

ЗАПИСНИК
од 30-та седница на Советот на Агенцијата за аудио
и аудиовизуелни медиумски услуги
одржана на 25.10.2021 година

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

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, Цветанка Митревска, м-р Арбен Саити, Маја Дамевска, м-р Ружица Бошнакоска Јотевска, д-р Ивана Стојановска.

Други присутни: /

Г-дин Петрушевски ја отвори 30-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Седницата започна во 13:00 часот и се одржа преку видео конференциска врска.

Г-дин Ајдини посочи дека во предложениот Дневен ред кој е преведен на албански јазик има правописна грешка. Имено зборот „prukorim“ не е напишан правилно и треба да биде „prokurim“ и овој погрешен збор е употребен во точките 4, 5 и 6 од Дневниот ред.

Г-дин Петрушевски рече дека повеќето од нив не го познаваат толку добро албанскиот јазик и не ја забележале правописната грешка и секако дека ќе се коригира преводот со посочената корекција.

Советот на Агенцијата, со посочената корекција од г-дин Ајдини, едногласно го усвои следниот:

ДНЕВЕН РЕД

1. Усвојување на Предлог-записник од 29-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 08.10.2021 година.
2. Разгледување на кварталните извештаи за работата на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за периодот од 01 јули до 30 септември 2021 година.
3. Предлог-правилник за изменување и дополнување на Правилникот за начинот на користење, управување и одржување на службените моторни возила на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

4. Предлог за давање одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка за следниот предмет на јавна набавка-услуга: Пренос на податоци од далечинските локации.
5. Предлог за давање одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка за следниот предмет на јавна набавка-услуга: Печатарски услуги.
6. Предлог за давање одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка за следниот предмет на јавна набавка-услуга: Систематски прегледи.
7. Предлог за одобрување на финансиски средства за обновување на 2 (два) кориснички пристапи до електронската база на прописи на „Службен весник на Република Северна Македонија“, со Предлог–одлука.
8. Разно.

Точка 1

Советот на Агенцијата го разгледа и едногласно го усвои Записникот од 29-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 08.10.2021 година, со текст како што беше предложен.

Точка 2

Г-дин Петрушевски објасни дека ќе се разгледуваат Кварталните извештаи за месеците јули, август и септември. Предложените документи Советот не ги гласа, но има можност да ги коментираат.

Г-дин Ајдини рече дека е добро што преку Кварталните извештаи се известуваат членовите на Советот и имаат увид во работата на Агенцијата. За дел од нив Советот е запознаен преку службена должност и преку одлуките кои ги носат на седниците. Во извештајот видливо е дека една од клучната активност била подготовката за започнување на постапката за следење на изборното медиумско претставување. Исто така може да се забележи дека имало многу активности со учество на разни конференции, како меѓународни така и домашни. Иако не се гласа по овие извештаи, сепак дава позитивна оценка.

Г-дин Петрушевски објасни дека претходниот ден кога го читал извештајот, ги забележал набавките што на сите им биле интересни околу DVB-T2, можноста за дигитално радио, и гледа дека се готови документите. Можеби рече тие од страна на службата се пратени до Советот, па замоли доколку не се пратени нему лично да му се достават бидејќи му е блиска таа област и сака да ги добие тие анализи. Доколку се пратени рече дека ќе се извини затоа што не забележал.

Г-дин Трајчевски рече дека тој ги има добиено, но без оглед на сè, најави дека двете Студии ќе бидат пратени до сите членови на Советот.

Г-дин Петрушевски рече дека добро забележал дека тие не се пратени и тоа била неговата забелешка. Околу работата на Агенцијата рече дека таа е стандардно добра и професионална во овие три месеци.

Г-дин Трајчев рече дека не е сигурен за она што сака да го постави како тема за разговор, бидејќи не е опфатено со овој извештај, веројатно ќе биде во наредниот затоа што се случуваше во месец октомври. Во таа насока рече дека можеби треба под Точка Разно да разговараат за Упатството за платено политичко рекламирање и реакциите што се појавија во јавноста, имаше и одредена Одлука од Државната комисија за спречување на корупција и за сето тоа што се случуваше побара да добијат подетални информации од страна на АВМУ. Од причина што Агенцијата и Советот носат Упатство со кое се определува како ќе се користат минутите за ППР, а не навлегуваат во исплатата, и праша дали да дискутираат сега или под Точка Разно, тоа е неговата дилема.

Г-дин Петрушевски рече ако сака да дискутираат на таа тема, ова ќе го земе како најава и може да дискутираат под Разно затоа што Упатството во овие три месеци од извештаите не е опфатено.

Г-дин Трајчев рече дека тоа се случуваше во месец октомври, но дали дел од тоа се случуваше и во месец септември не може да се сети.

Г-дин Петрушевски му предложи да размисли дали под Точка Разно ќе продолжат во таа насока или можеби е повнимателно прво неофицијално да разговараат после седницата, бидејќи има време да дискутираат на оваа тема затоа што ќе влезе во Кварталните извештаи за октомври, ноември и декември 2021 кои ќе бидат доставени во јануари 2022 година.

