voor de Media. Overzicht aanwijzingen lokale publieke media-instellingen per 5 oktober 2022 [Register of Public

Media Institutions as of October 5, 2022 (national, regional and local]. Hilversum. Пристапено на 22 октомври 2022. <https://www.cvdn.nl/sites/default/files/files/Register%20Publieke%20media-instellingen%20per%205%20oktober%202022%20%28landelijk%20regionaal%20en%20lokaal%29.xls>.

- Community Radio Forum of Ireland, Dublin: 2022. Пристапено на 11 септември 2022. <https://craol.ie/>
- Community Radio Forum of Ireland, Levels of Membership, Dublin: 2022. Пристапено на 11 септември 2022: <https://craol.ie/about/membership/>
- Community Television Association, Dublin: 2022. Пристапено на 8 октомври 2022. <http://ctaireland.ie/>
- Community Radio Order 2004. legislation.gov.uk. Пристапено на 25 септември. <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2004/1944/article/1/made>.
- Community Radio (Amendment) Order 2010. legislation.gov.uk. Пристапено на 25 септември 2022. <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2010/9780111488089/contents> .
- Community Radio (Amendment) Order 2015. legislation.gov.uk. Пристапено на 25 септември 2022. <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2015/1000/made>.
- Cooperatives UK. Манчестер. <https://www.uk.coop/start-new-co-op>. Пристапено на 14 декември 2022,
- Harte, Dave, Williams, Andy & Turner, Jerome. Reciprocity and The Hyperlocal Journalist, Journalism Practice, 2017, Vol. 11, Nos. 2-3, 160–176, DOI: 10.1080/17512786.2016.1219963. Пристапено на 25 декември 2022.
- Council of Europe. Committee on Culture and Education. Spaces of Inclusion - An explorative study on needs of refugees and migrants in the domain of media communication and on responses by community media, Community Media Institute (COMMIT). Strasbourg Cedex, 2018. пристапено на 11 октомври 2022, <https://rm.coe.int/dgi-2018-01-spaces-of-inclusion/168078c4b4>.
- Council of Europe. Declaration of the Committee of Ministers on the Role of Community Media in Promoting Social Cohesion and Intercultural Dialogue. Strasbourg: Council of Europe, 2009.

- Council of Europe. Declaration of the Committee of Ministers on Protecting the Role of the Media in Democracy in the Context of Media Concentration. Strasbourg: Council of Europe, 2007.
- Dutch Local Public Broadcasting Foundation. OLON cancelled. Пристапено на 28 септември 2022 <https://www-nlpo-nl.translate.google/olon? x tr sl=nl& x tr tl=en& x tr hl=en>
- Dutch Local Public Broadcasting Foundation (NLPO). NLPO continues as the only sector organization for local broadcasters. Hilversum, 15 ноември 2020. Пристапено на 28 септември 2022, <https://www-nlpo-nl.translate.google/NLPO-gaat-verder-als-enige-sectororganisatie-lokale-omroep? x tr sl=nl& x tr tl=en& x tr hl=en>
- European branch of the World Association of Community Broadcasters – AMARC. The Community Radio Charter for Europe. Brussels, 1994. Пристапено на 15 октомври 2022. <https://amarceurope.eu/the-community-radio-charter-for-europe/>
- European Parliament, Resolution of 25 September 2008 on Community Media in Europe (2008/2011(INI)). Brussels, 2008. Пристапено на 11 септември 2022. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0456_EN.html
- European Parliament. Committee on Culture and Education. The State of Community Media in the European Union, Study, Kern European Affairs (KEA). Brussels, 2007. Пристапено на 18 септември 2022 https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2007/408943/IPOL-CULT_ET%282007%29408943_EN.pdf.
- Exeter Observer. Exeter. <https://exeterobserver.org/>. Пристапено на 19 декември 2022.
- Fitzrovia News. London. <https://fitzrovia.com/>. Пристапено на 18 декември 2022.
- Freeman, Julie. Differentiating distance in local and hyperlocal news. Journalism, 2020, Volume 21, Issue 4 524–540. <https://doi.org/10.1177/1464884919886440>
- IMPRESS. London. <https://impress.press/>. Пристапено на 18 декември 2022.
- Independent Community News Network – ICNN. Cardiff. <https://www.communityjournalism.co.uk/about-icnn/>. Пристапено на 18 декември 2022.

