

ЗАПИСНИК
од 36-та седница на Советот на Агенцијата за аудио
и аудиовизуелни медиумски услуги
одржана на 24.08.2018 година

Присутни членови на Советот на Агенцијата: Лазо Петрушевски претседател на Советот на ААВМУ, д-р Милаим Фетаи заменик на претседателот на Советот на ААВМУ, м-р Алма Машовиќ, м-р Методија Јанчески, Зоран Фиданоски, Лазар Трајчев и 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 Стручната служба: м-р Драгица Љубевска, м-р Емилија Јаневска, Горан Радуновиќ, м-р Ружица Бошнакоска Јотевска, д-р Ивана Стојановска.

Други присутни: Игор Панов од МТВ, Никола Велковски и Андријана Лазова од ТВ 24 Вести, Билјана Божиновска од ТВ Алфа, Јордан Дуков од ТВ Телма и Мелихата Рустеми од ТВ Алсат.

Г-дин Петрушевски ја отвори 36-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Седницата започна во 11:00 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 35-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 22.08.2018 година.
2. Нацрт-Методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборни процеси.
3. Разно.

Точка 1

Советот го разгледа и едногласно со 7 гласа „за“ го усвои предложениот записник од 35-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 22.08.2018 година, со текст како што беше предложен.

Точка 2

Г-дин Петрушевски објасни дека ќе се разгледува Нацрт-Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборни процеси, која претставува последица од измените во Изборниот Законик кои се донесоа во јули 2018 година.

Раководителката на Секторот за програмски работи м-р Емилија Јаневска ја образложи Нацрт-Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси. Објасни дека Собранието на Република Македонија на 25 јули 2018 година го донесе Законот за изменување и дополнување на Изборниот Законик кој влезе во сила на 30 јули 2018 година со објавувањето во „Службен весник на Република Македонија“ бр. 140. Со последните промени на Изборниот Законик изменети се неколку одредби поврзани со изборното медиумско претставување и надлежностите на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Станува збор за членовите 75-д (во врска со огласите и соопштенијата за собирање потписи за поддршка на кандидатура на групи избирачи кои се исклучок од забраната за платено политичко рекламирање од денот на распишување на изборите до почетокот на изборната кампања), 75-ѓ (во врска со времетраењето на платеното политичко рекламирање), и 76-в (во врска со надлежностите на Агенцијата за време на изборни процеси). Додаден е и нов член 76-д во врска со обезбедувањето средства од Буџетот на Република Македонија за покривање на трошоците за платеното политичко рекламирање објавено на медиумите. Според изменетиот член 76-в став 10 од Изборниот Законик, Агенцијата е должна во рок од 60 дена од денот на донесување на овој законик да донесе Методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси, што ќе ја објави на својата веб страница. Оттаму, врз основа на претходниот текст на Методологијата за мониторинг, усвоена од Советот на Агенцијата во 2015 година, Агенцијата го подготви овој Нацрт-текст за кој треба да се отвори јавна расправа во траење од 30 дена. Нацрт-Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборни процеси ги сублимира сите релевантни одредби за медиумското претставување за време на избори и го прецизира начинот на кој Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги го врши мониторингот. Посочи дека во суштина нема големи измени во однос на претходниот текст на Методологијата. Измените се во деловите каде што се цитираат законските одредби и во појаснувањата во однос како се врши мониторингот за тие конкретни одредби. Има некои измени за кои што праксата досега покажала дека треба да се изменат во начинот на тоа како се реализира мониторингот, затоа што од периодот кога беше донесена сеуште актуелната Методологија, Агенцијата има нова опрема за мониторинг. Начинот за мониторинг е поинаков бидејќи не се ангажираат толку голем

