

PROCESVERBAL
nga seanca e 23-të e Këshillit të Agjencisë për Shërbime
Mediatike Audio dhe Audiovizuele
mbajtur më 23.05.2024

Anëtarët e pranishëm të Këshillit të Agjencisë nëpërmjet lidhjes video-konferencë: Lazo Petrushevski kryetar i Këshillit të ASHMA-së, Selver Ajdini zëvendës kryetar i Këshillit të ASHMA-së, mr. Alma Mashoviq, Llazar Trajçev, Zoran Fidanoski.

Anëtarët në mungesë të Këshillit të Agjencisë: dr. Metodija Jançeski.

Në seancë nëpërmjet lidhjes video-konferencë ishte i pranishëm dhe dr. Zoran Trajçevski, drejtor i Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele.

Të pranishëm nga Shërbimi Profesional nëpërmjet lidhjes video-konferencë: mr. Dragica Ljubevska, Cvetanka Mitrevska, mr.Emilija Janevska, Maja Damevska, mr.Ruzhica Boshnakoska Jotevska, dr. Ivana Stojanovska.

Të pranishmit e tjerë nëpërmjet lidhjes video-konferencë: /

Z. Petrushevski hapi seancën e 23-të të Këshillit të Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele. Seanca filloi në ora 10:30 dhe u mbajt nëpërmjet lidhjes video-konferencë.

Z. Petrushevski bëri të ditur se për shkak të një problemi teknik me video-lidhjen, votimi i z. Ajdini do të transmetohet nëpërmjet audio-lidhjes.

Këshilli i Agjencisë njëzëri, me 5 vota "pro", miratoi:

RENDIN E DITËS

1. Miratimi i Propozim-procesverbalit nga seanca e 22-të e Këshillit të Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele, mbajtur më 20.05.2024.
2. Raport mbi reklamimin politik me pagesë të transmetuesve për rrethin e dytë të fushatës zgjedhore për Zgjedhjet Presidenciale 2024.
3. Raport mbi reklamimin politik me pagesë të transmetuesve për Zgjedhjet Parlamentare 2024.
4. Propozim për dhënien e miratimit për zbatimin e procedurës për furnizim publik për lëndën e radhës të furnizimit publik - shërbim: Mirëmbajtja e ueb faqeve të Agjencisë.
5. Të ndryshme.

Pika 1

Këshilli i Agjencisë shqyrtoi dhe njëzëri miratoi Procesverbalin e propozuar nga seanca e 22- të e Këshillit të Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale, mbajtur më 20.05.2024, me tekstin e propozuar.

