

ЗАПИСНИК
од 20-та јавна седница на Советот
одржана на 07.06.2012 година

Присутни членови на Советот: м-р Зоран Трајчевски, м-р Милаим Фетаи, Столе Наумов, м-р Борис Арсов, Селвер Ајдини, акад. Бојан Шоптрајанов, Лазо Петрушевски, м-р Методија Јанчески, Селадин Џезаири, Методи Стоименовски, м-р Васко Петревски, Антонио Јовановски.

Отсутни членови на Совет: м-р Алма Машовиќ (оправдано отсутна), Бранко Радовановиќ (оправдано отсутен), Замир Мехмети (отсутен од здравствени причини).

Присутни од Стручна служба: м-р Андриана Скерлев – Чакар, м-р Борче Маневски, Огнен Неделковски, м-р Емилија Јаневска, м-р Драгица Љубевска, м-р Емилија Петреска – Камењарова, Арџент Џелили и Ружица Бошнакоска - Јотевска.

Присутни претставници од: Јавниот радиодифузен сервис (образовна редакција), ТВ Алфа, ТВ Канал 5, ТВ Телма, ТВ Алсат М, независни продукции што произведуваат програми за деца: Котиледон, Охо и Контрабанда, претставници од Македонски институт за медиуми, Прва детска амбасада Меѓаши, Организација на потрошувачи, претставници од одделението за социјална, детска и здравствена заштита од општина Кисела Вода и Град Скопје, Народен правобранител.

Претседателот на Советот, м-р Зоран Трајчевски ја отвори 20-та јавна седница на Советот за радиодифузија.

Предлози за измена или дополнување на дневниот ред не беа понудени и Советот едногласно, го усвои следниот:

Дневен ред

1. Презентација на тема: Заштита на малолетната публика и креирање квалитетни содржини за деца, од д-р Сандра Калверт, професорка по психологија на Универзитетот Џорџтаун, САД.

Точка 1

На почетокот на седницата Претседателот на Советот, м-р Зоран Трајчевски, ги поздрави присутните на јавната седница и воедно се заблагодари за нивното присуство. Благодарност упати и до Амбасадата на САД во РМ за можноста д-р Сандра Калверт професорка по психологија на Универзитетот Џорџтаун, САД да присуствува на 20-та јавна седница на Советот за радиодифузија и да говори за значајните аспекти од влијанието на медиумите, кои ќе бидат од корист во работатата на Советот. Нагласи дека Советот за радиодифузија седницата ја посвети на заштита на малолетната публика и креирање квалитетни содржини за деца.

Претседателот на Советот, м-р Зоран Трајчевски, рече дека Советот за радиодифузија, години наназад ја потенцира потребата од создавање на квалитетна

програма за деца, особено образовна програма. Сугестиите за подобрување на квалитетот на емисиите за деца се дел од анализите на програмите на радиодифузерите особено на Јавниот радиодифузен сервис. Впечатокот што се добива од анализите покажува дека медиумите ја препознаваат детската публика како потрошувач но многу помалку ја препознаваат својата одговорност да и понудат квалитет и да ја заштитат од содржините што можат штетно да влијаат врз неа.

Иако за заштита на малолетната публика е говорено могупати досега, Претседателот на Советот уште еднаш потсети за најочигледната алатка за градење и одржување на одговорноста на медиумите на малолетната публика. Станува збор за Правилникот за заштита на малолетната публика од програми кои можат штетно да влијаат врз нејзиниот психички, физички и морален развој, чиј најпрепознатлив дел се аудиовизуелните знаци за сигнализација кои укажуваат за која возрасна група е наменета програмата. Во врска со оваа проблематика Советот има организирано повеќе состаноци, работилници, консултации со радиодифузерите, стручни лица и други заинтересирани страни за класификација, категоризација и означувањето на програмите. Советот не може да им наложи на радиодифузерите каква програма да емитуваат, односно не се меша во уредувачката слобода на медиумите, но затоа Советот организира дебати кои служат за да се дознае нешто ново, да се разменат мислења, да се постават прашања, да се добијат соодветни одговори и да се родат нови идеи. Понатаму м-р Трајчевски рече дека се надева дека денешната презентација ќе изобилува со нови квалитетни идеи корисни при создавањето на емисии наменети за деца и дека тоа би го сметал за голем заеднички успех. Во воведниот збор, Претседателот на Советот, м-р Зоран Трајчевски и даде збор на д-р Сандра Калверт.

Д-р Сандра Калверт е професор по психологија на Универзитетот Џорџтаун, САД и соосновач и директор на Детскиот центар за дигитални медиуми. Нејзиното истражување е фокусирано на ефектите што ги имаат медиумите врз развојот и учењето на децата од најраната возраст, ефектите од медиумите и рекламирањето храна врз здравјето на децата. Се заблагодари на поканата од Советот за радиодифузија и на Амбасадата на САД во РМ за овозможениот престој во РМ. Таа истакна дека нејзината презентација е фокусирана на децата и можноста тие да учат преку телевизија, лимитите на поминати часови во гледање телевизија кое треба да е приспособено и во зависност од возраста на децата.

