

ЗАПИСНИК
од 01-та седница на Агенцијата за аудио
и аудиовизуелни медиумски услуги
одржана на 05.01.2016 година

Присутни членови на Советот на Агенцијата: Лазо Петрушевски, претседател на Советот на АААВМУ, д-р Милаим Фетаи, заменик на претседателот на Советот на АААВМУ, м-р Алма Машовиќ, Лазар Трајчев, м-р Методија Јанчески и Зоран Фиданоски.

Отсутни членови на Советот на Агенцијата: Селвер Ајдини (оправдано отсутен).

На седницата беше присутен д-р Зоран Трајчевски, директор на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Присутни од Стручна служба: м-р Драгица Љубевска, д-р Андриана Скерлев – Чакар, Шќипе Тахири, Билјана П. Парлеева, м-р Ружица Бошнакоска Јотевска, Илија Витков.

Други присутни: /

Г-дин Петрушевски ја отвори 01-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Седницата започна во 12:05 часот и се одржа во просториите на Агенцијата.

Г-дин Петрушевски, информира дека г-дин Ајдини, го најавил своето отсуство од седницата, поради патување во странство.

Советот на Агенцијата, едногласно, со 6 гласа „за“, го усвои следниот:

ДНЕВЕН РЕД

1. Усвојување на Предлог-записник од 42-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 29.12.2015 година.
2. Предлог-методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборните процеси.
3. Предлог-одлука за одобрување на финансиски средства за користење на „АКАДЕМИКА“ – електронската база на прописи.
4. Предлог-одлука за спроведување на постапка за јавна набавка: Финансиско-осигурителни услуги.
5. Разно.

Точка 1

Советот го разгледа и едногласно го усвои Записникот од 42-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 29.12.2015 година, со текст како што беше предложен.

Точка 2

Г-дин Трајчевски ја образложи предложената Методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборните процеси. Објасни дека со измените на Изборниот законик кои влегоа во сила на 10 ноември 2015 година, Агенцијата беше задолжена во рок од 60 дена, односно најдоцна до 8 јануари 2016 година, да донесе Методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси и електронските медиуми (интернет порталите) за време на изборните процеси. Регулаторното тело, врз основа на оваа Методологија, требаше да ја реализира својата обврска да го следи изборното медиумско претставување од денот на распишување на изборите до завршувањето на гласањето на денот на одржување на изборите. Веднаш по усвојувањето на измените на изборната регулатива, Агенцијата започна да го истражува прашањето за целосно новата обврска поврзана со мониторингот на изборното медиумско претставување преку електронските медиуми (интернет порталите). Пребарувањата и во државата и во странство покажаа дека нема предуслови да се врши надзор врз содржините објавени на интернет порталите. Оттаму, имајќи ги предвид кратките рокови за усвојување на документот, а со цел да обезбеди максимална транспарентност на процесот на усвојување на документот, како и повеќе можности сите релевантни субјекти да учествуваат во него, Агенцијата, на 15 декември 2015 година, започна јавна расправа за Нацрт-методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиски програмски сервиси за време на изборни процеси, и објави став (во нацрт - форма) дека нема да врши мониторинг врз електронските медиуми, т.е. интернет порталите. Г-дин Трајчевски ги објасни аргументите во прилог на ставот дека Агенцијата нема да врши надзор врз изборното медиумско претставување на интернет порталите, а тоа се:

