

**Годишен извештај на органите на државната управа за напредокот на состојбата на еднаквите можности за жените и мажите**


**1. ОСНОВНИ ИНФОРМАЦИИ**

<b>Орган на државна управа (назив)</b>	Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги
<b>Изработил (име, презиме и функција)</b>	Емилија Петреска - Камењарова, раководителка на Одделението за човекови права и медиумска писменост во Секторот за програмски работи (координаторка) Сашо Богдановски, виш соработник во Одделението за човекови права и медиумска писменост во Секторот за програмски работи (заменик-координатор)
<b>Период на известување</b>	01.01. - 31.12.2019 година
<b>Датум на поднесување на извештајот</b>	30.03.2020

**Одговорно лице кој го одобрува извештајот и ја потврдува неговата веродостојност**

Датум, 30.03.2020 година

Име и презиме **д-р Зоран Трајчевски, директор**  
на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

Потпис 

(Одговорно лице во органот на државна управа)

**Датум на прием на извештајот во Министерство за труд и социјална политика**

\_\_\_\_\_

Име Презиме (на службеникот од Сектор за еднакви можности кој го примил извештајот)

Потпис

**2. НАВЕДЕТЕ ГИ СПРОВЕДЕНИТЕ АКТИВНОСТИ КОИ СЕ СОГЛАСНО ЗАКОНОТ ЗА ЕДНАКВИ МОЖНОСТИ НА ЖЕНИТЕ И МАЖИТЕ:**

**2.1. Преземени основни и посебни мерки согласно чл. 5, 6 и 7 од ЗЕМ (заокружете)**

**А) Позитивни**

**Б) Охрабрувачки**

**В) Програмски**

- Почнувајќи од 2012 година наваму, Агенцијата спроведува Годишни анализи на родовите прашања и на начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во програмите на националните телевизии, што е нејзина законска обврска. Нивната цел е да ја подигнат свеста кај медиумските професионалци и јавноста воопшто, за тоа зошто е потребно да се известува за родови теми и за важноста на родовата перспектива како аспект при новинарската обработка на актуелните општествено-политички, економски, социјални и други прашања, како и за да се надминат стереотипите во претставувањето на жените и мажите.

- Агенцијата самоиницијативно прави и годишни анализи на родовата структура на вработените во радиодифузијата, како и на родовата структура на сопственоста на телевизиите и радијата, зашто за остварување на погоре споменатите цели важно е и како е распределена моќта зад екранот т.е. на различните нивоа на креирање уредувачки политики, носење уреднички одлуки и нивно спроведување.

**2.2 Мерење на успешност на мерката (наведете кратки информации-показатели кој е резултатот со спроведувањето на оваа мерка):**

Во 2019 година, Агенцијата се одлучи анализите на родовите прашања и на начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите да ги спроведе врз програмите за деца емитувани на националните телевизии. Ова е прво истражување од ваков вид во замјава, а целта е да се види дали/на какви родови стереотипи се изложени децата, односно под какво медиумско влијание се младите личности во периодот од животот кога всушност се создаваат основите на нивниот светоглед. За жал, како што ќе се види подолу, наодите не се многу позитивни (види точка 5.1 од извештајот).

**2.3. Дали имате предвидено показатели/индикатори за мерење на успешноста и напредокот (Ве молиме наведете само аутпут индикатори<sup>1</sup>):**

Ваквиот тип на индикатори (количина на стоки или услуги, опфатени жени и мажи) е неприменлив за анализите што ги изработуваме.

**2.4. Доколку имате документи и прилози кои зборуваат за напредокот, ставете ги во прилог на извештајот**

Информациите за сите активности и резултати на Агенцијата се достапни на посебниот дел за Родот и медиумите на веб страницата на АВМУ, т.е. на линкот: <https://avmu.mk/rodot-i-mediumite-art/>

**3. НАВЕДЕТЕ ГИ ПРЕЗЕМЕНИТЕ ИНИЦИЈАТИВИ ВО ИЗВЕШТАЈНИОТ ПЕРИОД:**

**3.1. Преземени иницијативи за инкорпорирање на принципот на еднакви можности на жените и мажите во стратешкиот план и буџетот на органот на државната управа (ОДУ), согласно член 11 од ЗЕМ:**

Во Буџетот на Агенцијата за 2019 година, беа алоцирани доволно средства за реализирање на предвидените активности (детали за средствата има во одговорот на прашањето 5.1).

<sup>1</sup> *Аутпут индикаторите* ја мерат количината на стоки или услуги кои се добиваат со реализација на активностите од одделните програми, или пак број на жени и мажи опфатени со одделни програми. Пример за аутпут индикатор е број на мажи/жени опфатени со здравствените програми, број на жени опфатени со програмата за субвенционирање на земјоделството, број на жени од таргет група 24-49 години опфатени со Активните програмни мерки за вработување и др. Преземено од *Насоки за подготовка на предлог буџетска пресметка*, Министерство за финансии, [http://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/OP\\_2012.pdf](http://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/OP_2012.pdf)

**3.2. Мерење на успешност на иницијативата (наведете кратки информации-показатели кој е резултатот со спроведувањето на оваа иницијатива):**

Активностите предвидени со Оперативниот план за спроведување на активности на АВМУ за 2019 година од Националниот план за Акција за родова еднаквост (2018-2020) се реализирани, но со поместување на некои од роковите.

