

ЗАПИСНИК
од 22-та седница на Советот на Агенцијата за аудио
и аудиовизуелни медиумски услуги
одржана на 15.06.2020 година

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

Отсутни членови на Советот на Агенцијата: /

На седницата преку видео конференциска врска 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, м-р Ружица Бошнакоска Јотевска, м-р Горјан Шеќеринов.

Други присутни: /

Г-дин Петрушевски ја отвори 22-та Седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Седницата започна во 15:00 часот и се одржа преку видео конференциска врска.

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

ДНЕВЕН РЕД

1. Усвојување на Предлог-записник од 21-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 04.06.2020 година.
2. Предлог-методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборни процеси.
3. Предлог- упатство за потврдување на извештаите за емитувано платено политичко рекламирање.
4. Предлог- упатство за лимитите за платено политичко рекламирање за Изборите во 2020 година.
5. Разно

Точка 1

Советот на Агенцијата го разгледа и едногласно го усвои Записникот од 21-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 04.06.2020 година, со текст како што беше предложен.

Точка 2

Г-дин Трајчевски ја образложи Предлог-методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборни процеси. Во однос на сите три акти кои се предложени во дневниот ред објасни дека тие не се поврзани со датумот на одржување на изборите во 2020 година, односно тие произлегуваат од обврските што ги има Агенцијата да изработи Методологија или да ја измени и усогласи согласно Изборниот законик како и обврските што ги доби Агенцијата со последните измени на Изборниот законик да го следи платеното политичко рекламирање кај сите радиодифузери кои ќе емитуваат ППР, како и стандардно да изработи Упатство за распределба на лимитите за ППР. Доколку не беше вонредната состојба овие акти ќе беа усвоени во март кога и беше закажана седница за усвојување на овие акти. Седницата се одржа без овие акти заради вонредната состојба и Уредбата на Владата со која за време на вонредна состојба не може да се носат акти поврзани со Изборниот законик.

Г-дин Петрушевски во однос на точките 2 и 3 објасни дека во нив нема ниту една измена во содржината во однос на нивната нацрт верзија и притоа по текстот на документите никој нема доставено забелешки во текот на јавната расправа.

Раководителката на Секторот за програмски работи м-р Емилија Јаневска објасни дека нацрт документот Советот го усвои на 11-та седница одржана на 28 февруари оваа година и беше отворена јавна расправа која траеше до 6-ти март. За текстот на документот во текот на расправата не пристигнаа никакви мислења ниту забелешки. Оттаму се предлага Советот да ја усвои предложената Методологија, да се објави на веб страницата на Агенцијата и по електронска пошта да се испрати до сите радиодифузери. Посочи дека текстот на оваа Методологија е многу сличен со претходната, само се извадени референците на цитатите од одредбите од Изборниот законик за да не се појавува потреба од често менување на Методологијата поради измени на Изборниот законик. И внатре во текстот беа направени неколку подобрувања, освежени се линковите, меѓутоа од нацрт текстот што се усвои на 28 февруари и овој текст што сега е предложен нема нови измени.

Г-дин Фетаи рече дека директорот и раководителката дадоа добро образложение дека е помината јавната расправа и дека не биле пристигнати никакви забелешки, укажувања и дополнувања што покажува дека навистина Методологијата е стручно изработена, објективно, непристрасно според сите законски обврски и стандарди. Ваквата состојба го радува и рече дека е добро што Агенцијата успеала да дојде до финалната фаза и да ја усвои. Се надева дека медиумите ќе бидат едуцирани односно се едуцирани и ќе се придржуваат кон неа бидејќи оваа материја е многу чувствителна околу медиумското претставување пред изборната кампања, за време на изборната кампања, па изборниот молк. Овој документ бара многу големо внимание од самите медиуми за да

не дојдат во ситуација од Советот да им бидат изречени мерки поради непочитување на Законот. Се изјасни дека ќе го поддржи документот.

