

ПЛУРАЛИЗАМ НА МЕДИУМСКАТА СОПСТВЕНОСТ ВО НОВОТО МЕДИУМСКО ОПКРУЖУВАЊЕ

Студија за Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

Жан-Франсоа Фурнемон Снежана Трпевска

ХОРИЗОНТАЛЕН ИНСТРУМЕНТ ЗА
ЗАПАДЕН БАЛКАН И ТУРЦИЈА
2019-2022

ЗА ТВОИТЕ ПРАВА:
ВО СОГЛАСНОСТ СО
ЕВРОПСКИТЕ СТАНДАРДИ

Слобода на изразување и слобода на медиумите

<http://horizontal-facility-eu.coe.int>

Финансирано
од Европската Унија и
Советот на Европа



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Имплементирано
од Советот на Европа

© 2020 Совет на Европа. Сите права се задржани. Лиценцирано на Европската унија под услови. Ниту еден дел од ова издание не смее да се преведува, репродуцира или пренесува во кој било облик или на кој било начин, електронски (ЦД-Ром, Интернет итн.) или механички, вклучително и преку фотокопирање, снимање или каков било систем за чување или повикување информации, без претходна писмена дозвола од Директоратот за комуникации (F-67075 Strasbourg Cedex или publishing@coe.int).

Програмска канцеларија на Советот на
Европа во Скопје
Соравиа Центар, Филип Втори Македонски
бр. 3
1000 Скопје, Северна Македонија

*Оваа студија е изработена со финансиска
поддршка на заедничката акција на
Европската унија и Советот на Европа
„Слобода на изразување и слобода на
медиумите во Северна Македонија (JUFREX
2)“. Ставовите изразени овде не го
одразуваат официјалното мислење на
ниту една страна.*

<https://www.coe.int/en/web/skopje>
<http://horizontal-facility-eu.coe.int>

©Совет на Европа, мај 2020

Содржина

За авторите	3
<i>Жан-Франсоа Фурнемон</i>	3
<i>Снежана Трпевска</i>	3
1. Вовед.....	5
2. Контекст: Зошто и како се мери концентрацијата на сопственоста во медиумскиот сектор	6
2.1. Зошто се мери концентрацијата на сопственоста во контекст на медиумската политика?	6
2.1.1. Двоен статус на медиумската концентрација како регулаторна цел	6
2.1.2. Економска динамика на медиумскиот сектор	7
2.2. Како се мери концентрација на сопственост во контекст на медиумската политика?	9
2.2.1. Дефинирање релевантни пазари и показатели	9
2.2.2. Користење релевантни алатки за мерење	9
3. Законска рамка: правила за концентрација на сопственост во неколку земји од ЕУ и европски трендови.....	12
3.1. Најнови случувања на ниво на ЕУ и Совет на Европа	12
3.2. Австрија	14
3.2.1. Процедура	14
3.2.2. Критериуми	15
3.3. Франција.....	17
3.3.1. Процедура	17
3.3.2. Критериуми	17
3.4. Германија	19
3.4.1. Процедура	19
3.4.2. Критериуми	20
4. Споредбена анализа со други земји во регионот со слични карактеристики	21
4.1. Вовед.....	21
4.2. Албанија	21
4.1.1. Процедура	21
4.1.2. Критериуми	22
4.3. Хрватска	24
4.3.1. Процедура	24
4.3.2. Критериуми	25
4.4. Црна Гора.....	27
4.4.1. Процедура	27
4.4.2. Критериуми	28
4.5. Србија.....	29
4.4.1. Процедура	29

4.5.2. Критериуми	30
5. Анализа на законската рамка и проценка на практичните аспекти на нејзиното спроведување	32
5.1. Анализа на законите.....	32
5.2. Видови интеграција на капитал и практики на актерите на пазарот	35
5.2.1. Хоризонтална интеграција и практики	35
5.2.2. Вертикална интеграција и практики	37
5.2.3. Дијагонална интеграција	38
5.3. Транспарентност на сопственоста и изворите на финансирање.....	39
5.4. Ставови и мислења за идните правила за концентрација на медиумската сопственост ..	40
5.4.1. Општи ставови за актуелните правила	40
5.4.2. Прашања што треба да се земат предвид во идното регулирање	41
6. Заклучоци и препораки	44
7. Библиографија	47
8. Анекси	50
Австрија	50
Сојузен закон за аудиовизуелни медиумски услуги	50
Сојузен закон со кој се носат одредби за приватно радио емитување.....	54
Сојузен закон за медиуми	55
Франција.....	57
Закон од 30 септември 1986 година за слобода на комуникациите	57
Германија	67
Договор меѓу сојузните држави за радиодифузија и телемедиуми.....	67
Албанија	73
Закон бр. 97/2013 за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги - 04.03.2013.....	73
Хрватска	76
Закон за медиуми	76
Закон за електронски медиуми.....	78
Црна Гора	82
Закон за медиуми	82
Закон за електронски медиуми.....	82
Србија.....	87
Закон за јавно информирање и медиуми	87
Закон за електронски медиуми.....	92

За авторите

Жан-Франсоа Фурнемон

Жан-Франсоа Фурнемон е основач и извршен директор на „Вагнер-Хетфилд“, истражувачка и консалтинг компанија што работи на светско ниво со меѓународни организации, министерства и независни регулаторни тела. Вагнер-Хетфилд е особено активна во медиумскиот сектор и дигиталната економија, со особен интерес за прашања поврзани со слободата на изразување и медиумската слобода и плурализам.

Тој има диплома по новинарство и комуникации од Слободниот универзитет во Брисел, магистерска по меѓународни односи и европска политика од Универзитетот во Лиеж, и магистерска по јавни финансии од Католичкиот универзитет во Лувен. Тој е поранешен слободен новинар и портпарол на политичка партија, и е автор на неколку книги од областа на политичките науки и повеќе изданија за медиумска политика и регулирање на медиумите.

Бил генерален директор (2003-2014) на регулаторното тело за аудиовизуелни медиуми ([CSA](#)) на француската говорна заедница во Белгија. Исто така, активно е вклучен во Одборот на Европската платформа на регулаторни тела ([EPRA](#)) како потпретседател (2008-2011) и како претседател (2011-2014).

Како автор на многу студии, истражувачки проекти и публикации, главна стручност му е регулирањето аудиовизуелни медиуми, со акцент на следните прашања: изготвување и ревидирање законски и подзаконски акти за медиуми и радиодифузни кодекси, совети и градење капацитети за регулаторни тела за медиуми и министерства, материјален опсег на регулирањето медиуми (онлајн медиуми, социјални мрежи, платформи за објавување видео клипови), прашања на надлежност, системи за дозволи и сродни системи, медиумска концентрација и транспарентност на медиумска сопственост, унапредување домашни и европски работи и шеми за финансиска поддршка за аудиовизуелно творење, говор на омраза, борба против дезинформации, заштита на малолетни лица, комерцијални комуникации, поврзување на самостојното, заедничкото и законското регулирање.

Снежана Трпевска

Снежана Трпевска е експерт за медиуми и истражувач при [Институт за истражување на општествениот развој RESIS од Скопје](#), мултидисциплинарна истражувачка организација основана во 2017 година како резултат на сè поголемата потреба за применети истражувања чија цел е да се изнесат нови идеи за актуелни прашања од јавната политика. RESIS спроведува истражувања во повеќе општествени области и соработува со НВО, регулаторни тела, јавни институции и академската заедница.

Таа е магистер по комуникации и доктор по социолошки науки на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Северна Македонија. До јули 2009 е вработена во Советот за радиодифузија како раководител на Секторот за истражување и стратески развој. Од 2008 година е предавач во Високата школа за новинарство и односи со јавноста, а од 2013 е доцент на Институтот за комуникациски студии во Скопје. Таа предава Медиумско право и Истражување на медиумите и публиката.

Нејзините истражувачки интереси се во повеќе области: медиумска политика и регулирање, медиумска писменост, новинарство и медиумски студии, социологија на масовните комуникации и истражување на публиката. Таа има учествувало во бројни академски и применети истражувања поврзани со слободата на изразување и медиумскиот плурализам, медиумската концентрација и регулирањето на радиодифузијата, мислењата и вкусовите на публиката, новинарската етика, медиумите и конфликтите итн.

1. Вовед

Концентрацијата на сопственоста на медиумите е едно од главните регулаторни прашања од почетокот на либерализацијата на медиумските пазари во сите европски земји. Ова прашање беше нормативно препознаено во Република Северна Македонија во првиот Закон за радиодифузната дејност од 1997 година, но се обработи подетално во одредбите на Законот за радиодифузната дејност од 2005 година, кои беа пренесени речиси во целост во третата група законски акти, т.е. Законот за медиуми и Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, од декември 2013 година. Со нив се проширија и либерализираа важечките правила, но иако беа усвоени по широка јавна расправа со сите релевантни чинители, тие не доведоа до очекуваното интегрирање на капитал и раст во радиодифузниот сектор.

Денес овие прашања добиваат ново значење во контекст на дигиталните технологии, конвергенцијата, ширењето на новите интернет медиуми и фрагментирањето на пазарот и публиката. Постојните законски правила се застарени (бидејќи се создадени да ја регулираат концентрацијата на сопственоста на традиционалните радиодифузни пазари), па затоа Советот на Европа, во соработка со Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги на Република Северна Македонија, ја нарача оваа студија како дел од акцијата „Слобода на изразување и слобода на медиумите во Северна Македонија“ (*JUFREX 2*)¹. Главната цел на студијата е да се направи проценка на позитивните законски одредби за концентрација на сопственоста во аудиовизуелниот сектор и да се препорачаат идни чекори во политиките што можат да доведат до изготвување измени и дополнувања на Законот за медиуми, а особено на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Студијата на почетокот накратко ги објаснува главните концептуални прашања значајни за регулирањето на медиумската сопственост во аудиовизуелниот сектор (Глава 2) и продолжува со преглед на најновите случувања на ниво на ЕУ и законската рамка во неколку избрани земји-членки на ЕУ (Глава 3). Потоа, се изложува преглед на правилата за медиумска сопственост во четири земји од соседството (Глава 4).

Анализата и оценката на тековните законски одредби од Законот за медиуми и Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и практичните аспекти на нивното спроведување се разгледуваат во Глава 5, каде што се изложени и сумирани ставови и гледишта на релевантните чинители (претставници на медиумскиот сектор, експерти од НВО секторот и од регулаторните тела). Главните наоди од студијата, со соодветни препораки од експертите, се дадени во Глава 6.

¹ Акцијата за слобода на изразување и слобода на медиумите во Северна Македонија ја спроведува Советот на Европа во заедничка иницијатива со Европската унија - „Хоризонтален инструмент за Западен Балкан и Турција 2019-2022“. Оваа иницијатива им овозможува на корисниците да ги спроведат реформските планови во областите човекови права, владеење на правото и демократија, и да се усогласат со европските стандарди, вклучително, по потреба, во рамки на процесот за проширување на ЕУ. <https://www.coe.int/en/web/skopje/freedom-of-expression-and-freedom-of-the-media-in-north-macedonia-jufrex>

2. Контекст: Зошто и како се мери концентрацијата на сопственоста во медиумскиот сектор

2.1. Зошто се мери концентрацијата на сопственоста во контекст на медиумската политика?

2.1.1. Двоен статус на медиумската концентрација како регулаторна цел

За разлика од други области на медиумската политика што претежно се однесуваат на постигнување демократски цели, концентрацијата на сопственоста во медиумскиот сектор може да се оквалификува како хибридно прашање бидејќи се однесува како на обезбедување плурализам и разновидност во медиумскиот простор, така и на економски прашања. Затоа и се работи за една од најсложените области за спроведување бидејќи подразбира наоѓање средина меѓу културните и демократските цели од една страна, и економската цел за заштита на конкуренцијата на медиумскиот пазар, од друга страна.

Хибридниот статус на медиумската концентрација како регулаторна цел е потврден и во документот што е една од основите за политиката за конкуренција во Европската унија, т.е. Регулативата на Советот (ЕЗ) бр. 139/2004 од 20 јануари 2004 за контрола на концентрациите меѓу претпријатија (Регулатива на ЕЗ за спојувања).² Оваа Регулатива потврдува дека „Земјите-членки може да преземат соодветни мерки да заштитат легитимни интереси вон оние од оваа Регулатива и кои се во согласност со општите начела и други одредби на правото на Заедницата“ и меѓу тие легитимни интереси ги наведува „јавната безбедност, медиумскиот плурализам и правилата на претпазливост“³.

Оваа двојна димензија ја признаваат и во извесна мера ја земаат предвид двете директиви што ја обликуваат политиката на Европската унија во однос на електронските комуникациски мрежи и услуги, односно Рамковната директива⁴ и Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги (ДАВМУ).⁵ Иако овие две се инструменти на економската политика наменети да го помогнат внатрешниот пазар на ЕУ, и двете ја признаваат важноста на медиумскиот плурализам за демократските општества; првата преку исказот дека „*поделбата на регулирањето на преносот и регулирањето на содржината не значи дека не треба да се земат предвид врските меѓу нив, особено со цел да се гарантираат медиумскиот плурализам, културната разновидност и заштитата на потрошувачите*“, а втората со тоа што нагласува дека

² Регулатива на Советот (ЕЗ) бр. 139/2004 од 20 јануари 2004 за контрола на концентрацијата меѓу претпријатија (Регулатива на ЕЗ за спојувања), Член 21 §4.

<https://ec.europa.eu/competition/mergers/legislation/regulations.html>

³ Терминот ‘правила на претпазливост’ доаѓа од англискиот израз “prudential rules” и се однесува на надзорот врз банките, инвестициските фондови, осигурителни друштва и други правни субјекти, со кој државата настојува да обезбеди стабилност на финансиските услуги и заштита на корисниците на овие услуги.

⁴ Директива 2002/21/ЕЗ на Европскиот парламент и на Советот од 7 март 2002 за заедничка регулаторна рамка за електронски комуникациски мрежи и услуги (Рамковна директива), воведна изјава 5.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02002L0021-20091219>

⁵ Директива 2010/13/ЕУ на Европскиот парламент и на Советот од 10 март 2010 за координирање извесни одредби уредени со закон, пропис или административен акт во земјите-членки во однос на обезбедувањето аудиовизуелни медиумски услуги (Директива за аудиовизуелни медиумски услуги), воведна изјава 5.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02010L0013-20181218>

„аудиовизуелните медиумски услуги колку што се културни, толку се и економски услуги. Нивната сè поголема важност за општествата, демократијата (особено преку обезбедување слобода на информирањето, разновидност на мислењата и медиумски плурализам), образованието и културата ја оправдува примената на посебни правила за овие услуги“. Во ревидираната верзија од 2018 година, ДАВМУ понатаму нагласува во новиот Член 30 дека лојалната конкуренција и медиумскиот плурализам се едни од целите на Директивата и ја нагласува улогата на независните регулаторни тела за медиуми во оваа насока: *„Земјите членки обезбедуваат домашните регулаторни органи или тела да ги извршуваат своите овластувања непристрасно и транспарентно, и во согласност со целите на оваа Директива, а особено медиумскиот плурализам, културната и јазичната разновидност, заштитата на потрошувачите, достапноста, недискриминацијата, соодветното функционирање на внатрешниот пазар и поттикнувањето лојална конкуренција“.*

Овој хибриден статус објаснува зошто обезбедувањето лојална конкуренција на медиумскиот пазар е поважно прашање одошто на кој било друг пазар: покрај економската, разновидноста на медиумската сопственост има и демократска димензија. Прашањето за односот меѓу пристапот на економските оператори до медиумскиот пазар и тоа колку е здрава една демократија го нагласува и Европскиот суд за човекови права (Судот) во предметот *Чентро Еуропа 7 С.Р.Л. и Ди Стефано против Италија*⁶, со кој на државата ѝ се наметнува „позитивна обврска“ да го заштити медиумскиот плурализам. Во оваа клучна пресуда Судот укажува дека „не може да има демократија без плурализам“ и забележува дека:

- *„за да се обезбеди вистински плурализам во аудиовизуелниот сектор во едно демократско општество, не е доволно да се обезбеди постоењето на неколку канали или теоретската можност потенцијалните оператори да влезат на аудиовизуелниот пазар. Неопходно е, покрај тоа, да се овозможи фактички пристап на пазарот за да се гарантира разновидноста на вкупната програмска содржина и колку што е можно да се одрази разновидноста на мислења во општеството за кое се наменети програмите“ (§130);*
- *„во еден толку чувствителен сектор како аудиовизуелните медиуми, покрај негативната обврска на државата да не се меша, таа има и позитивна обврска да донесе соодветна законска и административна рамка за да се гарантира фактички плурализам“ (§134).*

2.1.2. Економска динамика на медиумскиот сектор

Втората причина зошто е важна заштитата на плурализмот на сопственоста во медиумскиот сектор е што овој сектор има природна склоност кон концентрација. Тоа може да се објасни преку следните посебни карактеристики.

Првата карактеристика е дека влегувањето на медиумскиот пазар, макар што е демократизирано во минатото, останува доста скапо бидејќи бара големо почетно вложување и

⁶ Европски суд за човекови права, предмет *Centro Europa 7 S.R.L. and Di Stefano v. Italy*, тужба бр. 38433/09, 7 јуни 2012. <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22:%5B%222001-111399%22%5D%7D>

со тоа создава бариери за нови актери, а и тешко е, особено во последно време, поради доминантната положба на актерите на интернет.

Втората карактеристика е дека медиумите користат економија од обем и опсег бидејќи „...Особено за радиодифузните и аудиовизуелните компании, маргиналните трошоци може да бидат многу ниски (трошокот за нов читател на еден весник е само цената на чинење на весникот, а нов гледач на ТВ или радио емисија не носи дополнителни трошоци). Ниските маргинални трошоци и високите почетни трошоци се тесно поврзани. Згора на тоа, ниските маргинални трошоци се силен стимул компаниите да се обидат да се прошират во секој можен канал за дистрибуција за да извлечат најголема можна добивка. Потребата на компаниите да се шират е главната причина за сè почестата вертикална и хоризонтална интеграција. [...] Медиумските трговски друштва вообичаено се шират хоризонтално (мономедиуми), преку консолидирање на активноста во само еден медиум; дијагонално, преку проширување на активностите за да се искористи истиот производ, или да се обезбеди истиот производ преку различни начини на дистрибуција или на различни платформи (мултимедиуми); или вертикално, преку сопственички интереси во разни делови од синџирот на вредноста на производот. Тоа може да им помогне на присутните медиумски организации да си ги одржат цените на ниско ниво и да им го отежнат влезот на пазарот на новите актери. Конечниот ефект е повторно зголемување на концентрацијата и потенцијална закана за разновидноста на содржините.“⁷

Трето, бидејќи медиумските пазари имаат карактеристика да бидат двострани (медиумските играчи ѝ го продаваат својот производ на публиката од едната страна на пазарот, а публиката им ја продаваат на огласувачите од другата страна на пазарот), тоа го засилува стимулот за концентрација: „Фактот што медиумите се платформи значи дека за да останат профитабилни на пазарот, актерите треба да ги привлечат и двете страни. Затоа конкуренцијата за публика и огласувачи е испреплетена и пазарната динамика се карактеризира со силни повратни ефекти или, како што често се нарекува тоа, динамика на „јајцето или кокошката“: за да се привлечат огласувачи, треба да се привлече публика, но само ако се привлечат огласувачи може да се дојде до приходите потребни да се вложи во квалитетна содржина што ја сакаат гледачите/читателите. Тоа се должи на постоењето индиректни невкалкулирани економски ефекти меѓу потрошувачите на двете страни на пазарот или, со други зборови, на фактот што користењето потрошувачи од едната страна на пазарот (огласувачи) се зголемува со бројот на потрошувачи од другата страна на пазарот (читатели/гледачи). Двостраната природа на медиумските пазари им ја засилува природната склоност кон концентрација поради горенаведените феномени (високи почетни трошоци за вложување и економија од обем). Тоа е така бидејќи на овие пазари можноста за контрола на клучни ресурси, како на пример привлечна содржина (особено ексклузивна содржина), им дава на актерите на пазарот предност во привлекувањето огласувачки ресурси преку процес што има заемно засилувачки (повратни) ефекти“.⁸

⁷ Центар за медиумски плурализам и медиумска слобода (2013) Надлежност на Европската унија за медиумски плурализам и медиумска слобода. Фиезоле: Институт на Европскиот универзитет, стр. 25.

<https://cadmus.eui.eu/handle/1814/26056>

⁸ *Idem*, стр. 26.

2.2. Како се мери концентрација на сопственоста во контекст на медиумската политика?

2.2.1. Дефинирање релевантни пазари и показатели

Мерењето на степенот на концентрација на даден пазар почнува со утврдување на релевантниот пазар за анализа, како географски, така и според производи. Релевантниот географски пазар „се состои од подрачје каде што засегнатите претпријатија се вклучени во понуда и побарувачка на производи и услуги, каде што условите за конкуренција се доволно хомогени и може да се разликуваат од соседни подрачја бидејќи условите за конкуренција се значително различни во тие подрачја“⁹ (вообичаено тоа е земја или поширок пазар како Европската унија), додека релевантниот пазар на производи „се состои од сите производи и/или услуги што се заменливи во однос на карактеристиките, цените и целната употреба“¹⁰ (во медиумскиот сектор тоа може да е секторот во целина или конкретен потсектор како ТВ, радио, печат или онлајн). Во новото медиумско опкружување и во ерата на „платформизација“, ова второто стана еден од најголемите предизвици во однос на регулирањето на концентрацијата на медиуми.

Мерењето на степенот на концентрација подразбира и утврдување на показателите за тоа мерење, кои се главно показатели за концентрација на сопственоста (по сектор и сите медиуми), за концентрација на публиката по сопственик (по сектор и сите медиуми), за концентрација на рекламирањето (по сектор и сите медиуми), и за концентрација на користењето време (по сектор и сите медиуми).¹¹

2.2.2. Користење релевантни алатки за мерење

Се користат претежно две аналитички алатки за мерење на концентрацијата на сопственост во медиумскиот сектор: Соодносот на концентрација (СК) и Херфиндал-Хиршмановиот индекс (ХХИ). Следува кратко објаснување на двете.

Соодносот на концентрација (СК) го мери пазарниот удел на даден број најважни актери на пазарот. Резултатот се изразува во проценти и се наведува бројот на трговски друштва земени предвид. На пример К1 од 100% значи ситуација на монопол, К2 од 100% е ситуација на дуопол, а К3 од 70% значи дека збирниот пазарен удел на најголемите три трговски друштва во релевантниот сектор е 70% од вкупниот обем на тој сектор.

⁹ Европска Комисија (2002) „Поимник за политиката за конкуренција, антимонополската политика и контролата на концентрација во ЕУ“, стр. 40

https://ec.europa.eu/translation/spanish/documents/glossary_competition_archived_en.pdf

¹⁰ *Idem*, стр. 39.

¹¹ За повеќе детали за показателите, видете ја следната студија: *Katholieke Universiteit Leuven – ICRI, Jönköping International Business School – ММТС, Central European University – CMCS, Ernst & Young Consultancy Belgium (2009) „Независна студија за показатели за медиумски плурализам во земјите-членки - За пристап заснован на ризик“*. Лувен: *Katholieke Universiteit Leuven*.

https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/final_report_09.pdf

Кај оние што ја користат оваа алатка нема целосна согласност за праговите што претставуваат доказ за ниско, средно или високо ниво на концентрација:

- Според авторите на „Независна студија за показателите за медиумски плурализам во земјите-членки - За пристап заснован на ризик“, изработена за Европската Комисија во 2007 година, кога K4 е над 50% и K7 над 70%, „се смета дека има очигледна непосакувана концентрација или контрола“.¹²
- Според Групата специјалисти за медиумска разновидност на Советот на Европа, K3 меѓу 0 и 35% претставува ниска концентрација, K3 меѓу 36 и 55% е умерена концентрација, и K3 над 56% е висока концентрација.¹³
- Според Канадскиот проект за истражување на концентрацијата во медиумите, K4 над 50% и K8 над 75% се смета дека се *prima facie* показатели за високи нивоа на концентрација.¹⁴
- *Commissariaat voor de Media – CvdM* (холандскиот регулаторен орган за медиуми) го анализира пазарот со K1, K2 и K3, но не дава праг над кој концентрацијата повлекува регулаторна интервенција.¹⁵
- *Vlaamse Regulator voor de Media – VRM* (регулаторниот орган за медиуми на фламанската заедница во Белгија) го анализира пазарот со K2, K3 и K4, но ниту тие не даваат праг.¹⁶

Херфиндал-Хиршмановиот индекс (ХХИ) го мери нивото на концентрација со кревање на квадрат на пазарниот удел на секое трговско друштво и потоа се собираат резултатите што може да бидат од речиси нула (на пример, на атомизиран пазар каде што 1000 трговски друштва имаат ист пазарен удел од 0,1%) до максимум 10.000 поени (во случај на монопол). На пример, на пазар каде што пет трговски друштва имаат 40%, 35%, 15%, 5% и 5% поодделно, има ХХИ од $40^2 (1600) + 35^2 (1225) + 15^2 (225) + 5^2 (25) + 5^2 (25) = 3100$ поени. Овој метод вообичаено се смета за подобра алатка бидејќи се зема предвид пазарниот удел на сите актери (наместо само на големите актери со методот СК).

Како и кај СК, кај оние што ја користат оваа алатка нема целосна согласност за праговите што се доказ за ниско, средно или високо ниво на концентрација, но првиот праг даден подолу се користи најчесто:

- Според Министерството за правда на САД и Сојузната трговска комисија на САД, ХХИ под 1500 поени претставува ниска концентрација, ХХИ меѓу 1500-2500 поени е умерена концентрација на пазарот, а ХХИ над 2500 поени е висока концентрација.¹⁷ Во своите извештаи, *Vlaamse Regulator voor de Media – VRM* ги користи истите прагови.

¹² *Idem*, стр. 73.

¹³ Група специјалисти за медиумска разновидност на Советот на Европа (2009) „Методологија за следење на концентрацијата на медиумите и разновидноста на медиумските содржини“, стр. 11.

<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680483b18>

¹⁴ <http://www.cmcrp.org/about/methodology/>

Најновите извештаи се достапни на: <http://www.cmcrp.org/publications/>

¹⁵ За повеќе детали видете: <https://www.mediamonitor.nl/english/>

Најновите извештаи се достапни на: <https://www.mediamonitor.nl/publicaties/>

¹⁶ За повеќе детали видете: <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/mediaconcentratie>

Најновиот извештај е достапен на:

https://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/pdfversions/mediaconcentratierapport_2019_zonder_afloop.pdf

¹⁷ Министерство за правда на САД и Сојузна трговска комисија (2010) „Насоки за хоризонтално спојување“, стр. 19.

- Според Европската комисија, пак, праговите се под 1000 поени, меѓу 1000-2000 поени и над 2000 поени.¹⁸
- Според Групата специјалисти за медиумска разновидност на Советот на Европа, соодветните прагови се уште пониски: под 1000 поени, меѓу 1000-1800 поени и над 2000 поени.¹⁹

<https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010>

¹⁸ Европска комисија (2004) „Насоки за оценување хоризонтално спојување според Регулативата на Советот за контрола на концентрација меѓу претпријатија, §§ 19-20.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52004XC0205%2802%29>

¹⁹ Група специјалисти за медиумска разновидност на Советот на Европа (2009) „Методологија за следење на концентрацијата на медиумите и разновидноста на медиумските содржини“ стр. 11.

