



ЗАПИСНИК

од деветнаесеттата седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги одржана на 19.11.2025 година

**Членови на Советот на Агенцијата присутни преку видеоконференциска
врска:** м-р Сашо Стефановски, м-р Зирјета Јајага, м-р Гордана Мајнова, Афрона
Врзиволи, Цветанка Миновска, Петар Џуровски, Виктор Павловски.

Отсутни членови на Советот на Агенцијата: /

На седницата преку видеоконференциска врска беше присутен д-р Зоран
Трајчевски, директор на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

**Вработени од Стручната служба присутни преку видеоконференциска
врска:** м-р Драгица Љубевска, м-р Емилија Јаневска, Цветанка Митревска, Маја
Дамевска, м-р Ружица Бошнакоска-Јотевска, д-р Ивана Стојановска, Сергеј Тодоровски.

Други присутни: /

Претседателот на Советот м-р Сашо Стефановски ја отвори деветнаесеттата
седница на Советот. Седницата почна во 18:00 часот и се одржа преку
видеоконференциска врска.

Советот на Агенцијата едногласно го усвои следниот:

ДНЕВЕН РЕД

1. Усвојување Предлог-записник од 18. седница на Советот на Агенцијата за аудио
и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 17.11.2025 година.
2. Извештај од изборното медиумско претставување во вториот круг од Локалните
избори 2025 година.
3. Извештај за емитираното платено политичко рекламирање за време на вториот
круг од изборната кампања за Локалните избори, во периодот од 20 до 31
октомври 2025 година.
4. Предлог-одлука за исплата на надоместок за смрт на член на потесно семејство
на вработен во Агенцијата.
5. Разно.

Точка 1

Советот го разгледа и едногласно го усвои предложениот записник од 18.
седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги,
одржана на 17.11.2025 година, со текст како што беше предложен.

Точка 2

Директорот д-р Зоран Трајчевски го образложи предложениот Извештај од изборното медиумско претставување во вториот круг од Локалните избори 2025 година. Објасни дека мониторингот што го спроведувааше Агенцијата се однесува за периодот од 20 до 31 октомври 2025 година. Примерокот за мониторингот и овој пат ги опфати трите програмски сервиси на JPC Македонска радио-телевизија: MPT1, MPT2 и Собранискиот канал, како и 8 програмски сервиси на комерцијални национални телевизии: ТВ Сител, ТВ Алфа, ТВ Канал 5, ТВ Телма, ТВ Алсат-М, ТВ 21-М, ТВ Шења и ТВ 24 Вести. За другите програмски сервиси се постапуваше врз основа на претставки. Предмет на надзорот беше 24-часовната програма за периодот на дванаесетдневната изборна кампања во вториот круг од Локалните избори (од 20 до 31 октомври), при што се анализираа сите облици на изборно медиумско претставување. Акцент беше ставен на централното дневно информативно издание (вести или дневник) на секој од наведените радиодифузери, а од интервјуата и дебатите емитувани во овој период, издвоени беа оние чија тематска преокупација беа локалните избори. Мониторингот го опфати и изборниот молк – на 1 ноември (цел ден) и на 2 ноември до 19 часот. Во вториот круг од изборите се применуваше принципот на еднаквост за кандидатите за градоначалници, пропишан во членот 75-а од Изборниот законик, како основа за постигнување баланс во известувањето за изборите. Квантитативно принципот подразбира приближно еднакво време меѓу кандидатите за градоначалници, секако во зависност од интензитетот на кампањите. Квалитативно, балансот се постигнува со истоветен приод кон сите кандидати, односно тон на известување и врамување. Изборното медиумско претставување преку програмските сервиси од Македонската радио-телевизија е уредено со посебни барања утврдени во членот 76-а од Изборниот законик, според кои вестите треба да бидат поделени процентуално на следниов начин: 30 % од времето за дневните настани од земјата и светот, 30 % за активностите на политичките партии на власт, 30 % за активностите на политичките партии во опозиција и 10% за активностите на вонпарламентарните политички партии и за независните кандидати. Исто така, известувањето за изборниот процес беше овозможено и за лицата со сетилна попреченост, согласно одредбите од Изборниот законик. Програмските сервиси на MPT и на осумте комерцијални телевизии што беа опфатени со мониторингот на Агенцијата вложија напори да обезбедат подробна информираност на гледачите како потенцијални гласачи за изборната кампања на кандидатите за градоначалници во вториот круг од Локалните избори 2025 година. Објавени беа голем број прилози за избори од првиот круг од Локалните избори, правени беа анализи во емисиите коишто беа емитувани и коментирани резултатите од првиот изборен круг. Обезбедено е широко покривање на други актуелни настани за време на вториот круг од изборната кампања. Може да се рече дека, при медиумското покривање на изборната кампања во вториот круг на изборите медиумите генерално, некој повеќе некој помалку, се придржуваа до професионалните правила за правичност, избалансираност и непристрасност, со почитување на начелото за еднаквост кон преостанатите кандидати за градоначалници. При известувањето за учесниците во изборната кампања од вториот круг покажаа медиумите различни уредувачки пристапи. Дел се обидоа да претстават што повеќе кандидати, дел се фокусираа главно на кандидатите од четирите големи коалиции, дел, пак, главно на кандидатите за градоначалници во скопските општини и на соперниците за градоначалник на Скопје. Јавниот сервис во вториот круг на изборниот процес, односно Локалните избори 2025