Советот на Агенцијата едногласно ја усвои Методологија за мониторинг на изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси за време на изборни процеси, со текст како што беше предложена.

Секторот за поддршка на работата на директорот и на Советот да ја објави на веб сајтот на Агенцијата (www.avmu.mk) и да ја испрати по електронска пошта до сите радиодифузери.

Точка 3

Г-дин Трајчевски во врска со предложеното Упатство за потврдување на извештаите за емитувано платено политичко рекламирање објасни дека ова претставува нова обврска на Агенцијата согласно Изборниот законик и за првпат ќе биде применета на овие избори. Агенцијата потврдува дали и во колкав обем е емитувано ППР (платено политичко рекламирање) кај радиодифузерите за коишто политичките партии се одлучиле да се рекламираат за време на изборната кампања. Тоа е тешка, обемна техничка задача бидејќи во Агенцијата не се снимаат програмите на сите радиодифузери односно се снимаат сите телевизии и радијата на регионално и национално ниво. Во таа насока бидејќи радиодифузерите согласно ЗАВМУ се обврзани да ја снимаат својата програма и да ги чуваат снимките, оние радиодифузери коишто нема да се следат и снимаат во системот, ќе бидат должни да достават снимки во Агенцијата. Во Глава 3 е точно наведено кои денови снимките ќе ги доставуваат во неколку фази и тоа најдоцна на 7^{от} ден од почетокот на изборната кампања ќе достават снимки за првите пет дена, најдоцна на 12^{от} ден од почетокот на изборната кампања ќе достават снимки за вторите пет дена, најдоцна на 17^{от} ден од почетокот на изборната кампања ќе достават снимки за третите пет дена, а најдоцна на денот на гласањето ќе достават снимки за последните четири дена од кампањата. Потоа доколку се одржува втор круг на гласање, односно прегласување, радиодифузерите продолжуваат да доставуваат снимки од програмата за емитуваното платено политичко рекламирање во вториот круг од изборната кампања. За преостанатите 12 дена од кампањата, снимките ќе ги испраќаат во две фази: најдоцна на 8^{от} ден од изборната кампања во вториот круг ќе достават снимки за првите шест дена, и најдоцна на денот на гласањето во вториот круг ќе достават снимки за вторите шест дена од кампањата. Снимките треба да бидат доставувани преку соодветен формат кој ќе може да биде прочитан од страна на Агенцијата. Доставувањето на снимките ќе се врши по електронски пат на специјално отворена имеил адреса за да се спречи било какво пренесување на корона вирусот преку контакт помеѓу радиодифузерите и вработените во Агенцијата. Оние радиодифузери кои се снимаат во Агенцијата но произлезе технички проблем останува правото на Агенцијата да побара снимки за оној дел од програмата каде што има технички проблем. По прегледување на доставените снимки, Агенцијата ќе изврши одобрување на оној волумен на ППР кој е утврден и ќе го извести ДИК. Во случај радиодифузерите кои емитувале ППР а не доставиле снимки до Агенцијата или не ги доставиле во соодветен формат нема да биде извршено потврдување на извештаите за ППР а автоматски следи дека не би требало ни ДИК да изврши исплата на средства.

Г-дин Петрушевски рече дека ова е работа поврзана со пари. Претпоставува дека оние радиодифузери кои нема да се снимаат се помали локални радиодифузери и бидејќи

ќе се работи за помали финансиски средства нема да дојде до тешки спорови со радиодифузерите. Потсети дека и за овој документ немаше пристигнато ниту една забелешка.