<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680483b18>

3. Законска рамка: правила за концентрација на сопственост во неколку земји од ЕУ и европски трендови

3.1. Најнови случувања на ниво на ЕУ и Совет на Европа

Предмет на интерес на оваа студија е концентрацијата на медиумските услуги во деловна/економска смисла и не се навлегува во правилата и прописите во однос на медиумскиот плурализам. Сепак, како што беше претходно објаснето, треба да се нагласи дека политиките за економска концентрација во суштина имаат цели на јавната политика (плурализам на идеи и мислења), поради што прашањето на ограничување на сопственоста и концентрацијата во медиумскиот сектор е комплексна област на политиката за конкуренција и едно од најважните прашања на медиумската политика за да се обезбеди медиумски плурализам, да се заштити слободата на изразување и да се сочуваат разновидните ставови и мислења како темелник на едно демократско општество. Механизмите што се применуваат за да се постигне тоа вклучуваат ограничување на радиодифузните дозволи на географско подрачје/пазар (локална, регионална национална), ограничувања за различни медиумски сектори, правила за контрола на спојувањата во однос на одлучувањето/гласачките права, плафони за удел во публиката, правила за странска сопственост итн.

На ниво на ЕУ, дел од најважните документи се горенаведената Регулатива за спојување (која нагласува дека земјите-членки „може да преземат соодветни мерки да ги заштитат легитимните интереси вон оние изнесени во Регулативата и кои се во согласност со општите начела и други одредби на правото на Заедницата“) и Рамковната директива (која нагласува дека „разграничувањето на регулирањето на преносот и регулирањето на содржината не спречува да се земат предвид врските меѓу нив, особено за да се гарантираат медиумскиот плурализам, културната разновидност и заштитата на потрошувачите“). Претходната верзија на Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги (ДАВМУ) од 2010 година нагласуваше дека „аудиовизуелните медиумски услуги колку што се културни услуги, толку се и економски услуги. Нивната сè поголема важност за општествата, демократијата (особено преку обезбедување слобода на информирање, разновидност на мислења и медиумски плурализам), образованието и културата ја оправдува примената на посебни правила за овие услуги.“ Ревидираната верзија од 2018 година исто така нагласува дека „конвергенцијата на медиумите повлекува осовременета законска рамка што ќе ги одрази случувањата на пазарот и ќе постигне рамнотежа меѓу пристапот до услуги со содржини на интернет, заштитата на потрошувачите и конкурентноста“, и ја потенцира потребата за транспарентност на медиумската сопственост.

По неуспешниот обид во 2007 година да се усвојат правила за медиумски плурализам и слобода на ниво на ЕУ, Европската комисија нарача студија, објавена во 2009 година, за утврдување на показатели што треба да се усвојат за проценка на медиумскиот плурализам во Европа.²⁰ Тоа

²⁰ Katholieke Universiteit Leuven – ICRI, Jönköping International Business School – MMTC, Central European University – CMCS, Ernst & Young Consultancy Belgium (2009) „Независна студија за показатели за медиумски плурализам во земјите-членки - За пристап заснован на ризик“ Лувен: Katholieke Universiteit Leuven.
https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/final_report_09.pdf

понатаму доведе до Мониторинг на плурализмот во медиумите (МПМ), годишен мониторинг што го врши Центарот за медиумски плурализам и слобода (ЦМПС), каде што се вклучени прашања поврзани со концентрацијата на медиумска сопственост.²¹ Елементите што се користат за проценка на ризикот од концентрација на медиумската сопственост што влијае на медиумскиот плурализам се следните:

- хоризонтална концентрација, односно концентрација на медиумската сопственост во даден медиумски сектор (печат, аудиовизуелни медиуми итн.);
- вкрстена концентрација на медиумите во различни медиумски пазари;
- транспарентност на медиумската сопственост.

Треба да се спомне и дека во јануари 2018 година, Европската комисија формираше Висока експертска група да ја советува за политички иницијативи за борба против ширењето лажни вести и дезинформации на интернет. Главниот резултат на оваа група беше извештајот од март 2019 година, каде што една од препораките беше дека треба да се чува разновидноста и одржливоста на европските информативни медиуми.²²

Повеќето европски земји имаат донесено секторски правила за концентрација на медиумите и понатаму во оваа глава има некои поважни примери.

На ниво на Советот на Европа, унапредувањето на медиумскиот плурализам и ограничувањето на медиумската концентрација се теми на широка дискусија во различни форуми со бројни резолуции, препораки и декларации од Комитетот на министри, и студии од експертски групи. Еден од најновите документи е Препораката *CM/Rec(2018)1[1]* на Комитетот на министри до земјите-членки за медиумскиот плурализам и транспарентноста на медиумската сопственост.²³ Препораката нагласува дека „како дел од обврската да гарантираат плурализам во своите јурисдикции, се поттикнуваат земјите-членки да изготват и спроведат сеопфатна регулаторна рамка што особено ги зема предвид сопственоста и контролата на медиумите и е приспособена на актуелните состојби во медиумскиот сектор“. Се повторува и важноста на спроведувањето на законите за конкуренција за да се заштити главната цел на јавната политика во однос на медиумскиот плурализам, и се поттикнуваат земјите членки „да изготват и применат соодветни методологии за проценка на медиумската концентрација и за влијанието на поединечни медиуми и збирното влијание на група медиуми во различни сектори. Покрај мерењето на достапноста на медиумските извори, во проценката треба да се прикаже и вистинското влијание на поединечни медиуми преку пристап заснован врз податоци за публиката и со употреба на соодветни критериуми за мерење на употребата на поединечни медиуми и нивното влијание врз формирањето на јавното мислење. Овој пристап заснован врз публиката треба да го има предвид и влијанието на медиумите на

²¹ Мониторинг на плурализмот во медиумите (МПМ) <https://cmpf.eu.eu/media-pluralism-monitor/>

²² Финален извештај на Високата експертска група за лажни вести и дезинформации на интернет, 12 март 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

²³ Препорака *CM/Rec(2018)1[1]* на Комитетот на министри до земјите-членки за медиумски плурализам и транспарентност на медиумската сопственост (Усвоена од Комитетот на министри на 7 март 2018 на 1309-тата средба на замениците-министри). https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e13

интернет и вон интернет. Мерењето треба да го врши независен орган или друго назначено тело.“ На крај, се нагласува и важноста на транспарентноста на медиумската сопственост.

3.2. Австрија

Австрија котира високо во медиумската разновидност бидејќи „темелите на демократскиот медиумски систем се здрави и силни: слободата на изразување е добро заштитена. Постоенето на медиумскиот пазар не е загрозено. Новинарството на многу начини правно се признава не како производ, туку главно како услуга. Медиумските тела работат независно и делотворно. Новинарството во јавните сервиси е силно, но подеднакво важно е што има богата и разновидна понуда на медиумски услуги, вклучително и витален медиумски сектор во заедницата. Широкиот пристап до медиуми за регионалните и локалните заедници ја поддржува идејата за федералистичка држава. Врз основа на овие здрави темели, останува на сите чинители да ги поправат недостатоците и да се подготват не само за идниот развој на медиумската инфраструктура, туку, што е поважно, и за предизвиците на едно демократско и разновидно општество.“²⁴

3.2.1. Процедура

Прашањата за медиумската концентрација се покриени со следните закони што уредуваат низа ограничувања и процедури за овие прашања:

- Сојузен закон за аудиовизуелни медиумски услуги;²⁵
- Сојузен закон за одредби за приватно радио емитување;²⁶
- Сојузен закон за медиуми.²⁷

Давателите на аудиовизуелни медиумски услуги (АВМУ) имаат обврска да ја пријават својата сопственичка структура кај националното регулаторно тело *KommAustria*²⁸ во постапката за барање дозвола, но исто така и при евентуални промени. Кога проценува дали ограничувањата уредени со законите се задоволени, *KommAustria* може дури и да ја одземе дозволата по јавна расправа „ако телевизискиот радиодифузер ги пренел уделите спротивно на овој наод“.²⁹ Освен обврските за известување до националното регулаторно тело, медиумските актери имаат обврска транспарентно да ја известат јавноста за својата сопственост. Тоа се обезбедува со одредба во Сојузниот закон за медиуми што ја уредува обврската медиумите во секое време да ги објавуваат следните информации: „име на трговското друштво, вклучително и целта на

²⁴ Мониторинг на плурализмот во медиумите 2016, Мониторинг на ризиците за медиумскиот плурализам во ЕУ и пошироко, Извештај за Австрија.

<https://cmpf.eu.eu/media-pluralism-monitor/mpm-2016-results/austria/>

²⁵ Сојузен закон за аудиовизуелни медиумски услуги (Закон за аудиовизуелни медиумски услуги *AMD-G*) http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/ErV/ERV_2001_1_84/ERV_2001_1_84.pdf (на германски и англиски)

²⁶ Сојузен закон за одредби за приватно радио емитување (Закон за приватно радио емитување - *PrR-G*) http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/ErV/ERV_2001_1_20/ERV_2001_1_20.pdf (на германски и англиски)

²⁷ Сојузен закон од 12 јуни 1981 за печатени и други издавачки медиуми (Закон за медиуми - *MedienG*) https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/ErV/ERV_1981_314/ERV_1981_314.pdf (на германски и англиски)

²⁸ *KommAustria* <https://www.rtr.at/en/rtr/OrganeKommAustria>

²⁹ Член 10, став (7) и (8) од Сојузниот закон за аудиовизуелни медиумски услуги.

трговското друштво, адреса на престој или седиште (филијала) и имињата на извршните тела и службените лица на медиумскиот сопственик кои се овластени да го претставуваат трговското друштво и, ако има надзорен одбор, неговите членови. Освен тоа, соодносите на сопственоста, акционерството, уделите и гласачките права се објавуваат за сите лица што имаат директен или индиректен удел во медиумскиот сопственик. Понатаму, се изнесуваат сите необјавени удели во медиумски сопственик и лица со директен или индиректен удел во медиумскиот сопственик, како што стои во претходната реченица, и се објавуваат поверничките односи за секое ниво. Во случај на директен или индиректен удел во фондации, се објавуваат основачот и релевантните корисници на фондацијата. Ако медиумскиот сопственик е здружение или ако некое здружение има директен или индиректен удел во медиумскиот сопственик, управниот одбор и целта на здружението се објавуваат за тоа здружение.³⁰

Австрија се смета за една од земјите со висока транспарентност на медиумската сопственост, како во правните одредби, така и во праксата.³¹

Таа исто така има високо ниво на транспарентност во трошењето на јавните органи,³² кои имаат обврска да известуваат за своето трошење за рекламирање и субвенционирање кој било медиум. Тоа е една важна карактеристика бидејќи недоволната транспарентност на јавното рекламирање може да доведе до ограничување на слободата на изразување што не е видно на прв поглед, како на пример самоцензура. Тоа може сериозно да го наруши медиумскиот пазар со тоа што им дава неправедна економска предност на извесни медиуми.

3.2.2. Критериуми

Критериумите за ограничување на медиумската концентрација што ги применува Австрија вклучуваат:

1. Хоризонтална

Понудата на една медиумска групација во даден дел од земјата не е дозволено да вклучува:

- повеќе од два аналогни терестријални радио канали;
- повеќе од два дигитални терестријални радио канали;
- повеќе од еден терестријален радио канал и два терестријални телевизиски канали.

Овие критериуми не го вклучуваат евентуалното техничко прелевање.

³⁰ Член 25, став (2) од Сојузниот закон за медиуми.

³¹ Извештај на *Access Info Europe* и *Open Society Program* за независно новинарство: „Транспарентност на медиумската сопственост во ЕУ и соседните земји“.

https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Transparency_of_Media_Ownership_in_the_EU-09-26-2014.pdf

³² Од усвојувањето во 2011 на Сојузниот уставен акт за транспарентност во медиумската соработка и нарачките за рекламирање и финансирање медиумски сопственици на периодичен медиум (*MedKF-TG*).

https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/ErV/ERV_2011_1_125a/ERV_2011_1_125a.pdf

Понатаму, телевизиските радиодифузери се смета дека припаѓаат во истите медиумски групации кога групацијата, едно лице или партнерство или медиумски сопственик има повеќе од 25% од акционерскиот капитал или гласачките права на некој медиумски сопственик или има доминантно влијание или има една од можностите да врши влијание.

2. Вертикална

Трговско друштво што покрива повеќе од 30% од населението со кабелска мрежа на државната територија не може да биде сопственик на телевизиски канал.

3. Дијагонална

Трговско друштво со повеќе од 30% национален опфат со радио сервис или повеќе од 30% национален опфат со дневен или неделен весник не може да биде телевизиски радиодифузер.

4. Географска

Телевизиски радиодифузер може да има повеќе дозволи за дигитална терестријална телевизија ако нема преклопување на дозволите во повеќе од три подрачја на покривање. За радио емитувач не може да има никакво преклопување на покривањето и еден радио емитувач може да добие едно зададено подрачје за покривање. Истото ограничување важи за аналогна терестријална радиодифузија. За дигитални услуги, правилата уредуваат дека радио емитувач може да има повеќе дозволи за дигитално терестријално радио емитување ако има ограничено доделување фреквенции во најмногу две подрачја на покривање. И на крај, една медиумска групација може на иста локација на националната територија истовремено да има еден канал со дозвола и најмногу 1/3 од терестријалните телевизиски канали што може да се примаат на таа локација.

Освен овие главни критериуми, има и други критериуми. Така, за радио, критериумите се однесуваат на населението што се покрива, на начин што една медиумска групација може да покрива најмногу 12 милиони жители, а тој број е најмногу осум милиони жители кога се работи за лице или партнерство во медиумската група. За телевизија, дополнителните критериуми го земаат предвид пренесувањето удели и уредуваат дека кога се пренесуваат повеќе од 50% од уделите, мора да се извести *KommAustria*, што потоа врши проценка според критериумите наведени погоре.

На крај, странската сопственост за телевизиски сервиси не може да надминува 49% од уделите³³.

³³ Треба да се забележи дека физички и правни лица од Европската економска област имаат еднаков статус како Австријците.

3.3. Франција

Франција генерално се смета за земја што котира високо во поглед на медиумските слободи и со низок ризик во однос на концентрацијата на медиумската сопственост, транспарентноста на медиумската сопственост, како и концентрацијата на вкрстената медиумска сопственост. Треба да се нагласи дека „неколку политики донесени од 2014 година до денес во рамки на борбата против тероризам им дозволуваат на властите да го следат интернетот и телефонската комуникација, што подразбира ограничување на извесни права (Закон за разузнавање од 24 јули 2015)“.³⁴

3.3.1. Процедура

Законот за слободата на комуникациите од 30 септември 1986 година е главниот законски акт во однос на овие прашања.³⁵ Законот бр. 86-897 од 1 август 1986 година за реформа на правниот режим на печатот ги уредува правилата за концентрација и транспарентност за весниците.³⁶ Понатаму, Законот за трговско работење предвидува телото за заштита на конкуренцијата да следи како се обезбедува транспарентноста во трансакциите за концентрација.³⁷

На прашањето за концентрација на содржината се работи во процедурата за издавање дозволи, каде што регулаторното тело (*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel – CSA*)³⁸ треба да ја земе предвид правната рамка и да обезбеди да се почитува медиумскиот плурализам. Освен разгледувањето на критериумите во однос на медиумската концентрација (во следниот дел), CSA дава и претходно условно одобрување за спојувања и преземања кога врши економска анализа во секој поединечен случај.

Министерството за економија и финансии, преку телото за заштита на конкуренцијата, треба да обезбеди транспарентност во трансакциите за концентрација на весниците.

3.3.2. Критериуми

Критериумите за ограничување на медиумската концентрација во Франција го вклучуваат следното:

³⁴ Мониторинг на плурализмот во медиумите 2016, Мониторинг на ризиците за медиумскиот плурализам во ЕУ и пошироко, Извештај за Франција.

<https://cmpf.eu/media-pluralism-monitor/mpm-2016-results/france/>

³⁵ *Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard).*

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000512205&categorieLien=id> (на француски)

³⁶ Се забранува исто лице или група лица, или субјекти, да имаат сопственост, контрола или уредуваат дневни изданија за политички и општи информации чија вкупна дистрибуција е над 30% на националната територија за изданија од ист вид. *Loi n° 86-897 du 1 août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse.*

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000687451&categorieLien=id> (на француски)

³⁷ *Code de commerce.*

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000005634379> (на француски)

³⁸ *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*

<https://www.csa.fr/>

1. Хоризонтална

Давател на услуги вообичаено не може да има повеќе од една дозвола (но има некои исклучоци, зависно дали се работи за радио или телевизиски давател на услуги, дали услугата се емитува аналогно или дигитално и дали услугата е на државно или локално ниво; може да достигне до седум лиценци за дигитално терестријално емитување). Давател на услуги за терестријална телевизија на државно ниво не може да има, директно или индиректно, повеќе од 49% од друг терестријален телевизиски сервис чиј просечен годишен удел во публиката е над 8% од вкупната публика на телевизиските услуги.

2. Дијагонална

Давател на услуги на државно ниво активен во радио, телевизија и/или печат има ограничување на ширењето зависно од ситуацијата на тие пазари (праг од 4 милиони луѓе за телевизија, 30 милиони луѓе за радио и 20% од дистрибуцијата во печатот); за давателите на услуги на локално ниво има слични ограничувања со пониски прагови.

3. Географска

Давател на услуги на локално ниво за терестријална телевизија не може да стекне нова дозвола за сервис од ист вид ако ефектот на таа дозвола е кумулативната потенцијална публика да надмине 12 милиони луѓе.

4. Удел во публика

Терестријален телевизиски сервис на државно ниво не може да има, директно или индиректно, повеќе од 49% од друг терестријален телевизиски сервис чиј годишен просечен удел во публиката надминува 8% од вкупната публика на телевизиските услуги. Исто така, националните аналогни или дигитални терестријални радио сервиси не може да имаат дозволи чија потенцијална кумулативна терестријална публика надминува 20% од потенцијалната кумулативна публика на сите терестријални радио сервиси.

Освен тоа, има критериуми за покривање извесен дел од населението: давател на услуги за аналогно терестријално радио не може да покрива кумулативна потенцијална публика над 150 милиони луѓе (населението на Франција брои 67 милиони, но мрежите не покриваат 100% од населението).

Друга одредба што треба да се нагласи е тоа дека, заради пресметка на праговите, независно радио со програма што е повеќе од 50% слична на програмата на некоја мрежа се смета дека е дел од таа мрежа.

Странската сопственост во даватели на услуги за терестријална телевизија е ограничена на најмногу 20% од уделите.

Интересно е да се забележи дека францускиот случај не ја препознава вертикалната концентрација на сопственост, која реално постои на пазарот. Сите телекомуникациски

оператори (*Orange, Bouygues, Altice-SFR* и *Iliad-Free*) се сè поприсутни во разни сегменти на медиумскиот пазар.

3.4. Германија

Германија котира високо во однос на медиумските слободи. Нејзиниот медиумски систем е утврден со Уставот и судската пракса на Уставниот суд. Медиумските прашања се покриени со закони на 16-те сојузни држави и делумно со Договор меѓу сојузните држави. Во однос на медиумите, повеќето регулаторни мерки се однесуваат на телевизијата. Се покажува извесен ризик од хоризонталната медиумска сопственост на телевизискиот пазар бидејќи „јавните радиодифузери и трите најголеми комерцијални радиодифузери заедно имаат 88% удел во пазарот.“³⁹

3.4.1. Процедура

Радио емитувањето е во исклучива надлежност на сојузните држави и секоја сојузна држава има свој закон за медиуми и регулаторно тело, но телевизиската радиодифузија се регулира и на ниво на сојузните држави и, според Договорот за радиодифузија и телемедиуми,⁴⁰ на сојузно ниво преку заедничка управна служба (*Die medienanstalten – DLM*).⁴¹

Германија е единствената земја што има формирано конкретно јавно тело исклучиво задолжено за прашања на медиумска концентрација, Комисија за медиумска концентрација (*Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich – KEK*),⁴² чија должност е да го следи и спроведува придржувањето до одредбите за медиумска концентрација и медиумски плурализам од Договорот меѓу сојузните држави за радиодифузија.

Како што ќе видиме во 3.4.2., германскиот систем се потпира исклучиво на критериумот за удел во публиката, со детални одредби за процедурата за негово утврдување и процедуралните правни лекови што ги презема *KEK* ако се достигнат праговите. Во таа смисла, *KEK* го утврдува уделот во публиката и ѝ ја доделува оваа задача на специјализирана компанија. Референтната точка е просечниот удел во публиката во текот на 12 месеци.

Процедурата предвидува обврска за радиодифузерите да ѝ помагаат на *KEK* во оваа задача, а ако не го сторат тоа, може да им се одземе дозволата. Меѓу другите правни лекови се следните:

³⁹ Мониторинг на плурализмот во медиумите 2016, Мониторинг на ризиците за медиумскиот плурализам во ЕУ и пошироко, Извештај за Германија.

<https://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/mpm-2016-results/germany/>

⁴⁰ Спогодба меѓу сојузните држави за радиодифузија и телемедиуми <https://www.die-medienanstalten.de/en/service/legal-basis/> (на англиски)

⁴¹ *Die medienanstalten*

<https://www.die-medienanstalten.de/en/>

⁴² *Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich – KEK* <https://www.kek-online.de/en/>

- не може да му се даде друга дозвола на давател на услуги што достигнал критериум за удел во публиката што му дава доминантна положба;
- понатаму, *КЕК* може:
 - да му предложи на давателот на услуги да се откаже од учеството во сервиси што му се припишуваат додека неговиот удел во публиката не падне под прагот;
 - да му предложи на давателот на услуги да си ја ограничи пазарната позиција на пазари поврзани со медиуми додека неговата публика не падне под прагот;
 - да му предложи на давателот на услуги да им даде време за емитување на независни трети страни;
 - да му предложи на давателот на услуги да формира програмски одбор.

КЕК разговара со давателот на услуги. Но ако нема договор или ако договорените мерки не се спроведат во разумен рок, регулаторното тело *DLM* може да ги одземе дозволите на онолку сервиси колку што е потребно за да се обезбеди давателот на услуги да нема веќе доминантно влијание врз јавното мислење.

3.4.2. Критериуми

За разлика од претходните примери (во 3.2. и 3.3.), германскиот систем речиси во целост се потпира врз критериумот за удел во публиката. Нема ограничувања за хоризонтална, вертикална или дијагонална концентрација сè додека давателот на услуги не стекне доминантно влијаниеврз јавното мислење.

Доминантно влијание претставува:

- кога годишниот просечен удел во публиката на еден сервис надминува 30%;
- кога давателот на услуги има доминантна положба на друг пазар поврзан со медиуми и има вкупен удел од 25%;
- кога генералната проценка на активностите во телевизија и пазари поврзани со медиуми покажува дека влијанието врз формирањето на јавното мислење како последица од овие активности одговара на давател на услуги со 30% удел во публиката.

Важно е да се забележи дека ако давател на услуги достигне годишен просечен удел во публиката од 10% со општ канал или информативно ориентиран тематски канал, тој мора да им додели време за емитување на независни трети лица.

4. Споредбена анализа со други земји во регионот со слични карактеристики

4.1. Вовед

Овој дел од анализата покрива четири земји од Западен Балкан чии медиумски пазари се блиски и слични на Република Северна Македонија, и во кои развојот на законодавството и регулаторните мерки за медиумска концентрација во аудиовизуелниот сектор се одвивале на релативно сличен начин. Освен Албанија, Црна Гора и Србија, вклучена е и Хрватска, иако таа е веќе членка на ЕУ. Регулаторите за медиуми во овие четири земји имаат задача да следат и да спречат недозволен ниво на медиумска концентрација, главно со цел да го заштитат медиумскиот плурализам и разновидноста. Сепак, може да се забележи дека иако четирите земји имаат слично социо-политичко минато, концептите и регулаторните механизми за спречување медиумска концентрација не се развивале на толку сличен начин.

4.2. Албанија

Една нова сеопфатна студија за мапирање во земјата укажува дека перцепцијата на плурализам на албанскиот медиумски пазар „е илузија бидејќи публиката и приходите остануваат концентрирани во рацете на неколку групи во семејна сопственост што доминираат со медиумскиот пазар“.⁴³ На телевизискиот пазар, на пример, работат сервиси во сопственост на четири крупни актери што според некои мерења контролираат 58,6% од уделот во публиката, што укажува на висока концентрација. Концентрацијата е уште поголема на радио пазарот каде што четирите крупни актери контролираат речиси две третини, односно 63,96% од уделот во слушателската публика. Сопственоста во разни сектори (ТВ, печат и радио) е исто така на високо ниво и се покажува влијание на некои медиумски сопственици врз јавното мислење. Според податоците за мерење на публиката, осум крупни сопственици преку различни медиумски сектори покриваат дури 80,1%. Анализата на пазарните удели за ТВ дава уште повеќе докази за концентрација. Врз основа на финансиските извештаи од 2016 година, четирите главни сопственици на терестријална телевизија (*free-to-air TV*) имаат комбиниран пазарен удел од 89,6%.

4.1.1. Процедура

Правилата за медиумска концентрација во аудиовизуелниот медиумски сектор во Албанија се вградени во Законот бр. 97/2013 за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во Република Албанија.⁴⁴ Друг акт што ги уредува правилата за регулирање монополи е Законот бр. 9121/2003

⁴³ Проектот *Мониторингот на медиумската сопственост* во Албанија го спроведе локален истражувачки тим од Балканската истражувачка репортерска мрежа (БИРН) во Албанија, во соработка со Репортери без граници (RSF).

<http://albania.mom-rsf.org/en/findings/media-concentration/>

⁴⁴ <http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2018/10/LIGJI-NR.-972013-%E2%80%99CP%3%8BR-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-N%3%8B-REPUBLIK%3%8BN-E-SHQIP%3%8BRIS%3%8BE2%80%9D-I-NDRYSHUAR.pdf> (на албански)

<http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2016/06/LAW-NO-97-2013-ON-THE-AUDIOVISUAL-MEDIA-AUTHORITY.pdf> (на англиски)

за заштита на конкуренцијата.⁴⁵ Овој закон утврдува општи правила за сите видови деловни субјекти и ја уредува вертикалната контрола, како и прашањата на индиректна контрола.

Проектот *Мониторингот на медиумската сопственост* во Албанија известува дека најголемите ТВ оператори во Албанија „поднеле тужба пред Уставниот суд со која бараат секое ограничување на медиумската сопственост да се смета за неуставно. Во мај 2016 година, Уставниот суд досудил во нивна полза,⁴⁶ и со тоа практично дал зелено светло за монополизација на аудиовизуелниот медиумски пазар. По отстранувањето на ограничувањето на сопственоста, албанското тело за медиуми (АМА) им доделило дозволи за дигитално терестријално емитување на *Top Channel TV, TV Klan, DigitAlb, Media Vizion* и *Albanian Digital Television Network (ADTN)* – ново трговско друштво во целосна сопственост на *DigitAlb*“.⁴⁷

Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги содржи само одредби во врска со ограничувањето на концентрацијата во терестријалното емитување, т.е. аудиовизуелните медиумски услуги што се пренесуваат преку аналогни и дигитални терестријални мрежи (Член 62). Дозволите за аудио емитување (радио) и аудиовизуелно емитување (телевизија) им се даваат единствено на трговски друштва со седиште во Република Албанија, кои работат исклучиво во аудиовизуелната област. Кога се поднесува барање за дозвола, барателот меѓу другото има обврска да достави информации за сопственичката структура на трговското друштво и акционерите (Член 56, став 8). Сепак, во Законот нема други одредби што ги обврзуваат имателите на дозволи редовно или периодично да објавуваат податоци за својата сопственичка структура и изворите на финансирање.

Исто така, нема изрични одредби за дефинирање на процедурата со која на имател на дозвола му се дозволува да ја смени сопственичката структура: дали има обврска да го извести телото за аудиовизуелни медиуми (или друго тело) за намерата да ја смени сопственичката структура, дали регулаторот дава одобрение, што се случува ако регулаторот утврди можност за недозволена медиумска концентрација итн.

