

Жешки точки во медиумскиот сектор на Северна Македонија: долго чекање за одлучни реформи

Снежана Трпевска, Игор Мицевски
Институт за истражување на општествениот развој ПЕСИС

Вовед

Оваа статија ги идентификува најголемите ризици за слободата на медиумите и новинарите во Северна Македонија во 2021 година. Исто така, предлага неколку можни правци на дејствување за да се подобри состојбата на медиумите и на професионалното новинарство во медиумското опкружување кое сè повеќе се дигитализира.

Политичките превирања од 2015 и 2016 година во Северна Македонија доведоа до дестабилизација и на крајот до пад на полуавторитарната десничарска влада предводена од ВМРО-ДПМНЕ. Како што се одвиваше политичкиот процес (со очигледни безбедносни последици), различни актери, домашни и транснационални, предложија патокази за организирана транзиција и реформи што неизбежно требаше да се следат. Најзначајно беше што и Европската комисија ги претстави своите „Итни реформски приоритети“¹ за тогашната Поранешна Југословенска Република Македонија. Таканаречениот “Блупринт”² или Предлог за итни реформи во различни области беше изработен од секторски ад-хок групи на граѓанското општество. Овие извештаи ја препознаа итната потреба од реформи во медиумскиот систем, врз основа на претходно спрове-

дените анализи.³ Тие го нагласија постојното на коруптивни врски меѓу главните медиуми и највисоките владини функционери, финансиската нестабилност на јавниот сервис и приватните медиуми, несигурниот работен статус и лошите услови за работа на новинарите, како и заплашувањето на новинарите и атмосферата на страв која поттикнува самоцензура. Во 2017 година беше јасно дека решавањето на овие прашања ќе бара сериозна посветеност и доволно демократски капацитет на новата влада во Скопје, која се декларираше дека ќе биде реформска.⁴

Што и колку се промени откако владата предводена од СДСМ ја презеде власта во Северна Македонија во 2017 година? Преовладува оценката дека јавната атмосфера е генерално порелаксирана и подемократска – јавниот дискурс е помалку рестриктивен, истражувачкото новинарство сега има повеќе простор да напредува, има помалку притисоци врз новинарите и речиси нема физички напади. Сепак, системските пречки – кои бараа подлабока реформска посветеност, сè уште се присутни:

- врските меѓу приватните медиуми и политиката и натаму се присутни бидејќи рекламирањето на политичките партии за време на изборите се плаќа од државниот буџет;
- јавниот радиодифузен сервис и натаму е финансиски, нема доволно техничка опрема, програмски капацитети и човечки ресурси;
- повеќето приватни медиуми се неодржливи;

достапна на Веб страницата на Европската комисија, но повеќе за наодите поврзани со медиумскиот сектор може да се види документот објавен од Центарот за развој на медиуми: Реформа на медиумската сфера: Препораките на Прибе и дополнителни прашања (Скопје, февруари 2016), <https://mdc.org.mk/reforma-na-mediumskata-sfera-preporakite-na-pribe> (пристапено на 12 октомври, 2021).

⁴ Види повеќе во Планот за итни реформски приоритети “3-6-9” усвоен во јули 2017, <https://vlada.mk/node/13252?ln=mk> (пристапено на 12 октомври, 2021).

¹ European Commission, *Urgent Reform Priorities for the Former Yugoslav Republic of Macedonia* (Brussels: June 2015),

https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/urgent_reform_priorities_en.pdf (accessed October 12, 2021).

² Првиот документ на невладиниот сектор наречен ‘Предлог за итни демократски реформи’ беше заеднички напор на група невладини организации, универзитетски професори и независни експерти, беше објавен во 2016,

https://www.balkancsd.net/novo/wp-content/uploads/2016/07/BP_MKD_FINAL_08.07.2016.pdf (пристапено на 12 октомври, 2021).

³ На пример, Анализата на групата високи експерти од 2015 година (Извештајот на Прибе) веќе не е

- работните услови на новинарите се несигурни и дополнително се влошија за време на пандемијата.⁵

Покрај тоа, она што е релевантно и на глобално ниво, се појавуваат нови структурни ризици во врска со природата на новите дигитални медиумски платформи. Социјалните мрежи ги променија обрасците на користење на вестите. За поголемиот дел од населението, особено за помладите, социјалните медиуми се главниот извор на информации,⁶ со што стануваат изложени на дезинформации, говор на омраза и други штетни содржини.