година, МРТ1, односно МРТ2, ги исполнија посебните законски обврски. За темата избори, освен двата програмски сервиси на јавниот сервис, најмногу време во вестите одвоија ТВ Сител и ТВ Алфа. Со прилозите во вестите во 16 часот и интервјуата емитувани во 19 часот и ТВ Алсат М, посветија значајно време во вториот круг од локалните избори. Најмалку информации за изборите имаше во вестите на ТВ Телма и на ТВ Шења, кај двата медиума помалку од 1 час и половина во вкупно 12 изданија на вестите од вториот круг на изборите. Најголем опфат на учесници во изборите обезбедија ТВ Алфа (со информации за кандидатите од сите подносителите на листи од коалиции и политички партии и за пет независни кандидати), потоа МРТ1 (со информации за кандидатите од сите подносителите на листи од коалиции и политички партии и за четири независни кандидати) и МРТ2 (со информации за пет независни кандидати, но без информација за кандидатот од единствената вонпарламентарна партија во вториот круг). Сите анализирани медиуми генерално известуваа неутрално за учесниците во изборната кампања од вториот круг. ТВ Алфа во неколку прилози позитивно ја вратуваше Коалицијата предводена од ВМРО-ДПМНЕ, а негативно коалициите предводени од СДСМ и од ДУИ. Во посебните информативни емисии, односно интервјуа и дебати најмногу интервјуа емитуваа ТВ 24 Вести (13), ТВ Алфа (13) и МРТ1 (11). ТВ Алсат-М и ТВ Сител интервјуата ги емитуваа во рамки на дневно информативните емисии, а ТВ Сител емитуваше и едно интервју во редовната утринска емисија. Поголем дел од интервјуата беа реализирани со експерти и аналитичари. Најмногу интервјуа со директни учесници во изборите/кандидати за градоначалници имаше ТВ Сител. Јавниот радиодифузен сервис и националните телевизии што емитуваа платено политичко рекламирање ја исполнија законската обврска во периодот на вториот круг од изборната кампања да информираат на начин прилагоден за лицата со сетилна попреченост преку – едно издание на вестите секој ден и едно издание на актуелно-информативна емисија неделно. Во вториот круг од Локалните избори, бесплатно политичко претставување емитуваше само Собранискиот сервис, околу 43 минути вкупно, на кандидатите од двете коалиции предводени од ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ. МРТ1 извести дека ниту еден кандидат не се одсвал на нивниот јавен повик за бесплатно политичко претставување, кој од 22 до 30 октомври 2025 година, бил емитиран по неколкупати дневно, а бил објавен и на веб-страницата на МРТ. Овој пат за изборниот молк, од први ноември цел ден и втори ноември до 19.00 часот, од страна на Агенцијата не беа констатирани прекршувања на Изборниот законик.

Претседателот на Советот м-р Сашо Стефановски му се заблагодари на директорот за исцрпното образложение и истакна дека извештајот е квалитетно изработен, при што е особено позитивно што не се констатирани прекршувања на Законот од страна на ниту еден радиодифузер.

Точка 3

Директорот д-р Зоран Трајчевски го образложи предложениот Извештај за емитираното платено политичко рекламирање за време на вториот круг од изборната кампања за Локалните избори, во периодот од 20 до 31 октомври 2025 година. Наведе дека Извештајот за емитираното платено политичко рекламирање (ППР) на програмите на радиодифузерите, за време на вториот круг од изборната кампања за Локалните избори 2025, во периодот од 20 до 31 октомври 2025 година, е подготвен врз основа на обврската од член 76-д став 8 од Изборниот законик. Во вториот круг на изборната

