

## **ЗАПИСНИК**

**од 28-та седница на Советот на Агенцијата за аудио  
и аудиовизуелни медиумски услуги  
одржана на 17.08.2016 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 Методија Јанчески, м-р Алма Машовиќ, Лазар Трајчев, Зоран Фиданоски, Селвер Ајдини.

**Отсутни членови на Советот на Агенцијата: /**

**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, м-р Емилија Петреска Камењарова, Цветанка Митревска, Маја Дамевска, м-р Ивана Стојановска, Илија Витков.

**Други присутни:** Љубомир Костовски, Цветин Чилиманов, Фатљуме Дервиши и Вулнет Цури од ТВ Алсат-М.

Г-дин Петрушевски ја отвори 28-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Седницата започна во 14:00 часот и се одржа во просториите на Агенцијата.

Советот на Агенцијата, едногласно, со 7 гласа „за“, го усвои следниот:

### **ДНЕВЕН РЕД**

1. Усвојување на Предлог-записник од 27-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 27.07.2016 година.
2. Нацрт-методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на предвремените избори за пратеници во Собранието на Република Македонија, кои ќе се одржат во 2016 година.
3. Предлог-одлука за потреба од јавна набавка-услуга: „Истражување на медиумска писменост кај возрасната популација во РМ“.
4. Разно.

#### **Точка 1**

Советот на Агенцијата го разгледа и со 6 гласа „за“ и еден воздржан глас од г-ѓа Машовиќ, го усвои Записникот од 27-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 27.07.2016 година, со текст како што беше предложен.

## Точка 2

Г-дин Трајчевски, ја образложи Нацрт-методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на предвремените избори за пратеници во Собранието на Република Македонија, кои ќе се одржат во 2016 година. Објасни дека со последните измени на Изборниот законик, што ги усвои Собранието на Република Македонија на крајот на месец јули 2016 година, ја обврзуваат ААВМУ во рок од 30 дена од денот на усвојување, да направи измени во методологијата за мониторинг, односно документот што Агенцијата го усвои на 5-ти јануари оваа година. Наместо да се интервенира во овој текст, се одлучи да се направи нова методологија која ќе важи само за овие избори, кои треба да се одржат во 2016 година. При изработката, Стручната служба се водеше од следните факти: Методологијата донесена во февруари е сеопфатна, односно во неа има правила кои важат за сите видови избори, претседателски, парламентарни и локални. Воведувањето на делот за измените само за парламентарните избори, ќе го направи документот нејасен, непрегледен, со што ќе се отежни неговата примена. За изборите што треба да се одржат во декември 2016, одредени одредби ќе важат 100 дена од денот пред одржување на изборите, а за некои е потребно и да се објасни како ќе се применуваат. Нацрт-текстот кој е доставен на седницата, има делумно изменета структура. Сите релевантни законски одредби и од Изборниот законик и од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, се групирани според периодот во кој почнува нивната важност. Периодите на мониторинг на медиумското известување се прилагодени за да соодветствуваат на овие избори. Една од специфичностите на овој изборен процес е тоа што одредбата за утврдување баланс во известувањето почнува да важи 100 дена пред денот на гласањето. Радиодифузерите треба да обезбедат баланс во известувањето за парламентарни избори согласно принципот на пропорционалност според бројот на потврдени листи со кандидати за пратеници. Имајќи предвид дека потврдените кандидатски листи се познати дури неколку дена пред почетокот на изборната кампања, се наметна потреба да се постави принцип врз основа на кој ќе се мери балансот во оние 80 дена пред да започне кампањата. По консултација со искуствата од европските земји, Агенцијата се одлучи за францускиот модел за постигнување политички плурализам надвор од изборни периоди и истиот да го прилагоди на македонската практика и регулатива. Потпирајќи се врз методологиите и искуствата од претходните мониторинзи на изборни процеси, примерокот врз основа на кој ќе се извлекуваат оценки за балансот во известувањето е поставен на десет дена. Исто така, врз основа на искуствата од нашиот мониторинг на известувањето за изборите што беа закажани за првата половина од годинава, направени се до прецизирања во делот на методологијата што се однесува на известувањето за активностите на претставниците на власта. И оваа методологија се однесува само на радијата и телевизиите, односно нема да се опфаќаат електронските медиуми (интернет порталите), зашто во меѓувреме не е отстранета ниту една од причините поради кои во јануари Советот одлучи и го донесе Ставот тие да не бидат предмет на мониторинг на Агенцијата. Имајќи предвид дека 30-дневниот рок во којшто треба да се донесе новата методологија почна да тече на 28 јули (кога беа усвоени измените), на 10 август веќе беше отворена јавна расправа за работната верзија на методологијата, со цел да им се обезбеди на сите заинтересирани субјекти повеќе време да достават свои мислења и ставови. Во овој контекст, на 23 август Агенцијата ќе одржи и состанок на кој ќе ги покани сите релевантни чинители (радиодифузери, здруженија, политички партии

итн.) со надеж дека тие ќе земат активно учество. Расправата завршува на 24 август. На крајот од образложението, г-дин Трајчевски, ја повика м-р Емилија Петревска Каменарова, да даде дообјаснување на предложената точка.