Г-дин Трајчевски рече дека се согласува под Разно да се разговара на предложената тема.

Г-дин Петрушевски рече дека г-дин Трајчев е предлагач и доколку одлучи го почитува мислењето и ќе дискутираат како негов предлог под Разно.

Точка 3

Г-дин Трајчевски даде вовед на Предлог-правилникот за изменување и дополнување на Правилникот за начинот на користење, управување и одржување на службените моторни возила на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Објасни доколку сакаат подетални информации во врска со јавната набавка ќе даде раководителката Митревска. Во врска со измените рече дека се носат заради електричниот мопед што го има набавено Агенцијата, односно наведени се правила под кои може електричниот мопед службено да се користи.

Г-дин Петрушевски рече дека станува збор за една работа која е за поздравување и во иднина треба сите институции, па и АВМУ се повеќе да почнат да ги користат електричните возила како начин за да се намали загадувањето во град Скопје и глобално на целата планета, бидејќи натаму оди човештвото.

Советот на Агенцијата едногласно го донесе Правилникот за изменување и дополнување на Правилникот за начинот на користење, управување и одржување на службените моторни возила на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, со текст како што беше предложен.

Секторот за правни работи и јавни набавки да изработи пречистен текст на Правилникот за начинот на користење, управување и одржување на службените моторни возила на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Секторот за поддршка на работата на директорот и на Советот на Агенцијата горенаведениот правилник да го објави на веб страницата на Агенцијата (www.avmu.mk).

Секторот за информатичка поддршка и општи работи – архива на Агенцијата, горенаведениот правилник да го објави на огласната табла на АВМУ.

Точка 4

Г-дин Петрушевски го најави Предлогот за давање одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка за следниот предмет на јавна набавка-услуга: Пренос на податоци од далечинските локации. Објасни дека оваа набавка е многу битна за функционирање на системот за мониторинг на медиумите и за мониторинг на операторите на јавни електронски комуникациски мрежи.

Г-дин Трајчевски објасни дека во однос на јавната набавка образложение може да даде раководителката Митревска, а доколку има потреба за детали околу техничката спецификација може да образложи раководителот Арбен Саити. Наведе дека оваа набавка Пренос на податоци од далечинските локации е стандардна набавка која Агенцијата ја спроведува секоја година и е многу битна за да може да функционира системот преку кој се следат радиодифузерите и операторите.

Г-дин Петрушевски рече дека колку што се секава веќе 7 години наназад оваа јавна набавка ја спроведува Агенцијата.

Раководителката на Секторот за правни работи и јавни набавки Цветанка Митревска објасни дека оваа набавка е предвидена во Годишниот план за јавни набавки за 2021 година а средствата се обезбедени во Финансискиот план за оваа година а дополнително ќе бидат обезбедени во наредната година во Финансискиот план бидејќи договорот што ќе произлезе ќе биде склучен за 2 години. Според износот на средствата кои што се предвидени за оваа јавна набавка ќе се спроведе како поедноставена отворена постапка, што значи дека ќе се спроведе со објавување оглас на електронскиот систем на јавни набавки и во „Службен весник на РСМ“. Останатите податоци и детали за набавката, како критериуми, членови на комисија, има во материјалите кои се доставени по точката.

Советот на Агенцијата едногласно даде одобрување на директорот на Агенцијата за спроведување на постапка за јавна набавка-услуга: Пренос на податоци од далечинските локации.

Спроведувањето на постапката за јавна набавка за предметот-услуга: Пренос на податоци од далечинските локации за период од 2 (две) години е предвидено и е во согласност со Годишниот план за јавни набавки за 2021 година на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (Пречистен текст) бр.05-2105/2 од 31.05.2021 година, а средствата се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2021-та година, односно ќе бидат обезбедени во Финансискиот план за 2022-та година.

Точка 5

Раководителката на Секторот за правни работи и јавни набавки Цветанка Митревска го образложи Предлогот за давање одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка за следниот предмет на јавна набавка-услуга: Печатарски услуги. Објасни дека и оваа набавка согласно Законот за јавни набавки е предвидена во Годишниот план за јавни набавки за 2021 година, а средствата се обезбедени во Финансискиот план за оваа година. Ќе се спроведе како набавка од мала вредност а истата се спроведува со цел да се задоволат потребите на Агенцијата во однос на печатење дозволи на радиодифузерите, печатење на публикации, изданија и други работи кои се поврзани со овој вид на услуга. Бидејќи станува збор за набавка од мала вредност ќе се спроведе со објавување на оглас само на електронскиот систем на јавни набавки и со примена на критериум најниска цена. Останатите податоци и детали за набавката, како критериуми, членови на комисија има во материјалите кои се доставени по точката.

Советот на Агенцијата едногласно даде одобрување на директорот на Агенцијата за спроведување на постапка за јавна набавка-услуга: Печатарски услуги.

Спроведувањето на постапката за јавна набавка за предметот-услуга: Печатарски услуги е предвидено и е во согласност со Годишниот план за јавни набавки за 2021 година на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (Пречистен текст) бр.05-2105/2 од 31.05.2021 година, а средствата се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2021-та година.