Pika 2

Udhëheqësja e Sektorit për çështje programore mr. Emilija Janevska, shpjegoi Raportin për reklamimin e paguar politik të transmetuesve për rrethin e dytë të fushatës zgjedhore për Zgjedhjet Presidenciale 2024. Ajo sqaroi se ky Raport përfshin periudhën prej 25 prillit deri më 6 maj 2024, dhe është përgatitur në pajtim me detyrimet që i ka Agjencia nga neni 76-d paragrafi (8) me Kodin Zgjedhor, në të cilin është përcaktuar se ASHMA është e detyruar nga dita e 20-të e heshtjes zgjedhore që është (26maj), drejtuar Komisionit Shtetëror Zgjedhor (KSHZ) t'i dorëzojë Raport për reklamimin politik me pagesë të transmetuesve. Të dhënat në Raport janë marrë përmes monitorimit të transmetimit të reklamave politike me pagesë nga transmetuesit, i bërë në pajtim me detyrimin e ASHMA-së nga neni 76-v paragrafi (10) nga Kodi Zgjedhor, të të gjithë transmetuesve që janë të regjistruar për transmetim të RPP, si dhe të dhëna plotësuese janë kontrolluar përmes procedurës së konfirmimit të raporteve për shërbimet e realizuara të transmetuesve. Agjencia i konfirmoi dhe i dorëzoi të gjitha Raportet e konfirmuara tek transmetuesit në afatin e përcaktuar ligjor gjegjësisht deri më 15 maj të këtij viti. Sipas nenit 75-gj paragrafit (6) të Kodit Zgjedhor, të drejtën e transmetimit të reklamave politike me pagesë gjatë kohës së fushatës zgjedhore kanë vetëm transmetuesit që do të jenë të regjistruar në Regjistrin e transmetuesve, Mediave të Shkruara dhe Mediave Elektronike (Portale në Internet) që udhëhiqen nga KSHZ. Në Regjistrin e KSHZ për zgjedhjet për president të Republikës së Maqedonisë së Veriut, janë regjistruar gjithsej 39 televizione dhe 38 radio. Nga këta 77 transmetues, në rrethin e dytë të fushatës zgjedhore, kontratë me pjesëmarrësit në fushatën zgjedhore kanë lidhur gjithsej 57 (32 televizione dhe 25 radio) me të dy pjesëmarrësit në fushatën zgjedhore. Kandidati për president Stevo Pendarovski ka lidhur marrëveshje me 29 televizione dhe 19 radio, ndërsa kandidatja për president Gordana Siljanovska-Davkova ka lidhur marrëveshje me 21 televizione dhe 20 radio. Për të 57 transmetuesit, në rrethin e dytë të fushatës zgjedhore për Zgjedhjet Presidenciale janë transmetuar gjithsej 282 orë 58 minuta e 54 sekonda reklama politike me pagesë të kandidatëve për president. Nga 10 televizione kombëtare që nënshkruan kontrata për transmetimin RPP, vëllim më të madhë të kohës për reklama shitën Kanal 5, TV Sitel dhe TV Alfa. Nga 14 televizionet rajonale që nënshkruan kontrata për transmetim të RPP, vëllim më të madh të kohës për reklama shitën TV EDO, TV Tera dhe TV Kanal Vis. Nga 8-të televizionet lokale që kanë nënshkruar kontrata për transmetim RPP, vëllim më të madh të kohës për reklama shitën TV Plus Kumanovë, TV Kanal 8 nga Koçani dhe TV Protel nga Probishtip. Të 4 radiot kombëtare nënshkruan kontrata për transmetimin RPP, ndërsa më së shumti kohë për reklama shitën RA Antena 5 dhe RA Kanal 77. Nga 9-të radiot rajonale që nënshkruan kontrata për transmetim RPP, vëllim më të madh të kohës për reklama shitën RA Skaj dhe RA Buba Mara. Nga 12-të radiot lokale që kanë nënshkruar kontrata për transmetim RPP, vëllim më të madh të kohës për reklamim shitën RA Ekspres nga Strumica dhe RA Vallandovo. Për kandidatin për president Stevo Pendarovski janë transmetuar gjithsej 160 orë 58 minuta dhe 32 sekonda RPP, nga të cilat 463 723 sekonda në TV dhe 115 789 sekonda në RA, dhe për kandidaten për president Gordana Siljanovska-Davkova janë transmetuar gjithsej 122 orë dhe 22 sekonda RPP, nga të cilat 270 845 sekonda në TV dhe 168 377

sekonda në RA. Ai shpjegoi se në Raportin me tabela janë të dhënat për të gjitha 57 radiot dhe televizionet që kanë lidhur marrëveshje për RPP, të paraqitura në sekonda.

Z. Petrushevski tha se të njëjtat komente pozitive që ai ka dhënë për Raportin e mëparshëm vlejnë edhe për këtë dhe deklaroi se do ta mbështes ashtu siç është propozuar.

Z. Fidanoski deklaroi se do ta mbështesë Raportin. Ai tha se edhe për këtë Raport përsëritet tendenca e RPP. Kandidati për president Stevo Pendarovski, kushtimisht thënë dominon me RPP në televizionet, ndërsa presidentja tashmë e zgjedhur Gordana Siljanovska dominon me RPP në radio. Fushata ishte intensive, pati transmetim intensiv të RPP, nga ku u injektuan shuma serioze parash në media edhe për zgjedhjet parlamentare edhe për zgjedhjet presidenciale sepse u përputhën. Personalisht nuk është pro financimit të RPP me para publike, por nga ana tjetër, beson se këto shuma do të ndihmojnë mediat që të mund të funksionojnë më lirshëm dhe të mos jenë në krizë nga aspekti financiar në të ardhmen.

Këshilli i Agjencisë njëzëri miratoi Raportin për reklamat politike me pagesë të transmetuesve për rrethin e dytë të fushatës zgjedhore për Zgjedhjet Presidenciale 2024, me tekstin e propozuar.

Spektori për përkrahjen e punës së Drejtorit dhe Këshillit, Raportin e lartpërmendur ta publikojë në ueb faqen e Agjencisë.

Spektori për çështje programore, Raportin e lartpërmendur duhet ta dorëzojë në Komisionin Shtetëror të Zgjedhjeve.