- Independent Press Standards Organisation – IPSO. London. <https://www.ipso.co.uk/>. Пристапено на 18 декември 2022.
- Kurpius, David D., Metzgar, Emily T. and Rowley Karen M. Sustaining Hyperlocal Media. Journalism Studies, Vol. 11, No 3, 2010, 359-376. doi:10.1080/14616700903429787. Пристапено на 19 декември 2022.
- Crittenden, Letrell & Haywood, Antoine. Revising Legacy Media Practices to Serve Hyperlocal Information Needs of Marginalized Populations. Journalism Practice, 2020. DOI: 10.1080/17512786.2020.1759124.
- Mediawet 2008 [Media Act 2008, неофицијален превод на англиски јазик]. Official Gazette of the Kingdom of the Netherlands 585, 2008. Пристапено на 28 септември 2022. <https://www.cvdm.nl/sites/default/files/files/Dutch%20Media%20Act%202008.pdf>.
- Office of Communications - OFCOM. Community Radio: update on our stated priorities. London, 2019. Пристапено на 24 септември 2022. https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0024/168360/statement-community-radio-update.pdf
- Office of Communications – OFCOM. Community Radio Stations. Пристапено на 2 ноември 2022. <http://static.ofcom.org.uk/static/radiolicensing/html/radio-stations/community/community-main.htm>
- Office of Communications – OFCOM. Ofcom sets out licensing plans for small-scale DAB – 7 Октобер 2020. London: OFCOM, 2020. Пристапено на 8 октомври 2022, <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2020/licensing-plans-for-small-scale-dab>
- Office of Communications - OFCOM. Notes of guidance for community radio licence applicants and licensees. Лондон, 2017. Пристапено на 24 септември 2022. https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0016/101860/Community-radio-guidance.pdf
- Office of Communications - OFCOM. Supporting community radio across the UK – 26 September 2019. London, 2019. Пристапено на 24 септември 2022. <https://www.ofcom.org.uk/manage-your-licence/radio-broadcast-licensing/community-radio>
- Office of Communications - OFCOM. Notes of guidance for community radio licence applicants and licensees. Лондон, 2017. Пристапено на 24 септември 2022. https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0016/101860/Community-radio-guidance.pdf

- Ó Siochrú, Seán and Butler, Paul. Introducing a Social Benefits Approach to Community Radio: A Compendium of Stories: Dublin: Nexus Research Cooperative, 2020. Пристапено на 11 септември 2022. https://www.bai.ie/en/media/sites/2/dlm/uploads/2020/05/20200429_Story_Compen_FINAL_LB.pdf.
- Ó Siochrú, Seán and Butler, Paul. Community Radio Delivering Social Benefit (Dublin: Broadcasting Authority of Ireland, 2020). Пристапено на 17 септември 2022. <https://www.bai.ie/en/media/sites/2/dlm/uploads/2020/06/Community-Radio-Delivering-Social-Benefit-.pdf>.
- Peissl, Helmut и Tremetzberger, Otto. "The legal and economic framework of the third audiovisual sector in UK, Netherlands, Switzerland, Niedersachsen (Germany) and Ireland." *Telematics and Informatics* 27, Issue no. 2 (2010): 122-130. Пристапено на 4 септември 2022, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.008.
- Radio Today. Ofcom awards 18 community radio stations with funds. London, 22 July 2022., Пристапено на 24 септември 2022. <https://radiotoday.co.uk/2022/07/ofcom-awards-18-community-radio-stations-with-funds/>
- "Regeling van de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 18 december 2008, nr. WJZ/84447 (8240), houdende uitvoeringsregels van de Mediawet 2008 (Mediaregeling 2008)" [Regulation of the Minister of Education, Culture and Science of 18 December 2008, no. WJZ/84447 (8240), containing rules for the implementation of the Media Act 2008 (Media Regulation 2008, неофицијален превод на англиски јазик]. *Official Gazette of the Kingdom of the Netherlands* 252, 2008. Пристапено на 29 септември 2022. <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2008-2663.html>
- Tenor, Carina. Hyperlocal News And Media Accountability. *Digital Journalism*, 2018. Vol. 6, No. 8, 1064–1077. doi:10.1080/21670811.2018.1503059.
- The Meteor. Complaints Policy. Manchester. <https://themetor.org/complaints-procedure/>. Пристапено на 18 декември 2022.
- The Meteor. Editorial Charter. Manchester. <https://themetor.org/editorial-charter/>. Пристапено на 18 декември 2022.
- The Meteor. Manchester. <https://themetor.org/>. Пристапено на 15 декември 2022.