Г-дин Фетаи рече дека ова Упатство претставува дополнителна работа и ангажман на Агенцијата која произлегува од најновите измени на Изборниот законик. Во една друга смисла уште повеќе му се дава значење на регулаторот кој претствува еден вид синџир на реализација на исплаќањето на ППР и добро е регулаторот да се постави во позиција да ги утврди секундите, минутите, времетраењето на рекламите. Во таа смисла Агенцијата ќе има уште поголема причина за барање на дополнителни финансиски средства за покривање на изборите. Смета дека овој пат медиумите ќе бидат многу ажурни, чувствителни и побрзо ќе реагираат за разлика кога има примери па не може ни адресата да им се најде или не се јавуваат на телефон. Сега повеќе пати ќе се јават, ќе прашаат дали се стигнати снимките, дали се евидентирани од страна на Агенцијата. Драго му е дека и за ова Упатство како и за Методологијата нема никакви забелешки, направени се стручно и се надева дека ќе се успее да им се излезе во пресрет на медиумите бидејќи за нив секоја секунда значи одредени финансиски средства. Затоа треба многу да се внимава, да нема дискрепанца помеѓу тоа што е објавено и мониторирано. Агенцијата освен снимките ќе ги има и договорите што ги има радиодифузерот со одредена политичка партија и медија планот и може да произлезат одредени проблеми во смисла дали тие се поклопуваат, дали се идентични. На пример еден радиодифузер се договорил со одредена политичка партија да емитува 2 часа и 2 секунди па можеби нема да се поклопи со она што е снимено.

Г-дин Фиданоски објасни дека додека се подготвувала првата верзија пред вонредната состојба разговарал со службата неформално на оваа тема бидејќи ова е обврска што за првпат ја има Агенцијата. Тогаш предложил одредени сугестии кои сака да ги сподели и доколку не би била вонредната ситуација, односно пандемијата со корона вирусот можеби ќе имаа свое место во Упатството, конкретно во Глава 4. Објасни дека не е спорен форматот кој е најадекватен за гледање но тогаш сугерирал освен WeTransfer, да се искористат и други облици на доставување, дали преку FTP сервер или директно со USB стик, затоа што самиот процес на симнување на материјал преку WeTransfer, особено ако станува збор за поголем обем на видео или аудио материјал, може да биде побавен и да го кочи процесот на мониторинг и на произнесување по однос на тој материјал. Со оглед на ваквата ситуација, здравствената безбедност за секого е првенствена и смета дека во овој момент најсоодветно е електронско испраќање на таквите материјали. Во однос на материјалот рече дека нема забелешки и ќе го поддржи.

Г-дин Ајдини рече дека директорот г-дин Трајчевски во образложението бил доста концизен. Посочи дека на страна 34 од вкупниот материјал, односно во Глава 6 од Упатството, Агенцијата се поставува во малку пофлексибилна состојба. Имено при потврдување и констатирање грешки во извештајот, од радиодифузерите ќе биде побарано во најкраток можен рок да ги отстранат и да достават нова верзија од документот. Ова е позитивно од страна на Агенцијата затоа што ако се направи некаква грешка се остава простор радиодифузерите да интервенираат и да се отстрани истата.

Г-дин Фетаи рече дека Агенцијата ќе ги има медија плановите и договорите што ги има радиодифузерот со одредена политичка партија за обемот, времето и средствата колку тоа ќе чини. Праша доколку некој медиум испрати повеќе, односно доброволно додал повеќе секунди или минути но во рамките на ППР, не да ги надмине лимитите од законски предвиденото време, туку да ги надмине предвидените секунди на одредена политичка

партија од медија планот, во таа смисла како ќе се постапува? Може да се случи да има повеќе или помалку емитувано време од медија планот? Може да дојде до негодување на радиодифузерите кои ќе речат дека поради Агенцијата не земале толку и толку пари.

Г-дин Трајчевски во однос на медија планот, објасни доколку имаат помалку емитувано ППР, Агенцијата ќе ја извести ДИК и ќе бидат потврдени само тие минути што реално биле емитувани. Во спротивниот случај кога евентуално би имале повеќе ППР надвор од утврденото време и ги прекорачат лимитите ќе следи прекршочна пријава.

Г-дин Фетиа праша што ако ги надмине секундите предвидени во медија планот но сепак да биде во законските рамки на емитување на ППР?