Во презентацијата, Д-р Сандра Калверт, нагласи дека содржината на емитуваната детска програма мора да биде изготвена во зависност од возраста, пред се затоа што децата потешко ја препознаваат содржината и заплетот во емитуваната содржина доколку таа не е приспособена за нивна возраст. Истото се однесува за улогата на ликовите во емисиите, односно нивните карактери и улогата што тие ја играат при развојот на децата. Ги напомена и техниките кои се користат при правење на програмите, на кои мора многу да се внимава, пред се брзото дејство на одвивање на настаните, звучните ефекти кои се користат, визуелните ефекти како чести резони, зумирања, распарчувања на содржината и сл. За подобро помнење ги наведе техниките како употреба на пеење и повторување за да подобрување на сеќавањето на одредени вербални конструкции, усогласеност на движењето на телото со пеењето за да се подобри разбирањето.

Д-р Сандра Калверт, упати една препорака до продуцентите при создавањето програми, пред се за децата до 2-годишна возраст, продуцентите треба да внимаваат на формалните карактеристики, односно програмите треба да бидат едновремено интересни и разбирливи за нивната возраст.

Презентацијата беше поддржана со неколку видеа, на кои беше прикажано истражување за однесувањето на малите деца, поточно нивната реакција на програми со брзо темпо и бавно темпо. Заклучоците односно тенденцијата беше дека децата

сакаат да гледаат програми со брзо темпо но не значи дека и ја разбираат содржината. Повторувањето на содржината е многу корисно за децата. Телевизискиот лик е многу важен во однос на предавањето лекции, затоа гледаат во ликот кој го препознаваат што прави и истовремено учат од него, но доколку телевизискиот лик не го препознаваат, вниманието на децата е свртено на неговото лице, а не на она што ликот прави во моментот. Содржината треба да е пренесена со јасна визуелна поддршка, јасни слики и непосредни и допадливи карактери, со доволно јасен заплет.

Членот на Советот, м-р Методија Јанчески, го постави прашањето околу образовната програма, односно специјализираните програми за младата популација, и штетното влијанието од содржините кои не се наменети за нивна возраст. Нагласи дека кога би го споменале учењето преку телевизија треба да бидеме свесни дека има одредени недостатоци, како на пример ниското ниво на интеракција, односно непостоењето на интеракција. Членот на Советот, м-р Методија Јанчески, ја замоли д-р Сандра Калверт да даде една препорака до јавноста, за тоа колку децата дневно треба да бидат изложени на телевизија. Како добар пример ја напомена праксата дека во образовни програми во САД многу често е присутен психолог, доктор на науки или тим на психолози и социолози, бидејќи станува збор за детскиот ум кој треба да се насочи во вистинска насока.

Д-р Сандра Калверт, одговори дека постојат многу негативни влијанија од телевизијата и видеото врз развојот на децата. Како пример ја издвои агресивноста која е и најмногу документирана, независно дали се работи за телевизиски програми или видео игри. Друг проблем е маркетингот, рекламите наменети за младата популација, бидејќи многу мали деца не ја разбираат целта на рекламата, особено децата пред 8 годишна возраст. Информираше дека во САД многу програми за деца се финансирани од рекламирањето, затоа што е многу тешко да се дојде до финансиски средства за да се реализираат програми од овој вид. Негативното влијание од рекламите е уште еден проблем во САД, од каде смета и дека потекнува проблемот со гојазност кај децата. Високото количество на шеќер и калории во рекламите за деца, потоа рекламирањето на брза храна придонесуваат децата од најмала возраст да бидат со натпросечна телесна тежина. Д-р Сандра Калверт, рече дека се плаши од можноста дека маркетингот и гојазноста се тесно поврзани. Американската академија за педијатрија препорачува децата до 2 години воопшто да не бидат изложени на телевизија. Децата од 2 до 5 години да бидат изложени од 2 до 3 часа дневно. Да не се заборава дека не само квантитетот туку особено е важен и квалитетот. Образовните програми треба да претставуваат подготовка за нивното стапување во училиште. Предшколските деца кои биле изложени на едукативни програми, понатаму во школувањето подобро ги користат академските способности. За разлика од нив, истражувањата покажуваат дека кај децата кои во раниот период гледале содржини со насилство, на 18 годишна возраст се забележува зголемен степен на агресивно однесување.

Беше поставено прашање за улогата на родителите и децата во однос на медиумите, односно улогата на родителите при селекција на програмата која може децата да ја гледаат.