број на надворешни соработници низ целата држава, туку мониторингот се прави во Агенцијата затоа што има можности и снимките од програмите на сите медиуми ги има во системот. Тие технички измени се направени во главата – Соработници која порано се викаше, сега во главата – Начин на реализација. Исто така рече дека има додадено нова препорака во делот на начинот на известување во вестите, во делот на начинот како се прави мониторинг на евентуалните случаи на говор на омраза во медиумите. На крајот нагласи што конкретно е сменето од претходно. Во периодот на распишување на избори до почетокот на изборната кампања има забрана за платено политичко рекламирање. Исклучок од оваа забрана беа само огласите и соопштенијата за поддршка за кандидатура за независни кандидати. Според претходната одредба, таквите реклами се емитуваа во дозволените лимити за рекламирање, согласно Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, значи во рамките на тие 12 минути. Сега со новите измени е ограничено времетраењето колку може да изнесува за собирање поддршка и тоа е ограничено на 6 минути. Исто така е ограничено колку може еден субјект да закупи а тоа е најмногу 2 минути. Тоа е измената во член 75-д. Во однос на платеното политичко рекламирање има измени во вкупниот обем на платено политичко рекламирање (ППР). По стариот Изборен Законик можеше да се емитуваат дополнителни 18 минути на секој реален час, се разбира надвор од тие 12 минути од ЗААВМУ. Сега е намалено на 9 минути, 4 минути за парламентарните партии од власта, 4 минути за парламентарните партии од опозицијата и 1 минута за оние што немаат пратеничка група и за вонпарламентарните партии. Во однос на рекламирањето кај електронските портали, рече дека со претходниот Изборен Законик надлежност за мониторинг на електронските медиуми-портали имаше Агенцијата а сега таа надлежност е префрлена кај Државната изборна комисија (ДИК). Државната изборна комисија исто како ААВМУ треба во овој рок од 60 дена да донесе Методологија за мониторинг на електронските медиуми – портали. Во членот 75-ѓ има одредба во однос на тоа дека ДИК треба да направи регистар на електронските медиуми – портали кои планираат да емитуваат да емитуваат ППР за време на кампањата и ќе имаат можност да користат средства само оние портали кои што ќе се регистрираат во ДИК.

Г-дин Петрушевски најави дека по расправата по нацрт документот, односно по завршувањето на седницата и одлуката која очекува да се донесе, Нацрт-Методологијата ќе се објави на веб страницата на Агенцијата во траење од 30 дена со цел да обезбеди јавна расправа и да им се овозможи на сите заинтересирани страни да ги изразат своите мислења, гледишта и ставови. Ова посебно го нагласи за медиумите кои ги повика да се обратат со свои предлози, забелешки и амандмани во однос на нацрт-документот.

Г-дин Фетаи рече дека е добро што се исполни оваа законска обврска која и налага на Агенцијата да донесе нова Методологија за мониторингот. Сите измени фактички се инкорпорирани во нацрт-документот. Може да има критики ништо не е совршено. Има значи новост во вестите во врска со начинот на мониторинг на говорот на омраза, која до сега на некој начин му беше ускратена на регулаторот. Единствена дилема има за која верува дека и медиумите ќе ги интересира а тоа е времетраењето на платената политичка програма од 9 минути. Со оглед на тоа што досегашниот лимит од 18 минути во финансиска смисла претставуваше дополнителен извор на финансии во изборен период, како парламентарни, локални, претседателски, ова преполовување на минутажата смета дека им ја ускратува можноста на

заинтересираните страни кои учествуваат во изборите. Многу од кандидатите, учесниците во изборите посебно, ги чуваат парите за да инвестираат во поглед на ППР и досега не слушнале некоја критика во оваа насока. Агенцијата како регулатор само го спроведува наложување од 18 минути на 9. Не навлегува во анализа колку е тоа соодветно и дали воопшто е потребно да има ППР или не. Но од финансиски аспект досега Советот имаше неколку седници кога медиуми кои со години се во медиумскиот простор доаѓаат во прашање на егзистенција поради неплаќањето на дозволата па имаат проблеми. Овој документ бидејќи е нацрт верзија може да се дискутира во наредните 30 дена на јавно разгледување, односно позицијата од 9 минути дали ќе остане или пак старото правило од 18 минути кај законодавецот, но не гледа дека медиумите за оваа измена се загрижени. Драго му е тоа што раководителката Јаневска нагласила дека технички и технолошки Агенцијата го врши мониторингот тука во Агенцијата со нејзините капацитети што ги има. Во последните избори го имаше ад-хок телото кое на некој начин беше наметнато. На овие избори нема друг орган освен што сега се појавува ДИК и нивната позиција во поглед на реализација на мониторингот и на санкциите. Посочи дека треба да се внимава да не се дуплираат двете институции со мониторингот и треба да се види како сето тоа ќе се координира. Агенцијата до ДИК неделно им испраќаше извештаи од мониторинг. Но бидејќи се работи за нацрт и не е финален текст сите овие отворени прашања и други, ќе може да се допрецизираат во следниот период.