Pika 3

Udhëheqësja e Sektorit për çështje programore, mr. Emilija Janevska, shpjegoi Raportin për reklamat politike me pagesë të transmetuesve për Zgjedhjet Parlamentare 2024, Ajo sqaroi se ky raport përfshin periudhën nga 18 prilli deri më 6 maj 2024, dhe është përgatitur në bazë të detyrimit nga neni 76-d paragrafi (8) i Kodit Zgjedhor, në të cilin është përcaktuar se Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale është e detyruar që në ditën e 20-të nga heshtja parazgjedhore (26 maj), drejtuar Komisionit Shtetëror Zgjedhor (KSHZ) të dorëzojë raport për reklamat politike me pagesë të transmetuesve. E për këtë Raport, afati për dorëzim në KSHZ është 26 maj, si dhe për atë të mëparshëm, pra deri të dielën, dhe për këto arsye raportet janë përgatitur më herët në mënyrë që me kohë të dorëzohen në KSHZ. Dhe për zgjedhjet parlamentare, po të njëjtat media janë regjistruar për RPP, gjithsej 77 transmetues. Prej tyre, 68 kanë nënshkruar kontrata me pjesëmarrësit në fushatën zgjedhore. Të 39 televizionet që janë regjistruar për RPP dhe 29 nga 38 radiot e regjistruara. Në të gjitha 39-të televizionet së bashku janë transmetuar gjithsej 446 orë, 16 minuta e 35 sekonda reklama politike me pagesë të 15 pjesëmarrësve në fushatën zgjedhore. Partia politike Alternativa e Re Shkup dhe partia politike e Djathtë nuk janë reklamuar në televizion. Në të gjitha 29-të radiot së bashku janë transmetuar 121 orë 26 minuta dhe 56 sekonda reklama politike me pagesë të 13 pjesëmarrësve në fushatën zgjedhore janë transmetuar në të 29 radio stacionet së bashku. Partia politike e Djathtë, Partia Politike Demokratët Shkup, partia politike Avaja dhe Lëvizja Civile Evropiane nuk u reklamuan në radio. Të gjithë 68-të transmetues për Zgjedhjet parlamentare janë transmetuar gjithsej 567 orë 43 minuta dhe 31 sekonda reklama politike me pagesë. Të njëmbëdhjetë televizionet kombëtare nënshkruan kontrata për transmetim RPP dhe vëllim më të madh kohor për reklamim shitën TV Alsat-M, Kanal 5 dhe TV Kompani 21 -M . Nga 15 televizionet rajonale që nënshkruan kontrata për

transmetim të RPP, vëllim më të madh të kohës për reklama shitën TV Koha, TV EDO dhe TV Tera. Nga 13 televizionet lokale që kanë nënshkruar kontrata për transmetimin e RPP, kohën më të madhe për reklama kanë shitur TV Kanal 8 nga Koçani, TV Plus Kumanova dhe TV Festa nga Kumanova. Ai shpjegoi se nga minutat e realizuara do të vërehet se këto televizione lokale kanë arritur të shesin më shumë kohë reklamimi në krahasim me disa nga televizionet kombëtare dhe rajonale, nga ku të dhënat janë shumë interesante për analiza të mëtejshme. Të katër radiot kombëtare nënshkruan kontrata për transmetimin RPP, dhe kohë më së shumti për reklama shitën RA Antena 5 dhe RA Kanal 77. Nga 10-të radio rajonale që nënshkruan kontrata për transmetim RPP, vëllim më të madh të kohës së reklamave shitën RA Skaj dhe RA Buba Mara. Nga 15-të radio lokale që kanë nënshkruar kontrata për transmetim RPP, vëllim më të madh të kohës për reklama kanë shitur RA Ekspres nga Strumica dhe RA Pela nga Krivogashtani. Në televizion më shumë kohë kanë blerë dy koalicionet e udhëhequra nga partitë në pushtet LSDM dhe BDI - Koalicioni për Ardhmërinë Evropiane dhe Koalicioni i Frontit Evropian. Nga pjesëmarrësit në fushatën zgjedhore që u reklamuan në TV, më pak kohë shpenzoi Partia e Punëtorëve. Në radio më shumë kohë shpenzoi Koalicioni Maqedonia Juaj VMRO-DPMNE dhe Koalicioni për Ardhmërinë Evropiane. Nga pjesëmarrësit në fushatën zgjedhore që u reklamuan në radio, më pak kohë shpenzoi Partia Juaj. Siç mund të shihet nga tabela që tregon shpërndarjen (distribucionin) e kohës për reklamim sipas pjesëmarrësve në fushatën zgjedhore, shihet se kohë më e pritshme për RPP kanë shfrytëzuar (marrë) pjesëmarrësit në zgjedhje të cilët kanë shfrytëzuar kohën për reklamim të dy partive më të mëdha politike nga pozita dhe të dy partive më të mëdha të opozitës që në zgjedhjet e fundit për deputet në Kuvend fituan më shumë vota siç parashikon neni 75-gj paragrafi (1) i Kodit Zgjedhor, dhe nga 11-të pjesëmarrës në fushatën zgjedhore që sipas sipas nenit 75-gj paragrafi (1) i Kodit Zgjedhor, kishin të drejtë në gjithsej 30 sekonda për reklamim politik me pagesë për çdo orë reale, për të gjithë transmetuesit së bashku, më shumë kohë shfrytëzoi partia politike Alternativa e Re Shkup, e cila u reklamua vetëm në radio dhe Maqedoni e Vetme. Më pak kohë nga këta 11-të pjesëmarrës në zgjedhje, në të gjitha transmetuesit së bashku, ka shfrytëzuar partia politike AVAJA, e cila është reklamuar vetëm në televizion. Vetëm partia politike E Djathtë nuk është reklamuar fare në programet e transmetuesve. Ai theksoi se të dhënat për të gjitha 39 televizionet dhe 29 radiot janë paraqitur në mënyrë të detajuar në Raport në sekonda sipas formularit të përgatitur nga KSHZ.