Г-дин Трајчевски рече ако има договор со политичката партија и ако тоа е повеќе од медија планот а не се надминуваат лимитите, Агенцијата ќе го потврди она што реално е емитувано. На Агенцијата медија планот и е потребен за да и помогне во кои часови планираат да емитуваат ППР за да и биде полесно при мониторингот, бидејќи овој пат освен што ќе се прави мониторинг на начинот на известување и следење на изборите од страна на медиумите, треба да се прави и мониторинг на тоа колку минути имале ППР во текот на 24 часа. Самиот медија план ќе помогне да се знае во кој дел од денот на кој медиум би требало да има реклами. Ако не се надмине лимитот и имаат договор со политичката партија и притоа не е прекршен ни еден член од Изборниот законик ќе биде потврдено она што навистина е емитувано.

Раководителката на Секторот за програмски работи м-р Емилија Јаневска додаде дека Агенцијата нема да навлегува во односите помеѓу договорните страни односно помеѓу медиумите и учесниците во изборниот процес. Агенцијата само ќе ги потврди извештаите што радиодифузерите ќе ги достават односно она што навистина реално е емитувано. Дали некој ја исполнил обврската со нарачателот тоа ќе биде нивен меѓусебен однос.

Г-дин Фетаи рече дека малку му е појасно но смета дека ќе се појават овие дилеми. И во минатото имаше некои укажувања кога на една опозициона партија за претседателските избори кога ги надмина лимитите и беше прашањето зошто има укажување. Ова прашање што го поставил е во друга насока и добро беше образложено. Доколку ги надмине радиодифузерот лимитите од медија планот веројатно рече дека тоа е работа на ДИК дали ќе му исплати дополнителни средства.

Г-дин Фиданоски рече дека ќе сподели една техничка информација односно додека тече седницата прочитал дека е најверојатно постигнат договор на 15 јули да се одржат изборите. Има изјава од лидерот на владеачката партија а и неофицијално има потврда и од лидерот на опозиционата партија. Се изјасни дека согласува со претседателот на Советот но поради технички причини не успеал добро да го слушне г-дин Фетаи но ја разбрал неговата идеја.

Г-дин Петрушевски рече кога неофицијално разговарале, директорот кажал и сега и тој ќе објасни дека денешните упатства се последица на престанување на вонредната состојба. Во ни еден случај Агенцијата и Советот не се поврзуваат со тоа кога ќе биде датумот на изборите. Тоа ќе го остават на другите субјекти да го решат, Советот е спремен на секоја варијанта и затоа ги носат овие документи, со што Методологијата и ова Упатство не се поврзани со овие избори, тие се глобални упатства. Следната точка е поврзана со конкретните учесници на изборниот процес. Принципиелно такви упатства Советот носел и претходно и ставот на Советот ќе остане принципиелен и професионален и во иднина.

Советот на Агенцијата едногласно го усвои Упатството за потврдување на извештаите за емитувано платено политичко рекламирање, со текст како што беше предложено.

Секторот за поддршка на работата на директорот и на Советот да го објави на веб сајтот на Агенцијата (www.avmu.mk) и да го испрати по електронска пошта до сите радиодифузери.