Г-дин Трајчевски одговори дека ДИК е задолжен за мониторинг на порталите а не на останатите медиуми, така што нема да има никакво преклопување во однос на мониторингот. Во делот за извештаите, објасни дека и сега и претходно останува обврската Агенцијата да го известува ДИК до почетокот на кампањата седмично а од почетокот на кампањата на дневна основа за сите активности не само за спроведениот мониторинг туку и за констатираните прекршувања, донесените одлуки поврзани со изборниот процес. Во врска со минутите за ППР, објасни дека тоа е законска обврска. Во дел од земјите воопшто нема платено политичко рекламирање, во дел има кои влегуваат во минутите за комерцијални реклами, но има и вакви случаи каде се дадени дополнителни минути за ППР. Времето за рекламирање со последните избори од 2016 се зголеми на 18 минути, а ако се вратиме наназад во принцип биле најчесто 12 минути. Во таков случај со толкаво дополнително време за користење на ППР за време на изборниот циклус од 18 минути, ако се додадат 12 минути комерцијални реклами на реален час и 4 до 5 минути самопромотивни најави кај медиумите, се доведува во прашање исполнувањето на обврските на медиумите од ЗААВМУ. Ставот на Агенцијата беше дека е потребно да има намалување на времето за рекламирање и негова поправедна распределба во однос на сите учесници во изборите. Иако тоа не е во делокругот на работата на Агенцијата, рече дека Советот треба да знае дека во Изборниот Законик воопшто не е одвоено време за ППР на независните кандидати.

Г-дин Фиданоски рече дека ќе се надоврзе на она што го кажал г-дин Трајчевски. Дополнително време од 9 минути за ППР на еден реален час програма теоретски е 3 часа и 30 минути во 24 часа програма. Според него рече дека е сосема доволно време да бидат презентирани од сите можни аспекти сите заинтересирани кои што учествуваат во изборниот процес. Сето друго би предизвикало евентуално нарушување на форматот, односно неисполнување на обврските што ги има радиодифузерот а кои што се содржани во основниот закон по кој работата Агенцијата

и Советот, а тоа е ЗААВМУ. Што се однесува до говорот на омраза, тоа што го спомнал г-дин Фетаи, рече дека сака да се надоврзе. Агенцијата како регулатор има можност да реагира и реагираше досега на облици на говор на омраза. Но, многупати досега кажал дека според актуелната законска регулатива, на Агенцијата и Советот им се врзани рацете во можност за конкретна реакција или санкција за експлицитни појави на говор на омраза или дискриминација за кои биле сведоци во минатото. На последните парламентарни предвремени избори во 2016 имаше еден таков случај, кој е констатиран со вонреден надзор, потоа препратен како предмет до органите надлежни за да го отворат предметот, Јавното обвинителство и Комисијата за антидискриминација. Но на јавноста и е познато дека на крајот овој случај заврши без да се отвори предметот односно фигуративно кажано, во некоја фиока да фаќа прашина. Од тој аспект смета дека е добро што и во новата Методологија медиумите се потсетуваат како треба да се однесуваат по ова прашање кое што е доста актуелно во Европа и ги окупираат практично сите релевантни страни и медиуми во Европа и светот и тие што се поврзани со медиумскиот бизнис, согласно препораките што ги има од Совет на Европа, од ОБСЕ (ОДИХР), од Венецијанска комисија. Во понатамошната дискусија цитираше еден дел од Нацрт-Методологијата: *„медиумите треба да ја одбијат секоја отворена или прикриена изјава на нетолеранција и внимателно да размислат дали објавувањето на таа изјава може да води кон навреда и потсмев врз основа на пол, раса, боја на кожа, јазик, вера или религија, припадност кон национална или етничка малцинска група, социјална различност или други видови уверувања, вклучувајќи ги и основите какви што се политичкото мислење или сексуалната ориентација“*. Посочи дека во овој пасус содржани се сите елементи на говор на омраза и затоа медиумите треба многу да внимаваат кога ќе се соочат со таква ситуација. Како што и претходно напоменал, во минатото имало случаи во Република Македонија на говор на омраза и во директните обраќања од гости на медиумот, меѓутоа со јасно навремено реагирање и оградување од таквите изјави е она што медиумот може најмалку да го стори. Кога се носеше претходната односно сеуште актуелната Методологија некаде кон крајот на 2015 почетокот на 2016, беше кажано дека таа практично вклопува еден процес како треба да изгледа мониторинг на изборен процес кој што е сложен од сите аспекти и ќе подлежи на промени ако има евентуални законски измени како овие заради кои ќе бидеме обврзани да направиме промена и во Методологијата. Генерално контурите на таа Методологија ја има и сега со измени кои ги кажала раководителката Јаневска. Она што е важно според него е да се кажат целите на мониторингот во текот на еден изборен процес а тоа е: *радиодифузерите да обезбедат правично, избалансирано и непристрасно медиумско претставување и радиодифузерите да им овозможат на учесниците во изборната кампања подеднакви услови за пристап до сите облици на медиумско претставување: вести, посебни информативни програми (интервјуа, дебати, ТВ/радио соочувања, актуелно-информативни програми, актуелно-информативни програми со документаристички пристап и тематски специјализирани информативни програми), бесплатно политичко претставување и платено политичко рекламирање*. Од аспект на тоа дека мониторингот се дели на квантитативен и квалитативен начин на мониторирање, иако во јавноста е популарен или почесто е „експлоатиран“ квантитативниот аспект односно се мерат минутите и секундите, до медиумите апелираше тие особено да внимаваат на квалитативниот аспект на избалансираноста односно на медиумското претставување