- Изборниот законик не го дефинира поимот „интернет портали“, ниту неговиот опфат;
- Ваква дефиниција, како што е познато, нема ниту во другите домашни закони;
- Во Република Македонија не постои регистар на интернет портали, како што на пример, има регистри на издавачи на печатени медиуми, на радијата и на телевизиите;
- Од класификацијата на дејностите што ја употребува Централниот регистар, но и од дефинициите на поимот во стручната литература, евидентно е дека станува збор за термин со далеку поширок опфат отколку лаичките претпоставки за него;
- Сопственото истражување на Агенцијата преку Интернет дистрибутивниот систем на Централниот регистар на Република Македонија, покажа дека некои од правните лица кои би требало да бидат опфатени во категоријата интернет портали се регистрирани со друга дејност, а некои интернет портали ги издаваат здруженија на граѓани или новински агенции, што создава услови за селективност при надзорот, односно не може да се обезбеди праведен и правичен пристап во основата на мониторингот; и
- Во европската регулаторна практика не најдовме примери за мониторинг врз содржините на интернет медиуми од страна на регулаторни тела, какво што е Агенцијата.

Исто така, Водичот на УНДП за медиумите и изборите од 2014 година, јасно посочува дека за медиумите на интернет важи регулацијата на говорот на омраза, а за другите прашања се смета дека најсоодветен механизам е системот на саморегулација. Освен ова, во Водичот се прецизира и дека обврските за „изборна кампања и партиско рекламирање не се применуваат за онлајн медиуми, бидејќи не постои оправдување за какво било ограничување на правото на политичките партии да пренесат информации

или правото на крајниот корисник да бара и да добива информации“, односно дека „погоден механизам за регулирање на целите на јавната политика, како што се создавање еднакви услови за партиите и кандидатите, може да бидат прописите за финансирање кампања, кои може да се прошират на трошоците за онлајн кампања, онаму каде што веќе се во примена или може да бидат воведени како нови мерки“. Истовремено со истражувањето на ова прашање, стандардната методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси беше усогласена со измените во Изборниот законик, беа проверени најновите европски и меѓународни искуства и беа направени консултации со International IDEA (Меѓународен институт за демократија и изборна помош) со седиште во Шведска. Со цел да се добијат ставовите на релевантните субјекти, особено на радиодифузерите и политичките партии, Агенцијата ја претстави Нацрт-методологијата на четвртиот јавен состанок, кој се одржа на 22 декември 2015 година. Се покажа дека медиумите имаат дилеми особено околу поделбата на времето за платено политичко рекламирање кај комерцијалните радиодифузери, односно за бесплатно политичко претставување и за вестите кај Јавниот радиодифузен сервис. Г-дин Трајчевски додаде дека јавната расправа за Нацрт - методологијата траеше до 27 декември 2015 година и до нејзиното завршување не пристигнаа предлози ниту сугестии. По завршувањето на јавната расправа (на 29 декември) пристигна забелешка од Центарот за развој медиуми, која беше земена предвид и покрај тоа што дојде после рокот. Детали за неа се приложени во документите што ви се доставени. Предлог текстот на Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиски програмски сервиси за време на изборни процеси, суштински не се разликува од Методологијата што Агенцијата ја користеше за време на изборните процеси од минатата година, која сè уште е достапна на нашата веб страница во делот публикации/анализи од избори. Се разликува по формата, затоа што врз основа на претходното искуство во поглед на разбирањето на обврските од страна на радиодифузерите, сега се обидовме на соодветни места во текстот да потсетиме на правилата пропишани во Изборниот законик. Исто така потенцира дека Предлог – текстот на Методологијата е практично истоветен со текстот на Нацрт-методологијата кој беше на јавна расправа, односно во него се направени неколку јазични и синтаксички корекции. Има само две поважни измени: едната се однесува на прецизирањето дека за време на изборната кампања, и на Првиот сервис на Македонско радио – Радио Скопје ќе се анализираат две изданија на дневно-информативните емисии, а со втората во заглавието ОПФАТ И ПРИМЕРОЦИ, во делот Б. Прв круг од изборната кампања, е вградено допрецизирањето направено по забелешката од Центарот за развој медиуми. Идејата е методологијата да биде генерален документ кој ќе важи за сите изборни процеси. Ќе се менува, доколку има промени во изборната регулатива. Методологијата ги објаснува: целите на мониторингот, опфатот и примероците за мониторинг, начинот на реализација, предметот на надзор во сите релевантни периоди од распишувањето на изборите до нивното завршување, како и начинот на мониторинг на сите облици на изборно медиумско претставување – вести, посебни информативни програми, платено политичко рекламирање и бесплатно политичко претставување. Објасни дека документот е доставен за усвојување со цел да се почитува законски пропишаниот рок, но Агенцијата дополнително ќе се обрати до Министерството за правда за да се расчистат некои од дилемите, а за сите прашања повторно ќе дискутира со радиодифузерите за време на обуките кои Агенцијата традиционално ги реализира за секој изборен процес, во периодот по распишувањето на изборите.