Законот исто така не вели изрично дека мониторингот на медиумската концентрација и транспарентноста на сопственоста се надлежност на телото за аудиовизуелни медиуми, иако Член 29 му дава на телото општа надлежност да ги оценува ефектите врз радиодифузниот пазар и за таа цел да соработува со други релевантни јавни институции.

4.1.2. Критериуми

Правилата за спречување разни видови недозволена медиумска концентрација во аудиовизуелниот сектор во Албанија се уредени во Член 62 од Законот за аудио и аудиовизуелни

⁴⁵ http://www.caa.gov.al/uploads/laws/Law_nr_9121_date_09.05.2012.pdf

⁴⁶ Со Одлуката бр. 56 од 27.07.2016, Уставниот суд го укина Член 62, точка 3, од Законот што предвидува дека „ниту едно физичко или правно лице, домашно или странско, не може да има повеќе од 40% удел во вкупниот капитал на акционерско друштво што има дозвола за аудио или аудиовизуелно емитување на државно ниво“.

⁴⁷ Мониторинг на медиумска сопственост во Албанија
<http://albania.mom-rsf.org/en/context/law/>

медиумски услуги, каде што детално се уредува сопственоста во терестријалниот радиодифузен сектор.⁴⁸

1. Хоризонтална

- Физичко или правно лице што има удел во трговско друштво имател на национална терестријална дозвола за телевизија (аудиовизуелно емитување) смее да има до 20% сопственост во капиталот на друго трговско друштво имател на национална дозвола за телевизија.
- Физичко или правно лице што има удели во трговско друштво имател на национална терестријална дозвола за радио (аудио емитување) смее да има до 20% сопственост во капиталот на друго трговско друштво имател на национална дозвола за радио.
- За аналогно радио, дозволено е до 10% сопственост во капиталот на трето трговско друштво со покривање на државно ниво. Во овој случај, не е дозволено да поседува дозвола за аудио и аудиовизуелно емитување на регионално или локално ниво.
- Физичко или правно лице што има удели во локално или регионално радио смее да има до 40% удел во капиталот на друго локално или регионално радио.
- Физичко или правно лице што има удели во локална или регионална телевизија смее да има до 40% удел во капиталот на друга локална или регионална телевизија.

2. Вертикална

Законот не содржи одредби што ја ограничуваат интеграцијата на капитал меѓу трговски друштва што работат во областа на рекламирањето, пренесувањето аудиовизуелни услуги или други сектори што се дел од вертикалниот синџир на снабдување. Прашањата за вертикална контрола се уредуваат единствено со Законот за заштита на конкуренцијата, кој важи и за аудиовизуелниот сектор. Сепак, телото за аудиовизуелни медиуми нема јасна задача да работи во оваа област, а *„телото за заштита на конкуренцијата неодамна се произнесе дека не е надлежно да разгледува поплака против аудиовизуелен медиум бидејќи медиумската област е во исклучива надлежност на АМА“*.⁴⁹

3. Дијагонална

Физичко или правно лице со 100% удел во локална или регионална телевизија (аудиовизуелно емитување) може да добие само една дополнителна дозвола за локално или регионално радио и обратно.

Нема други правила што ја ограничуваат интеграцијата меѓу радиодифузни/аудиовизуелни медиумски сервиси и сервиси во други медиумски сектори, како весници или новински агенции.

⁴⁸ Но Член 62, став 11, предвидува дека овие правила „важат и за правни лица овластени за давање аудио програмски услуги и за овластување аудиовизуелни програмски сервиси со поддршка од сателитски мрежи“.

⁴⁹ Дориан Матлија, „Правна проценка: Мониторинг на медиумската сопственост во Албанија“ 2018.
http://albania.mom-rsf.org/uploads/tx_ifrogmom/documents/237.pdf

4. Рекламирање

Член 62, став 12, воведува еден вид праг на аудиовизуелниот радиодифузен пазар и вели дека „ниту еден имател на национални дозволи за аудио емитување и за ... аудиовизуелно емитување, вклучително и ... аудиовизуелни програмски сервиси со поддршка од сателитски мрежи, ... не може да емитува повеќе од 30% од рекламирањето на аудиовизуелниот радиодифузен пазар“. Органот за аудиовизуелни медиуми има овластување да следи и да објавува периодични информации за обемот на рекламирање емитуван од страна на националните даватели на аудиовизуелни медиумски услуги.

Според експертската правна анализа објавена во проектот *Монитор на медиумската сопственост во Албанија*, „законските ограничувања според кои е дозволен само 30% удел во пазарот за реклами не може лесно да се применат во пракса бидејќи законот на наведува како се мери уделот во рекламирањето, дали тој процент се однесува на вредноста на рекламите или на времето на емитување“.⁵⁰

4.3. Хрватска

Според истражувањето на медиумскиот плурализам во Хрватска спроведено во рамки на студијата на МПМ од 2017 година, областа плурализам на пазарот беше оценета со среден ризик: „Телевизијата е најчесто консумиран медиум и странски трговски друштва имаат најголем удел во публиката. Пазарниот удел на четирите главни аудиовизуелни медиуми (вклучително и јавните сервиси) е 96%, додека концентрацијата на публиката на главните четири телевизиски канали е 59%. Пазарниот удел на главните четири медиумски сопственици во разни медиумски пазари е 67%. Има многу сложен механизам за следење на вкрстената медиумска концентрација што вклучува неколку тела со надлежности што се преклопуваат. Друго горливо прашање е комерцијалното и влијанието на медиумските сопственици врз уредувачката содржина. Тоа се одразува или во директното промовирање поволни информации или генерално во отсуство на известување и на критички ставови кон големите огласувачи.“⁵¹

4.3.1. Процедура

Правилата поврзани со медиумската концентрација во разни медиумски сектори во Хрватска се вградени во следните два закони што се меѓусебно поврзани, а и двата ја регулираат

⁵⁰ *Idem.*

⁵¹ Мониторинг на плурализмот во медиумите во Европа: Примена на мониторингот на плурализмот во медиумите 2017 во Европската унија, ПЈРМ, Србија и Турција, Извештај за Хрватска.
https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61133/2018_Croatia_EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

конкуренцијата во аудиовизуелниот медиумски сектор и заштитата на медиумскиот плурализам и разновидност: Закон за медиуми⁵² и Закон за електронски медиуми.⁵³

Транспарентноста на сопственоста се уредува во двата правни акти: сите медиумски издавачи се обврзани да им ги достават на јавните тела потребните податоци за нивното трговско друштво, седиште, имиња и места на престој на сите физички и правни лица што имаат удели (директно или индиректно) во дадените медиуми, како и процентот од вкупниот удел. Медиумските издавачи исто така имаат обврска за редовно ажурирање на информациите за сопственоста. Законите исто така предвидуваат санкции за недоставување информации за сопственоста. Според Законот за медиуми, за намерите за спојување во кој било медиумски сектор исто така треба да се извести Агенцијата за заштита на пазарната конкуренција.

Законот за електронски медиуми ги обврзува радиодифузерите и давателите на медиумски услуги да го известат Советот за електронски медиуми за секоја промена во нивната сопственичка структура. Ако регулаторот утврди дека овие промени довеле до недозволена медиумска концентрација, може да нареди засегнатите медиумски трговски друштва да ја приспособат сопственичката структура на Законот. Непочитувањето на налогот на Советот за електронски медиуми може да доведе до одземање на дозволата. Освен тоа, во текот на постапката за доделување дозволи, Советот за електронски медиуми има обврска да земе предвид дали доделувањето дозвола би создало недозволена концентрација. Овој закон го дефинира и значењето на „поврзани лица“, што се зема предвид при утврдувањето концентрација.

4.3.2. Критериуми

Посебните секторски правилата за ограничувањето медиумска концентрација во аудиовизуелниот сектор се уредени во членовите 54, 59, 60 и 61 од Законот за електронски медиуми:

1. Хоризонтална

- Телевизиски издавач на државно ниво смее да има 25% сопственички удел во капиталот на друг ТВ радиодифузер (на државно, регионално, жупаниско, градско или општинско ниво) и обратно;
- Телевизиски издавач на локално или регионално ниво смее да има до 30% сопственички удел во капиталот на друг телевизиски издавач на локално или регионално ниво во истото подрачје;
- Радио издавач на државно ниво смее да има до 25% сопственички удел во капиталот на друг радио издавач (на државно, регионално, жупаниско, градско или општинско ниво) и обратно;

⁵² Закон за медиуми (Пречистена верзија, „Службен весник на Република Хрватска“ бр. 59/04, 84/11, 81/13)

<https://www.aem.hr/zakonski-akti/> (на хрватски)

https://www.dzs.hr/Eng/important/PressCorner/Zakon%20o%20medijima_EN.pdf (на англиски)

⁵³ Закон за електронски медиуми

<https://www.aem.hr/zakonski-akti/> (на хрватски)

<https://www.epra.org/articles/media-legislation> (на англиски)

- Радио издавач на локално или регионално ниво смее да има до 30% сопственички удел во капиталот на друг радио издавач на локално или регионално ниво во истото подрачје.

2. Вертикална

Трговските друштва што работат во секторот за рекламирање (маркетинг агенции) или физичките лица поврзани со нив (кои имаат повеќе од 10% сопственички удел во нивниот капитал или повеќе од 10% од управувачките или гласачките права) не може да бидат основачи на радио или телевизиски издавачи, ниту пак може да имаат сопственички удели во капиталот на радио или телевизиски издавачи.

Трговските друштва што вршат дејност дистрибуција на аудиовизуелни или радио услуги не може исто така да бидат даватели на телевизиски, радио или други аудиовизуелни медиумски услуги.

3. Дијагонална

Општо земено, Законот за електронски медиуми не дозволува дијагонална интеграција меѓу телевизија и радио. Членот 59 предвидува дека *„поединечен издавач може да врши само медиумска услуга на телевизија или само медиумска услуга на радио“*. Но став 2 од истиот член дозволува исклучок на ова правило. Советот за електронски медиуми може да издаде одобрение за таква интеграција кога телевизиските и радиските медиумски услуги не се емитуваат во истото подрачје.

Има неколку други правила што ја ограничуваат интеграцијата меѓу радиодифузните/ аудиовизуелните медиумски услуги и услугите во други медиумски сектори:

- Радиодифузер на државно ниво смее да има до 10% сопственички удел во капиталот на издавач на дневни весници што се печатат во тираж над 3000 примероци и обратно;
- Радиодифузер на државно ниво смее да има до 10% сопственички удел во капиталот на правно лице што врши дејност на новинска агенција и обратно;
- Радиодифузер на државно ниво не смее истовремено да издава дневен весник што се печати во тираж над 3000 примероци;
- Радиодифузер на регионално или локално ниво не смее истовремено да издава дневен весник со локална важност во истото или во соседно подрачје;
- Давател на медиумски услуги (телевизија или радио) наменети за сателитски, интернет, кабелски или друг вид пренос не смее истовремено да издава дневен весник што се печати во тираж над 3000 примероци;
- Давател на медиумски услуги (телевизија или радио) наменети за сателитски, интернет, кабелски или други вид пренос смее да има до 10% сопственички удел во капиталот на дневен весник што се печати во тираж над 3000 примероци и обратно.

4.4. Црна Гора

Медиумскиот пазар во Црна Гора „нуди плурализам од ставови со пет национални и десет локални ТВ станици, повеќе од 40 радио станици, пет дневни весници и четири значајни новински портали“.⁵⁴ Сепак, бројот на медиуми се смета за релативно висок за население од околу 660.000 жители, што има влијание врз „економската ранливост на повеќето од овие медиуми кои не би преживеале без разна поддршка од државата... и истите им припаѓаат на трговски друштва што се активни и во други економски сектори и можат „да си ги дозволат“ загубите од медиумската гранка на економската групација“.⁵⁵ Повеќето од овие актери не ги мотивира економската одржливост на нивната активност, туку други цели, како на пример влијание врз политичките процеси за одлучување. Затоа има општа проценка дека медиумската сцена е длабоко поделена по политичка линија меѓу некои медиуми што се смета дека се блиски до владата и други блиски до политичките противници. Иако транспарентноста на сопственоста се регулира во законите и податоците за сопственост на аудиовизуелните медиуми редовно ги објавува регулаторот, „има јаз меѓу дадените официјални информации и вистинската сопственост на неколку медиуми ... Агенцијата за електронски медиуми (АЕМ) исто така го признава овој проблем на скриена сопственост и со право објаснува ... дека за да се идентификуваат вистинските сопственици, таа треба да има овластувања за истражување на сопственоста на медиумите до крајниот вистински корисник...“⁵⁶

4.4.1. Процедура⁵⁷

Законот за медиуми,⁵⁸ кој ги уредува основните услови за основање и работа на сите медиуми, содржи само општа одредба дека не се дозволени монополи во областа на медиумите и дека „заштитата од монополи во информирањето се обезбедува со посебни закони“ (Член 5). Овој закон исто така ги обврзува сите медиуми, вклучително и радиодифузерите, да ги објават податоците за „името на медиумот и името или трговското друштво и живеалиштето или седиштето на основачот“ (Член 18).

Транспарентноста на сопственоста и медиумската концентрација во црногорскиот аудиовизуелен медиумски сектор детално се регулираат во Законот за електронски медиуми.⁵⁹ Давателите на аудиовизуелни медиумски услуги се обврзани да го известат регулаторот, АЕМ,

⁵⁴ Мониторинг на плурализмот во медиумите 2016, Мониторинг на ризиците за медиумскиот плурализам во ЕУ и пошироко, Извештај за Црна Гора.

<https://cmpf.eu.eu/media-pluralism-monitor/mpm-2016-results/montenegro/>

⁵⁵ Совет на Европа/Европска унија, „Истражување за медиумскиот сектор во Црна Гора со препораки за усогласување со стандардите на Советот на Европа и Европската унија“, 29 декември 2017, стр. 79.

<https://rm.coe.int/montenegro-media-sector-inquiry-with-the-council-of-europe-and-europea/16807b4dd0>

⁵⁶ *Idem*, стр. 75.

⁵⁷ Во времето на пишување на оваа анализа, во тек беше нова процедура за измена и дополнување на медиумското законодавство во Црна Гора. Особено за новиот Закон за медиуми измените и дополнувањата веќе беа усвоени од страна на Владата во декември 2019 и парламентарната дискусија беше стопирана поради пандемијата со КОВИД-19, а се изготвува и нов Закон за аудиовизуелни медиумски услуги што ќе го замени тековниот Закон за електронски медиуми. Овој процес се одвива со поддршка на Акцијата за слобода на изразување и слобода на медиумите (JUFREX) во Црна Гора.

⁵⁸ Закон за медиуми

<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2018/06/Media-Law-30.06.2004.pdf> (на англиски)

⁵⁹ Законот за електронски медиуми („Службен весник на Црна Гора“ бр. 046/10 од 6 август 2010, 040/11 од 8 август 2011, 053/11 од 11 ноември 2011, 006/13 од 31 јануари 2013, 055/16 од 17 август 2016)

<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2011/11/Electronic-Media-Low-17.08.2016.pdf> (на англиски)

за сите промени во нивната сопственичка структура, за сопственичкиот удел, како и за уделот на нивните сопственици во други даватели на аудиовизуелни медиумски услуги. Регулаторот има обврска да ги објави тие податоци во „Службен весник на Црна Гора“ (Член 129). Понатаму, давателите на услуги имаат обврска да го известат регулаторот на писмено за сите промени во нивната сопственичка структура, а за промените во сопственичката структура за удел над 10% да добијат претходно писмено одобрение. Домашни трговски друштва чии основачи се странски правни лица основани во земји каде што не е можно да се утврди потеклото на основачкиот капитал, не се квалификуваат за доделување лиценца (Член 135). Регулаторот може да ја одземе дозволата, привремено или постојано, ако давателот на услуги не ги почитува одредбите од законот со кои се уредува недозволената медиумска концентрација.

Агенцијата не доделува дозвола ако тоа води до незаконска медиумска концентрација. Барателот на дозвола за таа цел има обврска да поднесе заверена изјава, но ако Агенцијата сепак утврди дека по доделувањето дозвола би дошло до незаконска медиумска концентрација, таа ќе му нареди на радиодифузерот да ги отстрани неправилностите во рок од три месеци. Во спротивно, Агенцијата му ја одзема дозволата (Член 134).

4.4.2. Критериуми

Член 131 и 132 од Законот за електронски медиуми ги дефинираат видовите медиумска концентрација што се законски дозволени во Црна Гора:

1. Хоризонтална

- Радиодифузер (телевизиски или радио) што има дозвола на државно смее да има до 25% сопственички удел во капиталот или гласачките права во капиталот на друг радиодифузер на државно ниво;
- Радиодифузер (телевизиски или радио) со дозвола на локално или регионално ниво смее да има до 30% сопственички удел во основачкиот капитал на друг регионален или локален радиодифузер на истото подрачје.

2. Дијагонална

- Радиодифузер (телевизиски или радио) смее да има до 10% сопственички удел во капиталот на трговско друштво што издава дневен печатен медиум со тираж над 3000 примероци или обратно;
- Радиодифузер (телевизиски или радио) смее да има до 10% сопственички удел во капиталот на трговско друштво што врши дејност на новинска агенција или обратно;
- Радиодифузер (телевизиски или радио) не смее истовремено да издава дневен весник со тираж над 3000 примероци;
- Радиодифузер (телевизиски или радио) не смее истовремено да издава локален дневен весник (на истото или соседни подрачја);
- Радиодифузер (освен националниот јавен радиодифузер) не смее на истото подрачје да емитува повеќе од една телевизиска и една радио програма.

4.5. Србија

Медиумскиот пазар во Србија е многу фрагментиран. Во службениот Регистар на медиуми има 2000 регистрирани медиуми, над 800 печатени изданија, над 300 радио станици, над 200 ТВ канали и 600 онлајн медиуми⁶⁰. Просечната годишна пазарна вредност на рекламирањето се оценува на околу 197 милиони евра, што не е доволно да се поддржи економскиот опстанок на сите активни медиуми. Државата сè уште има значајно влијание на медиумскиот пазар бидејќи продолжува да ги контролира медиумите преку директна сопственост и преку разни модели на државно финансирање.⁶¹ Тешко е да се најдат релевантни податоци за радискиот и телевизискиот пазар, како и за пазарниот удел на најголемите четири телевизиски или радио сопственици на соодветните медиумски пазари. Индексот на медиумска одржливост објавен од IREX во 2017 година покренала прашања за концентрацијата на медиумската сопственост во земјата и предупреди дека различните прописи за електронските и печатените медиуми може да претставуваат значителен фактор на ризик и нагласи дека и Агенцијата за заштита на конкуренцијата и Регулаторното тело за електронски медиуми досега не работат соодветно на медиумската концентрација.⁶² Во 2019 година, истата студија нагласи дека „Постои плурализам на достапни јавни и приватни извори на вести (на пр. печат, емитување, интернет) ... медиумската сопственост не е концентрирана во мал број конгломерати“.⁶³

4.4.1. Процедура

Медиумската сопственост и медиумската концентрација во Србија се регулираат со два закони: Законот за јавно информирање и медиуми⁶⁴ и Законот за електронски медиуми.⁶⁵

Законот за јавно информирање и медиуми предвидува дека секаков вид монопол во областа на јавното информирање се забранува за да се заштитат конкуренцијата и разновидноста на идеи и мислења (Член 6), се гарантира општо начело на транспарентност на информации за медиумите (Член 7) и се наметнува обврска (Член 34-44) сите видови медиуми, вклучително и радио и телевизија, да објават импресум и да достават разни податоци во соодветниот Регистар на медиуми (име на медиумот, име и седиште на издавачот, сопственичка структура итн.). Глава VII од овој закон се однесува на заштитата на плурализмот во печатот (дневните весници) и во аудиовизуелниот сектор. За аудиовизуелниот сектор се воведува праг за утврдување прекумерно влијание на два или повеќе даватели на услуги врз јавното мислење: нивниот збиен удел не е дозволено да надминува 35% од вкупниот број на слушатели (радио) или гледачи (телевизија) на подрачјето што го покриваат во годината пред спојувањето (Член 45). Медиумската концентрација меѓу дневни весници и аудиовизуелниот сектор исто така е

⁶⁰ Мониторингот за медиумска сопственост во Србија го спроведе локален истражувачки тим од Балканската истражувачка репортерска мрежа (БИРН), во соработка со Репортери без граници (RSF).

<http://serbia.mom-rsf.org/en/findings/transparency/>

⁶¹ *Idem*.

⁶² Индекс на одржливост за Србија од IREX за 2017 <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2017-serbia.pdf>

⁶³ Индекс на одржливост за Србија од IREX за 2019.

<https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-serbia.pdf>

⁶⁴ Закон за јавно информирање и медиуми

<http://www.rem.rs/uploads/files/Zakoni/Zakon%20o%20javnom%20informisanju%20i%20medijima.pdf> (на српски)

⁶⁵ Закон за електронски медиуми

<http://www.rem.rs/uploads/files/Zakoni/Zakon%20o%20elektronskim%20medijima.pdf> (на српски)

ограничена, а на трговските друштва за дистрибуција им е дозволено да вршат издавачка дејност, но само преку поврзан правен субјект (Член 46). Постоенето ризик за медиумскиот плурализам за печатените медиуми го утврдува Министерството за култура и информации, а во случај на вкрстено преземање со најмалку еден електронски медиум, одговорна институција е Регулаторното тело за електронски медиуми (Член 47).

Законот за електронски медиуми ги утврдува условите под кои едно физичко или правно лице може да добие дозвола, како и правните обврски на давателите на тие услуги во однос на програмите, техничките и другите услови. Барателот на терестријална дозвола за радиодифузија има обврска да обезбеди и информации за сопственичката структура на капиталот на барателот, вклучително и информации за правното или физичкото лице што директно или индиректно учествува во неговата сопственичка структура (Член 95). Регулаторот не издава дозвола ако тоа ги нарушува правилата за медиумски плурализам (Член 104). Освен тоа, тој може да ја одземе дозволата за аудио или аудиовизуелни медиумски услуги ако утврди дека давателот на медиумски услуги дал неточни информации во барањето за дозвола или ако утврди дека давателот ги прекршил одредбите за заштита на медиумскиот плурализам (Член 89).

Законот за електронски медиуми има посебна глава за заштита на медиумскиот плурализам (Член 103-106). Овие одредби се комплементарни на правилата за медиумска концентрација од Законот за јавно информирање и медиуми и ја уредуваат постапката што треба да ја спроведе регулаторот кога работи на предмети за спојувања во аудиовизуелниот сектор или за вкрстени преземања. Ако регулаторот утврди постоење на нарушување на медиумскиот плурализам, тој бара од давателот на медиумски услуги да ја приспособи својата активност со законот во рок од шест месеци и да достави докази за тоа (Член 103). Давателите на услуги треба однапред да го информираат регулаторот за намерата да направат промени во сопственичката структура, а регулаторот ќе ги испита планираните промени и ако утврди дека тие може да доведат до нарушување на правилата, ќе му препорача на имателот на дозволата да ги приспособи промените на начин што ќе ја избегне таа ситуација. Ако лиценцираниот субјект не ја испочитува препораката, Регулаторот му ја одзема дозволата (Член 105).

4.5.2. Критериуми

Критериумите за ограничување на медиумската концентрација во Србија претежно се утврдени во Глава VII од Законот за јавно информирање и медиуми и го вклучуваат следното:

1. Вертикална

На трговските друштва за дистрибуција им е дозволено да вршат аудиовизуелна дејност само индиректно, преку поврзан правен субјект (Член 46). Законот не содржи одредби што ја ограничуваат интеграцијата на капитал меѓу трговски друштва што работат во областа на рекламирањето или во други области што се дел од синџирот на снабдување.

2. Дијагонална

На давателите на медиумски услуги им е дозволено да имаат до 50% сопственички удел во капиталот на трговско друштво што издава дневен печатен медиум со тираж над 50.000 примероци или обратно.

Интегрирањето на капиталот меѓу радио и телевизиските сектори не е ограничено.

3. Публика

Член 45 од Законот за јавни информации и медиуми утврдува праг за мерење на несоодветното влијание на два или повеќе даватели на аудио или аудиовизуелни медиумски сервиси врз јавното мислење: збирниот удел не е дозволено да надминува 35% од слушателите (за радио) или гледачите (телевизија) на подрачјето што се покрива во годината пред спојувањето (Член 45).

5. Анализа на законската рамка и проценка на практичните аспекти на нејзиното спроведување

Овој дел од студијата ги анализира релевантните одредби од законската рамка во однос на медиумската сопственост и ја опишува тековната состојба на аудиовизуелниот пазар во однос на интеграцијата на капиталот, поведените постапки од страна на регулаторното тело за откривање незаконски облици на концентрација во текот на 2018 и 2019 година и се резимираат ставовите⁶⁶ на разни чинители за тековните проблеми во аудиовизуелниот сектор во однос на транспарентноста на медиумската сопственост и правилата за медиумска концентрација. Мислењата и предлозите на интервјуираните чинители за насоката во која треба да се изменат постојните законски одредби се дадени на крајот од оваа глава.

5.1. Анализа на законите

Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (во понатамошниот текст „Законот“)⁶⁷ меѓу задачите на регулаторното тело за медиуми (Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, во понатамошниот текст „Агенцијата“) наведува:

- *„се грижи за заштита и развој на плурализмот на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги, охрабрува и поддржува постоење на разновидни, независни и самостојни аудио и аудиовизуелни медиумски услуги“*
- *и особено „утврдува постоење на недозволена медиумска концентрација“ (Член 6).*

Член 18 од Законот, кој ги уредува детално надлежностите на Советот на Агенцијата, предвидува неколку надлежности што може да се извршат за да се спречи нелегална концентрација, како на пример, донесување одлуки:

- *„за доделување, одземање или продолжување дозволи за телевизиско или радио емитување;*
- *за дозволување, односно забранување на промена во сопственичката структура на радиодифузер;*
- *за поништување на одлуката со која е дозволена промена во сопственичката структура на радиодифузер;*
- *за поведување постапка за утврдување на постоење на недозволена медиумска концентрација, по службена должност;*
- *за утврдување постоење на недозволена медиумска концентрација“.*

⁶⁶ За целите на оваа студија беа спроведени десет интервјуа со претставници на медиумската индустрија, телекомуникацискиот сектор, невладините организации и регулаторните тела. За да се обезбеди отвореност во комуникацијата и доверливост на личните податоци, сите интервјуа беа спроведени анонимно.

⁶⁷ Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 184/2013, 13/2014, 44/2014, 101/2014, 132/2014, 142/2016, 132/2017, 168/2018, 248/2018 и 27/2019 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 42/2020).

Одредбите во однос на ограничувањето медиумска концентрација се наоѓаат во Глава IV од Законот („Заштита на плурализмот и разновидноста на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги“), во Член 34 и 43.

Овие одредби може да се категоризираат на следниот начин:

- забрана за таен содружник (Член 34);
- забрана за учество на странско лице ако не е дозволено или не е можно да се утврди потеклото на основачкиот капитал (Член 35);
- правила за сопственост од поврзани лица, т.е. правни или физички лица поврзани преку управувачката структура на давател на медиумски услуги (Член 36);
- правила за хоризонтална и географска концентрација (Член 37);
- забрана за стекнување сопственост на дадени правни или физички лица: политички партии, државни органи, органи на државна управа, јавни претпријатија, единици на локална самоуправа, носители на јавни функции и членовите на нивните семејства (Член 38);
- правила за вертикална и дијагонална концентрација (Член 39);
- правила за промена на сопственичката структура на давателите на медиумски услуги (Член 41 и 42);
- процедурални правила за утврдување недозволена медиумска концентрација (Членови 40 и 43).

Законот се чини многу строг во однос на медиумската концентрација бидејќи комбинира забрани или ограничувања за хоризонтална, вертикална, дијагонална и географска концентрација. Но, примерите покажаа дека овие ограничувања ретко се комбинираат и законодавецот попрво бира од разните можности, зависно од домашниот контекст. Некои земји, како Германија на пример, дури и се потпираат на само еден критериум (публика) за мерење на медиумската концентрација.