Реализацијата на анализите на родовите прашања и прикажувањето на жените и мажите, која беше предвидена за третиот квартал од 2019 година, се случи подоцна од предвиденото поради објективни причини. Имено, јавната набавка за ангажирање економски оператор којшто ги има потребните квалификации за да реализира родова анализа на програмите за деца беше навреме спроведена, но првиот пат беше неуспешна бидејќи единствената понуда што беше поднесена беше неприфатлива поради тоа што понудената цена беше повисока од предвиденото. Јавната набавка беше спроведена по вторпат и тогаш беше избран Институтот за истражување на општествениот развој РЕСИС којшто достави нацрт-извештај до 31 декември 2019 (според роковите предвидени во Договорот). Оттаму, и јавната презентација, којашто беше првично предвидена за последниот јавен состанок на АВМУ за декември 2019, беше поместена за првиот јавен состанок на АВМУ кон крајот на март 2020 година, но тој беше одложен поради пандемијата на коронавирусот. Презентацијата ќе биде реализирана по завршувањето на вонредната состојба во земјава.

Агенцијата спроведе и други активности, кои не беа предвидени во Оперативниот план, за што повеќе информации има во делот 5.1 од овој извештај.

**3.3. Дали имате предвидено показатели/индикатори за мерење на успешноста и напредокот (пример за индикатор)**

Не е применливо

**3.4. Доколку имате документи и прилози кои зборуваат за напредокот, ставете ги во прилог на извештајот:**

Не е применливо

**4. СОРАБОТКА СО ДРУГИ ОРГАНИЗАЦИИ И БАЗА НА ПОДАТОЦИ:**

**4.1. Наведете ги активностите за унапредување на еднаквите можности на жените и мажите кои Вашата институција ги реализирала во соработка со социјалните партнери и невладините организации активни на полето на еднаквите можности на жените и мажите?**

Во 2019 година, Агенцијата преку јавна набавка го ангажираше Институтот за истражување на општествениот развој РЕСИС чиј експертски тим ја реализираше Анализата на родовите аспекти во програмите за деца на националните терестријални телевизии.

На работилницата/дебатата со медиумските работници (и со други релевантни чинители) одржана на 25 декември на четвртиот јавен состанок на АВМУ за 2019 година свои презентации имаа Коалицијата Маргини и Хелсиншкиот комитет за човекови права.

**4.2. Дали базата на податоци со која располага ОДУ е разделена по пол?**

**а) база на податоци која се однесува на човечки ресурси**

Во системот за човечки ресурси на Агенцијата, при секое внесување на вработениот, се означува и полот.

Состојбата по пол и звање во 2019:

Структура на вработени во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги по пол и звање 2019 година			
Звање	Мажи	Жени	Број на вработени
Директор	1	/	1
Раководител/ка на Сектор	2	4	6
Помошник раководител/ка на сектор	/	1	1

Раководител/ка на служба	1	1	2
Раководител/ка на одделение	3	5	8
Виш/а соработник/чка	6	9	15
Соработник/чка	6	9 <sup>2</sup>	15
Помлад/а соработник/чка	2	1	3
Виш/а референт/ка	/	2	2
Референт/ка	/	/	/
Помлад/а референт/ка	/	1	1
Работник/чка во кујна; возач/ка; доставувач/ка; работник/чка на пријавница и домар/ка	3	2	5
Вкупно	24	35	59

\* приложете документ со преглед на човечките ресурси поделени по пол (вкупен број на вработени, по звање)

б) база на податоци која се однесува на програмскиот дел (опфат на корисници по пол од одредени програми, услуги, мерки итн.)

\* приложете документ со краток опис на програма/услуга и податоци разделени по пол за предвидени корисници, целни групи, и податоци разделени по пол за опфатени корисници, целни групи итн.

Не е применливо

## 5. РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ И ПОСТИГНАТИ РЕЗУЛТАТИ СОГЛАСНО СТРАТЕШКИТЕ ДОКУМЕНТИ ОД ОБЛАСТА НА РОДОВАТА ЕДНАКВОСТ:

5.1. Наведете кои се вашите обврски согласно Стратегијата за Родова Еднаквост (СРЕ), Националниот план за акција и оперативниот план за годината за која се известува.