Плуралност на пазарот и одржливост на медиумите

Одржливоста на медиумите е еден од најголемите предизвици во медиумскиот систем со години, бидејќи ги прави медиумите исклучително ранливи на комерцијални и политички влијанија. Во оценката на плуралноста на пазарот дадена во *Монитор на медиумски плурализам за 2020 година*, одржливоста на медиумите во Северна Македонија е оценета со многу висок ризик. Постојат различни причини за економската нестабилност на повеќето медиумски сектори: слабиот потенцијал на целокупната економија, огромниот број медиуми на многу мал пазар, промените во технолошката средина и доминацијата на социјалните мрежи, недостатокот на регулаторни механизми во медиумската политика, и недостаток на знаење на

медиумските професионалци за тоа како да развијат одржливи бизнис модели.

Достапните податоци за аудиовизуелниот сектор укажуваат на тренд на намалување на приходите во последните неколку години. Во 2019 година, на пример, вкупните приходи на аудиовизуелниот медиумски сектор се намалени за 0,76% во споредба со 2018 година,⁷ додека во 2020 година пандемијата од COVID-19 предизвика дополнителни кратења во буџетите за рекламирање, што доведе до намалување на приходите за 20,78% во споредба со 2019 година.⁸ Финансиските податоци за минатите години покажуваат дека во целиот аудиовизуелен сектор само терестријалните ТВ мрежи на национално ниво оствариле профит, иако во 2020 година приходите им се намалени за 13,62% во однос на 2019 година.⁹ Приватните регионални и локални радиодифузери се соочуваат со најголеми проблеми во работењето бидејќи многу од нив не можат да привлечат доволно средства од рекламирање поради ограничениот потенцијал на економијата, особено во областите каде што тие ги емитуваат своите локални програми.

Иако нема официјални податоци за приходите на дневните весници, се проценува дека тие се најнеодржливиот медиумски сектор, што се одразува и врз намалувањето на бројот на весници и врз нивниот тираж. Во 2021 година на пазарот имало пет дневни весници и според податоците што самите ги објавуваат, нивниот вкупен тираж се проценува на 27.000 примероци.

⁵ Снежана Трпевска и Игор Мицевски, *Монитор на медиумскиот плурализам во дигиталното доба: Мониторинг на медиумскиот плурализам во Европската унија, Албанија, Црна Гора, Република Северна Македонија, Србија и Турција во 2020 година*, Национален извештај: Република Северна Македонија (Фиренца: Центар за медиумски плурализам и слобода на медиумите, јули 2021), https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71968/north-macedonia2_results_mpm_2021_cmpf.pdf?sequence=3&isAllowed=y (пристапено на 12 октомври, 2021).

⁶ За помладите групи на публиката интернетот е примарен извор на информации за домашните настани (возрасна група 15-18 години: 79%, и возрасна група 19-29 години: 86%), а телевизиските вести се втор извор (за двете возрасни групи: 50%). Види: Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и

работењето на традиционалните медиуми (мај, 2020), <https://resis.mk/attach/Vlijanieto-na-novite-mediumi-vrz-formiranjeto-na-javnoto-mislenje-2020.pdf> (пристапено на 12 октомври, 2021).

⁷ Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, *Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2019 година* (Скопје: 2020) <https://avmu.mk/analiza-na-pazar/> (пристапено на 12 октомври, 2021).

⁸ Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, *Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2020 година* (Скопје: 2021), <https://avmu.mk/analiza-na-pazar/> (пристапено на 12 октомври, 2021).

⁹ Овој пад на приходите би бил уште поголем ако ги исклучиме различните видови финансиска помош дадена на радиодифузерите во 2020 година од страна на владата и AVMU за справување со кризата предизвикана од пандемијата COVID-19.