Точка 6

Раководителката на Секторот за правни работи и јавни набавки Цветанка Митревска го образложи Предлогот за давање одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка за следниот предмет на јавна набавка - услуга: Систематски прегледи. Објасни дека оваа набавка се спроведува за да се постапи согласно Законот за безбедност и здравје при работа со цел превентивно да се влијае на зачувување на здравјето на вработените во Агенцијата. Ќе се спроведе како поедноставена отворена постапка согласно одредбите од Законот за јавните набавки а истата е предвидена во Годишниот план за јавни набавки и во Финансискиот план на Агенцијата. Податоци за набавката во однос на техничката спецификација, членови на комисија има во материјалите доставени за седницата.

Советот на Агенцијата едногласно даде одобрување на директорот на Агенцијата за спроведување на постапка за јавна набавка-услуга: Систематски прегледи на вработените во Агенцијата.

Спроведувањето на постапката за јавна набавка за предметот-услуга: Систематски прегледи на вработените во Агенцијата е предвидено и е во согласност со Годишниот план за јавни набавки за 2021 година на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (Пречистен текст) бр.05-2105/2 од 31.05.2021 година, а средствата се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2021-та година.

Точка 7

Г-дин Петрушевски го најави Предлогот за одобрување на финансиски средства за обновување на 2 (два) кориснички пристапи до електронската база на прописи на „Службен весник на Република Северна Македонија“, со Предлог – Одлука и објасни дека станува збор за единствен понудувач на оваа услуга. Се работи за одобрување на средства од 22.000,00 денари, но согласно Законот колку и да се, Советот треба секоја ваква финансиска потреба да ја одобри.

Советот на Агенцијата едногласно даде одобрување на директорот на Агенцијата за донесување на Одлука за со која се одобруваат финансиски средства во износ од 22.000,00 денари со пресметан ДДВ18%, за обновување на 2 (два) кориснички пристапи до електронската база на прописи на „Службен весник на Република Северна Македонија“, за период од 12 (дванаесет) месеци .

Горенаведениот износ на средства за обновување на 2 (два) кориснички пристапи до електронската база на прописи на „Службен весник на Република Северна Македонија“, за период од 12 (дванаесет) месеци е предвиден во Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2021 година.

Точка 8

Разно

Г-дин Петрушевски објасни дека на предлог на г-дин Трајчев ќе се отвори дискусија околу Упатството за платено политичко рекламирање. Околу ова имаше одредени реакции во јавноста пред изборите. Сега откако заврши првиот круг нема никакви реакции, но не мора да значи дека ќе нема во иднина. Рече дека дискусијата е отворена и има две можности, или г-дин Трајчев да даде вовед поради тоа што тој е барател или директорот прво да објасни.

Г-дин Трајчев рече дека идејата му била бидејќи беше настан кој беше покриен во јавноста да добијат повеќе информации за сето тоа што се случуваше или евентуално можеби треба некој заклучок да донесат, како ќе се процени и како мислат другите членови на Советот. Советот носи Упатство за ППР со кое се распределуваат минутите, но друга институција е надлежна за исплатата и тоа не е поврзано со АВМУ. Да се види дали треба нешто да се изгласа, појасни или не треба, да продискутираат како членови на Советот, од причина што беше тема која беше популаризирана.

Г-дин Трајчевски информира дека на веб страницата на Агенцијата веќе е објавен Извештајот за медиумското известување во првиот круг од кампањата за Локалните избори 2021, а секој момент треба да биде доставен на меил и до членовите на Советот. Во таа насока рече дека во образложението ќе го поврзе овој извештај со темата што е поставена за дискусија. Состојбата со известувањето на медиумите за време на првиот круг на изборите е добра, скоро одлична за разлика од претходните парламентарни избори кога имаше два медиуми ТВ Шења и ТВ Алсат кои што едните го фаворизираа СДСМ, а другите Алијанса за Албанците и Алтернатива. Во овој период медиумите известуваа избалансирано, но тоа избалансирано треба да се стави во наводници затоа што имаше многу кандидати во овој изборен процес, но најчесто медиумите се концентрираа на коалициите на СДСМ и ВМРО ДПМНЕ и ДУИ и Алијанса, а многу помалку на останатите учесници во изборниот процес, иако барањата во