Опишете според:

а) Постигнати резултати

б) Реализирани активности

в) Индикатори за мерење успешност

г) Потрошени средства за реализирани активности од областа на родовата рамноправност и извор на средства

Во Стратешката цел 3: 3.1 Унапредување на културата за родово сензитивно известување во медиумите од Националниот план за акција и Оперативниот план на АВМУ за 2019 година, Агенцијата е одговорна институција за :

А. Спроведување анализи на родот и родовите перспективи во телевизиските програми на националните телевизии (вклучувајќи го јавниот сервис МРТ) - законска обврска на регулаторното тело која произлегува од член 17 на Законот за еднакви можности на жените и мажите,

Б. Организирање напредна обука за родово одговорно буџетирање за дел од вработените во Стручната служба на Агенцијата

В. Организирање обуки и јавни дебати со медиумските работници и со други засегнати страни за родовата рамноправност и за родово сензитивното известување,

Г. Спроведување промотивни активности од страна на надлежните тела кои постапуваат по претставки од граѓаните по основа на дискриминација,

Освен ова, АВМУ реализира и други активности кои не се предвидени во плановите како што е:

Д. Обезбедување родово разделени податоци за структурата на сопственоста и на вработените во аудио и аудиовизуелната индустрија (согласно член 18 од Законот за еднакви можности на жените и мажите и други активности),

Ѓ. Други активности

<sup>2</sup> На две од овие десет соработнички во текот на 2019 година им престана работниот однос во Агенцијата поради изминување на времето за кој е склучен договорот.

#### **А. Спроведување анализи на родот и родовите перспективи во телевизиските програми на националните телевизии**

Во Програмата за работа на Агенцијата за 2019 година, во делот за Поттикнување на слободата на изразување и на слободата на медиумите, е предвидено реализирањето на анализите на родовите прашања и на начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во програмите на радиодифузерите.

Во Буџетот на АВМУ за 2019 година беа издвоени доволно средства (600.000,00 денари) за јавна набавка преку која, за нивната реализација беше ангажиран Институтот РЕСИС.

Родовата анализа од 2019 година е оригинална и претставува прво квантитативно, но уште поважно, квалитативно завлегување во родовите прашања и претставувањето на мажите и жените во програмите за деца во земјава. Примерокот опфати два ТВ канала на Јавниот радиодифузен сервис (МРТ1 и МРТ2 – Програма на албански јазик), како и телевизиските канали со национална покриеност (ТВ Алфа, ТВ Канал 5, ТВ Сител, ТВ Телма и ТВ Алсат М – на албански јазик). Анализирани беа сите емисии за деца емитувани во периодот од 15 септември до 15 октомври 2019 година, односно 520 емисии од домашно и странско производство, со траење од повеќе од 200 часа, при што родовата анализа беше спроведена врз 4553 лика од кои 2657 беа женски, 1842 беа машки, а кај преостанатите немаше родови обележја. Овие податоци беа добиени со употреба на анализа на содржина (истражувачка техника која дава квантитативни и квалитативни показатели), како и со примена на дискурзивна и на тематска анализа (чисто квалитативни истражувачки техники).

Заклучоците од истражувањето покажуваат дека:

Генерално, Јавниот сервис, води планирана и осмислена програмска политика во однос на детската популација, но оваа констатација многу повеќе важи за МРТ1 отколку за МРТ2 Програма на албански јазик, зашто на овој сервис програмата за деца само делумно го има потребниот вариетет. Притоа:

1. Емисиите за деца на МРТ1 кои според својот жанр се *наратив/играна приказна (Македонски народни приказни и Си било еднаш)*, се целосно свртени кон рецидивни општествени вредности карактеристични за патријархалните општества. Во неа, покрај нумеричката супериорност (има видливо повеќе машки од женски ликови во емисиите), има и јасна разлика на карактеристиките на машките и женски ликови, бидејќи машките ликови, спротивно на женските, добиваат карактеристики кои може да се сметаат за супериорни општествени маркери, односно тие се конструирани и претставени како *помудри, посилни и поактивни* од женските ликови, кои пак се *поплиткоумни, покревки и попасивни*. Исто така, машките ликови во драмското дејствие се најчесто во доминантна позиција, а женските во подредена. Ова се должи на емисиите кои се обидуваат да подражаваат општествена поставеност карактеристична за деветнаесеттиот век, какви што се *Македонски народни приказни*. Нивните наративи, на публиката ѝ се претставуваат како *историски артефакти* – „брендот“ *Македонски народни приказни* изгледа како да е дел од колекциите на собирачите на македонски умотворби како Цепенков, но всушност тоа се нови сценарија кои го подражаваат тој деветнаесеттовековен општествен етос. А во таа општествена поставеност, како и во сериите на МРТ1 устроени како *наратив/играни приказни*, жените се исклучиво домаќинки и го окупираат приватниот домен, а мажите се најчесто поседници (капиталисти) или работници кои сепак го окупираат јавниот домен. Во таа поставеност, бракот е бесспорно хетеронормативна категорија, што не дозволува отстапувања што може да има импликации врз родовиот аспект на конструираниот светоглед кај младата популација. Во извесна, иако видливо помала мера, ова важи и за емисијата *Си било еднаш*, која инспирацијата ја влече од веќе интернационализирани наративи какви што се приказните на Браќата Грим или на Ханс Кристијан Андерсен.

2. На МРТ2 Програмата на албански јазик, анализата покажува дека програмите од домашно производство кои по жанр се *наратив/играна приказна* најчесто се базираат на интернационализирани наративи какви што се на пример приказните на Браќата Грим или на Ханс Кристијан Андерсен и тие со себе носат и општествен етос кој не е сензитивен за современите прашања на родовата еднаквост и недискриминација. Дополнително, карактеристично за МРТ2 Програма на албански јазик, е што програма од типот *наратив/играна приказна* е расцепкана и концепциски исклучително слаба, поради што и ликовите кои се дел од нејзиното дејствие не нудат доволно информации за да се направи подетална анализа.