кое што е мошне значајно и на начелото на присутност на така наречениот политички плурализам во нивните програми.

Раководителката на Секторот за програмски работи, м-р Емилија Јаневска за да биде појасно во делот на говорот на омраза, посочи дека сеуште нема промени во делот на надлежностите на Агенцијата за говорот на омраза, сеуште нема мерки на располагање во ЗААВМУ. И во постојната Методологија која со усвојување на новата Методологија практично нема да постои, имаше две и пол страници посветени на говорот на омраза и начинот како медиумите треба да се снајдат во ситуации кога ќе има евентуален говор на омраза во содржините. Единствената промена во овој дел во оваа нацрт-Методологија е реферирање на нов документ кој што бил донесен по усвојувањето на Методологијата. Станува збор за препораката на Европската комисија за борба против расизмот и нетрпеливоста (ЕКРИ), од март 2016, тоа е општа препорака против говорот на омраза. Секторот сметаше дека е релевантно да се цитира во оваа нова Методологија затоа што дава една поширока дефиниција на тоа што е говор на омраза. Досега се држеле до дефиницијата на препораките од Советот на Европа но оваа востановува поширока дефиниција на говор на омраза. Тоа се единствените измени во овој дел на говорот на омраза. Се друго го имаше и во претходниот текст на Методологијата.

Г-дин Трајчевски рече дека ќе даде дообјаснување на она што го кажал г-дин Фиданоски. Агенцијата реагира на говор на омраза не само за време на избори туку и надвор од изборен процес. Оваа година реагираше, но разликата од 2016 и денес е дека нема разлика и покрај промената на јавниот обвинител. Ситуацијата е иста одговори од обвинителство не се добиваат, иако оваа година Агенцијата констатира експлицитен говор на омраза. Промена во начинот на однесување од страна на обвинителството нема.

Г-дин Фетаи рече дека тоа што сега го кажал директорот е добро, проблемот го апострофирал. Упати апел до обвинителството оваа многу чувствителна тема за која со години се разговара во поглед на говорот на омраза кој е присутен и сега во медиумите, да се третира соодветно од надлежните органи и да има резултати. Агенцијата како регулатор нормално дека ги обезбедува аргументите како што се снимки е се што е потребно како составен дел во таа насока, но одговори од обвинителството нема. Му е драго дека има дополнителни насоки во поглед на примена на член 48 од ЗААВМУ, со оглед на тоа дека нашето општество е мултиетничко, мултинационално. Во сите европски документи и традиции ова прашање на говорот на омраза од сите аспекти посебно значење му се придава заради последиците што ги има во општеството. Се согласува дека соодветните органи треба да постапат бидејќи така законот налага, Министерството и судот да го разреши финалето на таквите случаи и тоа би требало да биде позитивно. Не би навлегол во поширока дискусија бидејќи ова е само нацрт документ и ќе има можност во следните 30 дена да се видат предлозите во таа насока. Бидејќи беше дадена квалификација и мислење во поглед на минутите кои беа предвидени од 9 на 18 па на 12 кои биле до сега во склопот на 20% дозволено рекламирање и за начинот на тоа дали има позитивни или негативни ефект, рече дека не навлегува во поголеми анализи на тоа што го кажал директорот дека многу време е посветено на ППР и го оневозможува медиумот да ги исполни законските програмски обврски. Истакна дека неговото мислење го кажал во поглед на финансиските импликации околу можностите медиумите да имаат дополнителни средства. Инаку како тоа влијае врз публиката и