кампања, со оглед на тоа што во првиот круг во голем дел од општините веќе беа избрани градоначалници, освен во општина Шuto Оризари, во сите други општини беше завршен изборниот процес за избор на Советот, освен оние четири општини каде што немаше доволна излезност за изборниот процес да заврши, времето за ППР коешто го искористија политичките партии и коалициите, како и независните кандидати е помало во однос на првиот изборен круг. На сите 22 телевизии заедно беа емитувани вкупно 52 часа 56 минути и 15 секунди платено политичко рекламирање за Локалните избори. На сите 19 радија заедно беа емитувани вкупно 47 часа 34 минути и 31 секунда платено политичко рекламирање. Во вториот круг од изборната кампања за Локалните избори 2025 на телевизиите и радијата беа емитувани вкупно 100 часа 30 минути и 46 секунди платено политичко рекламирање. Од 9-те национални телевизии што склучија договори за емитирање ППР во вториот круг од кампањата, најголем обем рекламno време емитуваа ТВ Канал 5, ТВ Алсат-М и ТВ Алфа. Од 9-те регионални телевизии што склучија договори за емитирање ППР во вториот круг од кампањата, најголем обем рекламno време емитуваа ТВ Коха и ТВ ЕДО. Од 4-те локални телевизии што склучија договори за емитирање ППР во вториот круг од кампањата, најголем обем рекламno време емитуваше ТВ Ускана од Кичево, потоа ТВ Калтрина од Струга, ТВ Протел од Пробиштип, а најмал обем имаше ТВ Кочани. Од вкупно четири национални радија, три склучија договори за емитирање ППР, а најмногу рекламno време емитуваа РА Антена 5 и РА Канал 77, потоа РА Метрополис, додека РА Јон не емитуваше ППР во вториот круг. Од 8-те регионални радија кои склучија договори за емитирање ППР во вториот круг, најголем обем рекламno време емитуваа РА Сити и РА Клуб ФМ. Од 8-те локални радија кои склучија договори за емитирање ППР во вториот круг од Локалните избори, најголем обем рекламno време емитуваа РА Валандово и РА Кочани. Најкраткиот рекламен спот емитуван на радијата е со времетраење од 10 секунди, а најдолгиот рекламен спот беше со времетраење од 97 секунди, од нарачателот Коалиција Твоја Македонија, предводена од ВМРО-ДПМНЕ. На телевизија најмногу време закупија двете коалиции предводени од партиите ВМРО-ДПМНЕ и ДУИ – Коалицијата Твоја Македонија. Од учесниците во изборна кампања што се рекламираа на ТВ во вториот круг, најмалку време закупи Коалицијата ВЛЕН. На радио најмногу време закупија двете коалиции предводени од партиите ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ – Коалицијата Твоја Македонија. Од учесниците во изборна кампања што се рекламираа на радио, најмалку време закупи Коалиција ВЛЕН. Треба да се нотира дека во вториот изборен круг две политички партии, Знам и Левица, немаа можност да се рекламираат поради одредбите од Изборниот законик, односно во вториот изборен круг Коалицијата предводена од ВМРО-ДПМНЕ не отстапи време на политичката партија Знам за платено политичко рекламирање. Од двајцата кандидати поддржани од групи избирачи кои се рекламираа на радијата, повеќе време закупи кандидатот Горан Стојковски Диро од Куманово, и кандидатот Менди Ќира, којшто беше кандидат а сега е градоначалник во Струга. На крајот објасни дека во продолжение на извештајот се дадени табели со податоците за платеното политичко рекламирање кај 22 телевизии коишто емитува платено политичко рекламирање и 19 радија коишто исто така емитуваа платено политичко рекламирање. Овој извештај ќе биде доставен до Државната изборна комисија.

Претседателот Стефановски се изјасни дека извештајот е исцрпно подготвен, темелно разгледан од страна на Советот и дека е квалитетно изработен од службата.

Советот на Агенцијата едногласно го усвои Извештајот за емитуваното платено политичко рекламирање за време на вториот круг од изборната кампања за Локалните

избори 2025, во периодот од 20 до 31 октомври 2025 година, со текст како што беше предложен.

Согласно Роковникот на Државната изборна комисија за извршување на изборните дејствија, Извештајот за емитираното платено политичко рекламирање за време на вториот круг од изборната кампања за Локалните избори 2025 да се достави до Државната изборна комисија.

Секторот за поддршка на работата на директорот и на Советот, Извештајот за емитираното платено политичко рекламирање за време на вториот круг од изборната кампања за Локалните избори 2025, во периодот од 20 до 31 октомври 2025 година, да го објави на веб-страницата на Агенцијата.

Точка 4

Директорот д-р Зоран Трајчевски ја образложи предложената одлука за исплата на надоместок поради смрт на член на потесното семејство на вработен во Агенцијата. Посочи дека, согласно Законот за работни односи и Колективниот договор на Агенцијата, се предлага Советот да ја донесе одлуката за исплата на парична помош по овој основ.

Советот на Агенцијата едногласно даде одобрување за исплата парична помош - надоместок за смрт на член на потесното семејство – родител (мајка), на вработен во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, во износ од две просечни месечни нето-плати во Република Северна Македонија, односно 90.704,00 (деведесет илјади и седумстотини и четири) денари.

Средствата се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2025 година.

Точка 5

Разно

Немаше дискусија по точка „Разно“.

Агенција за аудио и аудиовизуелни
медиумски услуги
претседател на Советот,

м-р Сашо Стефановски