3. Програмата од странска продукција на МРТ1 и МРТ2, структурирана како *наратив/играна приказна*, не води сметка за можниот конзументистички притисок на програмата за деца, што секако има и родови импликации. Анимираните серии *Лалалупси* (емитувана и на двата канала) и *Гормити* (емитувана на МРТ2) се мултиплатформски комерцијални производи кои, покрај телевизиските серии, имаат франшиза и за производство на кукли, видео игри, детска школска опрема и слично. Двете серии од родов аспект се

интересни затоа што едната (*Лалалупси*) е наменета исклучиво за девојчиња и во неа доминираат женски ликови, а втората (*Гормити*) за момчиња и, соодветно, во неа доминираат машки ликови. Иако првата руши повеќе стереотипи, особено во поглед на избор на интерес, хоби или професија за девојчињата, сепак и таа не ја надминува доминантната тенденција во програмите на македонските радиодифузери - женските ликови и учесници да се асоцираат доминантно со некаков перформативен интерес како - танцување, балет, пеење и сл. Од друга страна, серијата *Гормити* изобилува со нагласено маскулинизирани претстави за машкото од еден имагинарен универзум во кој нема женски супер – херои.

4. Музичките емисии на МРТ1 (на пример *Топ лист Супер Свезда*) покажуваат дека женските музички настапувачи бројно доминираат во неа – девојчињата и во овој случај се повеќе присутни во перформативните уметности што бараат сценски настап. Музичките програми на МРТ2 Програма на албански јазик во анализираниот период - се ретки. Анализата на темите на детските песни според полот на настапувачите го покажува следново: Во детските теми кај песните што ги пеат девојчињата доминира темата семејна љубов – како љубов меѓу мајка и ќерка или меѓу сестри и сл. Но, високо место заземаат темите кои се занимаваат со слава, мода или физичка убавина. Кај темите кои одговараат на настапувачи кои се влезени во тинејџерски години пак, доминираат текстови кои се занимаваат со хедонизам, забава и романтична љубов. Кај машките настапувачи, покрај темите поврзани со романтична љубов, проминентно место имаат теми во кои машките настапувачи се претставени како „фраери“ и освојувачи на женското внимание – класичен маскулинистички конструкт, односно машките и женските во текстовите на песничките се вклопени во типични родови улоги во кои женските се умни, мирни и помагачи на мајката во приватниот домен, а машките се силни, ориентирани кон спортот, па дури и агресивни.

На Јавниот радиодифузен сервис му се препорачува:

- Да работи на зајакнување на квалитетот на целата програма за деца така што ќе посвети внимание на вклучување на принципите на родовата еднаквост и недискриминација во сите емисии за деца.
- Како целина треба да работи на поголема интеграција на редакцијата за образовна програма – на тој начин заштедувајќи ресурси ќе може да овозможи поквалитетна програма за деца на двата канали. За ова може да помогне и планираното востановување нов програмски сервис специјализиран за детска програма.
- Создавањето на емисиите од домашна продукција и изборот на емисиите од странска продукција, треба да се прави со учество на експерти по развојна психологија и експерти за родови прашања.
- Да го сведе присуството на родовите улоги карактеристични за етосот од 19 век на минимум и да биде присутен во телевизиски верзии на оригинални македонски или странски приказни оригинално создадени во тој период.
- Истовремено, да има повеќе емисии кои ќе ги прикажуваат родовите улоги, рамноправноста меѓу половите (и во јавната и во домашната сфера) и воопшто родовите прашања, на начинот на којшто нив ги третираат и градат современите прогресивни демократии во светот денес.
- Да води сметка за комерцијалниот ефект што можат кај децата да ги имаат емисиите што ги купува или продуцира.
- Исто така, во емисиите да не се форсираат митовите за женската и за машката убавина, односно телесните претстави на ликовите да не бидат оние на коишто инсистира потрошувачкото општество, а коишто е всушност тешко или невозможно да се достигнат/одржат и зад чие наметнување се крие настојувањето од мали нозе да се развие потрошувачка на производите и услугите што (лажно) ветуваат дека ги прават идеалните телесни пропорции достижни.

Кај приватните терестријални телевизии на државно ниво не постои осмислен или внимателен уредувачки пристап во изборот на емисии наменети за различни возрастни сегменти на малолетната публика при што има многу помалку емисии за деца. Така, најмногу емисии за деца има на ТВ Сител, следува ТВ Канал 5, ТВ Телма имаше само неколку изданија на една емисија, што во извесна мера важи и за ТВ Алсат М, а ТВ Алфа во анализираниот месец воопшто немаше емисии за деца.