дали таа ќе го добие квалитетот на тоа што е предвидено според Закон од програмите на медиумите, тоа е друга тема за која може да се разговара во иднина.

Г-дин Ајдини рече дека ќе се осврне околу балансот во дневно-информативните емисии и почитување на член 75-а. За време на претседателски избори се користи принципот на еднаквост, за парламентарните избори се користат двата принципа. За локални избори државните, регионалните и локалните телевизии мора да го почитуваат принципот само на еднаквост. Праша зошто е тоа така кога се гледа дека локалните телевизии покриват две-три општини, и најмногу грешки се прават во делот кај локалните телевизии. Посочи дека тој дел се наоѓа на страна 18 втор пасус. Второто прашање беше околу спојувањето на рекламните блокови односно: *„... медиумот е должен да обезбеди гаранција дека спојувањето на блокови во два последователни часа два пати по ред нема биде од иста политичка партија и ќе обезбеди гаранција за наизменична застапеност на политичките партии од власт и опозиција“*. Ова е законска обврска, но праша што ако медиумот не обезбеди гаранција? Како се обезбедува таа гаранција дека спојувањето на блокови во два последователни часа два пати по ред нема да биде од иста политичка партија, дали подлежи на санкција ако тоа не го обезбеди? Според него рече доколку медиумот нема гаранција тогаш тој збор нема место во овој дел. Исто така имаше и техничка забелешка дека во реченицата после зборовите *„два пати по ред нема биде..“* треба да се додаде зборот *„да“* и да гласи *„... два пати по ред нема да биде од иста политичка партија..“*.

Раководителката на Секторот за програмски работи м-р Емилија Јаневска во однос на принципите како се остварува балансот одговори дека не само во вестите туку и во посебните информативни програми, се даваат принципи за еднаквост и пропорционалност. За изборите за пратеници се користи принципот на пропорционалност секогаш според бројот на потврдени листи на кандидати а за локалните избори има комбинација од двата принципи. За избор на градоначалник на општината, односно градоначалник на градот Скопје и за сите други кандидати за градоначалници и во прв и во втор круг се користи принципот на еднаквост. Има разлика во однос на изборот на членови на советите на општините бидејќи медиумите на државно ниво, претпоставка е дека ќе ги покриваат изборите на цела територија на држава, исто така медиумите на регионално ниво имаат повеќе општини во согласност со тоа дека на поголем регион емитуваат програма, кај нив принципот за избор на членови на советите на општините е според принципот на пропорционалност според бројот на потврдени листи на кандидати. За медиумите на локално ниво точно е дека е ставен принципот на еднаквост за советите на општините но тоа е поради обемот на општини кои ги покриваат медиумите на локално ниво. Исклучоци се онаму каде што има повеќе општини, генерално се една до две општини во подрачјето на локалните медиуми и за нив се смета дека е оправдано да биде принципот на еднаквост. Тоа е значи поради обемот на покривање. Во врска со второто прашање, тоа што г-дин Ајдини го прочитал рече дека е цитирана законската одредба од Изборниот Законик, и гласи: *„При распределба на дополнителното време за рекламирање во еден реален час емитувана програма за платено политичко рекламирање, а кога постои интерес за спојување на блоковите на една политичка партија во два последователни реални часа, медиумот е должен да обезбеди гаранција дека спојувањето на блокови во два последователни часа два пати по ред нема биде од иста политичка партија и ќе обезбеди гаранција за наизменична застапеност на*

политичките партии од власт и опозиција". Ова е цитат од законската одредба и не се воведува ништо ниво, тоа практично значи ако власта го закупи времето а нема интерес од опозицијата, наредниот блок треба да остане празен, па преку еден час повторно може власта да закупи време и обратно. Медиумот треба да води сметка наизменично да бидат застапени власта и опозиција. Точно е имало такви случаи кога биле изрекувани мерки на медиумите во ситуации кога не било почитувано ова барање. Законот овозможува, на пример власта да откупи 4 минути пред 12 часот и потоа да продолжи уште 4 минути во наредниот час, но следниот блок треба да го има опозицијата.