Овие ограничувања варираат по интензитет, но нивната вкупна важност е спорна на еден мал и моментално фрагментиран пазар каде што потенцијалните приходи за давателите на медиумски услуги се доста ниски и каде што може да е неопходна економија од обем за да се постигне одржливост на актерите на пазарот.

Законот не е јасен кај некои одредби. На пример, Член 39 (2) алинеја 7 вели дека недозволена медиумска концентрација постои кога радиодифузерот „истовремено емитува радио и телевизиска програма“. Иако оваа одредба се однесува на истовремено емитување радио и телевизиски услуги, може да создаде забуна и да се толкува дека забранува вкрстена сопственост меѓу телевизија и радио, и покрај тоа што во Член 37 нема изрична забрана за концентрација на капитал меѓу радио и телевизија. Никаде во Европа нема целосна забрана на вкрстена сопственост меѓу телевизија и радио, освен на многу големи пазари, како Франција на пример.

Понатаму, Член 39 (2) алинеја 2 вели дека постои недозволена медиумска концентрација кога радиодифузер „учествува во основачкиот капитал на издавач на печатен медиум кој издава дневен весник или новинска агенција“ (целосна забрана), додека Член 39 (2) алинеја 8 вели дека

постои недозволена медиумска концентрација кога радиодифузер „емитува радио или телевизиска програма и издава дневен весник што се дистрибуира на подрачјето на кое се емитува радио или телевизиската програма“ (само географска забрана).

Уште една нејасна одредба има во Член 37 (2), според која „Физичко или правно лице кое е мнозински содружник или акционер во радиодифузер кој има дозвола за обезбедување телевизиско емитување на државно ниво, како и поврзано лице со содружник или акционер во радиодифузер кој има дозвола за обезбедување на телевизиско емитување на државно ниво може да биде мнозински содружник или мнозински акционер, односно да учествува во сопственоста на најмногу уште еден радиодифузер кој има дозвола за вршење радиодифузна дејност за телевизиско емитување на регионално ниво при што подрачјата не се соседски, и најмногу уште во два радиодифузери кои имаат дозвола за обезбедување телевизиско емитување на локално ниво, при што подрачјата на локално ниво не се соседски“. Се чини дека сопственоста на регионален радиодифузер од национален радиодифузер е дозволена со првиот дел на оваа одредба, а забранета со вториот дел од одредбата бидејќи национален радиодифузер по дефиниција ги покрива сите подрачја во државата. Законот некогаш содржи мерки за географска концентрација што може да бидат контрапродуктивни во однос на плурализмот. На пример, ако некој радиодифузер сака да почне со нов регионален или локален сервис, но тоа му е забрането бидејќи веќе го има достигнато прагот утврден во Член 37 (2), тоа може да попречи основање на нови сервиси што може да придонесат за плурализмот и разновидноста во понудата. Друг пример е радиодифузер што се соочува со тешка финансиска ситуација и може да се спаси со спојување со друг радиодифузер, но тоа спојување може да е недозволено поради ограничувањата во Член 37. Тоа може да доведе до затворање на тој радиодифузер наместо да опстане преку создавање заеднички интерес со друг радиодифузер.

Примената на овие правила дополнително се усложнува со нејасните одредби на Член 36 чиј текст дефинира случаи кога се создава медиумска концентрација преку поврзани лица. Освен првиот став и првите две алинеи од вториот став, сите други одредби од овој член се многу нејасно дефинирани и не може дури ни хипотетички да се замислат ситуации каде што би се создала недозволена концентрација преку поврзаните лица. Од друга страна, некои од овие алинеи (алинеја 3 и 4, кои предвидуваат праг од најмалку 25% од гласачките права) дури и се контрадикторни со одредбите предвидени во Член 39, став 2, каде што сосема се забранува учеството во сопственоста на извесни правни лица.

Правилата за транспарентност на сите медиумски издавачи⁶⁸ се детално дефинирани во Член 14 и 15 од друг акт, односно Законот за медиуми.⁶⁹

Прво, радиодифузерите, како и сите други издавачи на медиуми, се обврзани да ги објават следните податоци на почетокот или на крајот на аудио/аудиовизуелните програми: назив и адреса на седиштето и уредништвото, име на одговорното лице, како и име и презиме на

⁶⁸ Член 2 (1) точка 4 од Законот за медиуми го дефинира издавачот на медиум како „физичко или правно лице кое врши дејност на издавање печатен медиум, електронски публикации или емитување на радио и телевизиски програми (радиодифузери)“.

⁶⁹ Закон за медиуми („Службен весник на Република Македонија“ бр. 184/2013 и 13/2014). <https://avmu.mk/en/legislation/domestic-legislation/laws/>

одговорниот уредник и другите уредници во внатрешната организација „Член 14 (1), алинеја 1, 2 и 3).

Второ, радиодифузерите се обврзани да достават разни податоци до Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги еднаш годишно, најдоцна до 31 март во тековната година (Член 15 (1), алинеја 1, 2, 3, 4 и 5). Тие податоци се пополнуваат на посебен образец пропишан од страна на Агенцијата и треба да ги има следните информации:

- *„сопственичката структура, односно податоци за називот и седиштето на правните лица или името и местото на престојување на физичките лица кои се сопственици на акции или на удел кај издавачот на медиумот, со податоци за процентот на акциите или уделот кој го стекнале и датумот на стекнување;*
- *податоци за одговорниот уредник/уредници;*
- *податоци за изворите на финансирање на радиодифузерот во претходната година (реклами, спонзорство, продажба на содржини, услуги обезбедени на трети страни и слично);*
- *податоци за остварените вкупни приходи и расходи на радиодифузерот во претходната година од обезбедувањето на дејноста; и*
- *податоци за просечната гледаност или слушаност на радиодифузерот во претходната година“.*

Трето, радиодифузерите се должни да објават дел од овие податоци (од првите три алинеи од Член 15) *„на сопствената програма, најмалку трипати годишно, во ударни термини и снимката од објавата да му ја достават на надлежното регулаторно тело во рок од 15 дена од денот на објавувањето на начин пропишан од страна на надлежното регулаторно тело“.* Треба да се забележи дека последнава обврска се чини застарена и претставува товар за радиодифузерите бидејќи тие податоци редовно се објавуваат и ажурираат од страна на Агенцијата на нејзиниот вебсајт.

На крај, Законот за медиуми исто така предвидува дека *„прописите за заштита на конкуренцијата ... соодветно се применуваат на издавачите на медиуми“* (Член 16).

5.2. Видови интеграција на капитал и практики на актерите на пазарот

5.2.1. Хоризонтална интеграција и практики

Член 37 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги содржи доста рестриктивни правила во однос на концентрацијата на сопственост меѓу радиодифузери на истиот релевантен пазар - телевизија или радио. На пример, истото (физичко или правно) лице што е сопственик на радиодифузер кој има дозвола за телевизиско емитување на државно ниво може да има до 50% од сопственичкиот капитал на најмногу една телевизија на државно ниво, најмногу една регионална телевизија и најмногу две локални телевизиски станици на несоседни подрачја. Понатаму, лице кое е сопственик на регионална телевизија може да биде мнозински акционер

во најмногу една регионална телевизија од несоседен регион и најмногу две локални телевизии (на несоседни подрачја). И трето, лице кое е сопственик на локална телевизиска станица може да има мнозински удел во две други локални телевизиски станици на несоседни подрачја. Истото важи за радискиот пазар.

На крајот на април 2020, на телевизискиот пазар работеле вкупно 47 ТВ станици, од кои 11 на државно, 17 на регионално и 19 на локално ниво. Од податоците објавени од Агенцијата,⁷⁰ има само два утврдени случаи на хоризонтална интеграција на капитал, и тоа: (1) *TV Shenja* телевизиска станица на државно ниво со дозвола за кабелска дистрибуција и *TV Era*, регионална телевизија од регионот Скопје со дозвола за дигитално терестријално емитување;⁷¹ и (2) *TV Polog*, регионална телевизиска станица во Полошкиот Регион (Тетово и Гостивар) со дозвола за кабелска дистрибуција и *TV Uskana Media*, локална ТВ станица од градот Кичево, исто така со дозвола за кабелска дистрибуција.⁷²

На радискиот пазар, имало вкупно 65 комерцијални радио станици од кои 4 на државно, 16 на регионално и 45 на локално ниво. Утврден е само еден случај на хоризонтална интеграција, меѓу Метрополис Радио, кое емитува на државно ниво и Сити Радио, кое емитува во регионот на Скопје.⁷³

Самите интервјуирани актери се согласуваат дека нема доминантни индивидуални сопственици, ниту формално поврзани радиодифузни трговски друштва со прекумерно влијание на дадени релевантни пазари - телевизија и радио. Во тој поглед не беше изразена загриженост. Дури и напротив, генералниот став е дека има преголема фрагментација што спречува економски издржано работење и професионализација на дејноста.

Сепак, некои интервјуирани лица укажаа на проблем во сопственичката шема на терестријалните телевизии на државно ниво што постојат долго време и кои се идентификувани во претходни анализи на медиумската политика. Зад најголемите и највлијателни ТВ станици има само домашни физички или правни лица што имаат други бизниси и за кои телевизијата е само инструмент за постигнување на нивните политички и деловни интереси. Ниту една комерцијална терестријална ТВ станица на државно ниво не е во сопственост на медиумско трговско друштво чија регистрирана претежна дејност се медиумите и „тоа што сопствениците на медиуми имаат други активности што зависат од извршната власт ги прави поподатливи на притисоци, самоцензура и одржување клиентелистички односи со елитите“.⁷⁴ Оваа сопственичка шема во голема мера влијае на пазарното однесување и уредувачката политика на овие медиуми, што беше јасно видливо изминатите години. Уредничката склоност на некои од овие ТВ станици зависи од политичката припадност на

⁷⁰ Радиодифузери

<https://avmu.mk/en/broadcasters/>

⁷¹ Овие две ТВ станици се во сопственост на правното лице Друштво за трговија и услуги МЕДИА ВОРЛД НЕВС ДООЕЛ Скопје.

⁷² Двете ТВ станици се во сопственост на физичкото лице Мунир Мехдиу.

⁷³ Физичкото лице Дарко Гелев се јавува како сопственик на двете радио станици, во Сити Радио има удел од 100%, а во Метрополис радио уделот му е 50,04%.

⁷⁴ „Сопственички и финансиски модели на највлијателните ТВ-каналы во Македонија, во Хрватска и во Словенија“, Македонски институт за медиуми, Скопје 2017, стр. 5.

<https://mim.org.mk/en/research/1035-analysis-ownership-and-financial-models-of-the-most-influential-tv-channels-in-macedonia-croatia-and-slovenia>

нивните сопственици, која многу често ги следи промените во власта. Од друга страна, кога станува збор за деловните интереси на сопствениците или трговските друштва зад телевизијата, тие теми воопшто не се предмет на новинарско известување.

Во 2019 година е забележано „координирано“ однесување од здружението на терестријални телевизији на државно ниво во обид да си ги заштитат деловните интереси на ТВ пазарот. Според неколку интервјуирани чинители, тие ја злоупотребуваат својата влијателна положба на пазарот да извршат своевиден „притисок“ врз политичарите на власт за да си ги исполнат целите. Еден таков пример беше притисокот врз Владата⁷⁵ да ги измени одредбите на Законот за да им се наметне обврска на електронските комуникациски мрежи да достават правен доказ дека странските канали што ги пренесуваат ги почитуваат авторските права за сета содржина на своите програмски сервиси⁷⁶. Имаше слични забелешки за однесувањето на националните телевизији во однос на наводниот бојкот на изјавите на државните службени лица во текот на здравствената криза во април и мај 2020, иако претставниците на овие телевизији јавно го одрекоа тоа.⁷⁷ Целта на притисокот врз Владата, според реакциите на кабелските оператори, била таа да усвои уредба според која овие пет телевизији би добиле финансиска поддршка, а поддршката да ја обезбедат кабелските оператори.⁷⁸

5.2.2. Вертикална интеграција и практики

Член 39 од Законот предвидува дека следните активности во вертикалниот синџир на снабдување се неспоиви со радиодифузијата: рекламирање и маркетинг, дистрибуција на аудиовизуелни дела, филмска продукција, истражување на пазарот и јавното мислење, и емитување радио/телевизиски програми преку електронски комуникациски мрежи. Тоа подразбира дека радиодифузерот не смее да биде поврзан, преку директна или индиректна сопственост, со трговски друштва што ги вршат овие активности. Формално, нема утврдени случаи на таква интеграција на капитал, но до регулаторот се поднесени извесни поплаки за наводна скриена вертикална медиумска концентрација.

Изминатите две години Агенцијата по службена должност поведе неколку постапки за утврдување скриена вертикална концентрација. Во 2018 година, на пример, беа поведени вкупно пет постапки.⁷⁹ Две беа поврзани со концентрацијата меѓу радиодифузер и електронска комуникациска мрежа. Во првиот случај, локалната радио станица “ТРД Ендзелс ФМ ДОО Штип” била поврзана преку физичко лице со кабелскиот оператор “ТВ РОБИ ДОО Штип”. Физичкото лице се повлекло од сопственоста на локалното радио со што причините за постоење на недозволена медиумска концентрација биле отстранети и Агенцијата ја сопрела постапката. Во

⁷⁵ „Тивок бојкот на владата, националните телевизији во вестите не објавуваат изјави на министрите“, *IRL*, 23 јануари 2020.

<https://irl.mk/tivok-bokot-na-vladata-natsionalnite-televiziji-vo-vestite-ne-obavuvaaat-izavi-na-ministrите/>

⁷⁶ „Национални телевизији против операторите: Кој пиратира, а кој уценува?“ *Deutsche Welle*, 27 февруари 2020.

<https://www.dw.com/mk/nacionalni-televizii-protiv-operatorite-koj-piratira-a-koj-ucenuva/a-52549489>

⁷⁷ „Бојкот на петте национални телевизији – АВМУ ја следи состојбата“ ТВ 24 Вести, 24 април 2020.

<https://www.24.mk/details/bojkot-na-pette-nacionalni-televizii-avmu-ja-sledi-sostojbata>

⁷⁸ „Кабелските оператори ќе ги зголемат цените ако Владата им наложи да финансираат Фонд за помош на телевизиите“, *SDK.MK*, 14 мај 2020.

<https://sdk.mk/index.php/makedonija/kabelskite-operatori-ke-gi-zgolemat-tsenite-ako-vladata-im-nalozhi-da-polnat-fond-za-pomosh-na-televiziите/>

⁷⁹ „Извештај за медиумска сопственост (со промените во сопственоста и медиумската концентрација во 2018 година)“.

<https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/06/REPORT-ON-MEDIA-OWNERSHIP.pdf>

вториот случај, ТВ станицата на државно ниво со дозвола за кабелско реемитување “ТРД 24 ВЕСТИ ДООЕЛ Штип” се чинело дека е поврзана со кабелскиот оператор „РОБИ ДООЕЛ Штип“. Во овој случај, Агенцијата заклучила дека собраната документација не обезбедила релевантни материјални докази дека има недозволена медиумска концентрација и решила да ја прекине постапката.

Две постапки во 2018 година биле поведени за незаконска концентрација на сопственост меѓу радиодифузери и трговски друштва за филмска продукција⁸⁰ и една за концентрација меѓу радиодифузер и трговско друштво што врши дејност рекламирање и маркетинг⁸¹. Сите три постапки биле решени бидејќи правните лица ги отстраниле причините за недозволена концентрација. Во текот на 2019 година, Агенцијата утврдила уште еден случај на недозволена концентрација меѓу локален радиодифузер и трговско друштво за филмска продукција⁸². По поведената постапка, радиодифузерот ги исполнил правните одредби.

Според интервјуираните претставници на медиумската индустрија, моментално единствениот проблем е скриената медиумска концентрација меѓу еден радиодифузер и една кабелска мрежа. Нивно мислење е дека иако регулаторот повел неколку постапки, на крај не успеал да го реши овој случај на недозволена концентрација.

5.2.3. Дијагонална интеграција

Член 39 од Законот предвидува ограничување на интеграцијата на капитал меѓу печатените медиуми и радиодифузерите. Лице кое е основач на радио или телевизиска станица не смее да биде основач на дневен весник што се дистрибуира во исто подрачје каде што се емитува радио и/или телевизиската програма, ниту пак на новинска агенција. Во однос на концентрацијата на капитал меѓу телевизија и радио, Законот моментално е нејасен како што објаснивме подетално погоре.

На крајот на април 2020 година, утврден е само еден случај на интеграција на капитал меѓу радиодифузери: тоа е случајот на „Наша ТВ“, телевизиска станица со дозвола за сателитско емитување и регионалната радио станица „РФМ ДООЕЛ“ од Скопје. И двата медиуми се во сопственост на истото лице.⁸³

Во спроведените интервјуа имаше единствен став дека ограничувањето меѓу радиодифузерите и дневните весници треба да се отстрани бидејќи интеграцијата на капиталот во овие две дејности би можела да помогне во развојот на дневните весници кои речиси исчезнале.

⁸⁰ Првиот случај е меѓу „ТРД АЛФА ТВ ДОО Скопје“ и „Друштвото за производство, трговија, транспорт и услуги „ПРОДУКЦИЈА ЕФТОВ ВАСКО ДОО Скопје“, а вториот меѓу правното лице кое било сопственик на „ТРД Визија БМ-ТВ КАНАЛ ВИЗИЈА ДОО Прилеп“ и Друштвото за производство, маркетинг и услуги „АРТ КОМУНИКЕЈШН Доо Прилеп“.

⁸¹ Меѓу „СУПЕР РАДИО Охрид Доо“ и Друштвото за производство, трговија и услуги „ФИЛМ ПРОДУКЦИЈА 2018 Доо Охрид“.

⁸² Меѓу основачот на Радио Свети Николе и трговско друштво за филмска продукција.

⁸³ Извор: Регистар на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

<https://avmu.mk/radiodifuzeri-mk/>

5.3. Транспарентност на сопственоста и изворите на финансирање

Законот за Медиуми содржи неколку одредби што ги обврзуваат радиодифузерите да обезбедат јавни информации и податоци за нивната сопственост и дејност: преку доставување низа податоци до регулаторното тело еднаш годишно (Член 15, став 1) и преку објавување релевантни податоци на нивните програми трипати годишно (Член 15, став 3). Агенцијата редовно го следи спроведувањето на овие одредби и последниве години речиси сите радиодифузери редовно ги поднесуваат и објавуваат податоците за сопственоста, дејноста и финансирањето. Така, во 2019 година само неколку радиодифузери биле предупредени од страна на Агенцијата и по укажувањето на регулаторот, сите ги исполниле обврските.⁸⁴

Понатаму, самиот регулатор ги објавува и редовно ги ажурира на својот вебсајт податоците за сопственичката структура, седиштето, управните тела и низа други информации за радиодифузерите. Од јуни 2019, Агенцијата почнала да објавува посебни извештаи со детални информации за правните одредби, сопственичката структура на радиодифузерите и поведените постапки за недозволена медиумска концентрација.⁸⁵ Исто така, податоците за сопственоста и финансирањето на радиодифузерите редовно се објавуваат во годишните извештаи на Агенцијата и во годишните анализи на пазарот за радиодифузија.⁸⁶

Во спроведените интервјуа се потврди дека нема проблем со објавувањето податоци и транспарентноста на сопственоста за речиси сите радиодифузери. Сепак, и во интервјуата и во истражувањата објавени досега на оваа тема, има заклучок дека транспарентноста на сопственоста најчесто формално ги задоволува правните услови, но во пракса има сомнежи за скриена сопственост и врски со владејачките елити, особено кога станува збор за највлијателните медиуми.⁸⁷

Во 2019 година, Централниот регистар објави формирање т.н. Регистар на вистински сопственици што произлегува од одредбите на Законот за спречување пари и финансирање тероризам⁸⁸. Во овој регистар, освен директните сопственици, треба да се заведат и сите други физички лица кои индиректно имаат удели или на друг начин ја контролираат работата на трговските друштва. Основањето на овој регистар се очекува да му помогне на регулаторното тело во откривањето случаи на недозволена медиумска концентрација.

⁸⁴ Годишен извештај на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во 2019.

<https://avmu.mk/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8-%D0%B8-%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D0%B8-%D0%B7%D0%B0-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0/>

⁸⁵ „Извештај за медиумската сопственост (со промените во сопственоста и медиумската концентрација во 2018 година)“.

<https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/06/REPORT-ON-MEDIA-OWNERSHIP.pdf>

⁸⁶ <https://avmu.mk/en/economic-analyses/>

⁸⁷ „Сопственички и финансиски модели на највлијателните ТВ-каналы во Македонија, во Хрватска и во Словенија“, Македонски институт за медиуми, Скопје, 2017, стр. 6.

<https://mim.org.mk/en/research/1035-analysis-ownership-and-financial-models-of-the-most-influential-tv-channels-in-macedonia-croatia-and-slovenia>

⁸⁸ Закон за спречување перење пари и финансирање тероризам (Службен весник на Република Македонија“ бр. 120/18)

5.4. Ставови и мислења за идните правила за концентрација на медиумската сопственост

5.4.1. Општи ставови за актуелните правила

Од интервјуата спроведени за оваа анализа може да се заклучи дека одредбите во законодавството за медиуми веќе не одговараат на промените во технолошкото и пазарното опкружување и потребна е сеопфатна дебата за нужните промени во двата релевантни закони, Законот за медиуми и Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Ова особено важи за одредбите со кои се уредува заштитата на плурализмот и правилата за концентрација на медиумската сопственост. На пример, радиодифузерите сериозно размислуваат за потребата за вложување во други медиумски сектори, но им се чини дека постојните правни ограничувања им ги спречуваат плановите за деловен развој.

И невладините експерти и претставниците од медиумскиот сектор сметаат дека треба да се отвори дискусија за добро дефинирана регулаторна политика што ги зема предвид и развојот на новите технологии и заштитата на плурализмот. Тие ја нагласуваат потребата да се изготви сеопфатен стратегиски документ што ќе одговори на прашањето во која насока треба да се развиваат разните медиумски сектори, а да се сочува медиумскиот плурализам и разновидноста на содржината. Особено во радиодифузниот сектор треба да се внимава регулаторот да има обврска да се грижи за квалитетот на програмите, а не само за медиумскиот плурализам како бројка. Се нагласува и дека плурализмот како регулаторна цел досега е главно декларативен бидејќи ниту еден медиум не може да работи со добивка во така фрагментирано пазарно опкружување.

Има општа согласност дека актуелните правни одредби биле премногу ограничувачки и одвратиле трговски друштва во аудиовизуелниот медиумски сектор од намерите да ги спојат и консолидираат своите дејности за да постигнат економска профитабилност, но и да ги подигнат професионализмот и квалитетот на програмите што ѝ ги нудат на публиката. Затоа и телевизискиот и радиоскиот пазар се сè уште премногу фрагментирани, а радиодифузната дејност останува непрофитабилна во едно такво пазарно опкружување. Изнесените податоци во пазарната анализа спроведена од самиот регулатор го потврдуваат ова тврдење. Освен терестријалните телевизии на национално ниво, речиси сите други радиодифузери работат со негативни финансиски резултати.⁸⁹

На крај, тоа влијае негативно врз општиот медиумски плурализам, особено на регионално и локално ниво. Во толку мал фрагментиран пазар под доминација на медиумските трговски друштва на државно ниво, условите за работа на радиодифузерите на регионално и локално ниво се многу неповолни. Локалните и регионалните радиодифузери се соочуваат со сериозни финансиски потешкотии и не можат да вложат во професионализацијата на нивните информативни редакции и други квалитетни програми што ги задоволуваат потребите на

⁸⁹ Економски анализи на Агенцијата
<https://avmu.mk/analiza-na-pazar/>

локалното население. Од друга страна, регионалните и локалните настани не се доволно покриени ниту од страна на јавниот радиодифузен сервис, ниту од приватните радиодифузери на државно ниво.

Затоа сите интервјуирани чинители сметаат дека законските правила треба да се либерализираат, но идниот регулаторен модел за медиумска концентрација треба темелно да се дискутира и внимателно да се постави. Во следната точка се претставени мислењата и предлозите на интервјуираните чинители за прашањата што треба да се земат предвид и механизмите што треба да се постават за следење и заштита на медиумскиот плурализам.

5.4.2. Прашања што треба да се земат предвид во идното регулирање

Хоризонтална интеграција:

- (1) Првото прашање што треба да се земе предвид е дали постојната дефиниција за регионални пазари е соодветна за радиодифузијата бидејќи моментално регионалните пазари се дефинираат според покривањето на техничкиот сигнал (доделени зони), а не според економски критериуми (број на жители, развиеност на секторот итн.). Ако правилата за хоризонтална концентрација на медиумската сопственост се либерализираат и се дефинираат извесни прагови за да се спречи евентуално прекумерно влијание, тогаш важно е да се редефинираат регионалните пазари според јасни економски критериуми. Кога регионалните пазари ќе се обележат во однос на нивниот капацитет и издржаност, ќе може да се оцени колку радиодифузери може да работат во таа област и потоа да се дефинира прагот или бројот на дозволи што еден основач може да ги има на тој пазар. На тој начин ќе може да се предвиди економската одржливост на медиумите во таа област. Тоа може да биде добра основа за идната регулаторна политика бидејќи кога се дефинирани пазарите, структурата и разновидноста на медиумите на тие пазари може да се земе предвид при доделувањето и обновувањето дозволи. Тоа е во согласност и со некои претходни анализи на медиумската политика изработени од невладиниот сектор: *„Регулаторот треба да изврши анализа на капацитетите за рекламирање на пазарот во однос на тоа колку ТВ канали и радиодифузери може да се издржуваат. При доделувањето дозволи на радиодифузери, треба да се земе предвид недостатокот од конкретни формати, како и задоволувањето на сопственичките, жанровските, културните и географските димензии на плурализмот што регулаторот треба да ги земе предвид.“*⁹⁰
- (2) За да се надмине актуелната сопственичка шема на највлијателните медиуми, треба да се разгледа можноста за воведување нови модели на сопственост за терестријалните телевизиски станици на државно ниво за да се стимулира создавањето конзорциуми од

⁹⁰ Препорака во анализа: „Сопственички и финансиски модели на највлијателните ТВ-каналы во Македонија, во Хрватска и во Словенија“, Македонски институт за медиуми, Скопје 2017, стр. 20.
<https://mim.org.mk/en/research/1035-analysis-ownership-and-financial-models-of-the-most-influential-tv-channels-in-macedonia-croatia-and-slovenia>

локални инвеститори во акционерски друштва.⁹¹ Затоа е пожелно да се разгледа можноста да се воведат задолжителна правна форма за основачите на највлијателните медиуми. На пример, како во некои други сектори, тие може да се организираат како акционерски друштва со чии акции ќе се тргува на берзата. Треба да се разгледа и можност да се ограничи максималниот удел на едно физичко или правно лице (домашно или странско) во капиталот на тие медиумски трговски друштва. Треба да се оцени и како да се регулираат случаите кога во некои помали подрачја има само еден радиодифузер што има прекумерно влијание врз публиката.

Вертикална интеграција:

- (3) Претежното мислење во интервјуата беше дека повеќето актуелни ограничувања за вертикална интеграција треба да се повлечат. Треба да остане ограничувањето за само два облика на концентрација: меѓу радиодифузер и електронска комуникациска мрежа и меѓу радиодифузер и маркетинг агенција. Сепак, има поделени мислења за првиот од овие облици на концентрација. Претставниците од медиумскиот сектор тврдат дека ова ограничување е сè уште неопходно, додека телеком операторите тврдат дека тоа треба да се отстрани бидејќи овој сегмент од домашната индустрија е единствениот што има капацитет да вложи во нови и квалитетни домашни програмски услуги.
- (4) Дел од интервјуираните чинители сметаат дека законот треба попрецизно да дефинира што е маркетинг агенција или дури и да размисли за можноста да се изготви посебен закон што ќе ги регулира прашањата и односите меѓу субјектите во областа на рекламирањето. Некои чинители предложија и да се разгледа можноста да се дозволи поголемите медиумски групации да основаат трговски друштва-сестри што би ги вршеле сите маркетинг активности само за нивните поврзани медиумски трговски друштва.

