

„Отворени прашања за изборното рекламирање со државни средства“

Главен заклучок од настанот „Отворени прашања за изборното рекламирање со државни средства“ кој го организираше Институт за демократија е дека **постојат слабости во регулативата кои се потенцијален ризик за злоупотреба и корупција, поврзани со државното рекламирање и со платеното политичко рекламирање.**

Говорници на настанот: Миша Поповиќ – Институт за демократија, Жарко Настоски – Новинар, Зоран Трајчевски - Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Функционалниот плурализам во медиумите е значаен инструмент за демократизација на општеството и попуштање стеги кои можат да се појават доколку оние кои имаат контрола врз медиумите ја користат за да ги остварат своите приватни интереси. Пристапот до медиумите е многу силна алатка во рацете на оние што имаат моќ врз медиумите да одржуваат некаква контрола.

Главни наоди и препораки кои произлегоа од настанот:

1. Државното рекламирање придонесува кон влошување на квалитетот на новинарството.

Преку државното рекламирање клиентелизмот влегува во односот меѓу државата и медиумите. Можноста да им се доделуваат државни пари на одредени телевизии во себе крие потенцијал за злоупотреби. Милиони евра од даночните обврзници во минатото се излеале во неколку телевизии, а како што растеле сумите кои им се префрлале, медиумите станувале понепрофесионални, попристрасни и понеобјективни.

2. Платеното политичко рекламирање е сериозен ризик за корупција.

Коруптивните ризици од една страна, произлегуваат директно од одредбите на изборниот законик, а од друга страна постојат и обиди за корупција при спроведување на изборниот законик. Платеното политичко рекламирање се финансира од буџетот, но тоа не доведува до поголема одговорност кај партиите, напротив партиите закупуваат време на медиуми и кај што не им е нужно да се рекламираат или во термини кои не се воопшто гледани или слушани.

3. Предвидените законски измени во одреден дел се во спротивност на европската регулатива

Законските измени за државно рекламирање преку кампањи од јавен интерес предвидуваат обврска за државните институции и општините да назначуваат кампањи на теми од јавен интерес кои ќе бидат платени со буџетски пари. За разлика од ова, во европската регулатива кампањите од јавен интерес се емитуваат бесплатно на јавните сервиси и за тоа не се трошат државни пари.

Настанот е организиран како дел од проектот „Поттикнување на јавната дебата за антикорупција“ чија цел е поддржување на реформскиот процес во Северна Македонија преку зајакнување на реформската агенда во областа на владеењето на правото, а за остварувањето на оваа цел проектот предвидува соработка и консултација со сите релевантни чинители. Проектот е поддржан од Националниот фонд за демократија.

Линк до целосниот настан: <https://www.youtube.com/watch?v=hjQueeBTmmE>