Раководителката на одделението за човекови права и медиумска писменост, м-р Емилија Петреска Каменарова, ги објасни новостите во предложената нацрт-методологија. Една од нив е прилагодувањето на францускиот модел на мерење на политички плурализам надвор од политички процеси за период од 80 дена, односно до почетокот на изборната кампања. При тоа рече дека за таа цел, се разгледувале повеќе модели, но се одлучило дека овој е најсоодветен за ситуацијата која ја има во земјава. Објасни дека е земен сооднос, кој го имаат поставено, дека сите информации во вестите кои ќе се однесуваат на опозицијата или разни субјекти кои што ја поддржуваат опозицијата или имаат блиски ставови, тој квантум информации да не биде застапен со помалку од 50% во однос на квантумот информации за позицијата, односно парламентарното мнозинство и вон парламентарните партии кои што ја поддржуваат позицијата. Сите субјекти не се произнесуваат само за нашата внатрешна општествено-политичка ситуација туку и за други прашања. Во методологијата и графички е прикажано кои се информации ќе бидат надвор од времето за кое ќе се мери балансот. Во методологијата е направен обид да се даде што појасен опис за правилото кое треба медиумите да го следат за да обезбедат баланс во известувањето во вестите во периодот пред да започне изборната кампања. Појаснето е како медиумите да известуваат за активностите на носителите на власта при тоа да не биде во функција на медиумско изборно претставување. Тоа е многу важно затоа што во претходниот мониторинг имаше конкретни ситуации и беа преземени мерки. За таа цел сега е преточено во јасни одредби. Измените во Изборниот законик прават разлика помеѓу мислењето и информацијата и прецизно жанровски, новинарски е дефинирано, за да медиумските професионалци имаат јасна претстава на што се мисли. Уште еднаш е потенцирана слободата на изразување, но забранети се формите како навреди, клевети, невистинити и неточни информации и сл. Како прилог, кон нацрт-методологијата е дадена листа на медиуми кои ќе го претставуваат примерокот за анализа во периодот за изборната кампања. При тоа информира дека континуирано се прави ажурирање на податоците во регистарот на медиумите, за телевизи и радија кој го води Агенцијата, има нови показатели за мерење на досегот, така што во предлог-методологијата која ќе биде на една од наредните седници, списокот ќе биде финален.

Г-дин Петрушевски, во однос на нацрт-методологијата, објасни дека се уште во електронска форма нема доставено конкретни предлози, но ги има во пишана и ги образложи на седницата. При тоа рече дека лично не очекува предлозите денес Советот да ги усвои, затоа што нема време. Предлозите ќе ги прочита за да влезат во записникот и дополнително ќе ги испрати во електронска форма до Стручната служба. Така ќе остави простор и Стручната служба и членовите на Советот да имаат време во наредните 10 дена да ги видат, да реагираат на нив, а и тој самиот лично да размисли, со што си остава право да одлучи дали ќе ги задржи предлозите или ќе се откаже на дел од нив ако има разумни објаснувања зашто не се добри или се добри. Претпоставувајќи дека дел од членовите имаат забелешки, предложи, Нацрт-методологијата која е предложена денес, без разлика на дискусиите, да се усвои во форма како што е, а забелешките да се достават во текот на јавната расправа, како што предложил. Во врска со неговите забелешки, за кои не е сигурен и самиот си ги поставил како дилеми даде детално образложение, и тоа:

- првата забелешка беше на страна 9, за трета реченица која гласи: „Примерокот за анализата на телевизиите на државно ниво ќе се состои од вкупната програма, со анализа на по две изданија на дневно-информативните емисии емитувани меѓу 17:00 и 24:00 часот, во кои се очекува да бидат концентрирани најмногу информации за изборната кампања“. Посочи дека зборот „анализа“ се користи два пати во наведената реченица и може да предизвика нејасноти и забуна. Предложи пред вториот збор „анализа“, да се додаде зборот „подетална“, со што реченицата би гласела: „Примерокот за анализата на телевизиите на државно ниво ќе се состои од вкупната програма, со подетална анализа на по две изданија на дневно-информативните емисии емитувани меѓу 17:00 и 24:00 часот, во кои се очекува да бидат концентрирани најмногу информации за изборната кампања“. Ова би значело дека двете изданија на вести би биле подетално анализирани, а останува можност и другите да се анализираат. Според него ова е попрецизна формулација;