Родовата анализа покажа дека

1. Програмата со структура на *наратив/играна приказна* од домашно производство на ТВ Сител (*Ајде дедо кажи уште една* и *Македонски стари приказни*) и ТВ Канал 5 (*Македонски приказни* и *Авантурите на Итар Пејо*) целосно го усвојува маскулинизираниот патријархален етос типичен за 19 век зашто емисиите се така направени што оставаат впечаток дека се филмувани верзии на стари македонски приказни и легенди. Но, под површината е видливо дека овие емисии се всушност базирани на делумно или целосно нови сценарија кои се претставуваат како македонски народни приказни или како елементи од народниот фолклор поврзани со собитијата во кои е вpletкан Итар Пејо. Ова има длабоки родово релевантни последици бидејќи, подражавајќи ја општествената поставеност на деветнаесеттиот век, овие програми на децата им пренесуваат пораки за

патријархален, фалочентричен, хетеронормативен поредок како норма за родовите улоги според кои местото на жената е во домот, а на мажите во јавниот домен (независно од тоа која е нивната класна позиција), како и за семејната заедница. Ова, е показател за доминација на машките ликови во дејствието која повремено во македонските приказни на овие две телевизии се претвора во отворено физичко насилство, што е недозволиво за програма која ја гледаат деца. Дополнително, во емисиите како *Авантурите на Итар Пејо* (емитувана на ТВ Канал 5) има широко распространета мизогинија и стигматизирачка хомофобија, како што е покажано со дискурзивната анализа на епизодата *Обратниот Заптија*.

2. Кај дел од емисиите структурирани како *наративи/играни приказни* од странска продукција емитувани на ТВ Канал 5 и ТВ Сител, има очигледно високо ниво на сексуализација на женските и машките ликови. *Винкс клуб*, серијата емитувана на ТВ Канал 5, е типичен пример за тоа и визуелната анализа која е дел од овој текст тоа јасно го покажува – сексуализацијата на женското е конструирана преку изборот на продуцентите женските супер - херои од серијата да ги конструираат според нормираниот „очекуван“ физички изглед на женското тело според идеалните пропорции и отсуство на несовершености. Дополнително, машките ликови се маскулинизирани и физички моделирани така што да одговараат на имагинарната, но во суштина исклучително тешко достижна телесна линија, како модел кој момчињата би требало да го следат.

3. На ТВ Телма (*Горе долу сите сме еднакви со – Ивце Пивце*) и на ТВ Алсат М (*Младите лидери и Готвите Мјау*), во анализираниот период беа емитувани емисии за деца што жанровски се структурирани како конверзациски или хибридни емисии.

Емисијата *Горе долу сите сме еднакви со – Ивце Пивце* на ТВ Телма, како и отсуството на друга програма за деца, укажува на тоа дека Телевизијата нема изградено програмска стратегија со која на соодветен начин би ја привлечла, образувала, информирала и забавувала младата популација. Не само што фреквенцијата на емисии за деца на оваа национална телевизија е незначителна, туку и во онаа што ја има, демонстрира отсуство на грижа за квалитетот на содржината за деца. Од родов аспект, Телевизијата се чини воопшто не ги зема предвид дискурзивните ефекти кои ги произведува програмата што таа ја емитува.

На ТВ Алсат М емитувани се само две детски серии – првата е мултикултурната конверзациска програма *Младите лидери*, од домашна продукција наменета за деца од училишна возраст, а втората е *Готвите Мјау*, продуцирана во Србија и наменета за деца од претшколска возраст. И двете серии се од ниска продукциска вредност, со елементарна структура која не обработува подлабоки теми релевантни за младата популација. Оттаму, од анализата не можат да се извлечат и некои побитни наоди поврзани со родовите аспекти во овие емисии. Малата фреквенција емисии наменети за малолетната публика и нивните содржински карактеристики даваат основа да се заклучи, за периодот во кој е правена анализата, дека и ТВ Алсат М не ја осмислила на сериозен и соодветен начин програмската политика во однос на младата публика и не обезбедила диверзитет на детската програма - како во поглед на целната публика така и во поглед на функцијата на програмите.

Препораките за приватните телевизии се:

- Во рамките на својата уредничка независност при креирањето на уредувачката политика и на програмската шема, да обрнат поголемо внимание на осмислувањето на содржини наменети за децата, што е за нив важно и од стратешки аспект на придобивање сопствена публика уште од раната возраст.
- При создавањето програма (сопствена или во копродукција) и при купувањето емисии од домашни или странски продуценти, да водат сметка родовите улоги да бидат одраз на современото настојување за целосна рамноправност меѓу половите и во јавната и во домашната сфера, како и да посветат внимание на тоа дека сите родови прашања треба да бидат обработени без стереотипи или дискриминација.
- Во емисиите да не се перпетуираат митовите за женската и машката убавина, односно барањата на потрошувачкото општество за форсирање изгледи на женското и на машкото тело кои е тешко или невозможно да се достигнат, за што сведочат голем број истражувања и студии.
- Во емисиите за деца, насилството да не биде претставено како прифатливо однесување или решение во проблематични ситуации.

## **Б. Организирање напредна обука за родово одговорно буџетирање за дел од вработените во Стручната служба на Агенцијата**

- Во 2019 година, вкупно седуммина вработени во Стручната служба на Агенцијата учествуваа во обуката за Вклучување на родовата перспектива во процесот на креирање на политиките, која ја организираше МТСП. Интересот кај вработените беше толкав што беше обезбедено учество во двата циклуси (пролетта и есента).