Точка 4

Г-дин Трајчевски го образложи Предлог-упатството за лимитите за платено политичко рекламирање за Изборите во 2020 година. Посочи дека за него имаше доставени забелешки од заинтересирани страни. Ова Упатство е суштински исто со упатството што беше усвоено во нацрт верзија од страна на Советот со одредени технички подобрувања. Кога се носеше нацрт верзијата немаше потврдени учесници во изборниот процес. Сега има коалиции кои учествуваат во изборниот процес и точно се наведени во документот. Објасни дека во максимум 4-те минути наменети за двете најголеми политички партии од позицијата, кои на последните парламентарни избори освоиле најмногу гласови, ќе се емитува платеното политичко рекламирање на КОАЛИЦИЈА МОЖЕМЕ и на ДЕМОКРАТСКА УНИЈА ЗА ИНТЕГРАЦИЈА – ДУИ. Понатаму во максимум 4-те минути наменети за двете најголеми политички партии во опозиција, кои на последните парламентарни избори освоиле најмногу гласови, ќе се емитува платеното политичко рекламирање на ВМРО-ДПМНЕ И КОАЛИЦИЈА „ОБНОВА НА МАКЕДОНИЈА“. Во преостанатата една минута наменета за политичките партии во Собранието на државата кои на последните избори за пратеници не освоиле доволно пратеници да формираат пратеничка група и за политичките партии кои не се застапени во Собранието или за кандидати, ќе се емитува платеното политичко рекламирање на сите други учесници во изборниот процес: ДЕМОКРАТСКА ПАРТИЈА НА АЛБАНЦИТЕ – ДПА; ПОЛИТИЧКА ПАРТИЈА ДЕМОКРАТИ; ПОЛИТИЧКА ПАРТИЈА ЛЕВИЦА; АЛИЈАНСА ЗА АЛБАНЦИТЕ И АЛТЕРНАТИВА; ПОЛИТИЧКА ПАРТИЈА ГЛАС ЗА МАКЕДОНИЈА; ГРАЃАНСКО ДЕМОКРАТСКА УНИЈА – ГДУ; ИНТЕГРА-МАКЕДОНСКА КОНЗЕРВАТИВНА ПАРТИЈА; СДУ СКОПЈЕ; ЕДИНСТВЕНА МАКЕДОНИЈА; МОРО-РАБОТНИЧКА ПАРТИЈА; НАРОДНА ПАРТИЈА НА РОМИТЕ; и ТВОЈА ПАРТИЈА. Објасни дека доколку една политичка партија од власта не ги искористи 2-те минути може другата партија да ги искористи. Истото се однесува и за партиите од опозицијата. Иста можност е дадена за спојување на времето за партиите кои се наведени во 3-та група од една минута иако тамо времето е многу мало. Ова упатство е скоро идентично што го усвои Советот за претседателските избори, каде што претседателскиот кандидат од власта имаше 4 минути додека двата останати кандидати од опозицијата имаа по 2 минути за ППР.

Г-дин Петрушевски рече дека е добро што директорот го кажал примерот со претседателските избори за да се повикаат на тој пример дека имаат ист однос кон политичките субјекти наназад со години и да не бидат обвинети дека сега фаворизираат одредени политички субјекти.

Г-дин Фиданоски го праша г-дин Петрушевски дали неговите предлози кои стојат во материјалите за ова упатство ги повлекол?

Г-дин Петрушевски рече дека тие предлози ги доставил во март и дека делумно е нешто прифатено не е целосно, но дека нема никакви забелешки на тоа и ќе го поддржи упатството онака како што е предложено.

Г-дин Фиданоски повторно праша дали нешто е прифатено и имплементирано од тие предлози и побара точно да се посочи што е прифатено.

Г-дин Трајчевски објасни дека кога се носеше нацрт упатството не беа потврдени учесниците на изборниот процес. Предлозите што ги достави г-дин Петрушевски се однесуваа во таа насока, опишно да се дообјасни суштината на упатството. Со потврдувањето на учесниците во изборниот процес, каде што точно се знае кој е учесник, најголемиот дел од тие предлози ја губат суштината.

Раководителката на Секторот за програмски работи м-р Емилија Јаневска објасни дека овие предлози беа соодветни за изгледот на нацрт-упатството. Ако се погледнат предлозите ќе се забележи дека не кореспондираат со оваа форма на упатството, бидејќи субјектите сега се точно наведени. Од таа причина предлозите не се вградени.

