

Четврти јавен состанок на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2015 година

Добиени ставови и мислења и став на Агенцијата по истите

- 22. 12.2015 година –

Четвртиот јавен состанок на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги се одржа во просториите на Агенцијата, Палата Панко Брашнаров, на 22 декември, со почеток во 12 часот.

Воведно обраќање имаше директорот на Агенцијата д-р Зоран Трајчевски, кој ги презентираше реализираните активности согласно Годишната програма за работа на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во периодот од 14.09.2015 – 14.12.2015 година.

За значењето и застапеноста на родовите во медиумите, како и за резултатите од Анализата на вестите и рекламите во 2015 година, излагање имаше Марина Трајкова, која учествуваше во изработката на оваа анализа. Изготвувањето на Анализата произлегува од обврската утврдена во Законот за еднакви можности на жените и мажите, според која Агенцијата е задолжена еднаш во годината да поднесува извештаи за начинот на прикажување и претставување на жените и мажите во програмите и да изготви анализа за родовите прашања во програмските концепти и содржини на средствата за јавно информирање.

Со цел да се подигне свеста кај медиумските работници за известувањето за различностите, м-р Ирена Цветковиќ од Коалицијата „Сексуални и здравствени права на маргинализираните заедници“, ги претстави резултатите од истражувањето направено во рамките на проектот „Репрезентација на родовите малцински групи во медиумите: Србија, Црна Гора и Македонија“, како и наодите кои се однесуваат на состојбата на ова поле во Република Македонија.

Вториот дел на јавниот состанок беше посветен на методологијата за мониторинг на изборното претставување. Директорот на Агенцијата д-р Зоран Трајчевски го образложи ставот на Агенцијата за обврската да врши надзор врз изборното медиумско претставување на интернет порталите, која произлегува од измените на Изборниот законик од 10 ноември 2015 година, притоа посочувајќи дека не постојат законски предуслови за нивен надзор.

М-р Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи во Агенцијата, подетално ги претстави целите, опфатот, начинот на реализација и периодите за мониторинг на изборното медиумско претставување кај радиодифузерите, по што следеше дискусија поврзана со дилемите што ги наметнува Изборниот законик.

Панел дискусија: прашања и мислења од присутните и став на Агенцијата по истите:

Славчо Димитров од Коалиција за сексуални и здравствени права, истакна дека му е посебно драго што Агенцијата има изработено Анализа за застапеноста на родовите во вестите и рекламите и во таа насока постави прашање, колку може Агенцијата или друго надлежно тело да има увид во рекламите кои ги добиваат медиумите, со каква содржина се истите и да се изрекуваат казни врз нарачателите на рекламите (компаниите, фирмите), односно да се воспостават критериуми кај медиумите за тоа што можат, а што не можат да прикажуваат на екраните?

Одговор на м-р Емилија Петреска Камењарова, раководителка на Одделението за човекови права и медиумска писменост

Г-ѓа Петреска - Камењарова одговори дека кога се рекламите во прашање Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, предвидува дека одговорноста за содржината, вистинитоста и точноста на рекламите лежи кај нарачателот, додека одговорноста кај радиодифузерите е да ги почитуваат одредбите од Законот, во делот кој се однесува на рекламирањето. Потенцираше дека се случувало до Агенцијата да се пожалат разни субјекти или граѓани, во поглед на рекламирањето кај медиумите и дека ова е ситуација во која треба да оцениме до каде може да се сметаат медиумите одговорни за тоа што се емитува во комерцијалниот рекламен дел. Истакна дека Агенцијата настојува континуирано да работи на подигнување на свеста кај медиумските професионалци, но и пошироко во општеството и дека годинава Агенцијата донесе две важни програми, едната за медиумска писменост, другата за овозможување на достапност на лицата со сетилна попреченост, додека следната година се планираат низа активности во рамки на овие програми. Во рамки на медиумската писменост во план е да се формира мрежа од релевантни чинители, институции, организации, медиуми, образовни институции, со чија помош би се придонело за подигање на нивото на медиумската писменост, а со надеж дека на тој начин ќе се придонесе за нестереотипни начини на прикажување на родовите односи во општеството и во рекламите.

Ирена Бојациевска, од Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, постави прашање поврзано со Анализата на родовите во рекламите и вестите за 2015 година и побара да бидат посочени неколку препораки кои произлегуваат од оваа анализа?