Законот предвидуваат дека сите треба да бидат застапени. Меѓутоа медиумите одлучуваат дали ќе ги повикуваат во дебатни емисии или ќе известуваат најмногу во однос на релевантните политички субјекти кои учествуваат на локалните избори. Ако се прочита Извештајот ќе се види дека нема отстапување во однос на избалансираноста во однос на известувањето, ниту квантитативно ниту квалитативно. Кога ќе се прочита Извештајот ќе се види дека има еден друг проблем кој се јавува и кој веќе подолги години се провлекува, а тоа е дека две политички партии посебно СДСМ, а и ДУИ избегнуваат односно одбиваат да учествуваат во дебатни емисии, да даваат интервјуа кај национални телевизии на ТВ Алфа и ТВ Шења што директно претставува притисок над овие медиуми бидејќи се доведуваат во ситуација многу тешко да можат да обезбедат балансирано известување во посебните информативни изданија, бидејќи учесниците на локалните избори од овие две политички партии не сакаат да учествуваат во никакви емисии на овие две телевизии. Кога ќе се види Извештајот ќе се забележи дека буквално во секоја емисија, водителите, новинарите, уредниците покажуваат документи дека се поканети претставници од овие партии, а тие со различни изговори а некогаш и со манипулации велат дека не биле поканети, како што беше случајот со кандидатот за градоначалник на Штип од СДСМ кој вели дека не е поканет а притоа постои писмен доказ од страна на ТВ Алфа дека е редовно и уредно поканет да учествува во дебатата со еден од неговите против кандидати. Генерално кажано известувањето е во ред, медиумите се однесуваат согласно Закон. Добро е што многу често, некогаш и непотребно се јавуваат се со цел да не го прекршат Законот, што значи дека стануваат свесни за улогата што ја имаат. Во однос на Упатството за ППР што го донесоа Агенцијата и Советот, рече дека е пракса Агенцијата секогаш пред избори да носи вакво упатство. Би било нормално да не се носи вакво Упатство пред секои избори туку да носи едно Упатство за ППР кое ќе важи со години. Меѓутоа бидејќи кај нас се менува Изборниот законик по неколку пати и на неколку дена пред почеток на изборите, се доведуваат во ваква ситуација да мора буквално секој изборен процес Агенцијата да носи ново Упатство. Сегашното Упатство за ППР не се разликува суштински од упатствата што ги носела Агенцијата во изминатите изборни процеси, а реакцијата од политичката партија Левица и Коалицијата ЛДП и ДОМ беше прво зошто во таа група на партии кои што имаат право на 1 минута рекламирање се вклучени повеќе партии наместо 3-те коалиции, односно Левица, ЛДП, ДОМ и Беса сметаат дека само тие треба да бидат вклучени. Потоа Советот го смени Упатството односно ги стави само оние одредби што се ставени во Законот. Но дополнително, после одредено време претседателот на политичката партија Левица кажа дека смета дека не треба да има право на ППР во рамките на Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ независниот кандидат за градоначалник на град Скопје и поведе иницијатива за оценување на законитоста на ова решение пред ДКСК. Беше побарано од Агенцијата да даде мислење и Агенцијата даде мислење во однос на оваа иницијатива поднесена од Левица. Агенцијата укажа дека вакво исто Упатство за ППР каде што независните кандидати имале право да го користат времето на политичките партии што ги поддржуваат се случило во 2019 година за време на претседателските избори кога сите 3 кандидати беа независни, а го користеа времето на политичките партии кои што ги поддржаа. Беше оценето од страна на ДКСК дека поднесувањето на независниот кандидат Данела Арсовска и Коалицијата предводена од ВМРО ДПМНЕ и на АВМУ е во рамките на Законот. Можеби имаше во јавноста, не дезинформации, туку известувања од новинари кои што не се доволно упатени во проблематиката или можеби од самите политички партии дека Агенцијата врши распределба на средства за платено политичко

рекламирање, што е апсолутно спротивно на законските надлежности на Агенцијата и Упатството за ППР што го донела. АВМУ во Упатството само наведува кои можат да бидат корисници на ППР и во рамките на тоа дали влегуваат во рамките на оние 4 минути што ги користат големите партии од власта и опозицијата или во онаа 1 минута или во 30-те секунди на независните кандидати. Деталната односно точната пресметка која политичка партија колку пари ќе добие го прави Државната изборна комисија бидејќи тие имаат за тоа законска надлежност. Така што тоа е фактичката состојба, тоа се фактите и тоа се информациите со кои што официјално располага АВМУ.