Дијагонална интеграција:

- (5) Во однос на дијагоналната интеграција на капитал, предлозите се да се повлече единственото актуелно ограничување: меѓу радиодифузер и издавач на печатен медиум или дневен весник, со цел да се поттикне вложувањето во печатеното новинарство кое страда најмногу и од новите технологии и интернетот, и од фрагментирањето на пазарот.

Прагови за мерење на влијанието на пазарот:

- (6) Повеќето чинители се согласија дека ако се либерализираат правилата за концентрација на сопственоста, треба да се постават прагови за мерење на влијанието на некои медиумски групации на пазарот. Притоа, треба да се има предвид дека двата типа прагови (удел во публика и удел во приходи) имаат силни и слаби страни. Податоците за уделот во публиката главно зависат од обемот и точноста на мерењето, а тие моментално може да се применат главно на телевизискиот пазар на државно ниво. Од

⁹¹ *Idem*, стр. 19.

друга страна, податоците за уделот во приходите се достапни само за радискиот и телевизискиот пазар.

6. Заклучоци и препораки

Врз основа на наученото од анализата на релевантната правна рамка во некои земји-членки на ЕУ, како и во некои земји од регионот, и на мислењата прибрани од релевантните чинители, експертите ги препорачуваат следните насоки или иницијативи за политиката.

Пред сè, експертите сметаат дека треба да се нагласи, како што е наведено повеќе пати во студијата и особено во глава 2, дека медиумскиот плурализам е темелна цел на јавната политика каде што, според Европскиот суд за човекови права, *„освен негативната обврска на државата да не се меша, таа има и позитивна обврска да донесе соодветна законска и административна рамка за да се гарантира фактички плурализам“*. Избегнувањето прекумерна медиумска концентрација е една од мерките наменети да го заштитат медиумскиот плурализам. Како и други правила во однос на медиумската политика, и тие се состојат од ограничување на извесни слободи. Слободата на изразување и слободата на информирање, како и другите права заштитени во Европската конвенција за човекови права (ЕКЧП), не се апсолутни и затоа може да подлежат на извесни рестрикции, услови и ограничувања и тоа вклучува ограничување на медиумската сопственост. Сепак, Член 10.2 од ЕКЧП јасно предвидува дека тие ограничувања се исклучок и мора да исполнат низа услови познати како триделен тест. Тој тест бара: 1) секое мешање да е уредено со закон; 2) мешањето да има легитимна цел вклучена во таа одредба; и 3) ограничувањето мора да биде неопходно во демократското општество за да се заштити соодветно некоја од тие цели, според начелото на сразмерност.

Препорака 1: При ревидирањето на постојните правила, македонските носители на политики треба да се погрижат сите идни ограничувања, при што секое засебно веројатно има легитимна цел, колективно да го почитуваат начелото на сразмерност и да не му штетат на развојот на одржливиот аудиовизуелен сектор.

Сигурно е дека ограничувањата од актуелниот Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, изготвен пред речиси 15 години, веќе не обезбедуваат рамнотежа меѓу целта да се заштитат плурализмот и разновидноста и целта да има витален аудиовизуелен пазар. Од една страна, има очигледна промена во корисничките обрасци на публиката која консумира разни видови содржини на разни платформи, што води до нејзина поголема фрагментираност. Од друга страна, зголемената конвергенција некогаш бара крупни вложувања од актерите кои истовремено се соочуваат со повеќе и нови видови конкуренти. Сето ова бара од давателите на медиумски услуги да се приспособат, да иновираат за да ја задржат публиката, да вложуваат во нови технологии, што може да се олесни преку создавање синергија меѓу различни сектори и преку стекнување приходи од разни пазари. Ова е уште порелевантно за малите пазари (бидејќи економското работење на аудиовизуелниот сектор во голема мера зависи од економијата од обем) и во економски кризни времиња (бидејќи престојните правила за концентрација може да доведат до исчезнување на некои медиуми наместо тие да опстанат во поинаква сопственичка рамка).

Законот и понатаму се концентрира на „традиционалното“ медиумско опкружување (радио, телевизија, печат...) и не го зема предвид подемот на новите услуги и платформи (нелинеарни услуги, онлајн медиуми, портали, платформи за споделување видео клипови, социјални мрежи,

пребарувачи...) преку кои значителен и сè поголем број луѓе се информираат, образуваат и забавуваат. Освен тоа, законот е доста строг во однос на ограничувањата за географска концентрација, и за дозволите и за подрачјата на покривање.

Препорака 2: Експертите силно препорачуваат да се ревидираат правилата за концентрација за тие да одговараат на „новото“ медиумско опкружување. Се советува да се ревидираат сите актуелни ограничувања и да се оцени кои од нив се сè уште сразмерни и легитимни во актуелното медиумско опкружување, а особено правилата за несоседни подрачја. Се советува во таа ревизија да се вклучи и проценка на можните алтернативни мерки за концентрација наменети за заштита на медиумскиот плурализам. На пример, концентрацијата на сопственоста може да се дозволи под извесни услови насочени кон заштита на плурализмот и разновидноста, во однос на содржината што се продуцира и емитува (процент на домашна продукција, покривање настани во регионот, одделни информативни редакции...).

Препорака 3: Предлогот од разни чинители да се редефинираат регионалните пазари според утврдени економски критериуми е мошне валиден и експертите препорачуваат регулаторното тело да ја разгледа можноста да нарача посебна економска анализа што би ги дефинирала идните радиодифузни региони.

Препорака 4: Експертите препорачуваат во целост да се повлече забраната за вкрстена сопственост меѓу радиодифузери и весници која ретко се применува на друго место во Европа, а и кога се применува, тоа важи само за големи пазари. Освен тоа, експертите предлагаат да се избрише одредбата во Член 39, став 2, алинеја 7, која вели дека „недозволена медиумска концентрација, во смисла на овој Закон, постои кога радиодифузер истовремено емитува радио и телевизиска програма, освен за субјектот кој врши јавен радиодифузен сервис“. Тоа е неопходно за да се избегне забуна дека забраната за истовремено емитување покрива и стекнување капитал и во телевизија и во радио.

Препорака 5: Со оглед на актуелната ситуација на пазарот и непостоењето согласност по овие прашања меѓу чинителите, се советува да остане ограничувањето за концентрација на сопственоста меѓу радиодифузер и трговско друштво што врши рекламирање и маркетинг, а внимателно да се разгледа заедно со разни чинители кои се аргументите за и против повлекување на забраната за концентрација на сопственоста меѓу радиодифузери и даватели на електронски комуникациски услуги. Сите други ограничувања за вертикална концентрација се чини дека не се нужни и сразмерни.

Препорака 6: Законот исто така содржи доста нејасни одредби за случаите на медиумска концентрација создадени преку поврзани лица. Иако е детална, некои елементи на дефиницијата за поврзани лица се нејасно опишани, па затоа експертите препорачуваат овие одредби да се појаснат имајќи ги предвид практичните ситуации во нивната примена.

Препорака 7: Имајќи предвид дека се препорачува нов доста либерализиран модел на концентрација на сопственост, сепак треба да се разгледа можноста да се постават извесни прагови за утврдување евентуално прекумерно влијание на извесни медиумски групации на пазарот. Советуваме да се отвори поширока дискусија со сите релевантни актери за видовите

прагови што се најсоодветни во овој локален контекст, со оглед на достапноста и сигурноста на податоците на кои ќе почива утврдувањето на тој праг (удел во публика, удел во приходи, итн.)

На крај, во однос на Законот за медиуми, експертите сметаат дека тој содржи детални и соодветни одредби за транспарентноста на сопственоста (кон Агенцијата, но и кон јавноста). Единствените исклучоци се одредбите од Член 15, став 3, кои им наметнуваат прекумерна обврска на радиодифузерите да објавуваат податоци на својата програма трипати годишно и да доставуваат докази за тоа до Агенцијата. Сите други политички и регулаторни мерки наменети да се обезбеди спроведувањето на одредбите за медиумска транспарентност треба да останат и да се поддржат бидејќи се во согласност со стандардите на Европската унија и Советот на Европа. Објавувањето годишни извештаи за сопственоста е одлична иницијатива на Агенцијата и тоа треба да се поддржи бидејќи придонесува за свесност и увид на јавноста.

Препорака 8: Експертите препорачуваат одредбите за транспарентност кон јавноста да се приспособат на интернет опкружувањето за да се обезбеди податоците за сопственост да се објавуваат ефикасно и приспособено од страна на давателите на интернет медиумски услуги кога нивната главна цел или нејзин јасен дел е посветен на обезбедување аудиовизуелна содржина. Освен тоа, треба да се напуштат прекумерните обврски за радиодифузерите уредени во Член 15, став 3, да објавуваат податоци на својата програма трипати годишно и да ѝ доставуваат докази за тоа на Агенцијата.

7. Библиографија

Access Info Europe and the Open Society Program on Independent Journalism Report: “The transparency of media ownership in the EU and neighbouring states”.

АВМУ, Извештај за медиумската сопственост (со промените во сопственоста и медиумската концентрација во 2018).

АВМУ, Годишен извештај за 2019.

Center for Media Pluralism and Media Freedom – CMPF (2013) European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom. Fiesole: European University Institute.

Center for Media Pluralism and Media Freedom – CMPF (2014) Monitoring Media Pluralism in Europe - Testing and Implementation of the Media Pluralism Monitor 2014. Fiesole: European University Institute.

Council of Europe Group of Specialists on Media Diversity (2009) Methodology for monitoring media concentration and media content diversity.

Council of Europe/European Union, Montenegro Media Sector Inquiry with Recommendations for Harmonisation with the Council of Europe and European Union standards, 29 December 2017.

Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings (the EC Merger Regulation).

Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive).

Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive),

European Commission (2002) Glossary of terms used in EU competition policy, Antitrust and control of concentrations.

European Commission (2004) Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings.

European Court of Human Rights, case Centro Europa 7 S.R.L. and Di Stefano v. Italy, Application n°38433/09, 7 June 2012.

Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation, 12 March 2018.

IREX Serbia Sustainability Index 2017.

IREX Serbia Sustainability Index 2019.

Katholieke Universiteit Leuven – ICRI, Jönköping International Business School – MMTC, Central European University – CMCS, Ernst & Young Consultancy Belgium (2009) Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.

Matlija Dorian, Legal Assessment: Media Ownership Monitor Albania, 2018.

MEDIADEM (2010) Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe.

MEDIADEM (2010) The formation and implementation of national media policies in Europe and their relationship to democratic society and media freedom and independence: A theoretical and analytical frame for the MEDIADEM project.

MEDIAMDEM (2012) Media freedom and independence in 14 European countries: A comparative perspective.

MEDIADEM (2012) Policy recommendations for the European Union and the Council of Europe for media freedom and independence and a matrix of media regulation across the Mediadem countries.

MEDIADEM (2012) Policy report addressing state and non-state actors involved in the design and implementation of media policies supportive of media freedom and independence, the European Union and the Council of Europe.

MEDIADEM (2012) The regulatory quest for free and independent media.

Media Ownership Monitor Albania.

Media Pluralism Monitor 2016, Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, Country report: Austria.

Media Pluralism Monitor 2016, Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, Country report: France.

Media Pluralism Monitor 2016, Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, Country report: Germany.

Media Pluralism Monitor 2016, Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, Country report: Montenegro.

Petković, Brankica ed. (2004) *Media Ownership and Its Impact on Media Independence and Pluralism*. Ljubljana, Peace Institute.

„Сопственички и финансиски модели на највлијателните ТВ-каналы во Македонија, во Хрватска и во Словенија“, Македонски институт за медиуми, Скопје, 2017, стр. 5.

Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey, Country report: Croatia.

Recommendation CM/Rec(2018)1[1] of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership (Adopted by the Committee of Ministers on 7 March 2018 at the 1309th meeting of the Ministers' Deputies).

U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission (2010) Horizontal merger Guidelines.

*Жан-Франсоа Фурнемон
Вагнер-Хетфилд*

*Снежана Трпевска
РЕСИС*

Мај 2020

8. Анекси

Австрија

Сојузен закон за аудиовизуелни медиумски услуги

§ 10. (1) Давателите на медиумски услуги или нивните членови мора да бидат австриски државјани или правни лица или партнерства кои согласно деловното право имаат седиште во Австрија.

(2) Со овој Сојузен закон на следните субјекти им се забранува да даваат аудиовизуелни медиумски услуги:

1. правни лица регистрирани согласно јавното право, со исклучок на црквите и верските здруженија и Сојузното министерство за народна одбрана за целите на управување со информативни радиодифузни сервиси, особено во случај на ангажмани во согласност со ставовите 2 (1) а) до г) од Законот за одбрана од 2001 година, Сојузен службен весник бр. 146/2001.
2. партии според дефиницијата од Законот за политички партии;
3. австриската радиодифузна корпорација;
4. странски правни лица кои се сметаат за еквивалентни на правните лица наведени во точките 1 и 3;
5. правни лица или партнерства во кои правните лица од точките 1 до 4 имаат директен удел.

(3) Ограничувањата од став 2 не важат за:

1. правни лица регистрирани според јавното право, партии согласно дефиницијата во Законот за политички партии и правни лица и партнерства во кои истите имаат директен удел, во врска со следниве услуги:

а. телевизиски канали кои не се канали согласно дефиницијата од Член 1, став 1 од Сојузниот уставен закон за гарантирање на независноста на радиодифузијата, Сојузен службен весник бр. 396/1974;

б. аудиовизуелни медиумски услуги по барање

2. правни лица регистрирани според јавното право, и правни лица и партнерства во кои истите имаат директен удел, во врска со следниве услуги:

а. кабелски телевизиски канали кои се ограничени исклучиво на претставување на преносни секвенци (слики или секвенци од слики) автоматски снимени и пренесувани од метеоролошки камери, вклучувајќи и директно поврзани самосоздадени фактографски информации;

б. кабелски телевизиски канали со траење од не повеќе од 120 минути дневно, со репризирање на каналите или делови од нив, како и пренос на седници на општите претставнички тела кои не се вклучуваат кога се пресметува овој период, како и канали во зграда или комплекс на згради кои се во функционална врска со задачите кои таму се извршуваат, кабелски информативни канали кои не содржат никакво рекламирање и телетекст.

(4) Во случај кога давател на медиумски услуги е организиран во правна структура на корпорација, партнерство или кооператива, најмногу 49% од уделите можат да бидат во сопственост на странци или во сопственост на правни лица или партнерства кои се под единствено раководство на странец или на друштво кое е со седиште во странство, или кога странци или правни лица или партнерства со седиште во странство имаат можност да влијаат согласно предвиденото во став § 244 (2), во врска со ставовите 4 и 5 од Законот за деловно работење.

(5) Државјаните на договорните страни од Договорот за европска економска област имаат ист статус како и австриските државјани, а правни лица и партнерства кои имаат седиште на територијата на договорните страни од Договорот за европска економска област имаат ист статус како оние кои имаат седиште во Австрија.

(6) Уделите во давател на медиумски услуги во медиумски сервис кој подлежи на услови за издавање дозвола (став § 3) и неговите акционери или партнери ќе бидат регистрирани на име на сопствениците. Постоенето на поверенички односи треба да биде објавено. Уделите кои се поседуваат врз основа на поверенички однос ќе имаат ист статус како и уделите на повереникот. Удели во приватна фондација согласно Законот за приватни фондации, Сојузен службен весник бр. 694/1993, ќе имаат ист статус како и уделите на основачот, во оној обем во кој основачот има влијание врз активностите на фондацијата врз основа на фактички околности, што е слично на влијанието дефинирано во став § 11 (5). Оваа одредба се однесува и на странски правни лица кои имаат статус еднаков на фондации.

(7) Давателот на медиумски услуги ќе го извести регулаторниот орган за сопственичките односи или за односите на членство кои постојат во моментот на поднесување на барањето за издавање на дозвола или кога се доставува извештај, заедно со барањето или со извештајот, и за секоја измена во овие односи во рок од две недели од правосилноста на асигнацијата или преносот на удели. Во случај кога иматели на удели во давателот на медиумски услуги се, директно или индиректно, корпорации, партнерства или кооперативи, тие исто така треба да известат за своите сопственички односи и да ги обелоденат

нивните поверенички односи. Овие обврски нема да влијаат врз другите обврски за законско известување.

(8) Во случај на пренос на трети лица на повеќе од 50% од уделите кои се во сопственост на телевизиски радиодифузер во моментот кога се издава дозвола или ако се добие сознание во согласност со овој став, телевизискиот радиодифузер за тој пренос однапред ќе го извести регулаторното тело. Повеќе преноси ќе се соберат во еден. Регулаторното тело во рок не подолг од 8 недели по известувањето ќе утврди дали по променетите околности сè уште постои усогласеност со ставовите § 4 (3), § 10 и § 11. Доколку телевизискиот радиодифузер го пренел уделот спротивно на овој наод, дозволата ќе биде одземена по спроведување на јавна усна расправа.

§ 11. (1) Лице или партнерство можат да поседуваат повеќе дозволи за дигитална терестријална телевизија, сè додека не се преклопуваат повеќе од три подрачја на покриеност кои се вклучени во дозволата.

(2) Медиумски сопственик ќе биде исклучен од обезбедување телевизиски канали во рамки на значењето од Сојузниот уставен закон за гарантирање на независноста на радиодифузијата, Сојузен службен весник бр. 396/1974, доколку согласно овој Сојузен закон медиумскиот сопственик ги надмине следниве опфати или нивоа на покриеност на еден од наведените пазари:

1. терестријални радио програми (повеќе од 30% од опфатот на државно ниво),
2. дневни весници (над 30% од опфатот на државно ниво на дневните весници);
3. неделни весници (над 30% од опфатот на државно ниво на неделните весници);
4. кабелски мрежи (покриеност на ниво од над 30% од населението по пат на кабелска мрежа на државната територија).

(3) Медиумски сопственик ќе биде исклучен од обезбедување терестријални телевизиски услуги доколку медиумскиот сопственик ги надмине следниве опфати или нивоа на покриеност во засегнатите подрачја на покриеност во повеќе од еден од наведените пазари:

1. терестријални радио програми (опфат поголем од 30% од подрачјето на покриеност),
2. дневни весници (опфат поголем од 30% од подрачјето на покриеност)
3. неделни весници (опфат поголем од 30% од подрачјето на покриеност)
4. кабелска мрежа (повеќе од ниво на покриеност од 30% од населението по пат на кабелска мрежа на државната територија).

(4) Освен во случај на технички неизбежно преклопување (прелевање), медиумска групација на иста локација на државната територија смее истовремено да обезбедува само еден канал со дозвола согласно Законот за приватна радиодифузија и најмногу една третина од терестријалните телевизиски канали кои можат да се примат на таа локација. Ако на медиумска групација не ѝ припаѓа ниедна дозвола според дефиницијата од Законот за приватна радиодифузија, медиумската групација на иста локација на државната територија смее истовремено да обезбедува не повеќе од една третина од терестријалните телевизиски канали кои можат да се примат на таа локација.

(5) Следниве лица или партнерства се смета дека припаѓаат на медиумска групација

1. кои/што имаат удел од над 25% во капиталот или гласачките права во медиумски сопственик или имаат доминантно влијание или имаат една од можностите да вршат влијание согласно дефиницијата од став § 244 (2), во врска со ставовите 4 и 5 од Законот за деловно работење;

2. кога едно од лицата или партнерствата наведени во точка 1 имаат над 25% во капиталот или гласачките права или доминантно влијание или имаат една од можностите да вршат влијание согласно дефиницијата од став § 25 (244), во врска со ставовите 2 и 4 од Законот за деловно работење;

3. кога медиумски сопственик има удел од над 25% во капиталот или гласачките права или има доминантно влијание или има една од можностите да врши влијание согласно дефиницијата од став § 244 (2), во врска со ставовите 4 и 5 од Законот за деловно работење;

За целите на овој став ќе се смета за еднакво на директна капитална поврзаност од над 25% ако има еден или повеќе интереси, а интересот на секое ниво е над 25%. Кога ќе се утврдува ограничувањето од 25%, интересите на медиумските сопственици, или на лицата поврзани со нив на исто ниво во согласност со овој став, ќе се собираат.

(6) Опфатите и нивоата на покриеност според ставовите 2 и 3 ќе се мерат од страна на регулаторното тело или од трети страни ангажирани од него, врз база на научни методи и анализи. Резултатите од тоа мерење ќе се објавуваат во погодна форма до 31 март секоја година. Во случај на оспорување на точноста на утврдените опфати, на барање на засегнатиот медиумски сопственик, регулаторното тело ќе издаде уредба за утврдените опфати. Во секој случај, опфатите и нивоата на покриеност ќе се утврдат и ќе се објават пред да се објави повик за доделување дозволи во согласност со овој Сојузен закон.

(7) Одредбите од Законот за картели од 2005 година, Сојузен службен весник, бр. 61/2005 остануваат незасегнати.

Сојузен закон со кој се носат одредби за приватно радио емитување

§ 9. (1) Лице или партнерство можат да поседуваат повеќе дозволи за аналого терестријално радио емитување, сè додека подрачјата на покриеност на таквите дозволи не се преклопуваат. Покрај тоа, подрачјата на аналогна терестријална покриеност кои можат да му се припишат на едно лице или партнерство не смеат да се преклопуваат. Исто така, лице или партнерство можат да поседуваат повеќе дозволи за дигитално терестријално радио емитување, сè додека не се преклопуваат повеќе од две подрачја на покриеност опфатени со таквите дозволи. Покрај тоа, не смеат да се преклопуваат повеќе од две подрачја на дигитална терестријална покриеност кои можат да му се припишат на едно лице или партнерство. Подрачје на покриеност може да му се припише на некое лице во случај кога таквото лице, преку учество во капиталот, директно ги поседува можностите за контролирање дефинирани во став 4, точка 1.

(2) Вкупниот број на жители во подрачје на аналогна покриеност која може да ѝ се припише на медиумска групација не смее да надминува дванаесет милиони луѓе, а бројот на жители во подрачје на аналогна покриеност кој може да му се припише на лице или содружништво од медиумската групација не смее да надмине осум милиони луѓе. За целите на овој став сервисно подрачје може да ѝ се припише на медиумска групација кога лице или содружништво од медиумската групација е имател на дозвола за такво подрачје на покриеност или поседува удели или можности за контролирање на имател на дозвола според дефиницијата од став 4, точка 1.

(3) Освен технички неизбежното прелевање, лица или партнерства од иста медиумска групација не смеат да даваат услуга на еден посебен дел од сојузната територија

1. со повеќе од два аналогни терестријални радио канали,

2. со повеќе од два дигитални терестријални радио канали,

3. со повеќе од еден терестријален радио канал и два терестријални телевизиски канали. Оваа одредба нема да важи за телевизиски канали кои се емитуваат преку мултиплекс платформа за мобилно терестријално емитување.

(4) Лица или партнерства кои се сметаат за поврзани со еден медиумски сопственик се:

1. оние кои поседуваат удел од над 25% во сопственоста или гласачките права или контролата во еден медиумски сопственик или една од можностите за контрола наведени во став § 244 (2), во врска со ставовите 4 и 5 од Законот за деловно работење;

2. оние во кои едно од лицата или друштвата согласно точка 1 поседуваат удел од над 25% во сопственоста или гласачките права или се под контрола на еден

медиумски сопственик или една од можностите за контрола наведени во став § 244 (2), во врска со ставовите 4 и 5 од Законот за деловно работење;

3. оние во кои еден медиумски сопственик поседува удел од над 25% во сопственоста или гласачките права или се под контрола на еден медиумски сопственик или една од можностите за контрола наведени во став § 2 (4), во врска со ставовите 5 и од Законот за деловно работење;

За целите на овој став ќе се смета за еднаков статус со поседување на удел во сопственоста од над 25% ако има еден или повеќе индиректни удели во сопственоста, а уделот во сопственоста на секое ниво надминува 25%. Уделите во сопственоста на лица поврзани со нив на исто ниво според дефиницијата од овој став ќе се пресметува заедно кога ќе се определува ограничувањето од 25%.

(5) Медиумски сопственик не смее да биде член на радио емитер кој е организиран како здружение.

Сојузен закон за медиуми

§ 25. (1) Медиумскиот сопственик на секој периодичен медиумски производ ќе ги објавува информациите наведени во ставовите 2 до 4. Во случај на периодични медиумски производи, импресумот ќе содржи и информации за интернет адресата на која информациите можат лесно и непосредно да се најдат на постојана основа, или таквите информации ќе се додадат во релевантниот медиум. За радиодифузни програми, сите горенаведени информации или ќе бидат постојано достапни на телетекст страница до која може лесно да се пристапи или ќе бидат објавени во Службениот весник на „Wiener Zeitung“ во рок од еден месец од почетокот на емитувањето и во првиот месец од секоја календарска година. Во случај на електронски медиуми кои се објавуваат периодично, во информациите ќе биде или наведено на која интернет адреса информациите ќе бидат постојано, лесно и непосредно достапни, или тие информации секогаш ќе се додаваат во засегнатиот медиум. Ако медиумски сопственик е давател на услуги во смисла на § 3 став 2 од Законот за електронска трговија, објавен во Сојузен службен весник бр. 152/2001, информациите за објавување ќе можат да бидат достапни заедно со информациите согласно § 5 од Законот за електронска трговија.

(2) Медиумскиот сопственик ќе биде именуван со име и презиме или со име на трговско друштво, вклучувајќи и предмет на трговското друштво, адреса на живеење, адреса на регистрираното седиште (огранок) и имиња на раководните органи и службениците на медиумскиот сопственик кои се овластени да го застапуваат трговското друштво и, ако постои надзорен одбор, на неговите членови. Покрај тоа, за сите лица кои поседуваат директен или индиректен удел во медиумскиот сопственик, ќе се наведат и сите соодноси на сопственост, удели и гласачки права. Понатаму, целата необјавена сопственост во медиумски сопственик и во лица кои имаат директен или индиректен удел во медиумскиот сопственик согласно наведеното во претходната реченица, ќе бидат наведени, а

повереничките односи ќе бидат објавени за секое ниво. Во случај на директна или индиректна сопственост во фондации, основачот и релевантните корисници на фондацијата ќе бидат објавени. Ако медиумскиот сопственик е здружение или ако здружение поседува директен или индиректен удел во медиумски сопственик, управниот одбор и целта на здружението ќе бидат наведени во врска со таквото здружение. Лица кои имаат директен или индиректен удел, повереници, основачи или корисници на фондација, на барање на медиумски сопственик, се должни да го известат медиумскиот сопственик за деталите кои се бараат, за медиумскиот сопственик да ги исполни своите обврски за известување.

(3) Ако лице за кое треба да се извести во согласност со горенаведените одредби исто така е сопственик и на друго медиумско друштво или медиумски сервис, треба да се наведат и името, предметот и регистрираното седиште на таквото трговско друштво.

(4) Ќе се објави и изјава на основната линија претставена од периодичниот новински производ или кој било друг периодичен медиум. Во смисла на § 2, сите измени и дополнувања на основната линија нема да станат законски правосилни пред нивното објавување.

(5) За медиум во смисла на § 1 став 1 точки 5а б) и в) кој не содржи никакви информации кои ја надминуваат претставата на личниот животен стил или претставата на медиумскиот сопственик, кои се погодни да влијаат врз јавното мислење, ќе бидат наведени само името на трговското друштво, можеби предметот на трговското друштво, како и адресата или седиштето на медиумскиот сопственик. Ставовите 3 и 4 нема да важат за таквите медиуми.