Одговор на Марина Трајкова, презентер на Анализата за родот во медиумите

Г-ѓа Трајкова одговори дека за препораките кои се однесуваат на информативните програми и вестите, при истражувањето се дошло до заклучок, дека дури и кога имало можност, одредени податоци кои биле поделени според полот или родот, не биле така преставени во медиумите. Истото се однесува и на темите кои треба, а не биле родово обработени. Посочи дека првата препорака би била во однос на вметнување на родовиот аспект во секоја тема во прилозите на медиумите, како и да се внимава на говорот и граматичкиот аспект, да се користи женскиот род и малку повеќе да се анализираат тематиките, кои се пласираат во прилозите.

Виолета Димовска од Собранискиот канал на МРТ, ги посочи дилемите поврзани со методологијата за изборно претставување и постави неколку прашања. Првото прашање се однесуваше на тоа, дали секој ден, седум дена во неделата политичките партии ќе имаат можност да добијат по три часа бесплатно претставување за оние политички партии кои се во парламентот и по еден час за оние политички партии кои се надвор од парламентот на РМ? Второто прашање беше во насока на ждрепката за редоследот на политичките партии во политичко претставување и термините предвидени за тоа, додека третото прашање се однесуваше на политичките партии, бидејќи некои од нив би настапиле како коалиција, дел од парламентарните партии би можеле да излезат самостојно на изборите и како тогаш би се пресметувало во однос на трите часа, односно како би се распределувало времето што го имаат?

Дополнително постави прашање и за кандидатските листи, за партии кои не се сега во парламентот, како за нив ќе биде пресметковната понуда и дали и тие ќе имаат секој ден по еден час за политичко претставување или еден час би имале за сите денови вкупно? Исто така, побара одговор и во однос на користењето на партиските знаци и симболи на политичките партии, односно дали може партиските знаци да се внесат како дел од сценографијата за време на бесплатното политичко претставување?

Одговор на Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи

Во однос на бесплатното политичко претставување на Собранискиот канал, Јаневска посочи дека и Агенцијата има дилема околу толкувањето на овој член од Изборниот законик, кој произлегува од последните измени на изборната регулатива од ноември 2015 година. Дилема постоела и со претходната одредба што се применуваше за време на последните изборни процеси во 2014 година. Тогаш Агенцијата, имајќи ја предвид важноста на овој облик на изборно медиумско претставување за информирање на гласачите, но и за учесниците во изборните процеси, излезе со став дека обврската треба да се применува на дневна основа. Притоа истакна, дека Агенцијата е свесна за проблемите што ги имаше Собранискиот канал минатата година во напорите да ја пополни програмата и секојдневната неизвесност околу конципирањето на програмската шема затоа што политичките субјекти не беа заинтересирани за користење на времето и посочи дека Агенцијата ќе се обиде да добие толкување на оваа одредба од Изборниот законик.

Во однос на времето и во однос на тоа по кој редослед ќе се емитуваат бесплатните претставувања на политичките субјекти, потенцираше дека тоа треба да го реши Јавниот радиодифузен сервис во правилата, кои со измените на Изборниот законик, МРТ има обврска да ги донесе во рок од 60 дена од денот на влегување во сила на Изборниот законик, односно до 8-ми јануари 2016 година. Таа смета дека во однос на редоследот на бесплатните претставувања, најдобро е политичките субјекти да ротираат, меѓутоа, тоа пак треба да биде одлука на МРТ. Што се однесува до користењето на симболите, Јаневска потсети дека порано, иако тоа не беше забрането во регулативата, МРТ го организираше бесплатното политичко претставување на тој начин што немаше партиска иконографија во позадина. Таа истакна дека сега на Собранискиот канал, што не важи за бесплатното политичко претставување на другите програмски сервиси на Јавниот радиодифузен

сервис, ќе биде тешко да се избегне партиската иконографија, затоа што Изборниот законик дозволува да се користи снимен материјал од активности за спроведување на изборна кампања. Виолета Димовска од Собранискиот канал на МРТ, постави уште едно дополнително прашање, односно доколку некоја партија не го користи просторот за бесплатно политичко рекламирање, дали тоа да се евидентира и на програмата, да се извести Агенцијата, за да не се добие впечаток дека таа партија ја нема во програмата, или да се оди на модус за терминот кој некоја партија го имала во текот на денот, а не го искористила, да биде забележано и да се даде информација кои партии не го искористиле терминот за бесплатно политичко претставување?