Г-дин Петрушевски рече дека очекува во наредните 30 дена да се добијат коментари, амандмани по овој нацрт-документ. Се надева дека медиумите како најзаинтересирани ќе имаат време да ја разгледаат нацрт верзијата и да ги достават своите забелешки. Тоа значи дека би се примале коментари најдоцна до 21 септември, и таа недела пред референдумот најдоцна до 27 септември да се усвои предлог Методологија на седница, која според Закон мора да се донесе. Очекува да се добијат предлози од медиумите и се надева дека активностите поврзани со референдумот нема да им го одземат времето на медиумите за да коментираат бидејќи ова во голем дел се однесува и на нив. Ги повикува и другите заинтересирани страни како професионалци од оваа област, медиумските здруженија да дадат коментари. Во име на директорот најави дека тој планира во наредниот период да ги повика во Агенцијата, медиумите, политичките партии и сите заинтересирани страни да се изјаснат околу методологијата и да го кажат нивното мислење. Негово лично мислење е дека се потребни повторно измени на Изборниот Законик и лично очекува дека после референдумот ќе се направат тие измени. Очигледно е дека има многу критики на она што се усвои во јули оваа година, беше избрзано и се надева дека политичките партии ќе не слушаат и после референдумот ќе ги имаат сите забелешки земено предвид. Објасни дека некои работи што сега ги дискутирале по однос на нацрт-Методологијата, мора да се напишат онака како што стои во Изборниот Законик. Минутите за ППР, што ги спомнал г-дин Фетаи се преземени од него и не може да се оди погоре од тоа или подолу.

Г-дин Фиданоски рече дека според него проблематични се и други одредби од последните измени на Изборниот Законик и финансирањето, но тоа е друга тема за која сега не би сакал да го окупира времето на оваа седница. Се надоврза и на она што го кажал г-дин Трајчевски околу говорот на омраза. Добро е што Агенцијата реагираше за сите појави на говор на омраза и така треба да биде и така треба да продолжи. Не е добро што органите на прогонот не го вршат својот дел од работата и не продолжуваат да отвораат предмети по кои што таквите случаи би добиле разрешница. А тоа е и потврда повеќе дека е неопходен механизам кој што треба да го добие Агенцијата со што ќе може да реагира на вакви појави уште на почетокот и убеден е дека со таквиот механизам, појавите на говор на омраза драстично ќе се намалат.

Советот на Агенцијата го усвои Предлогот бр.01-3821/1 од 23.08.2018 година од д-р Зоран Трајчевски, директор на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и едногласно ја усвои Нацрт-Методологијата за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборни процеси.

Се задолжи Секторот за поддршка на работата на Директорот и на Советот горенаведената Нацрт-Методологијата да ја објави на веб страницата на Агенцијата во траење од 30 дена со цел да обезбеди јавна расправа и да им овозможи на сите заинтересирани страни да ги изразат своите мислења, гледишта и ставови.

Г-дин Петрушевски посочи веднаш нацрт-документот да се објави на веб страницата на Агенцијата и до сите медиуми и воопшто до сите заинтересирани страни нацрт-документот да се испрати по електронска пошта.

Точка 3

Разно

Советот на Агенцијата го усвои Предлогот бр.05-3829/2 од 24.08.2018 година од д-р Зоран Трајчевски, директор на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и едногласно одобрение Директорот на Агенцијата, да донесе одлука на работникот распореден во Одделението за општи работи при Секторот за информатичка поддршка и општи работи во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, да му се исплати надоместок за смрт на член на семејството (сопругник) во висина од 2 (две) просечно исплатени нето плати во Република Македонија во последните три месеци, односно во вкупен износ од 48.436,00 денари (нето износ), со текст како што беше предложена одлуката.

Горенаведените средства се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2018 година.

Бр. 02-3813/4
30.08 2018 година
Скопје

Агенција за аудио и
аудиовизуелни медиумски услуги
Претседател на Советот

Лазо ПЕТРУШЕВСКИ