Д-р Сандра Калверт, одговори дека ова прашање е особено важно затоа што родителите треба да играат клучната улога при селекција на програмата. Но за жал нагласи повеќето родители ја користат телевизијата како еден вид дадилка, поради нивната зафатеност со секојдневни обврски и начинот на живот во денешното општество, кое од друга страна не треба да биде оправдување. Д-р Калверт препорача родителите, да бидат до децата кога гледаат телевизија, особено кога треба да ја протолкуваат пораката на емитуваната содржина.

На дебата се потенцираше дека кога е во прашање најмалата возраст кај децата родителите е лесно да направат селекција кои содржини можат децата да ги следат, но

подоцна како што децата растат е се потешко и влијанието на родителите се повеќе се намалува. Во домот има по 2-3 телевизори, така што повозрасното дете може само да си одбере што сака да гледа. Беше истакнат и трендот во РМ, најголем број медиуми да емитуваат серии наменети за возрасни, но синхронизирани на македонски јазик, со што стануваат привлечни и достапни и за најмладата публика.

Членот на Советот, Столе Наумов, кога во дискусијата беше зачнато прашањето за прекумерно емитување на турските серии на програмите на медиумите во РМ и апелот да се емитуваат помалку или воопшто да не се емитуваат, рече дека тој чекор би претставувал мешање во уредувачката политика на медиумот.

Д-р Сандра Калверт, рече дека едно истражување, во кое биле вклучени мали деца до 2 годишна возраст, покажало дека се пореметува врската помеѓу возрасните и децата, затоа што возрасните се внесуваат во програмата и на тој начин ги игнорираат децата, односно ги занемаруваат нивните потреби. Смета дека родителите, бабите и дедовците треба да ја разберат важноста на програмите за деца и додека родителите гледаат програма наменета за нивна возраст, децата да прават нешто друго, на пример да си играат. Во САД програмата е обележана со визуелни знаци кои сигнализираат дека програмата содржи насилство, еротски сцени, непристоен говор..

Претставник од Канцеларијата на Народниот правобранител, вработена во одделението за детски права и лица со попреченост, рече дека во РМ во неколку нормативи се уредени правата на децата кои се во согласност со Конвенцијата за заштита на правата на децата. САД ја немаат ратификувано оваа Конвенција, па запраша која е нормативата, кои стандарди и механизми на заштита во однос на децата ги има САД.

Д-р Сандра Калверт одговори дека во САД, основниот начин на кој гледаат на животот е првиот амандман и слободата на говор. Тоа им дозволува на луѓето во медиумите да не бидат контролирани од страна на Владата на САД. Тоа од друга страна не значи дека станува збор за право без ограничување. Очекувањата се насочени кон родителите кои треба да внимаваат на децата. Сепак САД ги има Комисијата за федерална трговија која ја регулира трговијата помеѓу државите, вклучувајќи го и маркетингот и Комисијата за федерална комуникација, која ја регулира содржината на програмите. Пред неколку години д-р Сандра Калверт била член на Комитетот на национални академии, каде бил третиран проблемот со гојазност и маркетингот. Се обидувале да ги поттикнат огласувачите да помогнат во однос на проблемот на релација – реклама - гојазност, т.е. да се престане со рекламирање на производи со низок квалитет на хранливи вредности наменети за многу мали деца. Големата компанија Disney, во овој период објавила дека ќе престане со ваквите реклами. Очекувањата се дека кога голема компанија како Disney ќе направи ваков чекор, дека и други компании ќе го следат нејзиниот пример.

Во текот на дискусијата се обрна внимание на можноста за време на детските емисии да престане рекламирањето храна богата со шеќери, масти и ниско ниво на хранливи вредности.

Членот на Советот, Столе Наумов, рече дека првиот амандман и слободата на говорот е на прво место во САД. Запраша зошто пред се не се забрани производство на производи, кои во себе содржат ниски хранливи вредности, големо количество шеќер и голем број калории, туку вината секогаш се префрла на медиумите. Ако е дозволено производство на таква храна, зошто да им се забрани на медиумите да ја рекламираат? Д-р Сандра Калверт напомена дека во САД се трудат да ги забранат рекламните на производи со низок квалитет на хранливи состојки наменети за многу мали деца, но не успеваат во тоа.

Заменикот на претседателот на Советот, м-р Милаим Фетаи, се заблагодари на специјалниот гостин д-р Сандра Калверт за нејзиното учество и презентација и се заблагодари на сите присутни кои активно учествуваа со свои прашања и забелешки.

Бр. 02-3045/2
10.07.2012 година
Скопје

Совет за радиодифузија на РМ
Претседател,
м-р Зоран ТРАЈЧЕВСКИ, с.р.

Записникот го водеше,
Ружица Бошнакоска Јотевска

Изработила: Ружица Бошнакоска Јотевска
Одобрил: Огнен Неделковски