- UNESCO. Community Media Sustainability Policy Series. Almaty, 2017. Пристапено на 23 октомври 2022. <http://en.unesco.kz/unesco-community-media-sustainability-policy-series>.
- “Wet van 30 september 2020, houdende wijziging van de Mediawet 2008 in verband met de implementatie van Richtlijn 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie” [Law of 30 September 2020 amending the Media Act 2008 in relation to the implementation of Directive 2018/1808 of the European Parliament and of the Council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain laws, regulations and administrative provisions in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in the light of a changing market situation, неофицијален превод на англиски јазик]. Official Gazette of the Kingdom of the Netherlands 391, 2020. Пристапено на 28 септември 2022. <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2020-391.html>
- White, Douglas, Pennycook, Lauren, Perrin, William and Hartley, Sarah. Talk About Local. The future’s bright but the future’s local – the rise of hyperlocal journalism in the United Kingdom. Journal of Applied Journalism & Media Studies Vol. 6, No. 1, 2017, pp. 71-82. doi:10.1386/ajms.6.1.71_1. Пристапено на 24 декември 2022.

* * *

- Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Концепт за развој на непрофитните радиодифузни установи. Скопје, 2015. Пристапено на 22 јануари 2023. <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Koncept-za-razvoj-na-neprofitnite-R-ustanovi.pdf>.
- Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Програмски концепт за радио програмските сервиси. Скопје, 2015-2023. Пристапено на 22 јануари 2023. <https://avmu.mk/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%82-%D0%B7%D0%B0-%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8-%>

[D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D1%81-2/.](https://avmu.mk/wp-content/uploads/2023/01/Registar-na-RA-29.12.2022-1-1.xlsx)

- Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Регистар на радија. Скопје, 2015-2023. Пристапено на 22 јануари 2023. <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2023/01/Registar-na-RA-29.12.2022-1-1.xlsx>.
- Совет на Европа. Препорака CM/Rec(2018)1 од Комитетот на министри до земјите членки за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост. Стразбур, 2018. Пристапено на 9 октомври 2022. <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BA%D0%B0-%D0%A6%D0%9C-%D0%A0%D0%B5%D1%8620181-005.docx>.
- Совет на Европа. Препорака Rec (2007)2 на Комитетот на министри до земјите – членки за медиумскиот плурализам и разновидноста на медиумската содржина. Стразбур, 2007. Пристапено на 9 октомври 2022. https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/11/Recommendation_Re1_1_MKD.pdf
- Совет на Европа. Европска конвенција за заштита на човековите права и основните слободи. Стразбур, 1950. Пристапено на 15 октомври 2022. https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_MKD.pdf.
- Лајнус Рис (Linus Rees), уредник и издавач на Фицровија њуз. Електронска пошта до авторката. 19 декември 2022.
- Марсел Бецел (Marcel Betzel), Виш советни за меѓународна политика во Комисијата за медиуми на Холандија. Електронска пошта до авторката. 29 ноември 2022.
- ОФКОМ. Комуникација по електронска пошта со авторката. 1 ноември 2022.
- Стефани Комеј (Stephanie Comey), Виша менаџерка задолжена за медиумска писменост во Радиодифузната власт на Ирска. Електронска пошта до авторката. 7 октомври 2022