Во онлајн секторот има над 170 медиуми, од кои околу 140 се зачлениле во Регистарот на професионални онлајн медиуми.¹⁰ Во овој сектор има пораст на приходите од реклами, што укажува на тоа дека земјата ги следи европските трендови: приходите од реклами на традиционалните медиуми се во постојан пад, додека приходите од онлајн огласувањето постојано растат.¹¹ Сепак, домашните дигитални информативни медиуми привлекуваат помалку приходи отколку дигиталните забавни медиуми, агрегаторите на вести и социјалните мрежи. Се проценува дека „[...] од вкупниот буџет за дигитален маркетинг во земјата, речиси половина се дистрибуира меѓу домашните онлајн портали, додека другата половина се одлева на Гугл и Фејсбук“.¹²

Работниот статус на новинарите и нивната положба во редакциите

Друг постојан системски проблем е несигурноста на работниот статус на новинарите, ниските плати и непочитувањето на нивните работнички права, што ги става во позиција на зависност и подреденост на политичките и економските структури на моќ. Се разбира, за овој проблем во голема мера придонесува економската неодржливост на медиумите, но има влијание и отсуството на воља на сопствениците на медиумите да го зајакнат независното и професионално новинарство.

Споредено со оценките на експертите на ЕУ за 2015 година, денес речиси ништо не е променето во однос на ова прашање. Иако Законот за медиуми дава добра основа за зајакнување на работниот статус на новинарите во редакциите,¹³ приватните медиуми речиси и да не го применуваат, бидејќи не е јасно дефинирано кој го надгледува неговото спроведување и не се предвидени санкции за прекршување на овие одредби. Според ставот на Здружението на новинарите на Македонија “[...] ниските примања, како и непочитувањето на Законот за работни односи од страна на работодавачите, се најчестите проблеми со кои со години се соочува новинарската фела.”¹⁴ Самостојниот синдикат на новинари и медиумски работници (ССНМ) утврди дека најголем дел од новинарите имаат месечни примања далеку под просечната плата во земјава.¹⁵ И онака тешката социоекономска состојба на новинарите дополнително се влоши од пандемијата COVID-19. Синдикатот извести за намалување на платите во некои медиуми (до 30%), иако мерките за поддршка на државата за време на пандемијата се чини дека до одреден степен ја олеснија состојбата.¹⁶

Нема точни податоци од кои може да се утврди колку приватни медиуми имаат внатрешни организациски акти или правила за одвојување на уредништвото од раководството на медиумите. Здружението на новинарите има утврдено дека тоа ретко

¹⁰ Овој Регистар е формиран од Советот за етика во медиумите и Здружението на новинарите со цел да се подобрат професионалните стандарди во онлајн-медиумскиот сектор.

¹¹ Снежана Трпевска и др., *Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и работењето на традиционалните медиуми* (Скопје: Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, мај 2020), <https://resis.mk/attach/Vlijanieto-na-novite-mediumi-vrz-formiranjeto-na-javnoto-mislenie-2020.pdf> (пристапено на 12 октомври, 2021).

¹² Ibid, стр.21.

¹³ На пример, членот 11 од Законот за медиуми утврдува дека на новинарот не може да му се раскине договорот за работа, да му се намали платата или промени позицијата во уредништвото или редакцијата, како и да му се намалат или укинат некои од другите права утврдени во Законот за работните односи поради изнесување на свое мислење или став, доколку се во согласност со професионалните правила на новинарската професија. Издавачот на медиумот е, исто така,

обврзан (член 8) да побара мислење од уредништвото пред именувањето на главен и одговорен уредник и да усвои општ акт (член 10) со кој се регулираат односите меѓу издавачот, уредниците и новинарите.

¹⁴ Милан Спировски и Верче Тодоровска-Костовска, *Северна Македонија: Показатели за степенот на слобода на медиумите и за безбедноста на новинарите 2020* (Скопје: Здружение на новинарите на Македонија, септември 2021), стр.21, <https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2021/08/MK-MK-2020.pdf> (пристапено на 13 октомври, 2021).

¹⁵ Самостоен синдикат на новинари и медиумски работници (ССНМ), “Новинарите и медиумските работници со плата далеку под просечната“ (Скопје: јуни 2020), <https://bit.ly/3tltpkd> (пристапено на 13 октомври, 2021).

¹⁶ На пример, Владата донесе уредба за надоместување на придонесите за платите на новинарите вработени во медиумите, како и уредба за покривање на дел од платата на секој вработен новинар во износ од 14.000 денари (околу 250 евра).

се случува во приватните медиуми.¹⁷ Во поголемите медиуми е вообичаено редакциите да се одвојуваат од раководните структури, но често се случува менаџерите да вршат одредени притисоци врз редакциите да ја прилагодуваат уредувачката политика во насока што ќе обезбеди повеќе приходи од спонзорства или реклами. Кога станува збор за помалите локални радиодифузери, ситуацијата е уште попроблематична бидејќи тие се соочуваат со постојан недостиг на приходи и со години работат на работ на опстанокот. Како резултат на тоа, сопствениците на локалните медиуми бараат различни начини да генерираат приходи, како што е обезбедување на различни продукциски или ПР услуги на локалните јавни претпријатија или општини. Оваа практика целосно ја загрозува независната и критичка позиција на новинарите во овие редакции.

