



## Izveštaj sa ANEMovog okruglog stola

### Nacrt novog Zakona o oglašavanju

Ministarstvo trgovine i usluga je nedavno objavilo svoj Nacrt novog Zakona o oglašavanju, o kome javna rasprava traje do 24. decembra 2010. Smatrajući da je Zakon o oglašavanju veoma važan za medijski sektor, ANEM je organizovao okrugli sto posvećen ovoj temi u beogradskom Medija centru, 15. decembra 2010. godine, želeći da na taj način doprinese boljoj informisanosti i što većem učešću kolega i partnera iz medijskog sektora, kao i ostalih zainteresovanih strana, u javnoj raspravi o Nacrtu ovog zakona. Na skupu je prisustvovalo oko 50 predstavnika nadležnih organa (Ministarstvo trgovine i usluga, RRA), medijskih asocijacija (ANEM, NUNS, UNS, Asocijacija medija), marketinških agencija (Mccan Erickson, Alma Quatro, A-media), medija (Prva TV, RTS, RTV, RTV Pink, RTV B92, Tanjug, Radio Kikinda, TV Čačak, Army Info Forum, Radio Paraćin, City radio iz Niša, Radio 021 iz Novog Sada, RTV Kraljevo, TV Smederevo, Radio Požega, Bugarski nacionalni radio, Časopis Taboo, Blic, Danas), akademske zajednice i međunarodnih organizacija i donatorske zajednice (USAID, IREX, Norwegian People's Aid-SEE, Savet Evrope, OEBS, Delegacija EU). Među prisutnima je bila i predstavnica Ministarstva trgovine i usluga koja je radila na izradi Nacrta zakona (Vera Despotović, savetnik) i nekoliko članova radne grupe za izradu radne verzije Zakona o oglašavanju.

U uvodnom delu okruglog stola, prisutnima su se obratili Saša Mirković, predsednik ANEMa, Jasna Milanović, koordinator ANEMa i Slobodan Kremenjak, ANEMov pravni zastupnik.

**Jasna Milanović, koordinator ANEMa**, je prisutne ukratko upoznala sa radom radne grupe koja je trebalo da uradi radnu verziju Zakona o oglašavanju. Navela je da je grupa osnovana u decembru 2009. i da je nakon uspešnog početka rada, formiranja podgrupa i tek početnih materijala o kojima se radna grupa nije ni izjašnjavala, u maju pred nju postavljen nemoguć zadatak - da u roku od dve nedelje završi svoj posao, nakon čega nije organizovan nijedan zajednički sastanak. ANEM je, kao i mnogi drugi članovi radne grupe, smatrao da je rad na ovom zakonu odložen zbog rada na Medijskoj strategiji. Međutim, 6. decembra je javnosti predstavljen Nacrt, iza koga stoji Ministarstvo i u čijoj izradi nije učestvovala radna grupa. Ona je naglasila da ANEM smatra da Nacrt treba da bude vraćen na doradu i da treba da sačeka donošenje Medijske strategije.

**Slobodan Kremenjak, ANEMov pravni zastupnik**: Podsetio je na razloge iniciranja donošenja novog Zakona: važeći Zakon iz 2005. dopuštao je mogućnost različitih tumačenja i dolazilo je do ozbiljnih problema u njegovoj primeni; oni na koje se važeći Zakon odnosi kao i oni zaduženi za vršenje nadzora nad njegovom primenom, ocenjuju ga kao restriktivan; od perioda usvajanja važećeg Zakona, menjan je evropski pravni okvir na koji se ovaj Zakon poziva. Kremenjak je zatim izneo osnovne primedbe ANEMa na Nacrt zakona, koje se odnose na način na koji je ovaj Nacrt usklađen sa aktuelnim evropskim pravnim okvirom i domaćom regulativom, ukazujući da to može da dovede do problema u primeni budućeg Zakona, ukoliko se ne budu izmenile određene problematične odredbe Nacrta. Prilikom izrade Nacrta nije dovoljno vođeno računa o razlici u značenju određenih termina iz Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama, u odnosu na one koje daje ranije važeći evropski pravni okvir (Konvencija o prekograničnoj televiziji), zbog čega je nastao problem sa definicijama termina koji se koriste u ovom Nacrtu. Naime, Direktiva je šira od Konvencije, jer obuhvata širi krug audio-vizuelnih medijskih usluga, kako klasičnu TV, tako i nelinearne usluge (video