Раководителката на одделението за програмски и административен надзор, Шкипе Тахири, даде дополнително објаснување во врска со оние медиуми кои нема да ја покриваат изборната кампања.

Г-дин Фиданоски, се јави за дискусија. Како што неколку пати до сега јавно кажал, така и сега повтори дека ја поддржува предложената методологија, која според него претставува документ сработен како што треба, со сите внесени потребни работи што треба да стојат во една вистинска методологија за изборно медиумско претставување. Во своето обраќање, со негови размислувања, мислења, потенцијални стравови, се осврна на неколку работи кои се содржани во методологијата. Како документ рече дека не е спорен, но она што го плаши е нејзината имплементација во пракса и колку медиумите ќе ја почитуваат. Запознаен е дека во Агенцијата претставува пракса и традиција да се спроведуваат обуки, за што се изјасни дека тоа е добро и го поздравува, меѓутоа рече дека на крајот од денот медиумите се тие што тоа треба да го преточат во дело, бидејќи се плаши дека имплементацијата можеби ќе биде помалку проблематична. Во делот од методологијата каде е наведено дека пред започнувањето на изборната кампања, ќе се набљудува „Дали известувањето за активностите на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за правни и други лица на кои со закон им е доверено вршење јавни овластувања е во функција на нечие изборно медиумско претставување“, г-дин Фиданоски, потенцира дека на ова особено треба да се внимава, затоа што според негово мислење или стравување, можно е да се случат најголемите прекршувања на методологијата, а со самото тоа и на изборните правила кои се однесуваат на изборното медиумско претставување. Посочи дека треба да се внимава на делот, за кој што е сега рано, но ќе се види кога ќе дојде време, дали јавниот радиодифузен сервис ќе емитува дебати во согласност со пропишаното, дали ќе ги има во квантитет и во квалитет и би било пожелно да бидат реализирани целосно. Она што сака да го поздравува во методологијата е методот кој гласи: „Во периодот од почетокот на изборната кампања до почетокот на изборниот молк се користат техниката анализа на содржина, која дава и квантитативни и квалитативни показатели за медиумското покривање на кампањата за изборите, како и статистичка анализа со цел да се добијат вкрстени податоци за времето што радиодифузерите го одвоиле за секој од учесниците во изборната кампања“. Освен ова, во случаи кога е потребно да се изврши подетална квалитативна анализа (на пример за тонот и врамнувањето на прилогот) се користи и друг тип на подлабока анализа. Тоа го поздравува и се надева дека ќе биде спроведено како што треба и дека ќе се добијат соодветните резултатите. Кај дневно-информативните емисии, се вели: „Ивестувањето за редовните активности на државните органи, органите на општините и на градот Скопје, на државните институции и организации, како и за активностите на правни и на други лица на кои со Закон им е доверено вршење јавни овластувања, во програмите на радиодифузерите и на програмскиот сервис наменет за емитување на активностите на Собранието на Република Македонија, во периодот од денот на распишување на изборите до нивното завршување не смее да биде во функција на изборно медиумско претставување на ниту еден политички субјект“. Тука, г-дин Фиданоски постави една дилема за тоа како ќе се процени тоа, по кој критериум, затоа што во оваа држава сведоци сме дека за некои основни прашања се има дијаметрално спротивни ставови до банализирање на целата ситуација, да не рече до небулоза. На јавниот состанок на кој што беше претставена нацрт-верзијата на методологијата, присутните биле сведоци на поставеното според него небулозно прашање, дали е дефинирано кој е власт а кој е опозиција, сакајќи да се избанализира така наречено до без смисла. Му се допаѓа делот кај јавниот сервис дека за време на изборната кампања јавниот радиодифузен сервис е должен да обезбеди