Одговор на Емилија Јаневска, раководителка на Сектор за програмски работи во ААВМУ

Ѓ-ѓа Јаневска истакна дека би било добро да се информира јавноста дека сите учесници во изборниот процес ја имале можноста за бесплатно политичко претставување и да се потенцира, кои се тие субјекти кои не ја искористиле. Минатата година Агенцијата добиваше известувања од Собранискиот канал, во однос на тоа кој политички субјект го искористил своето време, а кој не, што е од голема важност за да се оцени дали Јавниот радиодифузен сервис ја исполнил својата обврска од Изборниот законик.

-На дискусијата се приклучи и Иван Мирчевски, директор на Канал 5 телевизија, кој даде осврт на дел од обврските од Изборниот законик, односно за 18-те минути кои се предвидени за платено политичко рекламирање. Бидејќи е дефинирано осум минути да се отстапат за партиите од власта, осум минути за опозицијата застапена во Собранието и остануваат две минути, една за партиите во Собранието кои немаат пратеничка група и една за партиите кои не се застапени во Собранието. Во таа насока постави прашање, што ќе се случи доколку предвидените минути за некоја партија не се искористат, дали може телевизијата, медиумот или радиото да го продаде овој термин на друг субјект, како и што се случува со терминот од две минути за помалите политички партии, ако нема заинтересираност од нивна страна за закуп на просторот?

Дополнително, постави прашање и за балансираното известување за време на изборниот процес, односно дека Агенцијата ќе ги анализира двете централни информативни вести, за што потенцираше дека ќе зборува конкретно за Канал 5 телевизија, односно дека тоа би биле вестите во 15:00 часот и дневникот во 19:00 часот и што да се прави во ситуацијата, кога Канал 5 ги репризира вестите по полноќ, бидејќи може да се случи неизбалансираност и дали доколку некоја телевизија ги репризира вестите неколку пати во текот на ноќта, е во ред и дали Агенцијата ќе ги анализира двапати истите вести, оние кои одат во редовен термин и оние кои одат како реприза по полноќ?

Одговор на Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи, ААВМУ

Раководителката на Секторот за програмски работи потсети дека според Методологијата, вообичаено се анализираат вестите по 16:00 часот, односно вестите што имаат најголемо влијание врз формирањето на јавното мислење и во кои има најмногу информации за активностите од изборната кампања на учесниците во изборниот процес. Во конкретниов случај таа посочи дека дневникот во 15:00 часот на Канал 5, не би бил земен во предвид, туку дневникот во 18:00 часот и

дневникот околу полноќ. Потенцираше дека Агенцијата за време на кампањата се фокусира врз две изданија на вестите емитувани во ударното време, и дека доколку медиумите ги почитуваат принципите за избалансираност во известувањето, бројот на репризи на вестите не влијае на оценката на Агенцијата за начинот на известување на медиумите.

-Иван Мирчевски, директор на Канал 5 телевизија, дополнително постави прашање, доколку во текот на една недела се посветува повеќе внимание за една политичка партија, а следната недела на друга, дали може да се сублимира на крајот од изборната кампања, дека телевизијата известувала избалансирано и дали е тоа во ред?

Одговор на Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи, ААВМУ

На ова прашање, г-ѓа Јаневска одговори дека според Изборниот законик, радиодифузерите треба да обезбедат избалансирано, непристрасно и правично покривање на изборниот процес во својата вкупна програма. Дека не се очекува од радиодифузерите да обезбедат баланс на дневна основа, бидејќи и политичките субјекти имаат различен интензитет на кампањата. Меѓутоа, декане е во ред практиката на почетокот на кампањата да се следат активностите само на едни политички субјекти, а на крајот од кампањата само за други политички субјекти, бидејќи, на тој начин не се обезбедува вистинска слика за изборната кампања и тоа е спротивно на професионалните новинарски стандарди. -Иван Мирчевски, директор на Канал 5 телевизија, додатно постави уште едно прашање, во однос на интернет порталите, односно за оние телевизии кои имаат интернет портали, дали ќе се мониторираат и вестите кои се објавуваат на тие интернет портали?

Одговор на Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи, ААВМУ

Јаневска потсети дека обврските од Изборниот законик се однесуваат и на интернет порталите, дека се што важи за радиодифузерите, важи и за интернет порталите, како и дека ставот на Агенцијата е оти не постојат законски предуслови за мониторинг врз содржините објавени на интернет порталите. Дополнително, му даде одговор и во однос на платеното политичко рекламирање, дека и Агенцијата има дилема дали осумте минути за партиите од власта ќе може да ги откупи една партија доколку другата нема интерес за емитување платено политичко рекламирање.