on demand). Za razliku od Direktive, Nacrt uopšte ne tretira oblast nelinearnih usluga. S druge strane, Nacrt obuhvata radio, koga Direktiva ne reguliše. Da je dosledno praćena Direktiva, imali bismo liberalizaciju pravila koje se odnose na radio, što u ovom Nacrtu nije slučaj. Takođe, definicija audiovizuelne komercijalne komunikacije iz Direktive podrazumeva preporučivanje robe, usluge ili imidža nekog lica koje se bavi nekom komercijalnom delatnošću, dok je u Nacrtu taj deo definicije - komercijalna delatnost, izbačen, a potencijalna posledica toga je da se oglašavanje za javno dobro ili oglašavanje sa pozitivnim društvenim ciljem tretira isto kao komercijalno oglašavanje. Kremenjak je rekao da, iako je pohvalna činjenica da se u pisanju Nacrta otišlo korak dalje pozivanjem na evropske dokumente na čiju primenu Srbija, kao zemlja koja nije članica EU, uopšte nije obavezna, takva odluka zahteva dublju i odgovorniju analizu nego što je to u slučaju ovog Nacrta urađeno, u kome su na pogrešan način izvršena određena rešenja iz dokumenta Evropske komisije koji daje interpretaciju Evropske Konvencije o prekograničnoj televiziji.

Osim nedosledne primene evropske regulative, kod ovog Nacrta postoji problem usaglašavanja sa postojećim zakonima, ali i aktuelnim strateškim reformama u medijskom sektoru, što dovodi u pitanje mogućnost implementacije buduće Strategije razvoja medijskog sektora. Nacrt je tako (u odnosu na važeći Zakon) dodatno liberalizovao određene vidove oglašavanja na javnom servisu, počev od product placement, krolova, komercijalnih emisija, komercijalnih priloga, podeljenog ekrana, interaktivnog oglašavanja itd, koji u aktuelnom zakonu čak ni ne postoje, iako se tokom aktuelne diskusije o Medijskoj strategiji razgovaralo o načinima uvođenja dodatnih ograničenja za oglašavanje na Javnom servisu.

U aktivnoj diskusiji, koja je usledila, mogla su se čuti različita mišljenja, primedbe i sugestije na Nacrt Zakona o oglašavanju:

**Goran Peković, član Saveta RRA i član radne grupe za izradu Nacrta Zakona o oglašavanju:** Naglasio je da ne postoji nijedan član radne grupe koji može da stane iza predloženog Nacrta. Integralni tekst Nacrta nije uskladio radne verzije delova koji su pisali pojedini članovi radne grupe, a urađene su i pojedine intervencije koje su promenile smisao nekih članova koje su pisali članovi radne grupe. Peković je rekao da će RRA uputiti primedbe u vezi sa delom koji se tiče audio vizuelnih medijskih komunikacija i pokušati da se ispravi ono što je Ministarstvo zbog nepoznavanja medijske materije pokušalo da promeni svojom intervencijom. Primedba je upućena i na to što se ovakav Nacrt Zakona o oglašavanju u najvećoj meri odnosi na oblast medija, a ne na oblast oglašavanja, i što najveći deo Nacrta proizilazi, ne iz dokumenta koji reguliše oglašavanje u Evropi, već koji reguliše rad elektronskih medija (Direktiva o audio-vizuelnim medijskim uslugama). On je predložio da se ovaj Nacrt potpuno promeni tako da to bude „lak“ i sažet zakon koji će regulisati oglašavanje, a da se iz njega izdvoje elektronski mediji, odnosno prenosioci oglasnih poruka, što treba da bude predmet drugih zakona. Peković smatra da delatnost Javnog servisa uopšte ne treba da se reguliše Zakonom o oglašavanju, jer osnovni model funkcionisanja ovog servisa reguliše Zakon o radiodifuziji. Takođe se složio da uloga Javnog servisa nije da učestvuje u komercijalnoj utakmici. U protivnom se stvara neravnopravna pozicija aktera na medijskom tržištu. Naglasio je da komercijalni mediji moraju da imaju komercijalni prostor veći i jači od Javnog servisa.