рамноправен пристап во информативната програма при што 30% од времето емитува за дневните настани од земјата и светот, 30% од времето за активностите на политичките партии на власт, 30% од времето за активностите на политичките партии во опозиција и 10% од времето за активностите на политичките партии кои не се претставени во Собранието на РМ“. Рече дека тоа претставува француски модел на покривање и според него е добар. Меѓутоа во тие 30% од времето за емитување за дневните настани од земјата и светот, постои можност, не вика дека ќе се случи, но постои можност да се злоупотребат и тие 30%, или најголем дел да претежнат како дневни информативни настани од земјата за нечие претставување. Она што според него е клучно, е објективно и непристрасно прикажување на настаните со еднаков третман на различните гледишта и мислења и овозможување на слободно оформување на мислењето на публиката за одделни настани и прашања. Ова е практично плурализмот на гледиштата, тоа го има како законска обврска кај јавниот сервис, но би било добро, иако не е законска обврска, да го почитуваат и сите останати медиуми кои ќе бидат предмет на мониторинг, како известуваат за време на изборен процес. Понатаму се вели дека Агенцијата нема надлежност да постапува против радиодифузерите доколку има индикации за прекршување на член 61, и Агенцијата во тој случај ќе го извести Советот за етика во медиумите на Македонија, за потенцијално прекршување на член 111, ќе го извести и Програмскиот совет на МРТ, а во врска со забраните од член 48 - во зависност од содржината - или ќе ја извести Комисијата за заштита од дискриминација или Јавното обвинителство на Република Македонија. Рече дека ова е во ред иако смета дека реално за некои аспекти такво е законското решение и онаму каде Агенцијата нема пошироки овластувања според него тоа е минус на Законот. Она што сака да го потенцира и го споменал на крајот од седницата од минатата година, се содржи на страна 12, односно настаните кој како актери се појавуваат носители на функции на власта, според Насоките за медиумска анализа во текот на мисиите за набљудување на изборите изработени во 2009 година од страна на Канцеларијата за демократски институции и човекови права на ОБСЕ (ОДИХР), Директоратот за човекови права и Комисијата за демократија преку правото (Венецијанска комисија) на Советот на Европа и Европската комисија, и ги делат на вистинити и релевантни, потоа на вистинити но маргинални како што се отворање на јавни објекти и на псевдо настани, настани управувани од власта со цел да се добие широко медиумско покривање. Го повтори примерот кој веќе еднаш ко кажал, а тоа е со утринска емисија на ТВ Канал 5, кој според него бил класичен пример на скриен политички маркетинг со псевдо тема, а можеле да се емитуваат и други теми како на пример загадување на воздухот и сл. На крајот се задржа на Ставот на Агенцијата за обврската да врши надзор врз изборното медиумско претставување на интернет порталите. Внимателно го слушнал образложението од г-дин Трајчевски и смета дека е издржано, онака како што треба. Рече дека покрај тоа што не е дефиниран поимот интернет портали и нивниот опфат во Изборниот законик, за него важна е класификација на дејноста што ја употребува Централниот регистар. Но и од дефинициите на поимот евидентно е дека станува збор за термин со далеку поширок опфат од лаичките претпоставки. Кажано со други зборови, со еден пример, секој еден граѓанин во оваа држава може да отвори во текот на денот, 20-тина блогови каде што може да ги искаже своите ставови. Ставови политички поврзани со избори се искажуваат на социјалните мрежи на кој што одредени личности имаат по 20-30 илјади следбеници и тоа е практично невозможно да се следи. Од тие причини смета дека не е можно да се мониторираат порталите. Посебно важно за него е дека Европската регулативна практика нема примери за мониторинг на содржините од регулаторни тела и не е можно да се направи никаква компаративна анализа која може да се искористи за примена при евентуално мониторирање на интернет-порталите. На крајот од оваа