Механизми што ја поткопуваат независноста на медиумите од политиката

До 2016 година едно од клучните прашања за слободата на медиумите во земјава беше државното рекламирање. Претходната владејачка партија долго време ги користеше таканаречените „јавни кампањи“ и рекламирањето на политичките партии за да влијае врз уредувачката политика на приватните медиуми. Граѓанскиот сектор постојано ја нагласуваше потребата од воспоставување строги и јасни законски правила за политичкото рекламирање воопшто, а особено за државното рекламирање бидејќи овие механизми сериозно ја загрозуваат независната позиција на медиумите. Оттаму, во 2017 година, и коалицијата предводена од СДСМ донесе одлука за прекин на државното рекламирање во медиумите. Сепак, иако трошењето на државните средства за јавни кампањи беше забрането, општините и

јавните претпријатија продолжија да трошат дел од нивните локални буџети за различни медиумски услуги.

Иако Владата го укина државното рекламирање во 2017 година, со дополнителни измени на Изборниот законик усвоени во 2018 година, политичките партии воведоа поинаков механизам што ги прави приватните медиуми зависни од центрите на политичка моќ. Согласно членот 76-д од Изборниот законик, за време на изборната кампања партиско-политичкото рекламирање во медиумите се плаќа со средства од државниот буџет.¹⁸ Освен што самите партии се финансираат со средства од Буџетот, приватните аудиовизуелни медиуми сега добиваат пари од буџетот и за политичките пропагандни пораки на партиите емитувани за време на изборните кампањи. Оваа процедура, која е во сила до ден-денес, ја зацврстува врската меѓу медиумските сопственици и политиката и ги претвора приватните медиуми во партиско-идеолошки институции, кои го бранат комерцијалниот интерес на сопствениците за сметка на јавниот интерес.

Најнов доказ дека влијателните медиумски сопственици и владејачките партии повторно се зближуваат е тоа што во март 2021 година Владата се обиде повторно да го воведо државното рекламирање во аудиовизуелните медиуми, преку измена на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Оправдувањето на Владата беше дека е неопходно да се спроведуваат јавни кампањи за прашања од општ интерес, како што се „[...] вакцинацијата против Ковид-19, борбата со корупцијата, справувањето со дезинформации итн. [...]“.¹⁹ Здружението на петте приватни национални телевизии го поддржа објаснувањето на Владата, додека ставот на

¹⁷ Милан Спиоровски и Верче Тодоровска-Костовска, *Северна Македонија: Показатели за степенот на слобода на медиумите и за безбедноста на новинарите 2020* (Скопје: Здружение на новинарите на Македонија, септември 2021), стр.22, <https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2021/08/МК-МК-2020.pdf> (пристапено на 13 октомври, 2021).

¹⁸ Станува збор за многу сложен систем: партиите испраќаат медиумски планови до приватните радиодифузери кои го емитуваат партиско-политичкото рекламирање според медиумскиот план и потоа поднесуваат извештаи до регулаторното тело (Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги); регулаторното тело врши

мониторинг и ги проверува доставените извештаи за емитуваното политичко рекламирање; Државната изборна комисија исто така ги проверува и конечно ги одобрува извештаите. По одобрието, радиодифузерите можат да достават фактури до Државната изборна комисија која издава налог за исплата на бараните средства од државниот буџет.

¹⁹ Зорана Гацовска Спасовска, “Владини реклами во медиуми - чекор назад кон заробена држава”, Радио Слободна Европа, 1 март 2021, <https://www.slobodnaevropa.mk/a/vladini-reklami-ekor-nazad-zarobena-drava-31126412.html> (пристапено на 13 октомври, 2021).