Г-дин Трајчев се заблагодари на директорот за деталното објаснување. За него било важно информациите да се добијат изворно затоа што директорот оперативно дневно ги води работите и дневно е во комуникација со сите чинители. Тие како Совет од седница на седница ги добиваат информациите и добро е вака на овој начин да имаат информација. Секако дека ова Упатство за ППР според Законот не е поврзано со исплатата, тоа не е надлежност на Агенцијата, тоа е надлежност на друга институција која понатаму ќе цени каде и како ќе ги исплати средствата. Но некако во јавноста тоа различно се прикажа и добро е што сега директорот тоа го објасни. Факт е дека ова Упатство е донесено како основ, начин и форма како претходните упатства, како една воспоставена пракса и досега немало никакви проблеми. Советот секогаш работи независно со тоа што законските одредби го определуваат начинот како ќе функционираат. Важно му било да продискутираат и евентуално ако треба да донесат некој заклучок, или некој допис, да оценат сами, за него е добро што вака добиле едно објаснување и дека Агенцијата и Советот работат согласно Законот, и дека Упатството за ППР е донесено согласно Закон како една пракса од претходно. Дека Упатството за ППР на никој начин не е поврзано со исплата како што беше прикажано во јавноста и добро е што ДКСК се согласила со сите овие аргументи и потврдила дека е согласно Закон. Во овој дел му било важно да се направи една дискусија за да не помине време па да се подзаборават овие факти и пред се да добие Советот сознание што реално е случено. Во делот на другата тема што ја зачнал директорот за дебатите, тие секако се една важна форма на практикување на демократијата и искажување на мислењата на кандидатите кои се преставуваат пред јавноста и тоа е еден индикатор за избалансираноста каде што Агенцијата следи да има подеднаков пристап и право на секој од учесниците во изборната кампања да можат да се престават сами и да тоа временски биде определено еднакво, темите да бидат наметнати еднакво за да може секој да си каже подеднакво и да имаат еднаков пристап до гласачите. Да нема неизбалансирано медиумско претставување. Еден дел што е платено политичко рекламирање тоа како што кажал директорот е значајно што и медиумите и сите го почитуваат точно до минута и секунда, го почитуваат Законот и ги претставуваат кандидатите. Но, во делот на дебатите каде што имаат право да дојдат, и претходно го дискутирале, доколку некој е поканет и тој одбие да дојде тогаш самиот медиум не ја крши избалансираноста. Тој овозможил еднаков пристап на сите и ако некој не дојде по своја желба и волја, а уредно е поканет, тука нема што медиумот да направи и не може да стане збор за неизбалансираност. Тоа е една дискусија и една тема која што заслужува да се разговара и да се дигне нивото на некој начин на политичка култура и кај кандидатите и кај гласачите и ќе биде во форма која ќе овозможи еднаков пристап. Но не можат многу да ги констатираат овие факти, може да укажат, но тоа е нешто што на долг рок би требало да се прави. Во однос на Упатството тој е задоволен од одговорот на директорот. Важно му е дека тоа е потврдено од сите институции дека е

така и важно е да се свесни сите дека АВМУ и Советот немаат никаква врска со плаќањето, тоа го врши друга институција и дека сите медиумски натписи што се појавија во тој период се од тоа дека едноставно не биле добро информирани. Но сепак заради тоа што Советот нема контакт со дневните настани што се случуваат а директорот и Агенцијата се пооперативно ангажирани добро е што директорот ги објаснил овие работи.

Г-дин Трајчевски во однос на Извештајот за медиумското известување во првиот круг од кампањата за Локалните избори 2021 рече дека неучеството во дебатите е сериозен притисок врз уредувачката политика на медиумите, бидејќи медиумите мораат во последна секунда да го менуваат концептот на емисиите. Второ, во овој период тој и другите вработени во програмскиот сектор имале стотици јавувања од новинари кои стравуваат дека ќе го прекршат Законот. Уште една форма која е продолжение на ваквото неучество во дебатни емисии е дека овие две политички партии воопшто и не се рекламираат со платено политичко рекламирање во овие два медиуми што и финансискиот притисок е многу значаен затоа што се даваат огромни пари кај други медиуми и на тој начин ја купуваат пристрасноста на тие други медиуми. На пример, кај ТВ Алсат ДУИ има потрошено скоро 150 илјади евра, а кај ТВ Шења нула. Исто и СДСМ, и затоа лани резултатот за известувањето кај ТВ Алсат беше дека известуваат неизбалансирано и тоа во огромен процент во однос на СДСМ и тие тоа воопшто не го криеја, на суд не ни отидоа, и рекоа дека тоа го правеле и ја признаа вината. Прво имаат финансиски бенефит и второ тој финансиски бенефит доведува до тоа да тие се однесуваат клиентелистички кон тој што им ги дава парите. Така што ова е многу сериозно прашање бидејќи всушност ја загрозува слободата на медиумите во државата. На пример ако некоја од телевизиите е слабо гледана според мерењата на гледаноста во некоја рака има оправдување, ќе речат да слабо таму ќе се рекламирам и нема да се рекламираме затоа што гледаноста е слаба. Но, во овој случај ТВ Алфа е трета по гледаност и е можеби 4 пати повеќе гледана од ТВ Телма или од 24 Вести. И да одиш да се рекламираш во медиум кој има гледаност во рамки на статистичка грешка, која е целта на гледаноста, до кого допираш? Целта е да стигнеш до гласачите, ако една телевизија ја гледаат на пример 1000 луѓе за време на дебата, а друга телевизија ја гледаат 5000 луѓе, значи целта му е на секој да стигне до 5000 луѓе а не до 1000. Освен што „има притисок врз уредувачката политика“, од друга страна со префрлање на големи пари од страна на Буџетот кон одредени медиуми се создава клиентелистички однос кој што минатите избори се покажа де факто, а во овие избори сега за сега ситуацијата во првиот круг е да не рече одлична, но сигурно е многу добра.