дискусија поддршка даде на Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборните процеси и за Ставот на Агенцијата за обврската да врши надзор врз изборното медиумско претставување на интернет порталите и се надева дека таа во најголем дел ако не и максимално ќе се спроведе.

Г-дин Трајчевски, во врска со тоа дека ќе се мониторира и ќе се анализира програмата во период од распишување на изборите до почетокот на изборната кампања и можноста дека одредени активности на органите на власта ќе бидат во корист на одредени политички партии од власта, рече дека не може целата одговорност да биде само на медиумите и не секогаш медиумите се виновни. Во тој период и самите политичари имаат одредена одговорност преземајќи активности со кои би го прекршиле Изборниот законик. Не може целосно да се префрли вината на медиумите, а тие ако сакаат можат да не известуваат за таквите настани. Во врска со обуките што ги прави Агенцијата, рече дека Агенцијата, претходно Советот за радиодифузија, не само во Скопје, туку организира и спроведува обуки во региони со претставници од медиумите. На крај ако медиумите се определат да не го почитуваат Изборниот законик, Агенцијата секогаш изрекувала казни. Не може одговорноста за неспроведување, односно непочитување на Изборниот законик од страна на медиумите да се земе како минус на Агенцијата, бидејќи таа секогаш максимум вложува да ги едуцира телевизиите и радијата, меѓутоа на крајот медиумите оценуваат дали и во колкава мера ќе го почитуваат Изборниот законик. Во врска со ЗААВМУ, за тоа дека Агенцијата за одредени членови од него нема надлежност, посебно во делот за говор на омраза, нагласи дека Агенцијата кога ќе констатира елементи на говор на омраза по сопствено наоѓање или по претставка од граѓанин, здруженија или политички партии, секогаш поднесува допис до Јавното обвинителство кое понатаму постапува или не постапува по тие претставки. Како последен случај го наведе настанот кој се случи пред околу 10 дена, кога со соопштение Агенцијата ја информира јавноста дека со два ТВ спота нарачани од двете најголеми политички партии ВМРО ДПМНЕ и СДСМ, се води негативна кампања. Во таа насока испратен е допис до Јавното обвинителство да утврди дали постојат елементи за говор на омраза. Непосредно некој ден пред почетокот на новата 2016 година, во Агенцијата пристигна повратен допис од Јавното обвинителство дека и во двата спота, кои Агенцијата ги посочи како проблематични и каде Стручната служба сметаше дека има елементи на говор на омраза, еден спот за платено политичко рекламирање нарачан од ВМРО ДПМНЕ, другиот спот за платено политичко рекламирање нарачан од СДСМ, во кој одговори дека не постојат елементи на говор на омраза. При тоа г-дин Трајчевски потенцира дека доколку се појават такви елементи за време на изборната кампања и во периодот пред започнување на изборната кампања, секако дека Агенцијата ќе постапи по нив.