-Снежана Димовска од Македонското радио, се надоврза на дискусијата со две прашања. Првото прашање се однесуваше на двете партии кои излегоа од власта ДОМ и Демократскиот сојуз, како тие ќе се распределат во термините за бесплатно политичко претставување, дали би биле во просторот предвиден за власта или во оној простор за малите политички партии? Второто прашање беше во однос на тонот на известувањето, имајќи предвид дека секоја личност е со различен сензибилитет и ги пренесува информациите различно.

Одговор на Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи, ААВМУ

Раководителката на Секторот за програмски работи потсети дека бесплатното политичко претставување се однесува на учесниците во изборниот процес и дека откако Државната изборна комисија ќе ги потврди кандидатите за пратеници ќе биде појасно во кој дел од времето за

бесплатно претставување треба да бидат опфатени конкретните субјекти. Во однос на второто прашање за тонот на известувањето, г-ѓа Јаневска посочи дека кај радиото се клучни зборовите што ги користат новинарите при информирањето за активностите на политичките субјекти, учесници во изборите, начинот на кои се пренесуваат информациите (еуфорично, рамно и сл.) и дека има повеќе индикатори утврдени во Методологијата, преку кои се оценува каков е тонот на известувањето.

-Иван Мирчевски, директор на Канал 5 телевизија, постави уште едно прашање во однос на политичкото рекламирање, посочувајќи дека досегашната пракса на политичкото рекламирање, со спојување на рекламни блокови, односно осум минути за една политичка партија, плус осум минути за друга, дали доколку се направи ваков спој на рекламни блокови за една политичка партија, наредниот спој треба да биде за друга политичка партија и што ќе се случи ако другата партија не сака да го користи ваквиот блок, дали треба да и се дадат неколку дена за размислување?

Одговор на Емилија Јаневска, Раководителка на Секторот за програмски работи, АААВМУ

Јаневска одговори дека законската обврска налага да се обезбеди наизменично политичко рекламирање на власта и на опозицијата и дека и Агенцијата има дилеми околу примената на оваа одредба

-Горан Глигоров од Сител телевизија, потенцираше дека Агенцијата треба да дефинира кои партии се во власт, а кои политички партии се опозиција и дека ова треба да се реши пред изборниот процес.

Одговор на д-р Зоран Трајчевски, директор на АААВМУ

Господинот Трајчевски посочи дека Агенцијата, уште во фазата на носење на Изборниот законик, самоиницијативно испрати забелешки до Министерството за правда како да се подобри претходниот текст на Изборниот законик, но најголем дел од тие предлози не се дел од измените на Изборниот законик. И покрај тоа, дека по донесувањето на Методологијата, Агенцијата повторно ќе се обрати до Министерството за правда и до Собранието на РМ, за да се објаснат недореченостите во изборната регулатива. Дополнителен одговор на Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи, АААВМУ

Агенцијата до денот на распишување на изборите, ќе ги информира радиодифузерите за тоа како ќе се толкуваат одредбите кои во моментот се дилеми преку работилниците кои ќе следат во наредниот период, а се поврзани со начинот на мониторирање и законските обврски.

Членот на Советот на Агенцијата Зоран Фидановски, постави прашање во насока на тоа, што ќе се случи ако на Сител или на Канал 5 телевизија, ВМРО-ДПМНЕ не сака да се рекламира. Дали тие минути може да ги земе СДСМ и да се рекламира, односно осум минути со осум минути?

Одговор на д-р Зоран Трајчевски, директор на АААВМУ

Директорот на Агенцијата посочи дека доколку се чита Изборниот законик, единствена дилема е само распределбата во рамките на тие осум минути, меѓу партиите од власта, а не отстапување на осумте минути од опозицијата на власта и отстапување на осумте минути од власта на опозицијата. Дилемата е како во рамките на власта, ќе бидат распределени минутите помеѓу партиите што се на власт и како ќе бидат распределени минутите предвидени за опозицијата, помеѓу партиите од опозицијата. Имаме партии како на пр. Демократскиот сојуз кој излезе од власта, а има министерски места и сега не се знае дали е власт или опозиција, дали е парламентарна партија или не. Преминување од осумте минути на власта кон опозицијата и обратно е недозволливо.