-Освен ова, две претставнички на регулаторното тело беа активни учеснички во менторската програма „Жени за жени во јавниот сектор“ – едната како менторка, а другата како менторирана. Станува збор за програма за поттикнување на професионалниот развој и лидерство на жените во јавниот сектор, во вид на Менторска програма наменета за жени во редовен работен однос во државните институции во земјата, организирана од Мисијата на ОБСЕ во Скопје и Министерството за труд и социјална политика.

#### **В. Организирање обуки и јавни дебати со медиумските работници и со други засегнати страни за родовата рамноправност и за родово сензитивното известување.**

На 25 декември, четвртиот јавен состанок на Агенцијата, беше реализиран како работилница и дебата за различни аспекти на родот во медиумите. Како основа за дебата, на присутните им беа презентирани три документи:

Организацијата Коалиција Маргини го презентираше „Водичот за новинари: Етичко известување за трансродовите лица и прашањата кои ги засегаат“, чија цел е да биде главен извор на новинарите кои сакаат да обработуваат медиумски прилози за трансродовите лица на јасен и разбирлив начин. Публикацијата, која е подготвена од организацијата Transgender Europe, со поддршка на Програмата за права, еднаквост и државјанство на Европската Унија, дава практични насоки за начинот на кој треба да се пишува за трансродовите лица или за прашањата кои ги засегаат.

Претставничка на Хелсиншкиот Комитет за човекови права ги пренесе резултатите од анализата за начинот на известување на медиумите за манифестацијата „Скопје Прајд 2019“. Генералната оценка е дека телевизиите, печатените медиуми и најголем дел од релевантните интернет медиуми во земјава, коректно и професионално информираа за „Скопје Прајд 2019“. Сепак, беше посочено дека во дел од медиумското известување изостана отворена осуда на говорот на омраза и дискриминацијата врз основа на сексуалната ориентација и родовиот идентитет.

Претставничка на АВМУ ги презентираше резултатите од анализата на АВМУ за застапеноста на родовата структура во сопственоста кај телевизиите и радијата во декември 2019 година (повеќе детали за оваа анализа има во точка 5.1 под Д).

#### **Г. Спроведување промотивни активности од страна на надлежните тела кои постапуваат по претставки од граѓаните по основа на дискриминација,**

Агенцијата редовно и навремено одговара на сите претставки и поплаки упатени до неа, кои заедно со одговорите ги објавува во посебен дел од на својата веб страница (секако почитувајќи ги правилата за заштита на личните податоци). Тие се дел и од извештаите што директорот на Агенцијата ги поднесува на секој од кварталните јавни состаноци што ги одржува регулаторното тело.

#### **Д. Во 2019 година, Агенцијата изработи и анализа на родовата структура на сопственоста кај телевизиите и радијата во РСМ,**

Податоците од оваа анализа, во која првпат се опфатени сите радија и телевизии и направен е увид и во крајните сопственици на правните лица што поседуваат радиодифузери покажаа дека постои „стаклен плафон“, односно дека жените се помалку застапени во сопственоста на телевизиите и радијата.

Така, вкупно 68 телевизии и радија беа во целосна сопственост на мажи (28 ТВ и 40 РА), 23 телевизии и радија беа во целосна сопственост на жени (3 ТВ и 20 РА), 6 телевизии и радија беа во сопственост на жени и мажи (4 ТВ и 2 РА), една телевизија беше во сопственост на маж и правно лице; една телевизија беше во сопственост на жена и правно лице и една телевизија беше во сопственост на маж, жени и правно лице.

Вкупно 20 телевизии и радија беа во сопственост на правни лица (10 ТВ и 10 РА), а анализата на сопственоста на овие правни лица покажа дека: кај 7 телевизии и радија - крајни сопственици на медиумот и на правните лица беа мажи (5 ТВ и 2 РА), кај 2 радија - крајни сопственички на медиумот и на правните лица беа жени, кај 5 телевизии и радија во правните лица кои беа сопственици на медиумите свој удел имаа жени и мажи (4 ТВ и 1 РА), кај 2 телевизии и радија - мажите поседуваа дел од правните лица кои беа сопственици на медиумите (1 ТВ и 1 РА) и 4 радија беа во сопственост на непрофитни организации (3 универзитети и 1 здружение).

Инаку, оваа анализа е дел од поголема мета-анализа во која се вклучени и податоците за родовата структура на вработените во аудио и аудиовизуелната индустрија, а која ќе биде отпечатена и промовирана во текот на 2020 година.



**Г. Други активности:** Активностите на регулаторното тело на полето на родовата еднаквост и воведувањето на родот во главните општествени токови, се препознаени и од другите субјекти во општеството.