Г-дин Фиданоски рече дека се согласува со образложението на г-дин Трајчевски и посочи дека неговата дискусија (на г-дин Фиданоски) не треба да се сфати никако поинаку туку како жалење во врска со ЗААВМУ, затоа што Агенцијата ги нема тие овластувања и при тоа таа не е ни виновна што ги нема. Што се однесува за дискусијата во делот на медиумите, рече дека се согласува. Медиумите треба сами да проценат за што ќе известуваат а за што нема да известуваат, дали ќе известуваат за псевдо настани или не. Според него проблемот се наоѓа во дефиницијата и при создавање на некој критериуми, секој човек различно си ги толкува и е убеден дека е во право. Едни ќе сметаат дека тоа е дневен настан во рамките на некаква програма што мора да се реализира, а не е поврзано со изборите, а според него и според она што го има следено и прочитано како примери или студии во европски рамки, тие се типични примери за скриено рекламирање. Стравувањата му се како ќе изгледа имплементацијата на

методологијата, иако како документ е сосема во ред и целосно ќе го поддржи. Околу саморегулацијата и Ставот на Агенцијата за обврската да врши надзор врз изборното медиумско претставување на интернет порталите, рече дека е точно така, дека во Советот за етика членуваат како асоцијација а некои и поединечно, меѓу 60-70 интернет портали, така да верува дека Советот за етика ќе успее и ќе ја одигра улогата на саморегулација тамо каде што е потребно.

Г-дин Фетаи, во поглед на точката која според него е многу значајна, рече дека ја поддржува и се приклучува кон размислувањата кажани во дискусиите. Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборните процеси, претставува врвен документ, кој на конкретен, систематски начин го сублимира сето она што Законот го предвидува и сето она што Агенцијата како регулаторно тело со години наназад го прави. Во неговата содржина навистина нема простор за некои посебни интервенции, бидејќи е направено стручно и сестрано. Тоа се потврдува со фактот дека во текот на јавната расправа не се пристигнати никакви предлози и забелешки, и навистина не треба да има, рече, затоа што во содржината е ставено искуството на Агенцијата и Европското од сите аспекти. Во таа насока рече дека воопшто не се сомнева во Агенцијата како регулаторно тело, во Стручната служба, во Секторот за програмски работи, луѓето кои ќе бидат обучени да вршат мониторинг, затоа што тамо има експерти и има искуство. Во Република Македонија секоја година има избори и затоа секоја година се спроведуваат потребните активности. Не се сомнева, се надева и навистина е оптимист дека овој период кој нас не чека, како Агенција, како еден од столбовите во областа на регулирање на медиумскиот „имаж“ на државата, кога ќе дојдеме на крај на овој циклус некаде мај месец, ќе успееме. Смета дека ќе се пофалиме со тоа дека на професионален начин сме го завршиле нашиот дел од задачата. Медиумите секогаш изнаоѓаат начини и методи како и на кој начин да ги реализираат нивните вон законски интереси во смисла дека ќе се договараат со политичките партии или имаат нивни калкулации. Потоа и се препишува на Агенцијата дали реално тоа го констатирала, дали ги санкционирала со соодветна мерка. Тој повеќе би се потпрел на подигнување на свеста, на политичката култура и на професионализмот, на саморегулација, при што смета дека медиумите по толку години во Република Македонија се свесни за она што ги чека посебно за обуките и сè она што се прави во Агенцијата. Драго му е дека кога беше во прашање новиот ЗАВМУ, една од основните дилеми беше за говорот на омраза, односно зошто регулаторот се отстранува од можноста за санкционирање бидејќи тој врши мониторинг секојдневно, ги следи програмите, па би било добро и да донесе санкции. Мисли дека е добро решението, бидејќи право мерило за санкционирање на девијациите околу Законот се обвинителството, судовите, цел живот се стручни во тоа да казнуваат и да одредуваат колкави ќе бидат мерките. Г-дин Фетаи рече дека според него е добро што многу сериозно е пристапено во текстот на методологијата кон говорот на омразата, уште еднаш во детали се кажува што претставува, колку таа материја е релативна за да се дојде до констатација. Треба да бидеме пофлексибилни во смисла на давање на претставки до Јавното обвинителство, затоа што говорот на омразата според него е една од основните контури на нашето општество во смисла медиумите еднаш за секогаш да не одат кон таа алатка на употреба. И бидејќи како крајна инстанца ќе биде Јавното обвинителство, апелира, кога ќе има дилеми дека има индиции за говор на омраза, Агенција тоа да го процесира дека според Агенцијата и Советот има 3, 4, 5 или 10 индиции за говор на омраза и да бидеме пофлексибилни, да го испратиме до Јавното обвинителство и тие да го процесираат. Битно му е дека Агенцијата како регулатор на тоа внимава и ги има соодветните капацитети и стручни лица кои работат да го реализираат тоа. Драго му е дека уште еднаш се констатира дека Методологијата