**Branislav Novčić, predstavnik Asocijacije medija i član radne grupe za izradu Nacrta Zakona o oglašavanju:** Složio se sa većinom primedbi Pekovića, ali smatra da mediji kao prenosioci oglasnih poruka treba da budu deo ovog Zakona. Naglasio je da svi činoci koji su predviđeni ovim Zakonom moraju imati jednake uslove za rast i razvoj i da niko ne sme imati povlašćen položaj. Njegove osnovne primedbe su da ovakav Nacrt nedosledno primenjuje evropske standarde i da ne odgovara potrebama tržišta, da se Javnom servisu daje privilegovana uloga, da Nacrt zanemaruje oblast koja se odnosi na rad marketinških agencija, da je neusklađen sa planom digitalizacije i da ne tretira oblast novih medija. ASMEDI smatra da ovakav Zakon mora detaljno da se promeni i da, ovakav kakav je,

ne treba da uđe u javnu raspravu, jer niti je prilagođen evropskim standaradima, niti potrebama tržišta, niti je razvojni.

**Vladimir Čeh, NEO Communications i član radne grupe za izradu Nacrta Zakona o oglašavanju:** Izrazio je nezadovoljstvo činjenicom da je Nacrt izašao bez znanja članova radne grupe. Naveo je da Zakon, iako zahteva još neke dorade, ima i dobrih rešenja (bolji tretman radija u odnosu na prethodni Zakon), posebno zato što po prvi put reguliše određene oblasti, poput poredbenog oglašavanja. Urađena je i liberalizacija oglašavanja alkoholnih pića. Njegove primedbe na Nacrt se tiču definisanja pojedinih termina (npr. definisanje određenih termina na više mesta u Nacrtu, nedostatak pojedinih termina i dr.). Takođe, smatra da oblast Nacrta koja se odnosi na zaštitu od oglašavanja (zaštitu potrošača) treba da se unapredi, kao i da političko oglašavanje, osim u predizbornim kampanjama, treba da bude zabranjeno.

**Rade Veljanovski, profesor Fakulteta političkih nauka:** Naveo je da proces izrade ovog Nacrta bez znanja članova radne grupe podseća na način na koji je donosen sporni Zakon o izmenama i dopunama Zakona o javnom informisanju. On smatra da Nacrt treba na bolji način da se usaglasi sa evropskim propisima. Iako se u Direktivi napominje da Javni servis treba da radi na svojoj samoodrživosti, to ne podrazumeva liberalizovanje mogućnosti reklamiranja na Javnom servisu, a to se upravo ovim Nacrtom predviđa. Osim oblasti koje se tiču prava i obaveza oglašivača i prenosioca oglasnih poruka, Zakon treba da obrati u većoj meri pažnju na javni interes (pogotovo u oblasti političkog oglašavanja, reklamiranja alkoholnih pića). Smatra da Ministarstvo treba da produži proceduru javne rasprave uz aktivnije uključivanje eksperata iz pojedinih oblasti na koje se Zakon odnosi i da radi u tešnjoj kooperaciji sa ostalim resornim Ministarstvima, jer se ovaj Zakon tiče mnogih oblasti koje nisu direktno vezane za oblast rada Ministarstva trgovine i usluga.