- втората забелешка се однесува на истата реченица погоре кажана, во врска со делот „...по две изданија на дневно-информативните емисии емитувани меѓу 17:00 и 24:00 часот...“. Праша, што ако медиумите направат неизбалансираност во посебните информативни емисии. Можно е медиумите да бидат балансирани во вестите и намерно неизбалансирани во посебните информативни емисии, посебно оние каде учествуваат гости. Од досегашното искуство, медиумите понекогаш гостите сами ги бираат и има еднострана дебата, каде на еден медиум има симпатизери или припадници на една политичка опција додека во друг медиум има обратен состав. Во тој случај и двете емисии би биле неизбалансирани. Смета дека ова треба да се избегне и да се мотивираат медиумите да покануваат поразновиден состав на учесници во емисиите. Праша дали може ова да се избегне и да се стави акцент и на посебните информативни емисии во групата на задолжително анализирани емисии или пак да се изнајде друг начин, за да не се случат можните злоупотреби кои ги навел;

- третата забелешка беше на страна 10 од Нацрт-методологијата, првата реченица, која гласи: „Во периодот од 100 дена пред денот на гласањето до започнувањето на изборната кампања се врши анализа на дневно информативните-емисии со цел да се утврди...“. Праша, дали дневно-информативните емисии значат само главните вести односно дневниците и доколку одговорот е позитивен, тогаш важи втората забелешка што ја кажал, бидејќи повторно би имало проблем со посебните информативни емисии. Ова треба да се разјасни и околу периодот.

- четвртата забелешка беше на истата страна 10, но во четвртата реченица, каде се наврати на посебните информативни емисии, и гласи: „Посебните информативни програми (интервјуа, дебати, ТВ/радио соочувања, актуелно-информативни програми, актуелно-информативни програми со документаристички пристап и тематски специјализирани информативни програми) се анализираат за да се види...“. Според него ова е некое подобрување на неговите сомневања кои претходно ги кажал, но реченицата не му е доволно јасна затоа што незнае дали за неа важи првиот период од 100 дена, односно дали е задолжителна анализата на посебните информативни емисии во периодот од 100 дена до почетокот на изборната кампања. Доколку важи, дава целосна поддршка.

- петтиот предлог беше на страна 20 од Нацрт-методологијата, четвртата реченица од горе, која гласи: „Практиката покажува дека сите поканети личности не се одсвиваат на поканите на телевизиите и радијата за учество во интервјуа, дебати, соочувања. Доколку радиодифузерот уредно ги поканил учесниците во емисиите, а тие самите не го искористиле правото на пристап, медиумот треба тоа јасно да го

нагласи во текот на емитувањето на ваквите информативни програми“. Според него не е доволно медиумот само да го нагласи. Ако „лажат“ поканетите учесници дека не биле поканети, од каде ќе се знае дека медиумот навистина ги поканил. Затоа предложи по оваа реченица да се додаде следното: *„Медиумот треба да достави докази до ААВМУ дека отсутните учесници се уредно и навремено поканети, најдоцна по првиот ден на емитување на ваквите информативни програми“*. Техниката како тоа ќе се направи не би ја ставил во предлогот, бидејќи може на повеќе начини. Системите на електронска пошта овозможуваат да се има повратна информација дека тој го прочитал емајлот, но и тоа може да се манипулира. Најсигурно е да има стандардно препорачано писмо или потврда во архивата на поканетиот учесник ако се работи за политичка партија. Можеби, рече, малку изгледа комплицирано, ама ова е единствен начин да се натераат да не „лажат“ ниту поканетите учесници, ниту медиумите и да се потрудат да бидат присутни сите учесници во сите медиуми. Да нема поделени медиуми, да едните повикуваат едни „експерти“ а другите, други „експерти“. На крајот од дискусијата, г-дин Петрушевски, уште еднаш нагласи дека предлозите ќе ги достави до сите, во електронска форма.

Раководителката на одделението за човекови права и медиумска писменост, м-р Емилија Петреска Камењарова, во врска со првата забелешка, одговори дека ќе се направат напори посоодветно да се формулира реченицата. Во однос на предметот на анализа за посебните информативни емисии, одговори дека и тие се предмет на анализа за избалансираност, по оние принципи кои што се дадени подолу во текстот. На почетокот е само генерално наведено што ќе биде предмет на анализа, а потоа низ посебни наслови се објаснува како во вестите се проверува што е постигнато, а како во посебните информативни емисии, односно за секој тип емисии поединечно, како се мери баланс. Посебните информативни емисии, се следат и од аспект дали се поканети гостите. Она што е спомнато дека се покануваат гости со исти гледишта и доколку истите емисии се репризираат и тоа се зема како предмет на неизбалансираност. Објасни дека во текстот само за вестите се потенцира дека ќе се следат двете изданија во ударниот термин меѓу 17:00 и 24:00 часот. Доколку вестите продолжуваат и по 24:00 часот, истите ќе се земаат интегрално односно и по полноќ до нивното завршување.