претставува континуитет и дека е истата методологија што е применувана на изминатите избори, сега соодветно усовршена. Многу е попрегледна, како што кажал директорот. Г-дин Фетаи се согласи во смисла на периодите и целите на мониторингот каде во различни фази се врши различен мониторинг и го поддржува. Се надева дека медиумите ќе се придржуваат до методологијата и предложи таа по електронски пат да се испрати до сите медиуми иако ја има на веб страницата на Агенцијата, за да едукативно се анимираат, да бидеме во функција што и ние и сите други тоа го очекуваат од регулаторот.

Г-дин Трајчевски, најави дека по завршување на седницата и усвојување на точката, ќе биде испратено соопштение до јавноста и до сите медиуми, со линк каде можат да ги преземат Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборните процеси и Ставот на Агенцијата за обврската да врши надзор врз изборното медиумско претставување на интернет порталите.

Советот на Агенцијата го усвои предлогот на директорот на Агенцијата, д-р Зоран Трајчевски, бр.01-7313/1 од 31.12.2015 година и едногласно ја донесе Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборните процеси и Ставот на Агенцијата за обврската да врши надзор врз изборното медиумско претставување на интернет порталите, со текст како што беа предложени.

Се задолжи Секторот за координација и поддршка на работата на директорот и на Советот на Агенцијата, Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборните процеси и Ставот на Агенцијата за обврската да врши надзор врз изборното медиумско претставување на интернет порталите, да ги објави на веб страницата на Агенцијата.

Точка 3

Раководителката на Секторот за правни и економско-финансиски работи, д-р Андриана Скерлев Чакар, ја образложи Предлог-одлука за одобрување на финансиски средства за користење на „АКАДЕМИКА“ - електронската база на прописи.

Советот на Агенцијата го усвои предлогот на директорот на Агенцијата, д-р Зоран Трајчевски, бр.05-9/1 од 04.01.2016 година и едногласно даде одобрение директорот на Агенцијата да донесе Одлука со која ќе се одобрат финансиски средства за користење на услугата - претплата за 1 (една) конекција/пристап на електронска база на прописи - Академик, за период од 1 (една) година и во име на Агенцијата да го потпише Договорот за електронски пристап на „Академик“ - електронска база на прописи, со кој ќе се уредат меѓусебните односи на двете договорни страни

Точка 4

Раководителката на одделението за јавни набавки и општи работи, Билјана П. Парлеева, ја образложи Предлог-одлука за спроведување на постапка за јавна набавка: Финансиско-осигурителни услуги.

Советот на Агенцијата го усвои предлогот на директорот на Агенцијата, д-р Зоран Трајчевски, бр.05-2/3 од 04.01.2016 година и едногласно даде одобрение за спроведување на постапка за јавна набавка - услуга: Финансиско-осигурителни услуги.

Спроведувањето на постапката за јавна набавка-услуга: Финансиско- осигурителни услуги, е предвидена и е во согласност со Годишниот план за јавни набавки за 2016 година на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, бр.05-7139/1 од 25.12.2015 година, а средствата се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2016-та година.

Точка 5

Разно.

Немаше точки под Разно.

Бр.02-5/5
14.01.2016 година
С к о п ј е

Агенција за аудио и
аудиовизуелни медиумски услуги
Претседател на Советот

Лазо ПЕТРУШЕВСКИ, с.р.