на Здружението на новинарите и на експертите беше дека јавните кампањи во аудиовизуелните медиуми треба да се емитуваат бесплатно. По ваквата реакција, власта се чини дека власта се откажа од најавените измени во законот.²⁰ Сепак, во август 2021 година, владата најави формирање на Совет за реформи во медиумската сфера чија задача ќе биде “зголемување на медиумските слободи, обезбедување услови за професионално медиумско работење” и да се овозможи “отворено да се дискутира за реформите што Владата планира да ги спроведе во следниот период.”²¹ И покрај ваквото објаснување, сепак, кај претставниците на граѓанското општество се уште постои сомнеж дека власта сака на овој начин да ја „протне“ идејата за легализирање на државното рекламирање во аудиовизуелните медиуми.²²

Реформите на Јавниот радиодифузен сервис и неговата поврзаност со јавноста

Јавниот радиодифузен сервис на Северна Македонија всушност никогаш немал целосна финансиска стабилност, институционална автономија и уредувачка независност. Сепак, барањата за реформи во Јавниот радиодифузен сервис (ЈРС) се фокусираа претежно на изборот на нови надзорни и раководни тела преку законска процедура која обезбедува нивна политичка независност, особено во периодот на ВМРО-ДПМНЕ. Но, иако после 2017 година законските одредби беа подобрени во оваа насока, изборот на нови членови на Советот на

Македонската радиотелевизија (МРТ) беше блокиран во Собранието.

Сепак, беа направени обиди да се реши стабилното финансирање на јавниот радиодифузен сервис. Владата во 2018 година го прифати предлогот на новинарските здруженија и утврди фиксен процент од државниот буџет за финансирање на МРТ. Но, во годините што следеа МРТ не ги доби ветените средства. На пример, во 2020 година средствата наменети за ЈРС беа намалени на околу 0,5%, иако потребниот износ за неговото ефикасно функционирање беше проценет на 1% од годишниот државен буџет.²³

Пристап на локалните заедници и ранливите групи до медиумите

Важен аспект на медиумскиот плурализам што ретко бил во фокусот на медиумската политика е пристапот на различните општествени групи и локални заедници до медиумите и јавната сфера воопшто. Оценката за медиумскиот плурализам во Северна Македонија за 2020 година покажа дека постојат сериозни ризици во доменот на социјалната инклузивност на медиумската сфера: загрозен е пристапот до медиумите за локалните заедници, пред сè поради економската неодржливост на регионалните и локалните медиуми на прекумерно фрагментираниот аудиовизуелен медиумски пазар.²⁴

Дополнително, постои сериозен јаз во однос на остварувањето на комуникациските права на различните ранливи групи.²⁵ Регулаторот

²⁰ Сашко Панајотов, “Владата ги прифаќа барањата на медиумите и медиумските работници – ќе се основа медиумски фонд за проекти од јавен интерес”, Македонска информативна агенција, <https://mia.mk/vladata-gi-prifa-a-bara-ata-na-mediumite-i-mediumskite-rabotnici-e-se-osnova-mediumski-fond-za-proekti-od-aven-interes/> (пристапено на 13 октомври, 2021).

²¹ Васко Маглешов, “Власта основа совет за медиумски реформи” Призма, <https://prizma.mk/vlasta-osnova-sovet-za-mediumski-reformi/> (пристапено на 15 октомври, 2021).

²² Ibid.

²³ Регулаторот за медиуми ја изрази својата сериозна загриженост за недостигот на финансирање на јавниот радиодифузен сервис: „[...] во 2019 година јавниот радиодифузен сервис доби 229.53 милиони денари помалку, а во 2020 година оваа сума беше за 510.70 милиони помалку од очекуваното.” Извор: Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, *Анализа на пазарот на аудио и*

аудиовизуелни медиумски услуги за 2020 (Скопје: 2021), <https://avmu.mk/analiza-na-pazar/> (пристапено на 12 октомври, 2021).

²⁴ Снежана Трпевска и Игор Мицевски, *Монитор на медиумскиот плурализам во дигиталното доба: Мониторинг на медиумскиот плурализам во Европската унија, Албанија, Црна Гора, Република Северна Македонија, Србија и Турција во 2020 година, Национален извештај: Република Северна Македонија* (Фиренца: Центар за медиумски плурализам и слобода на медиумите, јули 2021), стр.14 https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71968/nort-h-macedonia2_results_mpm_2021_cmpf.pdf?sequence=3&isAllowed=y (пристапено на 12 октомври, 2021).

²⁵ Игор Мицевски и др., *Ранливите групи и јавната сфера* (Скопје: Институт за истражување на општествениот развој РЕСИС, 2021 година), <https://resis.mk/images/abut-us/PDF/Procenka.pdf> (пристапено на 13 октомври, 2021).