Г-дин Фиданоски, објасни дека во неговата дискусија ќе се задржи на квантитативниот аспект на мерење на балансираноста и на она што г-дин Трајчевски и г-ѓа Петреска-Камењарова го споменале, францускиот модел за постигнување политички плурализам:

- првата забелешка беше на страна 12 од Нацрт-верзијата на методологијата, каде се вели: *„Тренувајќи од неопходноста да се обезбеди плурализам на политички ставови и гледишта, Агенцијата ќе го операционализира барањето за избалансираност во известувањето од член 75 став 1 од Изборниот законик така што ќе го прилагоди францускиот модел за постигнување политички плурализам надвор од изборни периоди, и тука потенцира – на законската рамка поставена од македонската регулатива“*. Рече дека е добро тоа што е потенцирано, се мисли на надвор од изборен период, затоа што за време на изборен период, колку што му е него познато, францускиот модел кај нас е модифициран за јавниот сервис. Во Франција е трипати по една третина а кај нас три пати по 30 плус 10. Според него подобро ќе беше овој модел да се применува постојано, надвор од изборен период. Потсети дека по тоа прашање доставил и официјален предлог на Годишната програма за работа на Агенцијата, кој бил одбиен со образложение дека Агенцијата нема доволно ресурси за мерење на плурализмот. Во тој одговор не е убеден до ден денес бидејќи смета дека

тоа може да се реализира. На следната страница има табела во која се објаснува како тоа би значело и се вели - најмалку 50% од времето што се троши за позицијата, треба да биде потрошено за опозицијата. Тој тврди дека со мали исклучоци, тоа најмалку ќе биде најмногу, а може ќе биде и помалку, за што ќе објасни подоцна во другите забелешки и како тоа ќе се изведе по негово мислење. Во мерењето на тој француски модел, како што му е познато, се смета се што е ставено во редовни активности за власта и за други настани, а овде тоа го нема.

- втората забелешка, за која рече дека е малку чудна и се наоѓа во делот подолу на страна 12, каде се вели: *„Од времето врз основа на кое ќе се извлекуваат оценките за балансот се иззема времето за прилозите за активности/изјави на претседателот на државата и на носителите на функции на власта и од позицијата и од опозицијата за теми што не се релевантни за внатрешната општествено-политичка дебата (на пример, реакции на настани во странство, официјални средби со странски државници и други субјекти, домашни настани поврзани со природни непогоди, настани од културата итн“*. Посочи дека сите се сведоци на она што се случува во поплавените делови, тоа претставува трагедија, искрено жали и сочувствува со жртвите и со настанатите штети. Но, на медиумите секоја вечер сведоци се на терање на партиска или изборна кампања. Има лидер на политичка партија, до него еден куп министри, па и премиерот, кои што му реферираат, да не рече како, за да не го спушти нивото на дебатата. Му реферираат секоја вечер што се случува и како се случува и само нему. Ако бараат некои од медиумите податоци за што е направено, исчистено, не исчистено, дадена помош или не, тие информации се како најврвна државна тајна, се со цел да се сочуваат и премиерно пред повеќе камери да му се соопштат нему. Ако тоа не е изборна кампања, незнае што е. Практично има цела изборна кампања што се тера во моментов. Жали за настанатата трагедија, искрено сочувствува, меѓутоа тоа за него претставува терање кампања на сметка на несреќата на тие луѓе тамо. Кога сето тоа ќе се земе во предвид, смета дека овој модел не е адекватен за примена во Македонија. Република Македонија е во специфична ситуација, затоа и се направени измените во Законите, како што се 100-те дена, практично тие 100 дена по негово мислење влегуваат како изборен период целосно, каде во тие денови ќе има и Влада која ќе се нарекува Влада за организација на избори. Од тие причини смета дека со примена на овој модел, се крши членот 75 на некој начин, во кој се вели: *„Радиодифузерите, односно Јавниот радиодифузен сервис и трговските радиодифузни друштва и електронските медиуми (интернет порталите) што одлучиле да ги покриваат изборите се должни тоа да го прават на правичен, избалансиран и непристрасен начин во својата вкупна програма“*. Според него вака ќе нема баланс. Затоа смета дека поадекватно ќе биде и се надева дека ќе биде земено предвид како негова сугестија, во овој период од 100 дена, поточно 80 дена до почеток на изборна кампања, да се третира како што порано беше третирано од страна на Агенцијата, како период од распишување на избори, до почеток на изборна кампања. На тој начин ќе биде поадекватно и поквалитетно мониторирано. Понатаму нема да навлегува во оценувањето на сето тоа, но на тој начин ќе се постигне поадекватна избалансираност. Тоа е едниот дел и верува дека ќе се земе предвид.