Закон од 30 септември 1986 година за слобода на комуникациите

Член 29. Согласно условите предвидени во Член 26 од овој Закон, дозвола за користење на фреквенции за дејност на терестријално радио емитување издава Советот согласно условите предвидени со овој Член. [...]

Советот издава дозволи преку оценување на интересите на јавноста за секој проект, во врска со приоритетните императиви кои се гаранција за плурализмот на тековите на социјалниот и културниот израз, диверзификацијата на операторите и потребата да се избегнат злоупотреби на доминацијата, како и практики кои го попречуваат слободното остварување на конкуренцијата.

Тој исто така ги разгледува и:

1° Искуството во радиодифузната дејност со кое се стекнал кандидатот;

2° Финансирањето и можностите за управување со дејноста, особено во зависност од можностите за споделување на ресурсите за рекламирање помеѓу трговски друштва за печатени медиуми и за аудиовизуелни медиумски услуги;

3° Учеството, директно или индиректно, кое кандидатот го има во една или повеќе рекламни агенции или во капиталот на едно или повеќе трговски друштва кои издаваат печатени публикации;

4° За сервисите чии програми вклучуваат емитување на политички и општи информации, одредбите предвидени со цел да се гарантира плуралистичката природа на изразувањето на тековите на мислата и мислењето, чесноста на информациите и нивната независност од економските интереси на сопствениците, особено кога тие имаат јавни договори или јавни овластувања за јавни услуги;

5° Придонесот кон продукција на локално произведена програма;

6° За сервисите чии музички програми претставуваат значителен дел од програмската шема, предвидените аранжмани во корист на музичката разновидност, особено во поглед на разновидноста на делата, изведувачите, емитуваните нови таленти и нивните програмски услови;

7° Во случај на издавање на нова дозвола откако истекла претходната, усогласеноста со начелата наведени во третиот став од Член 3-1.

Советот се грижи, на целата територија, дека доволен дел од фреквентниот опсег ќе се додели за услуги кои ги обезбедува здружение кое врши мисија на блиска социјална комуникација, што подразбира унапредување на дијалогот помеѓу социјалните и

културните групи, изразување на различни социјални и културни трендови, поддршка на локалниот развој, заштита на животната средина или борба против исклучивоста.

Советот исто така осигурува правична рамнотежа помеѓу радиодифузните мрежи на државно ниво од една страна и независните локални, регионални и тематски сервиси од друга страна.

Обезбедува јавноста да има полза од сервисите чии програми придонесуваат кон политичко и општо информирање. [...]

Член 30. Под условите предвидени во Член 26 од овој Закон, дозвола за користење на фреквенции за услуги на дигитално телевизиско емитување издава Советот согласно условите предвидени во овој Член. [...]

I.- Советот дефинира категории на услуги и објавува тендер чија географска зона е еквивалентна на целата градска територија за сервисите со покриеност на државно ниво. За сервисите со покриеност на локално ниво, географските зони претходно ги определува Советот. Советот го утврдува рокот до кој мора да се поднесат барањата и објавува список на фреквенции кои можат да се распределат во засегнатата зона [...].

III.- Советот одржува јавна расправа со кандидатите. Дозволите ги издава преку оценување на интересот на јавноста од секој проект во врска со приоритетните императиви кои се гаранција на плурализмот на тековите на социјалното и културно изразување, диверзификацијата на оператори, и потребата да се избегнуваат злоупотреби на доминантната положба како и на практиките кои го попречуваат слободното остварување на конкуренцијата и критериумите предвидени во Членовите 29 и 30, како и обврските на кандидатите во поглед на покриеноста на територијата, продукцијата и дистрибуцијата на аудиовизуелни дела и француски и европски филмови. Исто така ја зема предвид и доследноста на предлозите на кандидатите во поглед на техничката и комерцијалната консолидација со други сервиси и во изборот на дистрибутери на услугите, како и потребата да се понудат услуги кои ги исполнуваат очекувањата на широка публика и за кои постои веројатност дека ќе поттикнат брз развој на дигиталната терестријална телевизија.

Во зависност од нивната економска и финансиска одржливост, особено во однос на рекламните капацитети, преферира сервиси кои не бараат надомест од корисниците и кои придонесуваат кон разновидноста на операторите, како и кон зајакнување на плурализмот на информациите, во комбинација на сите медиуми.. [...]

Член 35. Забрането е да се позајмува нечие име, на кој било начин, на кое било лице кое бара да му се издаде дозвола во врска со услуга за аудиовизуелна комуникација или кое поседува или контролира, во смисла на Член L. 233-3 од Трговскиот закон за трговски друштва, трговско друштво кое има ваква дозвола.

Член 38. Секое физичко или правно лице кое ќе стекне дел поголем или еднаков на 10% од капиталот или гласачките права на генерално собрание на трговско друштво кое е имател

на дозвола според овој закон, е должно да го извести Советот во рок од еден месец од надминувањето на овие прагови.

Член 39. I. Исто физичко или правно лице кое делува самостојно или здружено не смее да поседува, директно или индиректно, повеќе од 49% од капиталот или гласачките права во трговско друштво кое е имател на дозвола за терестријален телевизиски сервис на државно ниво, чија просечна годишна публика преку електронска комуникациска мрежа во смисла на 2° од член L. 32 од Законот за поштенски и електронски комуникации, било во аналогна форма или во дигитална форма, надминува 8% од вкупната публика на телевизиски услуги.

За примена на претходниот под-став, публиката на секој сервис која се состои, во смисла на 14° од член Членот 28, од реемитување, целосно или делумно, преку електронска комуникациска мрежа во смисла на 2° од член L. 32 од Законот за поштенски и електронски комуникации, на емитуван телевизиски сервис, се пресметува збирно со онаа на реемитуваниот сервис.

Условите за примена на претходните два под-става се регулирани со уредба на Советот на државата. Со уредбата особено се утврдуваат условите под кои Советот го утврдува уделот во публика на телевизиските услуги и, во случај на достигнување на нивото на публика споменато погоре, на засегнатите лица им дава рок кој не може да биде подолг од една година, да се усогласат со горенаведеното правило.

Кога физичко или правно лице поседува, директно или индиректно, над 15% од капиталот или гласачките права во трговско друштво кое е имател на дозвола за сервис на терестријална телевизија во аналогна форма на државно ниво, не смее да поседува, директно или индиректно, повеќе од 15% од капиталот или гласачките права во друго трговско друштво кое е имател на ваква дозвола.

Кога физичко или правно лице поседува, директно или индиректно, над 5% од капиталот или гласачките права во две трговски друштва кои се иматели на дозвола за сервис на терестријална телевизија во аналогна форма на државно ниво, не смее да поседува, директно или индиректно, повеќе од 5% од капиталот или гласачките права во друго трговско друштво кое е имател на ваква дозвола.

II. Исто физичко или правно лице може, директно или индиректно, да поседува повеќе од половина од капиталот или гласачките права во трговско друштво кое поседува дозвола за телевизиски сервис во аналогна форма исклучиво на фреквенции доделени за радио и телевизија преку сателит.

Кога физичко или правно лице поседува, директно или индиректно, над една третина од капиталот или гласачките права во трговско друштво кое е имател на дозвола за телевизиски сервис во аналогна форма, исклучиво на фреквенции доделени за радио и телевизија преку сателит, не може да поседува, директно или индиректно, повеќе од една третина од капиталот или гласачките права во друго трговско друштво кое е имател на ваква дозвола.

Кога физичко или правно лице поседува, директно или индиректно, над 5% од капиталот или гласачките права во две трговски друштва кои се иматели на дозвола за телевизиски сервис во аналогна форма, исклучиво на фреквенции доделени за радио и телевизија преку сателит, не може да поседува, директно или индиректно, повеќе од 5% од капиталот или гласачките права во друго трговско друштво кое е имател на ваква дозвола.

III. Исто физичко или правно лице кое е имател на дозвола за терестријален телевизиски сервис на државно ниво чија публика го надминува прагот наведен во став I не може да поседува, директно или индиректно, повеќе од 33% од капиталот или гласачките права во трговско друштво кое е имател на дозвола за сервис кој не е на државно ниво и кој првенствено не се состои во реемитување, на француските прекуокеански територии, на телевизиски сервис на државно ниво. [...]

Член 40. Под условите од меѓународните обврски преземени од Франција, дозволата за радио или телевизиски терестријален сервис што се емитува на француски јазик не може да се додели на трговско друштво во кое повеќе од 20% од регистрираниот капитал или од гласачките права се во сопственост, директно или индиректно, на лица со странско државјанство.

Под истите услови, ниту едно лице со странско државјанство не може да направи преземање кое ќе предизвика, директно или индиректно, зголемување на уделот во капиталот кој го поседуваат странци на над 20% од капиталот или од гласачките права на генерално собрание во трговско друштво кое е имател на ваква дозвола.

За целите на овој Член, како странски државјанин ќе се смета лице со странско државјанство, трговско друштво во кое мнозински сопственик на капиталот не е, директно или индиректно, физичко или правно лице со француско државјанство и секое здружение чии лидери имаат странско државјанство.

Овој член не се однесува на давателите на услуги чиј капитал и гласачки права се најмалку 80% во сопственост на јавни радиодифузери кои им припаѓаат на држави-членки на Советот на Европа и чиј удел во капиталот и гласачките права кои се во посед на едно од трговските друштва наведени во Член 44 е најмалку еднаков на 20%.

Член 41. Исто физичко или правно лице не може, врз основа на дозволи за користење на фреквенции кои ги има за емитување на еден или повеќе терестријални радио сервиси во аналогна форма, или со помош на програма што им ја дава на други иматели на дозвола за терестријално радио во аналогна форма, да има според закон или фактички, повеќе мрежи во обем во кој збирот на покриеност на население на подрачјата што ги опслужуваат овие различни мрежи надминува 150 милиони жители.

Никој не може да поседува две дозволи за терестријален телевизиски сервис на државно ниво. Оваа одредба не се однесува на сервиси што се емитуваат преку лична мобилна телевизија.

Никој не може истовремено да биде имател на дозвола за терестријален телевизиски сервис на државно ниво чија публика го надминува прагот наведен во член 39 I и на дозвола за сервис од иста природа во аналогна форма различна од државно ниво. Сепак, исто лице може да биде истовремено имател на дозвола за терестријален телевизиски сервис на државно ниво и на повеќе дозволи за услуги од иста природа, од која секоја покрива различно географско подрачје лоцирано во прекуокеански оддел во прекуокеанска заедница или во Нова Каледонија.

Но, истото лице може да биде имател, директно или индиректно, на максимален број од седум дозволи од кои секоја се однесува на сервис на државно ниво, освен лична мобилна телевизија што се емитува во дигитална терестријална форма, кога секој од овие сервиси се уредува од посебни трговски друштва или кога тоа им е дозволено под условите утврдени во вториот под-став од iii од Член 30-1, во верзијата од пред влегувањето во сила на законот бр. 2007-309 од 5 март 2007 година во врска со модернизација на аудиовизуелното емитување и на телевизијата од иднината, или во последниот став од член 30-1-III.

Лице не може да биде имател на повеќе од две дозволи за телевизиски сервис што се емитува во аналогна форма исклучиво на фреквенции доделени за радио и телевизија преку сателит.

Лице кое е имател на една или повеќе дозволи за терестријален телевизиски сервис во аналогна форма различен од државно ниво, не може да стане имател на нова дозвола за услуга од иста природа, освен на државно ниво, доколку оваа дозвола треба да доведе до повеќе од 12 милиони жители од населението во зоните покриени со сите сервиси од иста природа за кои би било имател на дозвола.

Лице кое е имател на една или повеќе дозволи за терестријален телевизиски сервис во дигитална форма, различен од државно ниво, не може да стане имател на нова дозвола за услуга од иста природа, освен на државно ниво, доколку оваа дозвола треба да го доведе до над 12 милиони жители населението во зоните опфатени со сите услуги од иста природа за кои би било имател на дозвола.

Лице кое е имател на дозвола за управување со терестријален телевизиски сервис во аналогна форма на одредено подрачје не може да стане имател на нова дозвола за сервис од иста природа, емитуван во целост на истото подрачје во аналогна форма.

Лице кое е имател на дозвола за управување со терестријален телевизиски сервис во дигитална форма на одредено подрачје не може да стане имател на нова дозвола за сервис од иста природа, емитуван во целост на истото подрачје во дигитална форма.

Никој не може да биде имател на една или повеќе дозволи за радио сервис чија потенцијална кумулативна терестријална публика надминува 20% од потенцијалната кумулативна публика на сите радио сервиси, јавни или со дозвола, кои се емитуваат терестријално.

Никој не може да биде имател на една или повеќе дозволи за сервис што се емитува на лична мобилна телевизија, доколку потенцијалната кумулативна терестријална публика на овој

или овие сервиси надминува 20% од потенцијалната кумулативна терестријална публика на сите телевизиски сервиси, јавни или со дозвола, емитувани на лична мобилна телевизија.

Член 41-1. За да се спречи нарушување на плурализмот на државно ниво во аналогна форма, ниедна дозвола за терестријален радио или телевизиски сервис во аналогна форма не може да му се издаде на лице кое со тоа би се нашло во повеќе од две од следниве состојби:

1° да биде имател на една или повеќе дозволи за терестријални телевизиски сервиси кои на лицето ќе му овозможат да допре до население од 4 милиони жители;

2° да биде имател на една или повеќе дозволи за радио сервиси кои на лицето ќе му овозможат да допре до население од 30 милиони жители;

3° [укинат];

4° да уредува или контролира едно или повеќе дневни печатени изданија со политички и општи информации кои претставуваат повеќе од 20% од вкупниот тираж, на државна територија, на дневни печатени изданија од ист вид, проценети во последните 12 месеци кои му претходат на датумот на поднесување на барањето за издавање на дозвола.

Но, дозвола може да му се издаде на лице кое не ги исполнува одредбите од овој член ако се усогласи со овие одредби во рок што го определува Советот и кој не може да биде подолг од шест месеци.

Член 41-1-1. За да се спречи нарушување на плурализмот на државно ниво во дигитална форма, ниедна дозвола за терестријален радио или телевизиски сервис во аналогна форма не може да му се издаде на лице кое со тоа би се нашло во повеќе од две од следниве состојби:

1° да биде имател на една или повеќе дозволи за терестријални телевизиски сервиси кои на лицето ќе му овозможат да допре до население од 4 милиони жители;

2° да биде имател на една или повеќе дозволи за радио сервиси кои на лицето ќе му овозможат да допре до население од 30 милиони жители;

3° [укинат];

4° да уредува или контролира едно или повеќе дневни печатени изданија со политички и општи информации кои претставуваат повеќе од 20% од вкупниот тираж на државна територија, на дневни печатени изданија од ист вид, проценети во последните 12 месеци кои му претходат на датумот на поднесување на барањето за издавање на дозвола..

Но, дозвола може да му се издаде на лице кое не ги исполнува одредбите од овој член под услов да се усогласи со овие одредби во рок што го определува Советот и кој не може да биде подолг од шест месеци.

Член 41-2. За да се спречи нарушување на плурализмот на регионално и локално ниво во аналогна форма, ниедна дозвола за сервис различен од терестријален радио или телевизиски сервис во аналогна форма на државно ниво не може да му се издаде за конкретно географско подрачје на лице кое со тоа би се нашло во повеќе од две од следниве состојби:

1° да биде имател на една или повеќе дозволи за телевизиски сервис, на државно ниво или не, кој се емитува терестријално на засегнатото подрачје;

2° да биде имател на една или повеќе дозволи за радио сервис, на државно ниво или не, чија потенцијална кумулативна публика, во рамките на засегнатата зона на покриеност надминува 10% од потенцијалната кумулативна публика, на сите сервиси јавни или со дозвола на истото подрачје од иста природа;

3° [укинат];

4° да уредува или контролира едно или повеќе дневни печатени изданија со политички и општи информации, на државно ниво или не, кои се дистрибуираат на ова подрачје.

Но, дозвола може да му се издаде на лице кое не ги исполнува одредбите од овој член под услов да се усогласи со овие одредби под условите предвидени во последниот став од Членот 41-1 погоре.

Член 41-2-1. За да се спречи нарушување на плурализмот на регионално и локално ниво во дигитална форма, ниедна дозвола во врска со сервис различен од терестријален радио или телевизиски сервис во дигитална форма на државно ниво не може да му се издаде за конкретно географско подрачје на лице кое со тоа би се нашло во повеќе од две од следниве состојби:

1° да биде имател на една или повеќе дозволи за телевизиски сервис, на државно ниво или не, кој се емитува терестријално на засегнатото подрачје;

2° да биде имател на една или повеќе дозволи за радио сервис, на државно ниво или не, чија потенцијална кумулативна публика, во рамките на засегнатата зона на покриеност надминува 10% од потенцијалната кумулативна публика, на сите сервиси јавни или со дозвола на истото подрачје од иста природа;

3° [укинат];

4° да уредува или контролира едно или повеќе дневни печатени изданија со политички и општи информации, на државно ниво или не, кои се дистрибуираат на ова подрачје.

Но, дозвола може да му се издаде на лице кое не ги исполнува одредбите од овој член под услов да се усогласи со овие одредби под условите предвидени во последниот став од Членот 41-1 погоре.

Член 41-3. За примена на Членовите 39, 41, 41-1, 41-1-1, 41-2 и 41-2-1:

1° [укинат];

2° секое физичко или правно лице кое контролира, во смисла на критериумите содржани во член L. 233-3 од Трговскиот законик, трговско друштво со дозвола или кое го ставило под своја надлежност или во зависност од него, се смета за имател на дозвола; за имател на дозвола се смета и секое лице кое управува или контролира терестријален радио сервис или телевизиски сервис што се емитува исклучиво на фреквенции доделени за радио и телевизија преку сателит, од странство или на фреквенции доделени на странски држави, а кои вообичаено се примаат на француски јазик, на француска територија;

3° секое физичко или правно лице кое контролира, во смисла на значењето на Член 11 од Законот бр. 86-897 од 1 август 1986 година за реформа на правниот режим на печатот, трговско друштво што уредува списание се смета за уредник на тоа списание;

4° во секторот на терестријално радио:

а) претставува мрежа, секој сервис или група на сервиси кои емитуваат иста програма во текот на поголемиот дел од времето на емитување на секој од сервисите.

(б) претставува радиодифузна мрежа на државно ниво, секоја мрежа која покрива зона во која населението е поголемо од 30 милиони жители;

5° секој терестријален телевизиски сервис, кој покрива географска зона во која населението е поголемо од 10 милиони жители, се смета за сервис на државно ниво;

6° сите терестријални сервиси што се емитуваат истовремено и целосно на фреквенциите доделени за радио и телевизија преку сателит, се сметаат како единствен сервис што емитува терестријално;

6°bis секој терестријален сервис во дигитална форма, кој добил дозвола по тендер и кој се состои во целосно реемитување на национална програма со дозвола за градска територија, уредувана од исто правно лице, се смета за единствен сервис што се емитува терестријално;

7° потенцијална публика на сервис значи население во општините или делови од општините сместени во зоната на покриеност на тој сервис. За пресметка на потенцијалната публика на сервисите на лична мобилна телевизија, програмите што се состојат, под условите утврдени во Член 28 14 °, од целосно или делумно реемитување на истата услуга се сметаат за посебни сервиси.

Член 41-4. Кога операција на концентрација во врска со, директно или индиректно, давател или дистрибутер на радио и телевизиски услуги е предмет на детално испитување заради

примена на последниот став од III на член L. 430-5 од Трговскиот законик, Органот за заштита на конкуренцијата пред да донесе одлука за примена на член L. 430-7 од истиот законик, ќе побара мислење на Советот за аудиовизуелни услуги. Органот за заштита на конкуренцијата ќе го извести Советот за сите упатувања во врска со таквата операција. Советот ќе го извести Органот за заштита на конкуренцијата за своите забелешки во рок од еден месец по приемот на ова известување.

Органот за заштита на конкуренцијата го добива и мислењето на Советот за анти-конкурентските практики за кои бил известен во секторите на радио и телевизиски услуги и услуги по барање. За таа цел, го известува за какво било упатување на вакви случаи. Советот ги изнесува своите забелешки во рок од еден месец по приемот на ова известување.

Советот го известува Органот за заштита на конкуренцијата за анти-конкурентските практики за кои е запознаен во секторите на радио и телевизиски услуги и услуги по барање. Ова известување може да биде придружено со барање за временни мерки под условите предвидени во член L. 464-1 од Трговскиот законик.

Советот може да побара мислење од Органот за заштита на конкуренцијата за прашања поврзани со конкурентноста и концентрацијата за кои има сознанија за радио и телевизиски услуги и услуги по барање.

Член 42-3. Дозволата може да се одземе, без претходно известување, во случај на значителна измена на податоците врз основа на кои е издадена, особено измени што се случиле во составот на акционерскиот капитал или во органите на управување и во начините на финансирање. Но, Советот не може да одобри измена на непосредната или посредната контрола, во смисла на член L. 233-3 од Трговскиот законик, на друштвото кое е имател на дозвола која е доделена согласно Член 30-1 од овој закон која настанала во рок од пет години од издавањето, освен во случај на економски тешкотии кои ја загрозуваат одржливоста на ова друштво.

Почитувајќи ги критериумите наведени во член 29, вклучувајќи ги и правилната за рамнотежа помеѓу мрежите на државно ниво и локалните, регионалните и независните тематски сервиси, Советот може да даде одобрение за промена на имател на дозвола за емитување на радио сервис кога оваа промена е во полза на правното лице кое контролира или е под контрола на првичниот имател на дозвола во однос на критериумите утврдени во член L. 233-3 од Трговскиот законик. По повод оваа промена на имател на дозвола, Советот може под исти услови да издаде дозвола за промена во категоријата за која е издадена дозволата. Оваа промена не може да биде одобрена, освен преку јавен повик од страна на Советот, доколку е некомпатибилна со зачувувањето на рамнотежата на рекламните пазари, особено на локалните.

Оваа промена на имател на дозвола не е отворена за сервисите наведени во член 80 и за локални, регионални и независни тематски сервиси.

Под услов да се почитуваат членовите 1 и 3-1, Советот може, со образложено решение, да даде одобрение за измена на начините на финансирање кога се однесува на надомест од страна на корисниците. Пред својата одлука, тој спроведува студија за влијанието, особено економското, која се објавува почитувајќи ги деловните тајни. Исто така, спроведува јавна расправа на имателот на дозвола и сослушува трети лица кои го бараат тоа. Оваа измена на дозвола може да се одобри доколку се земе предвид рамнотежата на пазарот за рекламирање на терестријалниот телевизиски сервис.

Без предрасуди кон примената на првиот став, секој давател на услуги со дозвола доделена согласно членовите 29, 29-1,30-1,30-5 и 96 мора да добие одобрение од Советот во случај на промена во директната или индиректната контрола, во смисла на член L. 233-3 од Трговскиот законик, на друштвото кое е имател на дозволата. Оваа одобрение подлежи на образложено решение и се издава земајќи ја предвид усогласеноста на давателот на услуга, во текот на две години пред годината на барањето за доделување на дозвола, со своите договорни обврски во врска со програмската шема на сервисот.

Кога промената во контрола се однесува на телевизиски сервис на државно ниво со дозвола согласно член 30-1 од овој закон или радио сервис кој припаѓа на радиодифузна мрежа на државно ниво, во смисла на член 41-3, и кога оваа промена веројатно значително ќе го измени засегнатиот пазар, на одобрувањето му претходи студија за влијанието, особено на економското, објавена почитувајќи ги деловните тајни.

Доколку смета дека е корисно, Советот може да спроведе таква студија и за другите сервиси кои имаат дозвола.

Договор меѓу сојузните држави за радиодифузија и телемедиуми

Член 21. Начела на постапката за издавање дозвола

(1) Подносителот на барање ги обезбедува сите информации и документи потребни за разгледување на неговото барање за издавање дозвола.

(2) Обврската за обезбедување информации и документи особено се однесува на:

1. опис на директните и индиректните интереси во подносителот на барање, според дефиницијата од член 28 и во капиталот и гласачките права кај подносителот на барање и поврзаните друштва, според дефиницијата од германскиот Закон за трговски друштва;

2. информации за поврзаноста, според дефиницијата од член 15 од Фискалниот законик²⁹ меѓу страните согласно точка 1. Истото важи и за претставници на лицето или на друштвото или на член на орган на правно лице;

3. Статутот и статутарните одредби на подносителот на барањето;

4. договори што постојат меѓу страните кои имаат директен или индиректен интерес во подносителот на барањето, во смисла на член 28, во врска со заедничкото обезбедување на емитување, како и за должничко-доверителските односи и врските кои се значителни согласно членовите 26 и 28;

5. писмена изјава на подносителот на барањето дека документите и информациите согласно точките 1 до 4 се обезбедени во целост.

(3) Во случај кога некое прашање кое се однесува на настан што е надвор од опфатот на овој Договор меѓу сојузните држави има одредена важност за постапката за издавање дозвола, подносителот на барањето мора да достави објаснување и неопходни докази. Притоа, тој мора да ги исцрпи сите законски и фактички можности. Подносителот на барањето не може да тврди дека не е во можност да даде објаснувања или докази, ако во тие околности, можел самиот да го направи можно или можел да стекне таква можност при осмислување на околностите.

(4) Обврските согласно ставовите (1) до (3) соодветно се применуваат на физички и правни лица или друштва кои имаат директен или индиректен интерес во подносителот на барањето во смисла на член 28, или кои претставуваат друштво поврзано со подносителот на барањето, или кои може да влијае врз него на друг начин во смисла на членовите 26 и 28.

(5) Доколку оние што треба да обезбедат информации или да достават документи не ги исполнат своите обврски согласно ставовите (1) до (4) во рок определен од надлежниот државен орган за медиуми, барањето за издавање дозвола може да се одбие.

(6) Оние кои се должни да дадат информации и да достават документи за време на постапката за издавање дозвола, мораат без одлагање да го известат надлежниот државен орган за медиуми за сите промени во околностите што можеле да настанат по поднесувањето на барањето или издавањето на дозволата. Ставовите (1) до (5) се применуваат соодветно. Член 29 останува незасегнат.

(7) И покрај другите услови за известување, радиодифузерот и страните кои имаат директен или индиректен интерес во радиодифузерот во смисла на член 28, се должни да достават изјава до надлежниот државен орган за медиуми, без одлагање по истекот на календарската година, наведувајќи дали и во колкава мерка се случила промена во таа календарска година во однос на релевантните интереси во учество и факти за кои се бара известување согласно член 28.

Член 25. Плурализам на мислења, регионални рамки

(1) Уредувачките содржини во комерцијалната радиодифузија ќе пренесуваат плурализам на мислења. На поголемите политички, идеолошки и социјални сили и групи ќе им се даде соодветна можност на изразување на општите канали; ставовите на малцинствата ќе се земаат предвид. Можноста да се понудат тематски канали останува незасегната.

(2) Еден програмски сервис не смее да врши прекумерно неурамнотежено влијание врз јавното мислење.

(3) Во постапката за издавање дозволи, државниот орган за медиуми ќе се труди да осигури заинтересираните страни кои обезбедуваат културни содржини исто така да имаат можност да учествуваат во емитувањето. Не постои законско доделено право на учество.