Г-дин Фиданоски рече дека ќе се надоврзе на последното од дискусијата на директорот Трајчевски и му се заблагодари за исцрпното објаснување по барањето од г-дин Трајчев за условно речено фамата која се создаде околу Упатството за ППР. Според него прашање е на модел на финансирање на ППР што треба да се спроведе со јавни пари и со нејавни пари. Се изјасни дека е против ППР финансирано со јавни пари. Секоја од политичките партии и учесници во изборите треба како принцип на јавно објавена донација да кажат кој од каде и колку примил и тие донации да си ги употреби таму каде што сака. Второ, Законот бидејќи е пречесто менуван, според него има многу аномалии меѓу кои и оваа „фалинка“, дека не определува стриктно кој политички субјект каде треба или каде мора да се рекламира, туку каде сака може да ги насочи парите. Објасни дека има модел кој според него е поизбалансиран и пообјективен, а тоа е на пример 50% од средствата да бидат линеарно распределени кај сите или 40%, а

остатокот да се распределува како пари по рејтинг на гледаност што некој политички субјект може да ги даде во една рекламна кампања за избори. Овој модел се применува во светот и се смета дека е поизбалансиран. Но кај нас го нема тој модел, има друг модел кој има „фалинки“ кои што овозможуваат вакви како што спомнал директорот клиентелистички моменти. Се согласува, имало и во минатото, лани, преклани, пред 5 години, пред 10 години истурање на пари во некои медиуми на сметка на немање пари или заобиколување на други медиуми. Затоа пречестото менување на Законот, немање цврсти правила на игра по ова прашање, кое е многу суптилно, овозможува вакви моменти кои што доведуваат до условно речено конфузии или неадекватен однос кој не е коректен воопшто, а се однесува за најсуптилните прашања, а тоа е за финансирањето. Што се однесува до Упатството за ППР смета дека Агенцијата постапи онака како што требаше да постапи односно најисправно, со тоа што лошо конципираниот Закон овозможи конфузија кој колку смее да се рекламира. Ако тој се праша рече дека секој треба да има еднаков пристап на различното гледиште и во платеното политичко рекламирање или кажано со едноставен пример, ако во првиот круг имаше 12 кандидати за градоначалник на Скопје, а има 9 минути ППР определени на 1 час, според него секој од кандидатите треба да добие по 45 секунди. Но бидејќи не е така, големите играчи независно кој е власт кој е опозиција, секогаш си се штителе, си правеле еден вид протекционизам за своите да се рекламираат, тука ги вклучува и СДСМ и ВМРО ДПМНЕ како две најголеми политички партии и условно речено во албанскиот блок ДУИ, порано беше ДПА сега е Алијанса. Едноставно кога ќе заземеш простор кој што ти овозможува почесто присуство со рекламирање во медиум тоа тешко се испушта. Се создаде една конфузија која политичките играчи сами си ја наметнаа, а некои од нив, нема да ги именува за да не навлезат понатаму во непотребна дебата, сакаат да ја инволвираат и Агенцијата во тие условно речено игри. Агенцијата да биде предмет на тоа дека не си ја врши добро работата или да биде алиби на некого за евентуално полош или непостигнат резултат како што му бил планиран. Затоа апсолутно, добро е што во Упатството се преслика Законот, им се даде можност тие да си ја расчистат дилемата онака како кога го конципирале Законот во парламентот, и претпоставува дека меѓу себе имале координација или работни средби како да изгледа финалната верзија на тој Закон. И точно е тоа дека се создаде една забуна, тоа добро го нотирал директорот, која потекнува од недоволна информираност односно недоволно познавање на материјата отколку од тенденција дека Агенцијата определувала врз база на нејзините мерењата кој колку пари ќе земе. Не, Агенцијата го мери времето што е потрошено согласно Законот, а парите ги исплаќа или ги насочува ДИК директно таму каде што е рекламирано како врховен орган за спроведување на изборниот процес.

Г-дин Трајчевски во врска со она што го кажал г-дин Фиданоски рече убеден е дека сите знаат дека Агенцијата повеќе пати минатите години, откако Собранието донесе измени на Изборниот законик и предвиде платеното политичко рекламирање да биде финансирано од Буџетот, остро се спротивстави на тоа и единствено Агенцијата и ЗНМ беа тие што реагираа на ваква пракса која што е несвојствена за демократските држави, демократските општества. Кога би го немало тоа во Законот тие сега не би дискутирале на оваа тема. Ова не се решава со измени на Изборен законик, туку со само една кратка измена – Финансирање на ППР од Буџет нема. И со тоа автоматски исчезнуваат сите проблеми. Агенцијата повеќе пати го кажала тоа и преку соопштенија и во работните групи таму каде што била повикана, но очигледно е дека и кај големите

политички партии и кај малите политички партии и кај независните кандидати оваа состојба кога тие добиваат пари од Буџетот им одговара и едноставно Агенцијата не ја слушаат, едноставно се наидува на сид од другата страна и лично мисли ако нема притисок од меѓународен фактор оваа одредба ќе остане уште многу долго во Изборниот законик.