- третата забелешка беше на страна 18 од нацрт-методологијата, каде се вели: *„Проценката дали некој радиодифузер известува во функција на изборно медиумско претставување на која било политичка партија ќе се прави на примерок од централните дневно – информативни емисии емитувани во текот на десет дена“*. Она што нему му претставува дилема која сака да ја сподели и јавно да праша, е за да

се изрече мерка во периодот од 10 дена треба да има најмалку 10 вакви прилози, односно 10 прекршувања на правилата на методологијата од страна на медиумите. Зошто 10 прилози? Што ако медиумите направат проекција дека ќе направат 9 пати прекршување во тие 10 дена а десеттото нема да го направат? Практично пак ќе има прекршување но нема да биде 10 пати во десет дена. Така што може тие девет пати или помалку може да бидат пресудни врз влијанието на гледачите, граѓаните, односно тие што треба да се изјаснат на денот на изборите. Побара одговор;

- следната забелешка беше на страна 9 од нацрт методологијата, во делот што се однесува за ангажирање на надворешни соработници. Се изјасни дека го поддржува тоа како што е напишано, односно онака како што било и досега. Основни услови за избор на надворешни соработници се да имаат високо образование, да не се вработени во телевизија или радио и да не се членови на политичка партија. Но, се вели дека за да не се вработени во радио или во телевизија, соработниците треба да потврдат со изјава. Во таа насока праша дали и тоа дека не се членови на политичка партија исто така треба да го потврдат со нотарски заверена изјава. Ако е така тогаш тоа го поддржува.

Г-дин Трајчевски, одговори дека за 60 и 90 дена, не може да важат истите правила, бидејќи во тој период, односно во претходниот мониторинг за изборите кои беа одложени, не се мереше балансираност, се мереше само 20 дена. Од денот кога се распушти парламентот до времето за утврдување на кандидатски листи, Агенцијата а претходно Советот за радиодифузија, никогаш не мерела балансираност и немало правила за мерење на избалансираност. Доколку г-дин Фиданоски мисли на прекршочните пријави што ги изрече Агенцијата на последните избори на три радиодифузери, одговори дека тие не се однесуваа за избалансираност односно неизбалансираност, туку за претставување на партиски активности како владини активности. Едно е прекршување на конкретни одредби, 76б, тоа е една работа и тој член важи и сега и важел и за претходните избори а друго е утврдување на критериуми што е избалансирано известување.

Раководителката на одделението за човекови права и медиумска писменост, м-р Емилија Петреска Камењарова, околу тоа дали ги вклучува сите изјави на политичарите или не ги вклучува, одговори дека и во францускиот модел стои дека не се земаат предвид изјавите кои не се значајни за политичка дебата. Доколку овие изјави се актуализираат на политичко ниво стануваат дел од примерокот. Во моментот кој било носител на функција на власта вклучувајќи ги и директорите на јавните претпријатија, односно сите што со Закон им е дадено да вршат некаква јавна функција, во оној момент која било изјава на која било тема, дали тие самите или медиумот ќе ја вметне во делот на дневна политичка дебата станува дел од целината со која се мери балансот. Тие носители на јавни функции имаат обврска да ги извршуваат тие функции до последниот ден до кога не бидат заменети, но при тоа да не ги користат за изборно медиумско претставување. Што се однесува за давање на оценки за избалансираност, пролетта се одеше со почитување на професионалните новинарски стандарди, обезбедување на еднаков третман на различните ставови и гледишта за кои нема предвидено мерка. Со измените од Изборниот законик, одредбите од член 75 и 75а почнуваат да важат 100 дена, непристрасност, баланс и еднаков третман, кои се прашања за квалитативна оценка и прашање на медиумски професионализам. Медиумите или ќе ги почитуваат тие принципи или не. Прашањето на балансот има квантитативен и квалитативен елемент. Квалитативниот е во обработка на начинот, тонот, рамката и сите оние работи кои се наведени во методологијата во делот на