(4) Двата општи канали кои се емитуваат на државно ниво кои имаат најголем опфат на публика, треба да овозможат рамковни услуги кои ќе дават современа, автентична претстава на политичкиот, економскиот, социјалниот и културниот живот во соодветната сојузна држава најмалку во согласност со предвидениот и регионално урамнотежен степен на програмски активности од 1 јули 2002 година во согласност со соодветниот закон на сојузната држава. Главниот давател на услуги ја гарантира уредувачката независност на давателот на рамковна услуга која ја дава неговата организација. Давателот на рамковна услуга добива посебна дозвола. Давателите на рамковни услуги и главните даватели на услуги не треба да бидат поврзани едни со други во форма на поврзани друштва согласно Член 28, освен ако независноста не се обезбеди на други начини преку одредби во сојузната држава кои се на сила од 31 декември 2009 година. Дозволите што биле издадени до 31 декември 2009 година остануваат непроменети и можат да се продолжат. Организацијата на рамковните услуги ќе го вклучува и нивното финансирање од страна на главните даватели на услуги. Органи за медиуми на сојузната

држава ја координираат програмската и техничката организација на рамковните услуги, земајќи ги предвид интересите на засегнатите главни даватели на услуги.

Член 26. Обезбедување плурализам на мислења на телевизија

(1) Друштво (физичко или правно лице или партнерство) може самото или преку друштва поврзани со него да дава неограничен број на телевизиски услуги што се емитуваат на национално ниво во Сојузна Република Германија, освен ако ова не предизвика стекнување на доминантна моќ на мислење, според наведеното во следниве одредби.

(2) Доколку услугите што можат да му се припишат на друштвото достигнат просечен годишен удел во публиката од 30% од сите гледачи, ќе се претпостави дека е постигната доминантна моќ на мислење. Истото важи и за учеството во публиката од 25% ако друштвото има доминантна позиција на пазар релевантен и поврзан со медиумите или целокупната проценка на неговите активности во телевизијата и на пазарите релевантни и поврзани со медиумите, покажува дека влијанието врз формирањето на мислење постигнато како резултат на овие активности одговара на она на друштво со 30% публика. При пресметката на релевантниот удел во публиката во согласност со реченицата 2, два процентни поени се одземаат од реалното учество во публиката, доколку во општиот канал што може да му се припише на друштвото со најголем удел во публика се вклучени и рамковни услуги, во согласност со член 25 (4). Ако истовремено е вклучено и време на емитување на трети лица во согласност со (5), дополнителни три процентни поени се одземаат од фактичкиот удел во публиката.

(3) Ако друштво стекнало доминантна моќ на мислење со услугите што можат да му се припишат, не може да му се издаде дозвола за дополнителни услуги што можат да му се припишат на ова друштво, ниту пак може да биде прифатливо стекнување на дополнителни интереси на учество во радиодифузери кои можат да му се припишат.

(4) Доколку друштвото стекне доминантна моќ на мислење со услугите што можат да му се припишат, државниот орган за медиуми преку Комисијата за медиумска концентрација³³ (КЕК, член 35 (2) реченица 1 бр. 3) ќе ги предложи следниве мерки за друштвото:

1. Друштвото може да се откаже од своите учеснички интереси во радиодифузери кои можат да му се припишат, сè додека уделот во публиката што може да му се припише на друштвото не падне под прагот од (2) реченица 1, или

2. во случајот наведен во (2) реченица 2, може да ја ограничи својата пазарна позиција на пазарите релевантни или поврзани со медиумите или да се откаже од своите учеснички интереси во радиодифузерите кои можат да му се припишат, сè додека повеќе не постои доминантната моќ на мислење според (2) реченица 2, или

3. во однос на давателите на услуги што можат да му се припишат, може да ги преземе мерките во смисла на членовите 30 до 32 со цел да се обезбеди плурализам на мислење.

КЕК со друштвото ќе расправа за можните мерки со цел да се постигне меѓусебна согласност. Доколку договор не може да се постигне или доколку мерките за кои меѓусебно се договориле друштвото и КЕК не се спроведат во разумен рок, државните органи за медиуми можат, откако КЕК ќе ги утврди фактите, да им ги одземат дозволите за поголем дел од услугите што можат да му се припишат на друштвото, што може да биде потребно за да се осигури дека друштвото повеќе нема да има доминантна моќ на мислење. КЕК ќе избере кои дозволи ќе бидат одземени, земајќи ги предвид спецификите на секој случај. Нема да се додели никаков надомест за финансиска загуба остварена како резултат на одземање на дозволата.

(5) Ако давател на услугата достигне годишен просечен удел во публиката од 10% со општ канал или со тематски информативен канал, давателот на услугата мора да им додели време за емитување на независни трети страни, како што е наведено во член 31, во рок од шест месеци откако овој факт бил утврден и откако за тоа соодветно бил информиран од државниот орган за медиуми. Доколку давател на услуга достигне годишен просечен удел во публика од 20% со услуги што можат да му се припишат без еден од општите канали или тематските информативни канали кои достигнуваат удел во публика од 10%, обврската согласно 1 ќе се однесува на давателот на услугата што може да му се припише на друштвото со најголем удел во публиката. Доколку давателот на услуга не ги спроведе бараните мерки, надлежниот државен орган за медиуми ќе му ја одземе дозволата, откако ќе се утврдат фактите од страна на КЕК. Според тоа, став (4) реченица 5 соодветно се применува.

(6) На секои три години или на барање на државите, државните органи за медиуми заедно објавуваат извештај на КЕК за развојот на концентрацијата и за мерките за обезбедување плурализам на мислења во секторот комерцијална радиодифузија, земајќи ги предвид:

1. меѓусебната зависност помеѓу телевизиите и пазарите релевантни и поврзани со медиумите;

2. хоризонталната меѓусебна зависност помеѓу радиодифузерите во различни подрачја на емитување и

3. меѓусебната зависност во медиумскиот сектор на меѓународно ниво.

Во извештајот треба да се даде коментар и за примената на членовите 26 до 32 и за сите потребни измени на овие одредби.

(7) Државните органи за медиуми објавуваат годишен список на услуги што го составува КЕК. Списокот на услуги ги вклучува сите услуги, нивните радиодифузери и страни со интерес во учеството.

Член 27. Мерење на уделот во публиката

(1) Државните органи за медиуми преку КЕК го мерат уделот во публиката на секоја услуга, имајќи ги предвид сите програмски сервиси на германски јазик што ги емитуваат јавните

радиодифузери и сервисите на комерцијалните радиодифузери кои можат да се примат на национално ниво. Одлуките се засноваат на просечниот удел во публиката што го постигнале сервисите што треба да бидат вклучени во претходните дванаесет месеци, а кои преовладуваат во моментот на започнувањето на постапката.

(2) По одлука на КЕК, државните органи за медиуми ќе ангажираат друштво кое ќе врши мерење на уделот во публиката. Договорот се доделува во согласност со принципите на ефикасност и економичност. Уделот во публиката ќе се мери преку репрезентативни анкети кај гледачи на возраст од три и повеќе години користејќи општо прифатени научни методи. Државните органи за медиуми треба да се согласат со друштвото дека податоците прибрани при мерењето на уделот во публиката, во согласност со (1) реченица 1, на договорна основа можат да ги користат и трети лица. Во овој случај, трошоците на државните органи за медиуми соодветно ќе се намалат.

(3) Радиодифузерите се должни да помогнат во мерењето на уделот во публиката. Во случај радиодифузер да не ја исполни оваа обврска, може да му биде одземена дозволата.

Член 28. Припишување на услуги

(1) Сите услуги што ги дава друштвото или што ги дава друго друштво во кое има директен интерес во капиталот или во гласачките права од 25% или повеќе, ќе му бидат припишани на тоа друштво. Исто така, ќе му бидат припишани сите услуги што ги даваат друштва во кои има индиректен интерес доколку тие друштва се поврзани друштва во смисла на член 15 од германскиот Закон за трговски друштва и имаат удел во капиталот или гласачките права во радиодифузер од 25% или повеќе. Поврзаните друштва во смисла на речениците 1 и 2 се сметаат за единствено друштво и нивниот удел во капиталот или гласачките права се собираат. Ако како резултат на договор или на друг начин, неколку друштва соработуваат на таков начин што заеднички можат да извршат доминантно влијание врз друштво кое има интерес, секое од нив ќе се смета дека е доминантно друштво.

(2) Согласно (1), интерес исто така постои ако друштвото самостојно или заедно со други може да изврши слично влијание врз радиодифузер. Понатаму, слично влијание постои и ако друштво или друштво кое веќе му се припишало од други причини во согласност со (1) или (2) реченица 1:

1. редовно обезбедува програма во значителен дел од времето на емитување на радиодифузерот;

2. врз основа на договорни одредби, прописи во статутарните одредби и во основачкиот акт или на кој било друг начин има позиција што ги донесува основните одлуки на радиодифузерот во врска со дизајнот, набавката и продукцијата на програма што е предмет на негово одобрување.

(3) Припишувањето согласно точките (1) и (2) од овој член, исто така, ги вклучува и друштвата основани надвор од опфатот на овој договор меѓу сојузните држави.

(4) Анализата и проценката на слични влијанија врз радиодифузер ќе ги земаат предвид и постоечките семејни односи. Ќе се применуваат начелата на трговското или фискалното право.

Член 29. Промени во учесничките интереси

Надлежниот државен орган за медиуми мора во писмена форма да биде известен за секоја планирана промена во учеството во интересите или за другите влијанија пред нивното спроведување. Известувањата ќе ги доставуваат радиодифузертот и страните кои имаат директен или индиректен интерес во радиодифузертот во смисла на Член 28. Надлежниот државен орган за медиуми може да потврди дека не постојат забелешки за таквите измени само ако дозволата сè уште може да се издаде при така изменети услови. Доколку се спроведе планирана промена за која не може да се даде потврдата согласно реченицата 3, дозволата се одзема. Постапката за одземање се уредува со државен закон. За мали интереси во друштва со ограничена одговорност, КЕК може да издаде упатства со детали за изземање од обврската за пријавување на промени.

Член 30. Мерки за обезбедување плурализам

Сè додека горенаведените одредби имаат за цел мерки за обезбедување плурализам во врска со радиодифузер или друштво, таквите мерки ќе вклучуваат:

- 1. доделување време на емитување на независни трети страни (член 31),*
- 2. формирање програмски советодавен одбор (член 32).*

Закон бр. 97/2013 за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги - 04.03.2013

Член 29 - Проценка на влијанието врз радиодифузниот пазар

1. Агенцијата за аудиовизуелни медиуми (АМА) за вршење на проценка на влијанието во сферата на радиодифузијата, го испитува обемот во кој развојот на радиодифузијата влијае врз: (а) квалитетот, можноста за избор, како и приемот на услуги од страна на гледачите и слушателите, (б) постоењето на вакви услуги во радиодифузниот сектор, (в) ефектите од технолошкиот развој, новините и инвестициите во оваа сфера и пазарите поврзани со радиодифузијата (г) други прашања што АМА ги смета за разумни за оваа намена.

2. АМА врши периодична анализа на различни ефекти на радиодифузниот пазар со цел своите регулаторни функции да ги извршува што е можно посоодветно. За таа цел, АМА може да соработува со релевантните јавни институции и со радиодифузерите.

Член 56 - Општи услови за барањето за доделување дозвола и/или овластување

Барањето за доделување дозвола и/или овластување содржи:

1. Име, седиште, правна форма на субјектот кој го поднесува барањето, заедно со името и потписот на овластеното лице кое го застапува.
2. Документи со кои се докажуваат банкарските и службените информации за капиталот на правното или физичкото лице што го поднесува барањето.
3. Име на програмата и мрежата на која ќе бидат поддржани.
4. Целта и општите карактеристики на услугата, податоци за времетраењето на програмата и територијата што ќе ја покрива, како и техничката инсталација и употребата на уредите.
5. Список на раководители, проекции на расходи и приходи, потекло и висина на финансиските средства предвидени за периодот за кој се бара дозволата и/или овластувањето.
6. Список на имиња на членовите на управниот одбор и нивни биографии.
7. Содржина на програмите што ќе се емитуваат и програмска структура предложена за емитување, во кои јасно е изразен нивниот општ плурализам и непристрасност во информирањето.
8. Барањето мора да содржи информации за сопственичката структура на друштвото и за неговите акционери. 9. Подносителите на барањето мора да

одговорот на сите прашања на регулаторниот орган за време на проверката на барањето

Член 62 - Прописи за имотот/сопственоста во терестријалното аудио и аудиовизуелно емитување

1. Дозвола за аудио емитување на државно ниво и дозвола за аудиовизуелно емитување на државно ниво се доделува само на акционерски друштва регистрирани во Република Албанија, чиј единствен предмет на работење е аудиовизуелна дејност.

2. Уделите кои го претставуваат капиталот во друштвото кое поседува дозвола за аудио емитување на државно ниво или дозвола за аудиовизуелно емитување на државно ниво гласат на име.

3. Ниту едно физичко или правно лице, домашно или странско, не смее да поседува повеќе од 40% од вкупниот капитал во акционерско друштво кое има дозвола за аудио емитување на државно ниво или дозвола за аудиовизуелно емитување на државно ниво.

4. Физичко или правно лице кое поседува удели во друштво кое поседува дозвола за аудио емитување на државно ниво или дозвола за аудиовизуелно емитување на државно ниво, не може да има повеќе од 20% од вкупниот капитал во второ трговско друштво кое има дозвола за аудио емитување на државно ниво или дозвола за аудиовизуелно емитување на државно ниво. За аналогно аудио емитување е дозволено да се поседува до 10 проценти од капиталот во трето трговско друштво на државно ниво. На таквото лице не му е дозволено да добие дозвола ниту за аудио ниту за аудиовизуелно емитување на регионално или локално ниво.

5. Дозволите на државно ниво за аудио и/или аудиовизуелни програмски сервиси исто така подлежат на горенаведените услови.

6. Дозвола за аудио емитување на локално или регионално ниво и дозвола за аудиовизуелно емитување на локално или регионално ниво им се доделува на физички или правни лица регистрирани во Република Албанија чиј единствен предмет на работење е аудиовизуелна дејност.

7. На физичко или правно лице кое поседува удел од 100% во друштво кое поседува дозвола за аудиовизуелно емитување на локално или регионално ниво, може да му се додели само уште една дополнителна (втора) дозвола за аудио емитување на локално или регионално ниво. На физичко или правно лице кое поседува удел од 100% во друштво кое поседува дозвола за аудио емитување на локално или регионално ниво, може да му се додели само втора дозвола за аудиовизуелно емитување на локално или регионално ниво.

8. Физичко или правно лице, кое има удел во друштво кое поседува дозвола за аудио емитување на локално или регионално ниво, не може да има повеќе од 40% од капиталот во второ друштво кое има дозвола за аудио емитување на локално или регионално ниво.

9. Физичко или правно лице, кое има удел во друштво кое поседува дозвола за аудиовизуелно емитување на локално или регионално ниво, не може да поседува повеќе од 40% од капиталот во второ друштво кое има дозвола за аудиовизуелно емитување на локално или регионално ниво.

10. Во смисла на овој член, како имател на удел се смета имателот на удел и лицата поврзани со него до второ колено.

11. Горенаведените услови важат и за правни лица овластени за давање аудио програмски услуги и со овластувања за аудиовизуелни програмски услуги поддржани преку сателитски мрежи.

12. Ниту еден имател на дозвола за аудио емитување на државно ниво и на дозвола за аудиовизуелно емитување на државно ниво, вклучително и на давателите на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги овластени за давање на аудио програмски услуги и овластени за аудиовизуелни програмски услуги поддржани преку сателитски мрежи, според овој закон, не може да емитува повеќе од 30% од рекламирањето на пазарот за аудиовизуелна радиодифузија. АМА врши следење и објавува периодични информации за обемот на рекламирање што ги емитуваат давателите на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги на државно ниво.

Закон за медиуми

Член 31. Акциите на издавач што врши дејност на јавно информирање мора да гласат на име.

Член 32. (1) Издавачите се должни до 31 јануари секоја календарска година до Хрватската стопанска комора да достават податоци за трговското друштво и седиштето односно за името, презимето и живеалиштето на сите правни и физички лица кои директно или индиректно се сопственици на акции или удели во тоа правно лице со податоци за процентот на акции или удели.

(2) Секој издавач е должен во рокот од став 1 од овој член до Хрватската стопанска комора да достави заверени копии од документи за стекнување акции или удели во тој издавач во текот на претходната година. Документи за стекнување не се доставуваат за акции и удели до 1% од вредноста на капиталот.

(3) За лицата од став 1 од овој член, издавачите се должни да достават податоци за тоа дали тие лица поседуваат, за себе или за други, акции и/или удели во други претпријатија на кои се применува овој закон и податоци за тоа дали овие лица се членови на управи, надзорни одбори или управни одбори во претпријатија за кои се однесува овој закон.

(4) Хрватската стопанска комора на издавачот кој не ја исполнил обврската од ставовите 1, 2 и 3 од овој член, ќе му испрати писмено предупредување во кое ќе се наведат можните санкции за неизвршување на обврската.

(5) Издавачот е должен податоците од став 1 од овој член да ги објави во „Службен весник“ до 28 февруари секоја календарска година. Податоците за акционерите и сопствениците на удели до 1% од вредноста на капиталот се објавуваат збирно.

(6) Се забранува прикривање на сопственичката структура на издавачот или на сопственоста на оној што стекнал акции или удели во правното лице на издавачот со какво било правно дејствие. Правните дејствија со кои се прикрива сопственичката структура на издавачот или сопственоста на оној кој стекнал акции или удели во издавачот се ништовни.

Член 33. Одредбите за ограничување на сопственоста предвидени со закон, се применуваат и на странски правни и физички лица, без оглед на тоа во која држава имаат седиште или живеалиште, освен ако со закон не е поинаку предвидено.

Член 34. До 30 април секоја година, издавачите се должни до Хрватската стопанска комора да достават извештај за финансиското работење во претходната година, кој содржи податоци за приходите и за пазарниот удел остварени на пазарот на читатели и/или гледачи и/или слушатели, како и податоци за приходи и за пазарниот удел кои биле

остварени на рекламниот пазар, како и податоци за рекламни или маркетинг агенции преку кои биле остварен над 10% од годишниот приход од маркетинг на издавачот.

(2) Трговските друштва за дистрибуција на медиуми се должни на Хрватската стопанска комора да ѝ доставуваат податоци за договори за дистрибуција со издавачи и општи услови за деловно работење кои се однесуваат на дистрибуција на програми за електронски медиуми и општо-информативни печатени изданија чиј продаден тираж надминува три илјади примероци, доколку тоа печатено издание се продава на пазарот во повеќе градови или окрузи, односно ако надминува илјада примероци кога станува збор за печатено издание на локален пазар.

(3) Издавачот е должен до 30 април од секоја календарска година, во своите медиуми да објави податоци за остварените вкупни приходи и просечниот продаден тираж, односно за просечниот број на слушатели или гледачи во претходната година.

Член 35. За издавачи, правни лица кои вршат деловни активности на дистрибуција на медиуми, како и за други правни лица кои вршат активности поврзани со јавно информирање се применуваат прописите за заштита на конкуренцијата.

Член 36. (1) Издавачите кои учествуваат во концентрација на претпријатија се должни да достават известување за намерата за спроведување концентрација во форма и на начин утврден со прописите за заштита на конкуренцијата.

(2) Обврската за поднесување пријава постои без оглед на тоа дали во конкретниот случај се исполнети условите од Член 22 став (4) од Законот за заштита на конкуренцијата.

(3) Пријавата од став (1) од овој член се поднесува до Агенцијата за заштита на конкуренцијата.

(4) Концентрацијата на претпријатија пријавена со одредбите од овој член, Агенцијата за заштита на конкуренцијата ќе ја проценува согласно прописите за заштита на конкуренцијата.

Член 37. (1) Не е дозволена секаква концентрација на претпријатија на пазарот на издавање на општо-информативни дневни весници, односно на пазарот на општо-информативни неделни списанија, со која пазарниот удел на учесниците во конкретна концентрација на претпријатија на пазарот по нејзино спроведување би надминал 40% од вкупниот продаден тираж на општо-информативни дневни весници или неделни списанија во Република Хрватска.

(2) Издавачот со недозволена концентрација од став (1) од овој член не може да се стекнува со акции или удели во издавач на општо-информативен дневен весник односно на неделно списание.

Закон за електронски медиуми

Член 52. (1) Давателите на медиумски услуги се должни до 31 јануари секоја календарска година до Советот за електронски медиуми да достават податоци за правното лице и седиштето, односно за името и презимето и живеалиштето на сите правни и физички лица кои директно или индиректно станале сопственици на акции или удели во тој давател на медиумски услуги, со податоци за процентот на акции или удели.

(2) Давателите на медиумски услуги се должни во рокот од став 1 од овој член до Советот за електронски медиуми да достават заверени копии од документи за стекнување акции или удели во тој давател на медиумски услуги во текот на претходната година. Документи за стекнување не се доставуваат за акции и удели до 1% од вредноста на капиталот.

(3) Советот за електронски медиуми на давателот на медиумски услуги кој не ја исполнил обврската од ставовите 1 и 2 од овој член му испраќа писмено предупредување со објаснување на можните санкции за неизвршување на обврската.

(4) Давателот на медиумски услуги е должен податоците од став (1) од овој член да ги објави во Службен весник. Податоците за акционерите и сопствениците на удели до 1% од вредноста на капиталот се објавуваат збирно.

(5) Се забранува прикривање на сопственичката структура на давателот на медиумски услуги или на сопственоста на оној што стекнал акции или удели во давателот на медиумски услуги со какво било правно дејствие. Правните дејствија со кои се прикрива сопственичката структура на давател на медиумски услуги или сопственоста на оној што стекнал акции или удели во давателот на медиумски услуги се ништовни.

Член 53. (1) Поврзани лица во смисла на овој Закон се лица кои се меѓусебно поврзани преку управување, капитал или на друг начин што им овозможува заеднички да ја обликуваат деловната политика, да работат согласно намерата за постигнување заеднички цели, односно така што едно лице има можност да насочува друго или на значаен начин да влијае врз него при одлучувањето за финансирањето и работењето, односно при одлучувањето за програмската основа на медиумот.

(2) За поврзани лица се сметаат лица кои се поврзани преку: - крвно сродство како членови на потесното семејство (родители, деца, браќа и сестри, посвоители и посвоени деца), - брачна или вонбрачна заедница, преку брак како блиски членови на семејството на сопругникот, - како сопственици на вкупен деловен удел, акции или други права врз основа на кои учествуваат во управувањето со друго лице со најмалку 25% од гласачките права, - на таков начин што кај двете лица, исто лице има вкупен деловен удел, акции односно други права врз основа на кои учествува во управувањето со секое од нив со најмалку 25% од гласачките права, - со договор за маркетинг или друг договор, кога во текот на тримесечен или подолг период во една година остваруваат над 30% од приходи од рекламирање, - како поврзани трговски друштва во смисла на Законот за трговски друштва, - кога се членови на

управата или на надзорниот одбор во друштвото во кое ја вршат оваа должност и лица кои се сметаат за поврзани со раководителите на управата или на надзорниот одбор на тоа друштво на начин утврден со овој став.

Член 54. За недозволена концентрација во смисла на овој Закон се смета ако:

- телевизиски и/или радио издавач што има концесија на државно ниво и има удел во капиталот на друг издавач што има иста таква концесија или концесија на регионално, жупаниско, градско или општинско ниво, со над 25%, и обратно,
- телевизиски и/или радио издавач што има концесија на државно ниво и има удел во капиталот на издавач кој издава дневен весник кој се печати во над 3.000 примероци, со удел поголем од 10%, и обратно,
- телевизиски и/или радио издавач што има концесија на државно ниво и има удел во капиталот на правно лице кое врши дејност на новинска агенција, со удел поголем од 10%, и обратно,
- телевизиски и/или радио издавач кој има концесија за регионално или локално ниво на покривање и има удел во капиталот на друг таков издавач со локално или регионално ниво на покривање за истото подрачје од над 30%,
- телевизиски и/или радио издавач кој има концесија за регионално или локално ниво на покривање и истовремено, во исто или соседно подрачје, издава дневни весници со локално значење,
- давател на медиумски услуги од член 79 од овој Закон кој истовремено издава дневен весник кој се печати во тираж од над 3.000 примероци,
- давател на медиумски услуги од член 79 на овој Закон кој има удел во капиталот на издавач кој издава дневен весник кој се печати во тираж од над 3.000 примероци, со удел поголем од 10%, и обратно.

Член 55. Се смета дека постои недозволена концентрација во областа на медиумите и во случаите од Член 54 од овој Закон, ако во капиталот на друг телевизиски и/или радио издавач, на новински издавач на дневни весници или новинска агенција, удел над утврдената висина на капиталот има физичко или правно лице кое е основач на телевизиски и/или радио издавач или давател на медиумски услуги од член 79 од овој Закон, или основач, или лица поврзани со него, во смисла на член 53 од овој Закон.

Член 56, (1) Советот за електронски медиуми нема да му додели концесија на најповолниот понудувач избран по спроведена постапка за доделување на концесија, ако се утврди дека со доделувањето на концесијата би се создала недозволена концентрација во смисла на овој Закон.

(2) Секој кој доставил понуда на објавеното известување за намерата за доделување концесија, е должен со понудата да достави заверена изјава дека со евентуалното добивање на концесијата не остварува недозволена концентрација во смисла на овој Закон.

(3) Давател на медиумски услуги од член 79 од овој Закон, е должен заедно со барањето за издавање на дозвола за сателитски, интернет, кабелски и други форми на пренос на аудиовизуелна и/или радио програма, да достави изјава дека со доделувањето на оваа дозвола не остварува незаконска концентрација во смисла на овој Закон.

Член 57. (1) Секоја промена во сопственичката структура, телевизискиот и/или радио издавачот и давателот на медиумски услуги од член 79 од овој Закон мора по писмен пат да ја пријави во Советот за електронски медиуми.

(2) Ако Советот за електронски медиуми утврди дека со настанатите измени во сопственичката структура се остварила недозволена концентрација во областа на медиумите, ќе му наложи на телевизискиот и/или радио издавачот и на давателот на медиумски услуги од член 79 од овој Закон во одреден временски рок да ја усогласи својата сопственичка структура на начин што не е во спротивност со одредбите од овој Закон.

(3) Ако телевизиски и/или радио издавач не постапи согласно налогот на Советот за електронски медиуми, се применуваат одредбите од овој Закон за престанок на важење на концесијата пред истекот на рокот за кој е доделена, а решение за одземање на концесијата донесува Советот за електронски медиуми.

(4) Ако давателот на медиумските услуги од членот 79 од овој Закон не постапи согласно налогот на Советот за електронски медиуми, се применуваат одредбите од овој Закон за престанок на важење на дозволата за сателитски, интернет, кабелски и други форми на пренос на аудиовизуелни и/или радио програми.

Член 58. (1) Домашно правно лице чии основачи се и странски правни лица регистрирани во земји во кои според прописите на тие земји не е дозволено или не е можно да се утврди потеклото на основачкиот капитал, не може да учествува во постапка за доделување концесија во согласност со овој Закон.

(2) Ако подоцна се утврди дека еден од основачите на телевизиски и/или радио издавач на кој му е доделена концесија е странско правно лице од став 1 од овој член, се применуваат одредбите од Член 57, ставови 2 и 3 од овој Закон.

Член 59 (1) Поединечен издавач може да врши само медиумска услуга на телевизија или само медиумска услуга на радио.

(2) Одредбата од претходниот став не се применува ако издавачот добие одобрение од Советот за електронски медиуми врз основа на овој Закон, а во случај кога медиумските услуги на телевизија и радио не се вршат на исто подрачје.

Член 60. (1) Правно лице чија дејност е собирање, обликување и посредување со огласи, како и физичко или правно лице и група на поврзани лица, кои во капиталот, односно имотот од

тој вид имаат над 10% од уделот во сопственоста или над 10% од управувачките односно гласачките права не може да биде телевизиски и/или радио издавач и/или основач на телевизиски односно радио издавач, ниту пак може да поседува акции или удели во капиталот на телевизиски и/или радио издавач.

(2) Ако Советот за електронски медиуми утврди дека се случила недозволена промена во сопственичката структура од став (1) од овој член, ќе му наложи на телевизискиот и/или радио издавачот во определен рок да ја прилагоди својата сопственичка структура на начин кој не е во спротивност со одредбите од овој Закон.