-Игор Мицкоски од телевизија Сонце, постави прашање доколку осумте минути предвидени за платено политичко рекламирање за власта се купени, а осумте минути предвидени за опозицијата не се, дали истите можат да бидат продадени на друг комерцијален субјект?

Одговор на Емилија Јаневска, раководителка на Секторот за програмски работи, АААВМУ

ВЈаневска потсети дека во Изборниот законик е утврдено дека дополнителните осумнаесет минути, можат да се користат исклучиво за платено политичко рекламирање, додека дванаесетте минути за комерцијален маркетинг си остануваат како и досега. Притоа посочи, доколку во наредниот период до 27 декември, кај медиумите се појават и други дилеми кои не беа споменати на јавниот состанок, тие да бидат испратени на електронската адреса на Агенцијата, за да се забележат сите прашања, кои треба да се разрешат до моментот на распишување на изборите.

На крајот од дискусијата, д-р Зоран Трајчевски, директор на АААВМУ се заблагодари за присуството на сите учесници, на четвртиот јавен состанок на Агенцијата за 2015 година.

Прилог:

- Листа на присутни на четвртиот јавен состанок за 2015 година.

Четврти јавен состанок за 2015 година

Листа на присутни

Листа на присутни учесници на четвртиот јавен состанок за 2015 година на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги		
бр.	Институција / Медиум	Име и Презиме
1	Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги	Зоран Трајчевски
2		Драгица Љубевска

3		Лазо Петрушевски
4		Зоран Фидановски
5		Селвер Ајдини
6		Емилија Јаневска
7		Емилија Петреска Камењарова
8		Магдалена Давидовска Довлева
9		Луција Ѓурковиќ
10		Маја Дамевска
11		Ирена Бојаџиевска
12		Ивана Стојановска
13		Јетон Исмаили
14		Агрон Адеми
15		Билјана Панева Парлеева
16		Ивона Муфишева
17		Илија Витков
18		Цветанка Митревска
19		Несрин Сејфула
20	Оне-Вип	Ана Стефановска
21	Оне-Вип	Владимир Николиќ
22	Оне-Вип	Никола Љушев
23	Урбан ФМ	Митко Арнаудов
24	Урбан ФМ	Максимилијан Георгиев
25	Македонски Телеком	Благоја Христов
26	Македонски Телеком	Вера Самарџиева
27	ЦРМ	Елена Накова
28	Телма ТВ	Мирко Трајановски
29	Телма ТВ	...
30	Телма ТВ	Јордан Димитров
31	Акција Здруженска	Марија Зафарофа
32	ИОХН	Катерина Колозова
33	ТВ Шења	Ајнуре Бафљари

34	РА Слободна Македонија	Емилија Гаврилова
35	РА Слободна Македонија	Дејан Андановиќ
36	ТВ Канал 5	Иван Мирчевски
37	Алфа ТВ	Александар Видиновски
38	Алфа ТВ	Емил Јовановски
39	Коалиција СЗПМЗ	Ирена Цветковиќ
40	ТВ 21 Компани	Силвана Петревска
41	О2 ТВ Охрид	Николче Милески
42	ТВ Сител	Горан Глигоров
43	ТВ Сител	Деспина Тодоровска
44	Телеграф.мк	Марија Севриева
45	Канал 77	Горан Гаврилов
46	Канал 77	Зоран Г.Манџовски
47	МТВ 2	Мерале Исмаили
48	МТВ 2	Мемедали Јусуфи
49	МТВ 1	Зоран Богатинов
50	ТВ Ултра	Тошо Маркоски
51	ТВ Ултра	Божидар Јовановски
52	ТВ Сонце	Игор Мицкоски
53	ТВ Алсат – М	Кренар Садику
54	МИА	Дарко Попов
55	Студент ФМ	Христина Ѓорѓиевска
56	МЛСП	...
57	МТСП Проекти	Наташа Алексовски
58	МРТВ	Дејан Божиновски
59	МРТВ	Снежана Димоска
60	МРТВ	Владимир Димовиќ
61	Дирекција за заштита на личните податоци	Татјана Трајковска
62	Коалиција СЗПМЗ	Славчо Димитров
63	МРА-ПСИ	Наташа Андреска
64	АЕК	Камелија Врангалова
65	АЕК	Синиша Апостолоски
66	ВМРО-ДПМНЕ	Димче Арсовски