Këshilli i Agjencisë njëzëri miratoi Raportin për reklamimin politik me pagesë të transmetuesve për Zgjedhjet Parlamentare 2024, me tekstin e propozuar.

Spektori për përkrahjen e punës së Drejtorit dhe Këshillit, Raportin e lartpërmendur, ta publikojë në ueb faqen e Agjencisë.

Spektori për çështje programore, Raportin e lartpërmendur ta dorëzojë në Komisionin Shtetëror të Zgjedhjeve.

Z. Petrushevski sqaroi se data e seancës është caktuar paradite që të mund Raportet me kohë t'i dorëzohen Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve, sepse dita e fundit e afatit përfundimtar është e diela. Me këtë Agjencia do të përmbushë kushtin ligjor dhe afatet e KSHZ-së.

Pika 4

Udhëheqësja e Sektorit për çështje juridike dhe furnizim publik, Cvetanka Mitrevska sqaroi Propozimin për dhënien e miratimit për zbatimin e procedurës për furnizim publik -

shërbim: Mirëmbajtja e ueb faqeve të Agjencisë. Ajo shpjegoi se bëhet fjalë për furnizim të rregullt që zbatohet çdo vit dhe e njëjta është paraparë dhe është në pajtim me Planin Vjetor për furnizim publik për vitin 2024 të Agjencisë, ndërsa mjetet janë siguruar me Planin financiar të Agjencisë për vitin 2024. Lënd për furnizim është mirëmbajtja e ueb faqeve, gjegjësisht faqes së përgjithshme dhe ueb faqeve të Arsimimit Mediatik, Gjinia dhe media dhe Kodi zgjedhor online. Sipas vlerës së parashikuar, do të zbatohet si furnizim me vlerë të ulët dhe do të shpallet si njoftim në sistemin elektronik për furnizim publik. Ai tha se të gjitha të dhënat e mbetura për furnizimin janë në materialet për seancë.

Këshilli i Agjencisë njëzëri dha miratim për zbatimin e procedurës për furnizim publik-shërbim: Mirëmbajtja e ueb faqeve të Agjencisë.

Zbatimi i procedurës për furnizim publik për lëndën-shërbim: Mirëmbajtja e ueb faqeve të Agjencisë, është parashikuar dhe është në pajtim me Planin vjetor për furnizim publik për vitin 2024 të Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele nr.05-4729/1 datë 22.12.2023, ndërsa mjetet janë siguruar me Planin Financiar të Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele për vitin 2024.

Pika 5

Të ndryshme

Nuk ka pasur diskutim nën Të ndryshme.

**Agjencia për Shërbime Mediatike
Audio dhe Audiovizuele
Kryetari i Këshillit ,
Lazo PETRUSHEVSKI, d.v.**