Г-дин Фиданоски рече дека прашањето било поставено како вовед во неговата дискусија. И тој сметал дека не се вградени предлозите на г-дин Петрушевски заради промената на фактичката состојба бидејќи сега се потврдени конкретни изборни листи кои ќе учествуваат и од позицијата и од опозицијата. Но принципиелно смета дека требаше да се добие од службата мислење за секој добиен предлог и од членовите на Советот и од надворешни субјекти, дали се прифаќа или не се прифаќа и зошто не се прифаќа. Во текот на неговиот мандат како член на Совет доставувал повеќе пати предлози и за секој негов предлог од службата имало мислење. Овој принцип и сега требаше да се задржи и во иднина така да се продолжи. Рече дека ова треба да биде разбрано како добронамерна сугестија и забелешка. Во однос на предложеното Упатство се согласува дека ова е првпат, со конкретни именувања на колициите кои ќе учествуваат на овие избори. Нема против такво нешто да има, оваа материја е дијалектика, не мора строго догматски да се држат, да не ги именуваат кои се власт кои опозиција давајќи само описен приказ за нив. Има дилема околу точка 4 каде ја има табелата со предлог во кој временски период од денот помалите партии во таа една минута би можеле да емитираат ППР. Има дилема во однос на тоа дали ваквата сугестија несакајќи од страна на Агенцијата би имала влијание врз програмската содржина, затоа што можеби самиот медиум има намера или планира некои од овие политички субјекти да ги емитира на пример во друг период од денот од оној што е сугериран во Упатството. Смета дека правото на медиумот е примарно за тоа кога ќе ги емитира а обврската на Агенцијата е да провери дали тој лимит го запазил или го прекршил.

Г-дин Трајчевски објасни дека има премногу учесници, 12 во групата од 1 минута за ППР. За да биде времето рамномерно распределено треба да добијат по 4 секунди и тоа нема да биде ППР во вистинска смисла. Затоа направен е обид за компромис и затоа се наведени реалните часови во кои ќе има ППР за 12-те субјекти со можност доколку некој од субјектите се откаже во тој реален час други субјекти да го заземат тој простор. Сепак за 12 субјекти 1 минута е многу малку време. Овде проблемот е во Изборниот законик бидејќи на вон парламентарните партии им е оставено премалку време од 60 секунди. Тука Агенцијата не може да влијае и затоа се обиде да им даде шанса на сите. Во спротивно може да дојде една партија и да го закупи целиот простор и останатите 11 партии да останат без време за ППР. Може да се случи добронамерниот став на

Агенцијата да биде од некого протолкуван дека му се оспорува правото да се претстави преку ППР, но невозможно е во една минута да се сместат 12 субјекти кои сакаат да се претстават и да учествуваат во изборниот процес.

Г-дин Петрушевски рече дека и од самите помали партии имало реакции дека Законот е правен само за 4-те во наводници големи партии и дека тие се оштетени. Агенцијата и Советот не може никако да влијаат во тој правец и мора да го применуваат Законот.

Г-дин Фиданоски рече дека со објаснувањето од г-дин Трајчевски полека му се разјаснува сликата. Посочи една хипотетичка ситуација дека не сите 12 партии во сите медиуми ќе се пријават да се рекламираат, може да се пријават 3 или 4 субјекти. Ако тие во оваа табела се ставени некаде претпладне а сакаат да бидат попладне и имаат согласност од медиумот, таа можност треба и да ја добијат. Објаснувањето дека ако некој не се пријави другиот може да го земе негово место е доволно за него, верува дека таа флексибилност за преместувањето на ППР но не и за лимитот на рекламирање, ќе биде овозможено.

Г-дин Трајчев рече дека ќе се надоврзе на дискусијата на г-дин Фиданоски. Се согласи дека во иднина службата треба секогаш кога има некој предлог и да се произнесе по него. Добро е што сега се одговори дека поради технички причини не бил прифатен предлогот на г-дин Петрушевски, затоа што сега конкретно се наведени учесниците. Но сепак е добро во иднина да се напомене кога има било каков предлог и кога има нацрт верзија секогаш да има став на службите за да може да се знае како се произнеле по него. Сега добро се објасни и ситуацијата е јасна во контекст дека не е прифатено но идејата на претседателот е задоволена со конкретен предлог. Во однос на точка 4 и тој имал дилема. Како начин и форма што го даде директорот објаснувањето, за него е прифатливо и доволно. Дванаесет политички партии се во таа една минута кои треба да го поделат времето. Во однос на тоа рече дека има само една дилема. Се спомна дека доколку некој од нив не го искористи времето може некој друг да го употреби тоа време. Праша дали тоа ќе се однесува само во рамки на поделеноста на тие две партии или може доколку во некој термин двете не го искористат, некоја друга група тоа време да го прифати? Тоа му е дилемата за да се има јасен став однапред како ќе се применува овој акт.