**Milivoje Čalija, direktor marketinga RTV B92:** Dao primedbu da Zakon koji treba da se tiče isključivo komercijalnog oglašavanja, daje privilegovan status Javnom servisu. Naveo je da otvaranje vrata industriji alkoholnih pića ne predstavlja tako veliki finansijski potencijal za medije, kako mnogi misle i da treba voditi računa o javnom interesu u toj oblasti.

**Čeda Rajačić, Army Info Forum:** Smatra da Nacrt Zakona ne vodi dovoljno računa o malim medijima, novi medijima i društvenim mrežama.

**Zlatan Begović RTS:** Naglasio je da treba imati u vidu da su za kvalitetno funkcionisanje Javnog servisa neophodna značajna finansijska sredstva, posebno imajući u vidu nivo naplate pretplate. Napomenuo je da digitalizacija donosi ogromne nove troškove za radiodifuziju u celini. Zato je važno da za taj novi zadatak - digitalne programe i interaktivne sadržaje, i Javni servis i druge komercijalne televizije i radio stanice imaju odgovarajuća finansijska sredstva.

**Zoran Anđelković, Radio S:** Ovaj Nacrt je bolji nego postojeći Zakon, što ne znači da je dobar. Radio se tretira odvojeno od televizije, čime se podstiče opstanak radija. Zakon bi trebalo da reguliše i rad novih medija. Državni mediji ne smeju da budu privilegovani u odnosu na komercijalne, kao što je to sada slučaj. Takođe, naglasio je da je Direktiva zbir uputstava na osnovu kojih se pravi Zakon, a ne izvor iz koga se „prepisuju“ članovi Zakona.

U diskusiji je učestvovala i **Vera Despotović, savetnik u Ministarstvu trgovine i usluga i član radne grupe za izradu Nacrta.** Ona se zahvalila ANEMu što je organizovao ovaj okrugli sto, jer je imala priliku da čuje mišljenja o Nacrtu zakona od ljudi koji nisu do sada bili uključeni u javnu raspravu. Navela je da se, u saradnji sa Kancelarijom za evropske integracije Vlade Srbije, trenutno radi na oceni usklađenosti Nacrta sa relevantnim evropskim direktivama, ne samo sa Direktivom o audio-vizuelnim medijskim uslugama, već i direktivama koje se odnose na obmanjuće i komparativno oglašavanje, na nepoštene trgovačke prakse, oglašavanje duvana i nekoliko direktiva koje se odnose na

elektronske komunikacije i daljinsku trgovinu. Takođe je napomenula da je Nacrt poslat drugim nadležnim ministarstvima na mišljenje i da su stigle određene primedbe koje se tiču načina na koji Nacrt tretira političko oglašavanje i oglašavanje alkoholnih pića, zbog čega će se te odredbe revidirati. Posebno je naglasila da je Ministarstvo spremno da radi na usaglašavanju različitih mišljenja i interesa i pozvala prisutne da se sa svojim komentarima obrate Ministarstvu u vreme trajanja javne rasprave o Nacrtu. Naglasila je da je krajni rok za dostavljanje komentara i sugestija Ministarstvu - 24. decembar 2010. godine.

Iznoseći različite komentare na sadržaj Nacrta, učesnici su se složili da su neophodne ozbiljne izmene postojećeg teksta, kako bi se izbegli problemi u primeni Zakona i opravdao razlog njegovog donošenja. Takođe, imajući u vidu način na koji je Ministarstvo uključilo članove radne grupe u dosadašnji proces rada na Nacrtu, da je sam Nacrt objavljen bez prethodnog konsultovanja sa njima i s obzirom da su mnoga pitanja vezana za sadržaj Nacrta ostala sporna, Ministarstvo je pozvano da dalji rad na Nacrtu sprovodi transparentnije i uz aktivnije uključivanje stručnjaka za pojedine oblasti Zakona.