Г-дин Трајчев рече поради тоа што се отвори малку поширока дискусија би сакал да каже нешто дополнително. Делумно може да се согласи со директорот и г-дин Фиданоски, но сепак ППР од финансирање на Буџетот прави одредени девијации. Се согласува дека Законот има свои недоречености, нејаснотии и принципиелно може да зборуваат за тоа. Многу пати со законските решенија се оди од една крајност во друга крајност, треба само да се потсетат кога партиите се финансираа од разни донатори. Посочи дека нашата држава има мала економија, и бидејќи на некој начин потекнува од бизнисот знае што значи тоа за стопанството и начинот на пример кој може да обезбеди толку пари колку што се потребни за изборите, па се користеа различни форми и начини каде што се јавуваа донатори, кој доброволно, кој не доброволно, и тие што се доброволно понатака треба да добијат некаков бенефит. Со тоа се правеше на некој начин еден систем кој беше подложен условно кажано на потенцијална корупција. И сега таква една крајност каде што не можеше да се најде една форма на финансирање на партиите, а тие секако објективно имаат потреба од финансирање на одредени средства, па се отиде во една друга крајност каде што комплетно се финансираат од Буџетот. Делумно може да се согласи дека ова решение можеби не е најдобро, но не може да се согласи дека не треба државата на некој начин да го финансира тоа до некаде и во форма која што ќе биде јасно и прецизно наведена. Секако се потребни тие законски измени, но на тој начин се овозможува да политичките партии не посегнат по други финансиери, стопанството, каде што може да биде потенцијален извор на една условно кажано можна корупција. Наведе дека овие се пошироки теми, ние сме мала држава со мала економија. Примерите кои се во другите држави како поголеми држави на јавно објавено донаторство каде што потенцијалот е многу поголем, каде што има многу различни форми и законски регулирани начини на лобирање и на оправданост на такви донации, кое е и со долгогодишна историја каде што си легнале работите во пракса, не може да се каже дека може да се преслика кај нас целосно. Некаде вистината е на средина, и според него моделот кој што треба да се најде е дека треба да биде некаде на средина со модификација на Законот, каде што делумно треба да биде финансирано од државата, но не како сега што е поставено. Во тој дел може да дискутираат, но не зависи од нив, конечно тоа е Собранието што ги носи законите, тие може да кажуваат свое мислење, свои иницијативи, да учествуваат во припремите на тие закони. Лошо е што кај нас се носат Законите на крај пред самите избори во некаков договор и секогаш се менуваат, не е воспоставено да постои еден Закон кој ќе трае подолго. Веројатно не сме созрале сè уште за тоа така да се постави. Во делот на Извештајот што го спомнал директорот, рече дека не го погледнале, веројатно ќе го добијат по меил. Тука исто мора да имаат предвид, точно така рејтинг на гледаност, но мора да имаат предвид тргнувајќи од постулатите на маркетингот постојат фокус таргет групи која е повеќе присутна на одреден канал каде што на крај на денот секој што учествува во таа политичка битка сам на свој начин гледа и одлучува каде своите пари ќе ги потроши, а резултатот ќе биде како тој ја направил својата маркетинг стратегија и на кој начин успеал да допре до своите гласачи со рекламирање на продукти, таргет групата е многу битна. Не треба секогаш да ги гледаат црно бело работите, треба да ги

земат аргументите од двете страни и да се изнајде балансиран начин соодветен и апликативен на нашите услови, политичкото опкружување, системот и големината на државата за да моделите и законските решенија бидат соодветно поставени.

Г-дин Трајчевски рече дека ќе додаде уште нешто во врска со она што последно го кажал г-дин Трајчев. Одредени фокус групи, точно е, но колкава и да е таа фокус група е минимална ако медиумот има гледаност, на пример има 1,4%, а друг има 7%, третиот има 15%, петтиот има 25%. Колкава и да е таа фокус група таа е минорна. Но има и друга работа која покажува на нелогичноста во финансирањето на ППР од страна на државата. Сите медиуми без оглед на гледаноста добиваат иста цена. Која е логиката да платиш на ТВ Сител, на ТВ Канал 5, на ТВ Алфа, на ТВ Телма, на ТВ Алсат, на ТВ Шења и од друга страна на ТВ Тера од Битола иста цена? Кога се рекламира Кока Кола на ТВ Канал 5 плаќа една цена, на ТВ Сител плаќа доста повисока затоа што има поголема гледаност, на ТВ Телма и ТВ 24 Вести или не се рекламира или доколку се рекламира плаќа некоја минимална цена. Која е овде логиката да сите овие 5 национални телевизии имаат ист ценовник заокружено околу 120 денари, две евра? Кога се носеа измените на Изборниот законик дека платеното политичко рекламирање ќе се финансира од Буџет беше образложението баш токму она што г-дин Трајчев го кажал, да нема донации од економски субјекти за да утре тие донации не се злоупотребат како можна корупција, да тој што дал донација утре да има привилегии кај тој што ќе дојде на власт. Но, кога го донесоа Законот ги оставија и донациите, значи беа неискрени во образложението, кажаа едно, а сега донациите се повторно дозволени. Второ, политичките партии секоја година добиваат средства од Буџетот. Може таа сума малку да им се зголеми и потоа секој согласно изборните резултати, парите што ќе ги добие на годишно ниво, дел да си зачува за ППР. Вака има ситуација и пари за ППР од Буџет и можност за донации и можност за користење на средства од редовното финансиско работење и на крај добиваат пари на годишно ниво за функционирање на партијата. Па и самиот изборен процес е функционирање на партијата бидејќи партиите се формираат за да учествуваат на избори. Основната цел на овие здруженија на граѓани согласно Законот за формирање на политички партии е учество на избори. Имаше образложение за да се намали корупцијата и да не се влијае врз економските субјекти да се плаќа од Буџет и наместо од еден извор сега добија уште 5 нови извори со што не е спречено да има донации. Ќе се види кога ќе се објави Извештајот од ДЗР за финансирањето на кампањата на политиките партии кои економски субјекти или физички лица донирале средства на сметките на политичките партии. Според него во секое нормално демократско општество, тој што сака да учествува во политиката треба сам да си ја плати сметката, како што се вели кај народот – нема бесплатен ручек. Овде всушност има бесплатен ручек затоа што на политичките партии сите граѓани им ги плаќаат нивните сметки. Ако политичките партии имаат законско право да им се плаќа ППР, зошто адвокатите да немаат право државата да им ги наплаќа услугите или зошто на нафтениите компании државата да не им ја плаќа акцизата, на тутунските комбинати исто така? Во што се политичките партии над другите субјекти кои што функционираат во оваа држава?