Имено, претставници на Агенцијата учествуваа во активности поврзани со родовите прашања во земјава, организирани од Собранието. Така, претставници на АВМУ учествуваа на јавната расправа во врска со Годишниот извештај за спроведување на Стратегијата за родова еднаквост за 2017 година, организирана во рамки на 9-та седница на собраниската Комисија за еднакви можности на жените и мажите; потоа АВМУ учествуваше на расправата за претставување на Годишниот извештај за спроведување на Стратегијата за родова еднаквост за 2018 година во Собранието; исто така, Агенцијата учествуваше на средба со граѓанските организации, организирана во рамките на Неделата на женски права и родова еднаквост, на која се говореше за досегашната соработка и идните предизвици. Во септември, на покана од Националниот демократски институт, претставничка на Агенцијата беше панелистка на тркалезната маса: „Како медиумски се покриваат политичарките и како да го елиминираме говорот на омраза упатен кон жените во политиката“. Настанот се одржа во рамки на Неделата на женски права и родова еднаквост што ја организираа НДИ, УСАИД и ОБСЕ.

Заменикот-координатор за еднакви можности беше претставник на Агенцијата во Работната група за превенција во рамките на подготовката на Предлог-закон за родово базирано насилство, и активно учествуваше во сите фази на подготовката на предлог-текстот на законот (давање предлози за конкретни одредби, учество на средби на кои се разгледуваа верзиите на предлог-законот и забелешки и сугестии за подобрување во фазата на финализирање и на јавна расправа за документот).

Регулаторното тело беше активно во изработката на извештајот на РСМ за имплементацијата на Пекиншката декларација. Најпрвин беше подготвен текст како придонес кон извештајот, а потоа, координаторката и заменик-координаторот за еднакви можности активно учествуваа на Работилницата „Резултати од и Платформа за акција во Република Северна Македонија+25“, на која се разгледуваше првата верзија на Нацрт-извештајот по прашалникот за Пекинг+25.

Како и секоја година, и овојпат, до Министерството за труд и социјална политика, беше доставен Годишниот извештај од АВМУ за напредокот на состојбата на еднаквите можности за жените и мажите за 2018 година, изработен од координаторката и заменикот-координатор за еднакви можности во Агенцијата. Тие, подоцна во текот на годината, учествуваа на состанок по повод претставувањето на резултатите за Родов индекс на РСМ, а на крајот од годината пак, беа дел и од Работилницата за разгледување на препораките на Комитетот за елиминација на сите форми на дискриминација врз жените (CEDAW).

Исто така, претставници на Агенцијата учествуваа и во активности поврзани со работата на меѓународни субјекти. Во јуни, тие учествуваа на работилница за Планот за родова акција на Европската комисија што ја организираа Фондацијата Kvinna till Kvinna (Жена за жена) и Реактор - Истражување во акција, со поддршка од Европската Унија, како и на Конференцијата „Интегрирање на родовата перспектива во процесите на ЕУ интеграција - вклучување на женските граѓански организации“, во рамки на проектот „Родово рамноправна ЕУ интеграција - градење капацитети на женските граѓански организации“, во организација на фондацијата Kvinna till Kvinna и Реактор - Истражување во акција. Координаторката за еднакви можности пак, беше поканета како модераторка на две сесии на Конференцијата „Улогата на жените во сочувувањето на мирот и безбедноста/Резолуција 1325 основа за акција“. Дводневната Конференција беше организирана од НЕКСУС Граѓански концепт, Институтот за родови студии при филозофскиот факултет УКИМ во Скопје, НАТО Јавна дипломатија од Брисел, Белгија и ЦИВИКА Мобилитас.

Во мај, Агенцијата го пополни онлајн прашалникот од Советот на Европа во врска со Препораката ЦМ/Рец(2013)1 на Комитетот на министри на Советот на Европа за родова еднаквост во медиумите, а чија цел беше да се утврди дали и како се спроведува оваа препорака. Претходно, регулаторното тело на Министерството за труд и социјална политика, му обезбеди податоци од својот домен на работа за да може Министерството да го одговори прашалникот од свој аспект.

На крајот од годината, до Министерството за труд и социјална политика беа доставени Оперативниот план за 2020 година за реализирање на Акцискиот план за спроведување на Конвенцијата за спречување и борба против насилството врз жените и домашното насилство 2018-2023 (Истанбулска Конвенција) и Оперативниот план за 2020 година за спроведување на Националниот план за акција за родова еднаквост 2018-2020.

Исто така, во рамки на Деновите на медиумска писменост 2019, во ноември, Агенцијата даде поддршка за презентација на „Извештајот од мониторингот: Родовиот баланс во известувањето кај медиумите во државава“ на ЖГИ Антико.

**5.2. Дали надлежностите и задачите на координаторот и заменик-координаторот конкретно се утврдени во актот за систематизација на работните места во органите на државната управа?**

Да

**5.3. На кои обуки во текот на извештајниот период координаторот и заменик координаторот имаат присуствувало?**

/

**5.4. Во рамките на целосниот период на извршувањето на функцијата, наведете кои обуки (наведете тематски родова еднаквост и анти-дискриминација, трговија со луѓе, семејно насилство, родова еднаквост и социјална заштита итн.) имаат посетено:**

а) координаторка за еднакви можности

- EU Directives – Main Requirements and effective Implementation (June 2016)
- Gender Equality – Key Concepts and the Relevance to the work of Ministries (June 2016)
- Основна обука за родова сензибилизација, посебна обука за Стручната служба на АВМУ одржана од Секторот за еднакви можности во Министерството за труд и социјална политика (февруари, 2018),
- Обука за изработка на Оперативен план за спроведување на активности од Националниот план за Акција за родова еднаквост 2018-2020 (јуни 2019).