квалитативни аспекти на мерење на балансот. Сега Привремената комисија ќе треба да влече оценки дали ќе има баланс или не во периодот од 100 дена, затоа е применет францускиот модел за да има некоја квантитативна граница. Она што е во методологијата и она што колегите го дале во Франција, Италија и од другите држави кои што мерат плурализам во и надвор од избори, е правилото како треба. Дали тоа медиумот ќе го испочитува е прашање на професионализам и редакциска култура на тие медиуми. Оние кои тоа нема да го испочитуваат и нема да го постигнат квантумот од минимум 50% информации, ќе добијат мерка. Тоа е поентата на Законската одредба за казнената мерка. Во однос на тоа за 10-та дена, каде ќе се определува дали известувањето на власта е во функција на изборно медиумско претставување, има прекршувања кои се утврдуваат на дневно ниво. На пример едно бесплатно емитување на кампања финансирана од јавни пари е прекршок. Тука не се чека квантум. Исто и емитуван политички спот пред започнување на кампања е прекршок. Но онаму каде треба квалитативно да се оценува, според научната методологија на комуниколошките истражувања, потребно е одреден квантум за да може да се каже дека има таква тенденција и намера. Она што како искуство произлезе од пролетните избори, мониторингот во тој период, тие што имаат таква намера нема да застанат на девет прекршувања. Затоа се одеше на квантум од 10, но беа земени не само оние прилози во кои се известува кога активностите на власта ги користат за да направат изборно медиумско претставување на одредена политичка партија туку и кога известувањето за политичка партија за нивните предизборни активности се претставува како да е тоа некаква активност на власта, како што нешто неминовно власта ќе го спроведе. А тоа е всушност изборна мерка. Квантумот на информации во секое издание на вестите, кај оние медиуми кој што пролетта направија такво прекршување беше огромен и даваше можност да се направи разлика што е тоа што е известување за редовни активности во однос на известување на власта во функција на изборно медиумско претставување. При тоа се споредуваат сите национални телевизии меѓусебно на дневно ниво. Во врска со изјавата заверена на нотар, одговори дека таа важи за се што е наведено во текстот.

Г-дин Фиданоски, рече дека намерно се задржал само на квантитативниот аспект, точно зборувал и за избалансираност, за правичноста и професионалните стандарди. Но не дискутирал за квалитативниот аспект, кој не го спори. Сака да апелира, го поттикнал и г-дин Петрушевски, дека може да се случат псевдо настани или да се креираат псевдо теми во утрински програми, и изборни предлози да се тераат како тематски аспект за граѓаните и на тој начин да се фаворизираат определени политички структури. Во врска со реченицата *„Доколку ваквите теми се актуелизираат во контекст на внатрешната општествено-политичка дебата – и тие ќе влезат во времето за оценување на балансот“*, рече дека санирање на последици од природна непогода може не е дел од дебата или изборната програма на некоја партија, ама во пракса се гледа терање на изборна кампања и затоа тоа го потенцирал. Се случува масовно прикажување на одредена политичка структура но има и од другата, не е спорно тоа. Меѓутоа фокусот на камерите со кои се занимаваат медиумите во најголем дел е насочен кон една политичка партија односно кон државни функционери кои реферираат не пред премиер, не пред нивни претпоставен, туку пред лидер на политичка партија кој не е државен функционер. Рече дека не спори за прекршување на дневно ниво и знае дека прекршувањата кои ги кажал г-дин Трајчевски не се за неизбалансираност, но што доколку има 9 прекршувања а 10-та не ја направат, зошто се избрал бројот 10? Дали за да има континуитет? Смета дека и првиот пат е грешка и прекршок и праша дали му се дава поправен? Кој ќе мониторира или кој ќе

дава препорака, може да му даде поправен, опомена итн. Без оглед на се, смета дека и со едно и со две и со девет и со десет и со петнаесет е прекршок и може да имаат пресудно влијание во финалното обликување на ставот кај граѓаните и гледачите за кого да се определат на денот на изборите.