Г-дин Фиданоски рече дека според него повторно се доаѓа до тоа што би било најисправно како модел. Донации се најприфатлив модел во светот за финансирање на политичка кампања. Може да се земе примерот со американските избори, тамо јавно се објавува кој колку собрал за кампањата, прво во рамките на својата партија, а потоа и кога има директен судир со опонентот од другата партија. Јавно објавени донации,

доброволно дадени, а не како што имаше случај дека на некој му се земено лични податоци и не ни знаел дека бил донатор на една или друга партија, ќе биде најдобриот начин и после тој субјект ќе може каде сака да ги насочува тие пари. А јавни пари според него може единствено да се употребат само за тековно условно речено функционирање на политичките субјекти. Тука може да се прифати финансирање од Буџет заради тоа што неопходни се политичките субјекти во функционирање на една плурална демократија и да не се доведат во опасност самите субјекти да стравуваат дека утре не можат да егзистираат како субјект затоа што немаат од каде да се финансираат. Изборниот процес според него мора да биде со донации, така е условно најобјективен или најизбалансиран. Корупцијата 100% не може никаде да се спречи. Во иднина секогаш ќе се појави донатор кој ако дојде на власт партијата да очекува некакви бенефиции, затоа тука се медиумите како „watchdog“ како на запад кое што би требало тоа да го откриваат и да и го сервираат на јавноста, па јавноста да цени дали таквите врски се од интерес или зашто некој донирал или не донирал. Во врска со дебатите, рече дека ќе сподели негово лично искуство бидејќи правел дебати пред да стане член на Советот во неколку медиуми. И нему му се случувало да не му доаѓаат поканетите гости од една политичка структура или од друга, единствено што можел да направи е да се објави дел од комуникацијата со субјектот кога бил поканет и на крај камерата да заврти на празната столица затоа што тој претставник не дошол. Недоаѓањето во одредена дебата оди на штета на субјектот што ја пропушта таа дебата.

Г-дин Ајдини рече дека ќе биде резервиран да даде квалификации како се однесувале медиумите во првиот круг на изборите. Ќе го почека Извештајот што денес е испратен и ќе треба добро да се анализира, и ќе почека и до крајот на вториот круг на изборите. Директорот на почетокот спомнал два медиуми кои на минатите избори не покажале дека се избалансирани и коректни. Рече дека имале свои видувања во врска со нивното известување. Потполно се согласува со тоа дека лошо е за медиумите кога нема да обезбедат претставници од политичките партии на дебатни емисии. Партиите тука треба да бидат еднакви за сите за да не дојде до ситуација медиумите да го прекршат Законот. Во поголемиот број на критики што ги доби Агенцијата од страна на некои партии за овие избори, осврнувајќи се на Законот Агенцијата добро се извлече. Во врска со делот на тоа како се финансираат партиите, рече дека тие со години имале несогласување со оваа работа и дека влегуваат во домен, во води каде нема да може да се извлечат. Тоа е работа на голем број државни институции кои ќе се занимаваат со тоа каде партиите ги трошат парите и на кои медиуми. На некој начин сака да каже дека и самите медиуми кои не беа избалансирани со години наназад треба да мислат и тие за нивната уредувачка политика. Значи ни една свесна партија не би се рекламирала на медиум каде 90% од нивните вести се со негативна конотација кон нив. Не сака да се доведуваат во ситуација да бранат некои медиуми, да критикуваат субјекти каде и како ги трошат парите, сепак тоа е нивна позиција. Агенцијата и Советот треба да се осврнат тамо каде што треба да ги бранат медиумите, да ја зачуваат независната уредувачка политика за да не го прекршат Законот. Ова е негово видување, можеби треба подетално да се анализира и до крајот на вториот круг на избори.

Г-дин Петрушевски по завршувањето на дискусијата рече дека добро е што дискутирале, ќе имаат можност да се навратат на вториот дел од Извештајот после вториот круг. Се надева дека ќе има и конечен извештај. По она што го дискутирале по иницијатива на г-дин Трајчев се надева дека нема да има потреба да се навраќаат, дека тоа било само битка за гласови на партиите.

Бр. 02-3894/7
03-11 2021 година
Скопје