Раководителката на Секторот за програмски работи м-р Емилија Јаневска објасни дека на секој учесник во изборниот процес од оваа категорија, од овие 12 учесници ќе може да му биде понуден било кој неискористен термин. Кога ќе се прави мониторингот ќе се внимава дали ќе се почитува вкупниот лимит од една минута и дали радиодифузерите им овозможуваат еднакви можности на сите учесници во изборите, еднакво да имаат пристап до медиумот и да закупат платено политичко рекламирање. Нема при надзорот да се внимава дали ДПА точно се рекламирала во периодот од 6 до 7 часот или истовремено ги откупила и термините од 8 до 9 и од 23 до 24. При надзорот ќе биде битно да се почитува вкупниот лимит од една минута на секој реален час и секој од овие субјекти да добие еднакви можности за да закупи простор за ППР. Исто така битно е да се напомене дека групирањето на учесниците во изборниот процес е направено според редоследот на листите на кандидати усвоени од ДИК. Во табелата се практично редните броеви на листите на кандидати усвоени од ДИК и се предложени две групи на термини за прв ден од кампања и друга група термини за втор ден од кампања. Термините од првиот ден од кампањата почнуваат од почеток од број 1 од гласачкото ливче а

термините од вториот ден од кампањата започнуваат обратно од последниот субјект на листите со кандидати односно од „Твоја партија“. Со тоа сите учесници во оваа група ќе имаат по 6 загарантирани термини коишто ќе ротираат секој ден. Третиот ден од кампањата повторно се термините од првиот ден од кампањата, четвртиот ден од кампањата се од вториот ден и на тој начин секој од нив ќе има загарантирани термини и во утрински и во попладневни часови кога е поголема гледаноста на телевизиите.

Г-дин Трајчев рече дека добро е објаснето од службата и важно е однапред да се знаат правилата.

Г-дин Фетаи рече дека ги ислушал објаснувањата и сега смета дека неговата дискусија би била беспредметна. Сакал да реагира кога ја видел табелата. На прво место е ДПА на Мендух Тачи и е предвиден термин наутро од 6 до 7 часот и од 11 до 12. А на број 5 е Алијанса за албанците конкурентот на ДПА и таа е во prime time од 19 до 20 часот и од 22 до 23 часот. Во таа насока си помислил дека поради ова ќе имаше големи реакции дека ДПА е дискриминирана. Но ова на прв поглед изгледа така, но ќе има ротација и ова претставува една табела за ориентација врз основа на која медиумите ќе можат да се ориентираат ако имаат повеќе барања од носителите на листи и сакаат да се рекламираат на ист медиум. Ако на пример во Тетово е заинтересирана само ДПА за оваа една минута значи таа партија ќе може на тој медиум на секој реален час по една минута да се рекламира. И така нема да има прекршување, затоа што е важно да не се надмине лимитот од една минута.

Г-дин Петрушевски рече дека според него оваа пресметка е правична и математички добро е направена од страна на службата и директорот.

Советот на Агенцијата едногласно го усвои Упатството за лимитите за платено политичко рекламирање за Изборите во 2020 година, со текст како што беше предложено.

Секторот за поддршка на работата на директорот и на Советот да го објави на веб сајтот на Агенцијата (www.avmu.mk) и да го испрати по електронска пошта до сите радиодифузери.

Точка 5

Разно

Немаше точки под Разно.

Бр. 02-2499/5
19-06 2020 година
Скопје