Г-дин Фетаи, рече дека одредени работи кои што сакал да ги каже, веќе во дискусијата се апострофирани. При тоа го поздрави и присуството на седницата на двата члена на Привремената комисија за следење на медиумско претставување и рече дека е добро што се присутни за да видат што Агенцијата работи и што во иднина треба да се реализира. Добро е што Нацрт-методологијата е направена повторно од почеток, според специфичностите што произлегуваат од 100-те дена и специфичностите кои произлегуваат од овие избори, не само за Привремената комисија, туку и намалување на санкциите за 50%. Многу сериозно од почеток до крај го прочитал и анализира нацрт текстот. Во него се содржани квалитативните стандарди кои во минатото ги имало и оние кои допрва следат за овие избори. Се изјасни дека нема поголеми дилеми дали е се опфатено во текстот на нацрт-методологијата и при тоа му е драго што е даден посебен нагласок а го истакна и Емилија Петреска Камењарова, во поглед на квалитативната анализа, почитување на политичкиот плурализам во медиумите. Тоа е идејата на се што прави Агенцијата, да медиумите сеопфатно и сестрано го покриваат она што се случува во политичкиот живот во Република Македонија, за дадениот период од 100 дена. Ова претставува подолг период на анализа на информирањето на медиумите. Се задржа на една како што рече оперативна работа, која можеби е апсолвирана. Тоа е што платено политичко рекламирање на медиумите им е дадено повеќе, 18 минути и во поглед на можноста на спојување на двата часа, односно 8 минути од еден час за една политичка партија која може да се спои со 8 минути од следниот час и практично изнесува 16 минути. Но не е допрецизирано. Тука е ставено дека не може два пати по ред да биде од иста политичка партија. Нема прецизирано, ако на пример 8 минути е за партиите од позицијата а од опозицијата не се пријавиле и не се заинтересирани да се рекламираат во одреден медиум, што со тие 8 минути кои остануваат. Примерот може да биде и обратен. Значи по 16 минути кои ќе бидат споени, следи паузата во следните 2 часа затоа што се наменети за блок реклами на другата партија и тие не се појавиле воопшто. Што ќе биде со тој период. Медиумите треба навремено да го знаат тоа за да знаат како да постапат. Во поглед на квалитативната анализа која тука е поставена, смета дека тоа ќе биде еден од основните оценки на мониторингот, колку било реално и објективно, ако се успее да се создадат односно реализираат тие стандарди кои се експлицитно наброени со кои ќе се дојде до резултатите на квалитативна анализа. Квантитативниот аспект на политичкото претставување на ја дава целосната слика дека се поставени сите политички опции. Може да биде 5 минути застапена, но во негативна рамка а 5 минути другата партија во позитивна рамка. Додаде дека се уште има време да се размисли и да се произнесе до 26 август за нацртот и дека повеќе се оди на саморегулација, на свеста на медиумите. На крајот го поздрави нацртот и на членовите на Привремената комисија им посака успех во работата и се надева дека и членовите на Советот на Агенцијата ќе присуствуваат на нивните седници за да согледаат со кои дилеми тие ќе се соочат во поглед на одредени работи кои заеднички ќе ги следат.

Раководителката на одделението за човекови права и медиумска писменост, м-р Емилија Петреска Камењарова, одговори дека платеното политичко рекламирање е дефинирано во Изборниот законик и со последните измени. Тие дополнителни минити, 18 минути се можност а не обврска. Така што ако медиумот не ги продаде ќе останат

непополнети. Што се однесува до пристапот, мора на сите субјекти да им се понудат исти цени. Што се однесува до спојувањето, останува дека во наредните два часа нема можност истото да се повтори, но може медиумот да емитира ППР.

Г-дин Фиданоски, констатира дека независно која политичка партија, од опозиција или позиција, закупи одредено време за ППР, но ако другата партија не ги закупи, не значи дека по автоматизам и припаѓаат на тие што можат да купат. Во неговата дискусија, се наврати на уште една негова забелешка за која рече дека ја нотирал но ја испуштил во претходната дискусија да ја каже. На страна 17 се вели *„Агенцијата очекува од медиумите да бидат упорни и конзистентни во настојувањето да ги разликуваат редовните активности на претставниците на власта кои се важни за извршувањето на нивната функција и функционирањето на државата, од оние активности што тие ги водат како претставници на политичките партии ...“* Рече дека праксата покажува дека сосема е обратно. Не очекува дека ќе биде како што е поставено, очекува дека ќе биде обратно, дека ќе бидат неупорни и неконзистентни. Исто така очекува да биде ставено во извештаите прекршувањето на овој апел, што стои тука. Она што г-дин Петрушевски го загатнал околу не одзивот на покана на гости во дебати и во различни информативни соочувања околу изборите, рече дека му е добра забелешката. Тој би одел чекор понатаму, не мора да е само по меил комуникацијата, може и СМС комуникација да се прифати, затоа што динамиката на темите, актуелноста на настаните, некогаш времето на организација на самите редакции не дозволуваат официјален меил да биде испратен па да биде вратен а се работи за краток временски период, а СМС би било доволно како доказ да се види дека некој официјално е поканет а не се одзвал. Тоа го имало до сега и како новинар кога работел го практикувал. Објасни дека на почетокот на емисијата се потенцира за кого е испратена покана, и потоа со жалење се констатира дека не се одзвал да учествува на дебатата. Медиумот и редакцијата не се виновни дали некој се одлучил да не дојде на соочување со своите политички опоненти.