(3) Ако телевизискиот и/или радио издавачот не постапи согласно налогот на Советот за електронски медиуми, ќе се применат одредбите од овој Закон за престанок на важење на концесијата пред истекот на рокот за кој е издадена, а решение за одземање на концесијата донесува Советот за електронски медиуми.

Член 61. Операторот што врши дејност на пренос на аудиовизуелни и/или радио програми не може да биде телевизиски и/или радио издавач и давател на медиумски услуги од член 79 од овој Закон.

Член 62. Одредбите за сопственост и концентрација се применуваат и на странски правни и физички лица, без оглед на тоа во која држава имаат седиште односно постојан престој, освен ако со овој Закон не е предвидено поинаку .

Закон за медиуми

Член 5. Не е дозволен монопол во информирањето. Заштита од монопол во информирањето се обезбедува со посебни закони

Член 18. Импресумот на медиумите содржи име на медиумот, име, односно трговско друштво и живеалиште, односно седиште на основачот и мора да биде јасно одвоено од останатата содржина на медиумот.

Импресумот на печатен медиум задолжително го содржи името и седиштето на печатницата, датумот на издавање или повторното издавање и бројот на отпечатени примероци

Импресумот на радио и телевизија се објавува на почетокот и на крајот на дневното емитување на програмата, односно помеѓу полноќ и два часот, доколку програмата се емитува непрекинато.

Импресум на услуга на новинска агенција се објавува најмалку еднаш дневно.

Скратениот импресум на печатен медиум се наоѓа на маргината на секоја страница и го содржи името на медиумот и датумот на издавање.

Скратениот импресум на телевизиска програма мора да го содржи знакот за идентификација на телевизиската програма и се објавува цело време додека трае програмата.

Скратениот импресум на радио програма мора да го содржи името на радио програмата и се објавува најмалку еднаш на секои два часа од траењето на програмата.

Скратениот импресум на новинска агенција мора да го содржи името на услугата, датумот и времето на доставување на информацијата и се објавува со секоја објавена информација.

Скратениот импресум на другите медиуми, како и на публикациите и на носителите на информации што не се медиуми, се објавуваат на пригоден начин, во согласност со претходните ставови од овој член.

Закон за електронски медиуми

Член 129. (1) Давателот на АВМ услуги е должен до 31 декември во тековната година до Агенцијата да достави податоци за физичките и правните лица (име, седиште/живеалиште) кои во текот на таа година непосредно или посредно станале сопственици на акции или удели во тој давател на АВМ услуги, со податоци за процентот на тие акции или удели.

(2) Давателот на АВМ услуги е должен до 31 декември во тековната година до Агенцијата да достави податоци за: 1) учество во сопственоста на други правни лица кои се даватели на АВМ услуги; 2) учество на неговите сопственици поголемо од 10% во сопственоста на правни лица кои се даватели на АВМ услуги.

(3) Податоците од став 1 и 2 од овој член Агенцијата е должна да ги објави во „Службен весник на Црна Гора“.

(4) Податоците за акционерите и сопствениците на удели до 1% од вредноста на капиталот се објавуваат збирно.

Член 130. (1) Поврзани лица, во смисла на овој закон, се лица кои се меѓусебно поврзани преку управување, капитал или на друг начин кој им овозможува заеднички да утврдуваат деловна политика, да работат согласно намерата за постигнување заеднички цели, односно така што едно лице има можност да го насочува другото или на значаен начин да влијае врз неговото одлучување за финансирање и деловно работење, односно во одлучувањето за програмската основа на електронскиот медиум.

(2) За поврзани лица, во смисла на овој закон, се сметаат лицата кои се поврзани:

1) како членови на потесното семејството (родители, деца, браќа и сестри, посвоители и посвоени деца);

2) преку брак или вонбрачна заедница;

3) семејно сродство како членови на потесното семејство на брачниот другар;

4) како сопственици на вкупниот деловен удел, на акции односно на други права врз основа на кои учествуваат во управувањето со друго лице со најмалку 20% од гласачките права;

5) на начин што и кај двете лица, исто лице има вкупен деловен удел, акции односно други права врз основа на кои учествува во управувањето со секое од нив со најмалку 20% од гласачките права;

6) со маркетиншки или друг договор, кога во текот на тримесечен или подолг период за една година остваруваат повеќе од 30% од приходите од рекламирање;

7) на начин што се членови на органите на управување на правното лице во кое ја вршат оваа должност и лица кои се сметаат за поврзани со членовите на органите на управување на тоа правно лице на начин утврден со овој став.

Член 131. (1) Медиумска концентрација постои кога радиодифузерот:

1) учествува во основачкиот капитал на друг радиодифузер, на правно лице кое издава дневен печатен медиум или на правно лице кое врши дејност на информативна агенција или обратно;

2) истовремено има повеќе дозволи за емитување;

3) истовремено емитува и радио и телевизиска програма;

4) истовремено емитува радио и/или телевизиски програми и издава дневни печатени медиуми кои се дистрибуираат на подрачјето на кое се емитува радио и/или телевизиската програма;

5) истовремено емитува радио и/или телевизиска програма и се занимава со дејност на информативни агенции.

(2) Медиумска концентрација постои и кога основачите на радиодифузерот се физички или правни лица кои истовремено се и:

1) основачи на друг радиодифузер;

2) основачи на правно лице што издава дневен печатен медиум кој се дистрибуира на подрачјето на кое се емитува и радио или телевизиската програма;

3) основачи на информативна агенција;

4) сопружници и вонбрачни партнери или роднини до второ колено на сродство во права или странична линија на физички лица од став 2 точки 1, 2 и 3 од овој член.

(3) Радифузерот што има повеќе одобренја за давање на АВМ услуги е должен да води одвоено сметководство, во согласност со законот со кој се уредува сметководството.

Член 132. Недозволена медиумска концентрација постои кога радиодифузер:

1) кој има дозвола за емитување со покриеност на државно ниво:

- учествува во основниот капитал на друг радиодифузер на кој му е издадена таква дозвола со повеќе од 25% од капиталот или гласачките права,

- учествува во основниот капитал на правно лице што издава дневни печатени медиуми кои се печатат во тираж поголем од 3.000 примероци, со повеќе од 10% и обратно,

- учествува во основниот капитал на правно лице кое врши дејност на информативна агенција со повеќе од 10% и обратно,

- истовремено издава дневни печатени медиуми кои се печатат во тираж поголем од 3.000 примероци;

2) освен националниот јавен радиодифузер, на исто подрачје емитува повеќе од една телевизиска и една радио програма со иста или слична програмска основа;

3) на радио или телевизиска програма што има дозвола за емитување со локална или регионална покриеност:

- учествува во основниот капитал на друг радиодифузер со регионална или локална покриеност на истото подрачје со повеќе од 30%,

- истовремено, во истата или во соседните области, издава дневен печатен медиум со локален карактер.

Член 133. *Ќе се смета дека недозволена медиумска концентрација постои и кога во случаите од членот 132 од овој Закон во основниот капитал на друг радиодифузер, основач на дневен печатен медиум или на новинска агенција, преку утврдената висина на основниот капитал, учествува физичко лице кое е основач на радиодифузер или лица кои се негови роднини од права линија до второ колено на сродство или личност која е негов сопружник.*

Член 134. (1) *Агенцијата нема да издаде дозвола за емитување доколку утврди дека со издавањето на дозволата би се остварила недозволена медиумска концентрација во смисла на овој закон.*

(2) *Подносителот на барањето за издавање на дозвола за емитување, е должен заедно со пријавата на јавен конкурс за доделување на права за емитување или барање за издавање на дозвола за емитување, да достави заверена изјава дека со евентуалното издавање на дозволата нема да остварат недозволена медиумска концентрација.*

(3) *Доколку Агенцијата утврди дека, по издавањето на дозволата за емитување, е остварена недозволена медиумска концентрација, ќе му наложи на радиодифузертот во рок од три месеци од денот на утврдувањето да ги отстрани утврдените недостатоци во однос на недозволената медиумска концентрација.*

(4) *Ако радиодифузертот, без оправдана причина, не постапи согласно налогот од став (3) од овој член, Агенцијата му ја одзема дозволата.*

Член 135. (1) *Радиодифузертот е должен за промена на сопственичката структура да ја извести Агенцијата по писмен пат.*

(2) *За секоја промена во сопственичката структура на радиодифузертот поголема од 10% од учеството, радиодифузертот мора да добие претходна писмена согласност од Советот.*

(3) *Домашно правно лице во кое како основачи се појавуваат и странски правни лица регистрирани во земји во кои не е можно да се утврди потеклото на основачкиот капитал не можат да бидат иматели на дозвола.*

(4) Ако, по издавањето на дозволата, се утврди дека еден од сопствениците на радиодифузерот е странско правно лице од став (3) од овој член, на радиодифузерот ќе му се одземе дозволата.

Член 138. (1) Надзор над примената на овој закон врши Агенцијата преку овластено службено лице, во согласност со законот со кој се уредува инспекцискиот надзор.

(2) Агенцијата особено врши надзор врз извршувањето на обврската на давателот на АВМ услугата во секој поглед да ги почитува условите од издадената дозвола.

(3) Заради спроведување на надлежностите утврдени со закон, давателот на АВМ услугата е должен, на барање на Агенцијата, да ги достави сите податоци, информации и документи кои се потребни за вршење на регулаторната функција од оваа област, во рок кој ќе го определи Агенцијата, а кој не може да биде пократок од седум дена.

Член 142. Дозволата за давање на АВМ услуга се одзема привремено, за период до 30 дена, доколку давателот на АВМ услугата:

1) не започнал со давањето на услугата во пропишаниот рок;

2) не постапил согласно налогот на Агенцијата за прашања на усогласување на својот статус со одредбите од овој закон кои се однесуваат на недозволена медиумска концентрација;

3) по изрекувањето мерки за предупредување и парична казна, ги крши одредбите за програмските стандарди предвидени со овој закон;

4) по изрекувањето на мерки за предупредување, не ја намирил обврската за плаќање на годишниот надомест за дозволата;

5) го сменил својот статус на непрофитен радиодифузер или ако емитувал комерцијални аудиовизуелни комуникации спротивно на овој закон; и

6) по изрекувањето на мерките за предупредување, не ја реализира структурата на програмата и другите програмски обврски во согласност со поднесената пријава на јавен конкурс или барањето за издавање дозвола.

(2) На давателот на АВМ услуга на кој претходно два пати му е изречена мерка на привремено одземање на дозволата, дозволата му се одзема трајно.

Закон за јавно информирање и медиуми

Член 6 - Заштита на медиумскиот плурализам и забрана на монопол во областа на јавното информирање

За да им се овозможи на граѓаните да формираат сопствено мислење за појавите, настаните и личностите, се обезбедува разновидност на изворите на информации и медиумските содржини.

Заради заштита на конкуренцијата и разновидноста на идеите и мислењата, забранет е секаков вид монопол во областа на јавното информирање.

Никој не може да има монопол на објавувањето информации, идеи и мислења во медиумите.

Никој не може да има монопол на основање односно на дистрибуција на медиуми.

Член 7 - Јавност на податоците за медиумите

Заради формирање на сопствено мислење за веродостојноста и доверливоста на информациите, идеите и мислењата објавени во медиумите, за да се согледа можното влијание на медиумите врз јавното мислење, како и заради заштита на медиумскиот плурализам, се овозможува јавност на податоците за медиумите.

Член 34 - Обврска за објавување

Во секој медиум, задолжително се објавуваат основните информации за медиумот во форма на импресум, скратен импресум, односно идентификација.

Член 35 - Содржина

Импресумот на медиумот содржи: име на медиумот, име и седиште на издавачот, е-адреса или веб страница, лични имиња на одговорниот уредник на медиумот и одговорните уредници за одделни изданија, рубрики, односно програмски целини, податоци за надлежните регулаторни, односно надзорни тела, како и регистарскиот број на медиумот.

Покрај податоците од став 1 од овој член, импресумот на давателот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги задолжително содржи и датум на емитување на програмата и време на емитување на импресумот, како и ознака на фреквенцијата или телевизискиот канал на кој се емитува програмата, а импресумот на новинската агенција - датум на доставување на информацијата.

Скратениот импресум на весник содржи име и датум на издавање на весникот.

Идентификацијата на телевизиска програма содржи карактеристична ознака на аудиовизуелниот медиумски сервис, односно телевизиската програма.

Идентификацијата на радио програма го содржи името на радио програмата и радиофреквенциите на кои се емитува програмата.

Скратениот импресум на новинската агенција го содржи името на сервисот и датумот на доставување на информациите.

Член 36 - Начин на објавување

Импресумот мора да биде целосно и видливо објавен и јасно одвоен од останатата медиумска содржина.

Импресумот и скратениот импресум на весниците се објавуваат во секој број и на секој примерок од весникот.

Скратениот импресум на весниците се објавува на маргините на секоја страница.

Импресумот на телевизиската и радио програмата се објавува на почетокот и на крајот на програмата, секој ден кога се емитува програмата, а доколку програмата се емитува непрекинато, секој ден помеѓу полноќ и два часот.

Идентификацијата на телевизиската програма се објавува цело време додека трае програмата.

Идентификацијата на радио програмата се објавува најмалку еднаш на секои два часа од траењето на програмата.

Импресумот на новинската агенција се објавува најмалку еднаш дневно.

Скратениот импресум на новинската агенција се објавува со секоја објавена информација.

Импресумот, скратениот импресум, односно идентификација на останатите медиуми се објавува на соодветен начин, во согласност со одредбите од овој член.

Член 37 - Регистар на медиуми

Регистарот на медиуми (во натамошниот текст: Регистарот) го води Агенцијата за деловни регистри на Република Србија (во натамошниот текст: Агенцијата), во согласност со законот со кој се уредува правната положба на Агенцијата, со законот со кој се уредува постапката за регистрација во Агенцијата и со овој закон.

Член 38 - Цел на Регистарот

Целта на Регистарот на медиуми е да се обезбеди јавност на податоците за медиумите.

Член 39 - Содржина на Регистарот и предмет на регистрација

Во Регистарот се регистрираат:

- 1) името и регистарскиот број на медиумот од Член 29 од овој закон;
- 2) личното име и ЕМБГ на домашното физичко лице или бројот на пасош и државата на издавање на пасошот на странското физичко лице кое е одговорен уредник на медиумот;
- 3) бројот на дозвола за давање медиумски услуги за електронски медиуми;
- 4) податоците за јазикот на кој се издава медиумот, т.е. на кој се дава медиумската услуга;
- 5) податоците за интернет, електронската и другите форми на медиумот;
- 6) Интернет адресата за медиуми кои се дистрибуираат исклучиво преку Интернет;
- 7) деловното име/називот, седиштето и матичниот број на издавачот на медиумот/давателот на медиумската услуга;
- 8) документ кој содржи податоци за правните и физичките лица кои непосредно или посредно имаат повеќе од 5% од уделот во основачкиот капитал на издавачот, податоци за нивните поврзани лица во смисла на законот со кој се уредува правниот статус на трговските друштва и податоци за други издавачи во кои овие лица имаат повеќе од 5% удел во основачкиот капитал;
 - 1) податоци за висината на парични средства доделени на медиумот како државна помош, во согласност со одредбите на овој закон;
 - 2) податоци за висината на парични средства добиени од орган на јавна власт под што се подразбираат државни органи, органи на територијалната автономија, органи на единиците на локална самоуправа, организации на кои им е доверено вршење на јавни овластувања, како и правни лица кои ги основа или целосно, односно претежно ги финансира Република Србија, автономна покраина, односно единица на локална самоуправа (во натамошниот текст: орган на јавна власт);
 - 3) податоци за просечниот продаден тираж на медиумот во календарската година;
 - 4) други документи врз основа на кои е извршена регистрацијата;
 - 5) датум и време на регистрацијата;
 - 6) промени во регистрираните податоци;
 - 7) датум и време на регистрација на промената на податоците.

Документот од став 1 точка 8) од овој член задолжително го содржи деловното име/називот, седиштето и матичниот/регистарскиот број на правното лице, личното име

и ЕМБГ на домашното физичко лице или бројот на пасош и името на државата што го издала пасошот на странско физичко лице како и нивното поединечно процентуално учество во управувачките права.

Подносителот на пријавата за регистрација на податоците од став 1, точки 9) и 10) од овој член е орган на јавна власт.

Податоците за паричните средства наведени во став 1, точки 9) и 10) од овој член се пријавуваат во Регистарот најдоцна 15 дена од денот на донесување на решението за доделување на средства.

Податоците за просечниот продаден тираж од став 1 точка 11) од овој член за претходната календарска година се пријавуваат во Регистарот до 31 март од тековната година.

Регистрираните и/или објавените податоци на физичкото лице, освен личното име, не се јавно достапни.

Член 40 - Промени во регистрираните податоци и документи

Промените во регистрираните податоци се пријавуваат во Регистарот најдоцна во рок од 15 дена од денот кога се случила промената.

Член 41 - Бришење на медиум од Регистарот

Медиум се брише од Регистарот врз основа на пријава на издавачот.

Регистраторот го брише медиумот од Регистарот по службена должност:

- 1) врз основа на одлука на надлежен државен орган во врска со член 47 од овој закон;
- 2) по бришење на издавачот од регистарот во кој е регистриран;
- 3) од друга причина пропишана со посебен закон.

Член 42 - Решение за регистрација

Решението на Регистраторот кој го води Регистарот (во натамошниот текст: Регистратор) е конечно и против него може да се поведе управен спор.

Член 43 - Документација за регистрација

Министерството надлежно за јавно информирање ја пропишува документацијата што се приложува во постапката за регистрација на медиумот во Регистарот.

Член 44 - Последици од нерегистрирање

Република Србија, автономна покраина и единица на локална самоуправа, како и институција, претпријатие и друго правно лице кое е претежно во државна сопственост или е финансирано во целост или делумно од јавни приходи, на издавач на медиум што не е регистриран во Регистарот не може да му кофинансира проекти или на друг начин да му доделува државна помош.

Република Србија, автономна покраина и единица на локална самоуправа, како и институција, претпријатие и друго правно лице кое е претежно во државна сопственост или е финансирано во целост или делумно од јавни приходи, не може да се рекламира, ниту да користи други услуги во медиумот од став 1 од овој член.

Член 45 - Забрана за нарушување на медиумскиот плурализам

За да се спречи појава или зајакнување на доминантното влијание во областа на јавното информирање, што значително го ограничува медиумскиот плурализам, не е дозволено спојување:

- *на основачките односно управувачките права во два или повеќе издавачи на дневни весници кои објавуваат информации од сите области на општествениот живот, чиј вкупен годишен тираж надминува 50% од продадениот или на друг начин реализиран тираж на дневни весници на територијата на Република Србија, во календарската година што му претходи на спојувањето;*
- *на основачките односно управувачките права во два или повеќе издавачи кои даваат аудио, односно аудиовизуелни медиумски услуги, чиј збирен удел во слушаноста или гледаноста надминува 35% од вкупната слушаност, односно гледаност во зоната на покривање, во календарската година што му претходи на спојувањето.*

Спојувањето на основачките, односно управувачките права подразбира можност за одлучувачко влијание врз водењето на деловните активности во два или повеќе издавачи, а особено во својство на контролно (матично) друштво, односно контролен член или акционер, врз основа на сопственост или други имотни права врз имотот или дел од имотот, врз основа на права од договори, спогодби или хартии од вредност, по основ на побарувања или средства за обезбедување побарувања или врз основа на услови за деловна пракса.

Ст. 1 и 2 од овој член не се во спротивност со примената на одредбите од законот со кој се уредува заштитата на конкуренцијата.

Член 46

Не е дозволено стекнување со удел од над 50% во основачкиот капитал помеѓу издавачите на дневни весници, кои објавуваат информации од сите области на општествениот живот, со просечен дневен реализиран тираж поголем од 50.000 примероци годишно, и издавач кој дава аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Лице кое покрај дејноста на издавање на медиуми се занимава и со дистрибуција на медиумски содржини, е должно дејноста на издавач на медиуми да ја врши преку поврзано правно лице.

За поврзани правни лица, во смисла на овој закон, се сметаат лица кои се поврзани така што едно или повеќе од нив имаат можност да имаат одлучувачко влијание врз водењето на деловното работење на друго или други правни лица, а особено влијание што произлегува од:

- 1) својства на контролно (матично) друштво, односно контролен член или акционер, самостојно или со заедничко дејствување, според правилата за поврзани трговски друштва во смисла на законот со кој се уредува позицијата на трговските друштва;*
- 2) сопственички или други права на имотот или дел од имотот на друго правно лице;*
- 3) договори, спогодби или од сопственички права на хартии од вредност;*
- 4) побарувања, средства за обезбедување или услови на деловна практика чиј носител е, односно што го определува контролното лице.*

Член 47 - Одредување на загрозување на медиумскиот плурализам

Постоењето на загрозување на медиумскиот плурализам за печатени медиуми го утврдува министерството надлежно за јавно информирање, а во случаи на здружување или вкрстено стекнување на учество во кое учесник е најмалку еден електронски медиум, независното регулаторно тело надлежно за електронски медиуми, во согласност со законот со кој се уредува областа на електронски медиуми.

Министерството надлежно за работите од областа на јавното информирање ја покренува постапката од став 1 од овој член по пријава на заинтересирано лице.

Кога ќе утврди дека е загрозен медиумскиот плурализам, министерството од став 2 од овој член го предупредува издавачот и му одредува рок од шест месеци од денот на приемот на предупредувањето да достави докази дека со своите постапки ги отстранил причините за загрозување на медиумскиот плурализам.

Министерството од став 2 од овој член по службена должност го известува Регистраторот за издадено предупредување до издавачот.

Доколку издавач на печатен медиум не постапи по предупредувањето од став 3 од овој член, Регистраторот, врз основа на решение на министерството надлежно за јавно информирање, го брише медиумот од Регистарот.

Закон за електронски медиуми

Член 103 - Утврдување на постоење на нарушување на медиумскиот плурализам

Постоењето на нарушување на медиумскиот плурализам предвиден со одредбите од законот со кој се уредуваат јавното информирање и медиумите, во случаи на спојување на основачки, односно управувачки права во два или повеќе издавачи на електронски медиуми,

односно на вкрстено стекнување учество во кое учесник е најмалку еден електронски медиум, го утврдува Регулаторот, по пријава на заинтересирано лице или по службена должност.

Доколку Регулаторот утврди постоење на повреда на медиумскиот плурализам, за тоа го предупредува имателот на дозвола за давање на медиумска услуга и му наложува во рок од шест месеци од денот на приемот на предупредувањето да поднесе докази дека со неговите дејствија ја прекинал состојбата која довела до нарушување на медиумскиот плурализам.

Регулаторот по службена должност го објавува предупредувањето од став 2 од овој член на својата веб страница, го внесува во Регистарот на медиумски услуги и за тоа го известува органот надлежен за водење на Регистарот на медиуми.

Доколку имателот на дозвола за давање на медиумски услуги не постапи по предупредувањето од став 2 од овој член, Регулаторот му ја одзема дозволата во согласност со одредбите од овој закон.

Член 104 - Издавање на дозвола за давање медиумски услуги и заштита на медиумскиот плурализам

Регулаторот нема да издаде дозвола за давање медиумски услуги доколку утврди дека со нејзиното издавање би настанала состојба со која се нарушува медиумскиот плурализам во смисла на законот со кој се уредуваат јавното информирање и медиумите.

Член 105 - Пријава на промена на структурата на учество во основниот капитал

Секоја промена на сопственичката структура во основниот капитал (промена на основачот или промена на висината на учество на основачот во капиталот), имателот на дозвола за давање медиумски услуги мора однапред во писмена форма да ја пријави кај Регулаторот.

Доколку регулаторот утврди дека со планираните промени во сопственичката структура на учество во основниот капитал би можело да се создаде состојба со која се нарушува медиумскиот плурализам, ќе му препорача на имателот на дозволата за давање медиумски услуги промените да ги усогласи на начин со кој ќе се избегне таа состојба.

Доколку имателот на дозвола за давање медиумски услуги не постапи согласно препораката на Регулаторот, поради што ќе настане некој од законски пропишаните случаи на нарушување на медиумскиот плурализам, Регулаторот ќе му ја одземе дозволата во согласност со одредбите од овој закон.

Доколку се промени структурата на учеството во основниот капитал на имателот на дозвола, програмската концепција врз основа на која е издадена дозволата не може да се менува без претходна согласност од Регулаторот.

Регулаторот подетално ја уредува постапката по пријава за промена во сопственичката структура.

Член 106 - Обврска за пренесување како мерка за заштита на медиумскиот плурализам

Регулаторот периодично, а најмалку еднаш на три години, на републичкиот, покраинскиот или потесниот географски релевантен пазар во смисла на прописите со кои се регулира заштитата на конкуренцијата, го утврдува списокот на радио или телевизиски програми кои се должни да ги пренесуваат оператори чија електронска комуникациска мрежа за дистрибуција и емитување на содржината ја користи значителен број крајни корисници како единствен или примарен начин за прием на медиумски содржини, со цел да се оствари јавниот интерес и да се заштити медиумскиот плурализам.

Во постапката за утврдување на списокот од став 1 од овој член, Регулаторот ги почитува начелата на сразмерност и јавност и води сметка обврските пропишани за операторот да не се неразумни.

Барањето за утврдување на обврската за пренесување, заедно со списокот од став 1 од овој член, се доставува до регулаторното тело надлежно за електронски комуникации.

ПОВЕЌЕ ИНФОРМАЦИИ

Програмска канцеларија на Совет на Европа во Скопје
Соравија бизнис центар, Филип Втори Македонски, бр. 3
1000 Скопје, Северна Македонија
е-маил: coe.skopje@coe.int

<http://horizontal-facility-eu.coe.int>

 [jp.horizontal.facility](https://www.facebook.com/jp.horizontal.facility)

 [@CoE_EU_HF](https://twitter.com/CoE_EU_HF)

„Хоризонтален инструмент за Западен Балкан и Турција 2019-2022“ е заедничка иницијатива на Европската Унија и Советот на Европа и им овозможува на корисниците да ги спроведат реформските планови во областите човекови права, владеење на правото и демократија, и да се усогласат со европските стандарди, вклучително, по потреба, во рамки на процесот на проширување на ЕУ. Оваа тригодишна програма опфаќа проекти во Албанија, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Северна Македонија, Србија, Турција, и Косово* и ја имплементира Советот на Европа од мај, 2019 година.

** Ова назначување не е во спротивност со позициите за статусот и е во согласност со Резолуцијата 1244 на УНХЦР и мислењето на МСП за Косовската декларација за независност.*

Оваа студија е изработена со финансиска поддршка од заедничкиот проект на Европска Унија и Совет на Европа „Слобода на изразување и слобода на медиумите во Северна Македонија (ЈУФРЕКС 2)“.
Туканаведените мислења нужно не го одразуваат официјалното гледиште на ниедна од страните.

Советот на Европа е водечка организација за човековите права на континентот. Таа се состои од 47 држави членки, вклучувајќи ги сите држави членки на Европската унија. Сите држави членки на Советот на Европа ја потпишаа Европската конвенција за човекови права, која претставува меѓународен договор за заштита на човековите права, демократијата и владеењето на правото. Европскиот суд за човекови права ја следи примената на оваа конвенцијата од страна на државите членки.

www.coe.int

Земјите членки на Европската Унија одлучија да ги поврзат своите знаења, ресурси и судбини. Заедно тие изградија зона на стабилност, демократија и одржлив развој, истовремено одржувајќи ја културната разновидност, толеранцијата и индивидуалните слободи. Европската Унија се залага за споделување на своите постигнувања и вредности со држави и народи и надвор од нејзините граници.

www.europa.eu

Финансирано
од Европската Унија и
Советот на Европа



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Имплементирано
од Советот на Европа