за аудиовизуелни медиуми има развиена рамка за политики за зголемување на пристапот на лицата со сетилна попреченост до аудиовизуелни програми. Меѓутоа, комуникацис-ките права на другите ранливи и обесправени социјални групи (како што се лицата со ретки болести, постарите лица, ЛГБТ заедницата итн.) едвај се споменуваат во дебатите за медиумската политика.

Заклучоци и Препораки

Во споредба со периодот пред 2016 година, слободата на медиумите, безбедноста на новинарите и медиумскиот плурализам во Северна Македонија значително се подобрија. Слободата на медиумите е поголема, новинарите и нивните здруженија повеќе не се изложени на сериозни физички напади и притисоци, а медиумскиот регулатор е поефикасен и доста независен. Сепак, повеќето од старите системски податоци се сè уште присутни: пазарот е фрагментиран, повеќето медиуми се финансиски слаби и неодржливи, работниот статус на новинарите е сè уште несигурен и нестабилен, јавниот радиодифузен сервис нема финансиска стабилност, автономија и независност, а пристапот на локалните заедници и ранливи групи до јавната сфера е загрозен. Дополнително, бидејќи социјалните мрежи се главен извор на информации за поголемиот дел од населението, особено за помладите групи, луѓето се во голема мера изложени на дезинформации и говор на омраза. Ова отвора нови предизвици за регулаторната политика чиј развој заостанува зад технолошкиот напредок.

Врз основа на овие согледувања, дадени се следните препораки²⁶ за идни политики со цел да се поттикнат медиумските реформи и да се надминат постоечките структурни пречки за унапредување на слободата на медиумите и за зајакнување на независното и професионално новинарство во Северна Македонија.

²⁶ Ова се главните препораки што ги предложивме и во нашата анализа за состојбата со медиумскиот плурализам во земјата објавена во август 2021 година од Центарот за медиумски плурализам Фиренца (фуснота 24). Сепак, овде препораките се

Работен статус и безбедност на новинарите

- Медиумите треба да ја подобрат сигурноста на работниот статус на новинарите и да овозможат зајакнување на автономијата на редакциите во согласност со постојното работно законодавство.
- Државните институции треба да развијат институционални механизми преку кои новинарите и медиумските работници можат брзо и лесно да пријавуваат случаи на говор на омраза и различни форми на онлајн вознемирување и да добиваат совети или правна помош за тоа што да прават во таквите случаи.

Одржливост на медиумите и конкуренција

- Државните институции треба да го прифатат предлогот на медиумскиот регулатор за ревидирање на правилата во медиумското законодавство поврзани со концентрацијата на сопственоста со цел делумно да се реши проблемот со фрагментираноста на пазарот и неодржливоста на аудиовизуелниот медиумски сектор.
- Капацитетите на регулаторот за аудиовизуелни медиуми и регулаторот за конкуренција треба да се зголемат за да можат овие две институции да работат заедно на развивање политики за решавање на проблемите со конкуренцијата во секторот за онлајн медиуми.

Независност на медиумите од политиката

- Треба да се отвори широка дебата со политичките партии и сите други релевантни актери за негативните последици од актуелните одредби од Изборниот законик и другите закони поврзани со политичкото рекламирање врз независноста на уредувачката политика на

дополнети со наодите и предлозите од работилницата „Слобода на медиумите во Западен Балкан“, организирана од Институтот Аспен Германија на 19 октомври 2021 година..

приватните медиуми. Во законодавството треба да се адресира проблемот на отсуство на транспарентност на партиско-политичкото рекламирање за време на изборните кампањи на онлајн платформите.

- Прашањето за трансформацијата на јавниот сервис не може да се сведе само на изборот на новите членови на Советот на МРТ, телото кое треба да ја претставува јавноста. Неопходно е да се отвори дебата за севкупната трансформација на јавниот сервис во насока на развивање на неговата партиципативна димензија.

Системски реформи во медиумскиот сектор

- Најновата владина иницијатива за формирање Совет за реформи во медиумската сфера треба да се формализира во план за развој на стратешки документ кој ќе ги детектира сите постоечки и нови системски пречки за развојот на слободата на медиумите и ќе ги идентификува политичките мерки за нивно надминување. Подготовката на овој документ треба да им се довери на независни домашни и странски експерти и потоа да биде отворена за широка дебата во која ќе учествуваат сите релевантни актери.