Г-дин Петрушевски, ја замоли Стручната служба, внимателно да ги разгледа дискусиите поврзани со Нацрт-методологијата. Неговите забелешки ќе ги испрати во електронска форма, каде ќе биде јасно прецизирано што е предлог а што забелешка. Дали и г-дин Фиданоски и г-дин Фетаи тоа ќе го направат, останува на нив да одлучат. Рече дека е подобро во електронска форма да се добијат и потоа да се разгледаат. Очекува Стручната служба и официјално да му одговори на предлозите и забелешките дали се прифаќаат, со образложение доколку не се прифаќаат.

Советот на Агенцијата го усвои предлогот на овластеното лице од Директорот на Агенцијата, согласно овластување бр.03.3830/1 од 29.07.2016 година и едногласно ја донесе Нацрт-методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на предвремените избори за пратеници во Собранието на Република Македонија, кои ќе се одржат во 2016 година, со текст како што беше предложена.

Се задолжи Секторот за координација и поддршка на работата на директорот и на Советот на Агенцијата, Нацрт-методологијата да ја објави на веб страницата со цел да се обезбеди јавна расправа, со рок до 24.08.2016 година, до 16 часот.

### Точка 3

Раководителката на одделението за јавни набавки и општи работи, Цветанка Митревска, ја образложи Предлог-одлуката за потреба од јавна набавка-услуга: „Истражување на медиумска писменост кај возрасната популација во РМ“.

Г-дин Фиданоски, бидејќи имаше една дилема, побра објаснување. Праша дали износот што е предвиден е максимален, со оглед дека првично му изгледа како превисока бројка дадена без ДДВ, за едно вакво истражување?

Г-ѓа Митревска, одговори дека тоа е максималниот износ, кој е предвиден без ДДВ. Бидејќи постапката ќе се спроведе со електронска аукција, праксата покажува дека таа може да се намали, но нема никако да биде повисока од таа која е предвидена. Најчесто проекцијата за износите на јавните набавки се прават по планот од минатата година, но оваа година многу од нив на електронска аукција беа преполовени, односно намалени. При тоа додаде дека износот за наведената јавна набавка е предвиден во Финансиски план на Агенцијата и во Годишен план за јавни набавки, за 2016 година.

Г-дин Петрушевски, дополнително објасни дека ако договорниот орган, во овој случај Агенцијата и директорот, добијат една единствена понуда, немаат обврска да го потпишат договорот со тој што поднел понуда. Во ваков случај Законот дозволува да се откаже иако тој е единствен понудувач, доколку се заклучи дека е прескапо.

Г-дин Трајчевски, објасни дека предвидениот износ, го разгледал и усвоил Советот, на седницата кога се носел Годишен план за јавни набавки на Агенцијата за 2016 година.

М-р Емилија Петреска Камењарова, истакна дека е првпат во Република Македонија да се прави истражување на медиумска писменост кај возрасната популација во РМ. Прашалникот за ова истражување е направен во рамките на ИПА проектот 2009. Информира дека тој е обемен, се бараат најмалку 1500 испитаници, а секое интервју ќе трае најмалку 45 минути. Ова истражување многу е специфично, бара добра подготвеност од институцијата која ќе поднесе понуда да го спроведе.

Г-дин Фиданоски, рече дека се согласува со образложението на г-ѓа Петреска Камењарова, и рече дека учествувал во такви комплицирани истражувања, прашалници, со подолго време траење и колку што му е познато средствата биле пониски од сега предложените. Точно е, рече, дека Советот го изгласа Годишниот план за ЈН за 2016, но од море од бројки, веројатно таа бројка не ја забележал подетално за да се запамети. Потенцира дека на седницата кога се носел Финансискиот план на Агенцијата за 2016 година, во гласањето бил воздржан и од негова страна не бил одобрен.

Советот на Агенцијата го усвои предлогот на овластеното лице од Директорот на Агенцијата, согласно овластување бр.03.3830/1 од 29.07.2016 година и едногласно даде одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка-услуга: „Истражување на медиумска писменост кај возрасната популација во РМ“.

Спроведувањето на постапката за јавна набавка за следниот предмет – услуга: : „Истражување на медиумска писменост кај возрасната популација во РМ“, е предвидено и е во согласност со Годишниот план за јавни набавки во 2016 година на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, бр.05-7139/1 од 25.12.2015 година, со измена и дополнување бр.05-706/1 од 05.02.2016 година, бр.05-706/2 од 29.03.2016 година и бр.05-706/3 од 30.05.2016 година, а средствата се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2016-та година.

**Точка 4**

**Разно**

Немаше точки под разно.

**Бр.02-3867/4**  
**26.08.2016 година**  
**С к о п ј е**

**Агенција за аудио и**  
**аудиовизуелни медиумски услуги**  
**Претседател на Советот**

**Лазо ПЕТРУШЕВСКИ, с.р.**