б) заменик координатор за еднакви можности

- EU Directives – Main Requirements and effective Implementation (June 2016)
- Gender Equality – Key Concepts and the Relevance to the work of Ministries (June 2016)
- Основна обука за родова сензибилизација, посебна обука за Стручната служба на АВМУ одржана од Секторот за еднакви можности во Министерството за труд и социјална политика (февруари, 2018),
- Обуката за родовите аспекти на проценка на влијанието на регулативите. Тренингот беше дел од проектот: „Родово рамноправна ЕУ интеграција? – градење капацитети на женските граѓански организации“, кој е спроведуван од Фондацијата Жена за жена (Фондација Kvinna till Kvinna) и Реактор – Истражување во акција (септември 2019).

**5.5. Како добиените знаења се понатаму пренесени во Вашиот ОДУ, дали имате воспоставено метод или систем на пренесување на знаења (пренесување на информации, споделување на материјали, држење на кратки сесии за пренесување на знаења на колеги итн.)**

За споделување на информациите се користат два начини: Едниот се јавните состаноци на АВМУ на кои се презентираат резултатите од работата на родовите прашања на регулаторното тело и на други субјекти, а другиот е споделувањето на материјалите од поминати обуки (таму каде што тоа е можно). Во 2019 година, за првиот начин беше искористен четвртиот јавен состанок одржан на 25 декември (види точка 5.1 од овој извештај под В). Вториот начин беше искористен за споделување на материјали користени при обуката за Вклучување на родовата перспектива во процесот на креирање на политиките (види точка 5.1 од овој извештај под Б).

**5.6. Колку и кои иницијативи (предлог закони, предлог стратегии, предлог информации до влада, предлог акциски планови, предлог буџети, предлог стратешки планови) координаторот и заменикот координатор за еднаквите можности на жените и мажите имаат доставено до ОДУ?**

Агенцијата продолжи и во 2019 година да го третира родот како аспект на медиумската писменост, (согласно Препораката ЦМ/Рец(2017)9 за родова еднаквост во аудиовизуелниот сектор која Комитетот на министри на Советот на Европа ја усвои на 27 септември 2017 година) и на сите настани поврзани со медиумската писменост, каде што е тоа можно и упатно, Агенцијата го потенцира прашањето на родот и медиумите.

**5.6. Колку од тие иницијативи биле успешни?**

И оваа година сметаме дека е успех фактот што во активностите поврзани со родовите прашања (национални акциски планови, предлог-закони, јавни расправи во Собранието и сл.) што се организираат во земјава придонесуваме со автентични показатели за состојбата во РСМ што (веруваме) помага во градењето и спроведувањето на политиките. Исто така, сметаме дека е успех и тоа што на европско ниво нè сметаат за валиден соговорник и извор на информации за прашањето на родот во аудиовизуелната индустрија во целина.

Сепак многу тешко се допира до радиодифузерите и многу тешко кај нив се постигнуваат бараните резултати – поголемо користење на експертизата на жените во сите области, и конечно, вистинско разбирање на важноста на родовите теми и родовиот аспект како релевантна гледна точка во новинарската обработка на темите.

**6. ПРЕДИЗВИЦИ, ДОБРИ ПРАКСИ И НАУЧЕНИ ЛЕКЦИИ:**

**6.1 Наведете дали и со какви предизвици сте се соочиле во текот на извештајната година и какви предлози за нивно надминување сте дале**

Главниот предизвик и натаму останува незаинтересираноста кај медиумите.

**6.2 Споделете пример за добра или лоша пракса**

Одговорот е ист како и минатата година: За да ги привлечеме на настаните на кои ги презентираме наодите поврзани со родот во медиумите, овие теми ги планираме на заеднички настани со други теми од нивното секојдневно работење.

**6.3. Наведете примери за научени лекции**

Види одговор под 6.2

**7. ОПИШЕТЕ ГИ ВАШИТЕ СЛЕДНИ ЧЕКОРИ:**

**7.1. Опишете накратко кој е вашиот план на активности за следната година и кон што ќе придонесат (имплементација на Стратегија за родова еднаквост, друг стратешки документ на ОДУ итн.)**

Во моментот на пишување на овој извештај се спроведува родова анализа на структурата на платите на вработените во радиодифузијата (сега тече фазата на прибирање на податоците од телевизиите и радијата).

**8. ПРЕДЛОЗИ И СУГЕСТИИ ДО МИНИСТЕРСТВОТО ЗА ТРУД И СОЦИЈАЛНА ПОЛИТИКА:**

**8.1. Наведете Ваши предлози или иницијативи до СЕМ- МТСП во насока на подобрување на:**

а) Функционалноста и координацијата на механизмите за родова еднаквост

/

б) Имплементација на Стратегија за родова еднаквост во секторските политики/програми

/

