



Примено Prapuar	31-03-2021		
Орг. единица Nj. Organizativ	Број Numri	Служба Shërbija	Вредност Vlera

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

1. ОСНОВНИ ИНФОРМАЦИИ

Орган на државна управа (назив)	Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги
Изработил (име, презиме и функција)	Емилија Петреска - Каменарова, 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)
Период на известување	01.01. - 31.12.2020 година
Датум на поднесување на извештајот	31.03.2021

Одговорно лице кој го одобрува извештајот и ја потврдува неговата веродостојност

Датум, 31.03.2021

Име и презиме м-р Драгица Љубевска, по овластување од директорот  
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**

- Согласно обврската од Законот за еднакви можности на жените и мажите, од 2012 година наваму, Агенцијата реализира годишни анализи на третманот на родовите прашања и на начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во програмите на националните телевизии. Со нив се настојува да се даде увид во присутноста и начинот на обработка на родовите теми, во сензибилизираноста на медиумските професионалци за прифаќање на родот како релевантен аспект на новинарска обработка на актуелните прашања во општеството, за присуството и типовите родови стереотипи во програмите или, како што се вели и во релевантни европски документи и истражувања – ја покажува состојбата со родот „на екранот“.

- Освен ова, Агенцијата самоиницијативно изработува и анализи кои ја покажуваат состојбата „зад екранот“ односно го истражува и дава показатели за родовиот аспект на контекстот во кој се создаваат и емитуваат радио и ТВ програмите, а којшто се однесува на родовата структура на сопственоста, вработените и платите.

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

Во 2020 година, редовното годишно истражување за третманот на родовите прашања и претставувањето и прикажувањето на жените и мажите беше посветено на анализа на родовиот аспект на известувањето/информирањето за изборите, односно беше спроведено врз примерок од програми и други содржини емитувани во време на изборната кампања за Предвремените парламентарни избори 2020 година. Оваа анализа е завршена во март 2021 година. Истовремено, анализата на состојбата зад екранот освен досегашните анализи на родовата структура на сопственоста и вработените, во 2020 година за првпат опфати и анализа на родовата структура на платите во радиодифузијата. На овој начин, истражувањето на контекстот во сферата на радиодифузијата од родов аспект е целосно заокружено.

**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**

Сите информации за реализираните истражувања како и за другите активности (обуки, дебати, презентации) се објавени на посебниот дел за Родот и медиумите на веб страницата на АВМУ, т.е. на линкот: <https://avmu.mk/rodot-i-mediumite-art/> Исто така, сите истражувања се публикувани во печатена верзија.

<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 програми 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.

**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:**

Агенцијата, и во 2020 година, во Буџетот алоцираше доволно средства за реализирање на предвидените активности

За реализација на истражувањето за родот во медиумите во 2019 насловено: „Родот во медиумите 2019: Анализа на родовите аспекти во програмите за деца на националните терестријални телевизии“, беа издвоени **708.000,00 денари**

Средства за превод на албански и на англиски јазик на следниве публикации:

- „Родот во медиумите 2019: Анализа на родовите аспекти во програмите за деца на националните терестријални телевизии“, платено **76.464,00 денари**
- „Родот во телевизиите и радијата: Кој ги носи одлуките, а кој ги спроведува?“ платено **27.081,00 денари**
- „Анализа на родовата структура на платите во радиодифузијата за 2019 година“ платено **4.248,00 денари**

Средства за печатење на следниве публикации:

- „Родот во медиумите 2019: Анализа на родовите аспекти во програмите за деца на националните терестријални телевизии“, платено **165.112,00 денари**
- „Родот во телевизиите и радијата: Кој ги носи одлуките, а кој ги спроведува?“ платено **92.420,00 денари**
- „Анализа на родовата структура на платите во радиодифузијата за 2019 година“ платено **24.205,00 денари**

Симултан превод на/од македонски на албански и англиски за време на онлајн настанот „Род, плати и радиодифузија“ (2 ноември 2020) платено **4.248,00 денари**

Лиценца за ZOOM за потребите на онлајн настанот „Род, плати и радиодифузија“ (2 ноември 2020) кој се одржа во рамки на Денови на медиумска писменост 2020 платено **10.468,00 денари**

\*\*\*

Во Буџетот за 2020 година беа издвоени средства за јавната набавка за истражувањето на родовите 2020 (тоа деновиве се заврши, така што допрва ќе треба да се исплатат средства на Институтот Социетас цивилис, односно овие средства ќе влезат во извештајот за 2021 година) треба да се плати **705.876,00 денари**.

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

Сите активности се исполнети и презентирани пред јавноста. Анализата на родовите прашања и на начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во програмите на радиодифузерите беше предвидена за првата половина од 2020 година. Имајќи предвид дека одржувањето на изборите 2020, поради пандемијата од Ковид-19 беше одложено од април за јули, и реализацијата на истражувањето беше поместена. Дополнително, при првото распишување на јавната набавка за економски оператор кој ќе го спроведе истражувањето, не се јави ниту еден субјект, односно, Институтот за демократија Социетас цивилис – Скопје беше избран при второто објавување на јавната набавка – и реализацијата на истражувањето почна подоцна и заврши во март од 2021 година. Истражувањето беше презентирано на првиот јавен состанок на АВМУ за 2021 година, одржан онлајн на 25 март.

**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?

За време на Деновите на медиумска писменост 2020, на 2 ноември, Агенцијата ја организираше дебатата „Род, плати, радиодифузија“ на која по претставувањето на резултатите од истражувањето за родовата структура на платите во радиодифузијата се одржа дебата во која учествуваа претставници на Министерството за труд и социјална политика, Самостојниот синдикат на новинарите и медиумските работници, Здружението на новинарите на Македонија и на Платформата за истражувачко новинарство и анализи – ПИНА.

На 4 декември 2020 година, вработени во АВМУ, заедно со претставници на СЕММ ја следеа онлајн Работилницата за регулаторното тело за медиуми и саморегулаторното тело за етика во медиумите за регулација, саморегулација и мониторинг на примената на стандардите за известување во случаите на родовобазирани насилство во медиумите. Работилницата беше реализирана како дел од втората фаза од проектот ЈУФРЕКС „Слобода на изразување и слобода на медиумите во Република Северна Македонија“, заеднички реализиран од Советот на Европа и Европската унија.

(За сите активности спомнати овде, повеќе информации има во одговорите во точка 5 на овој извештај)

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

а) база на податоци која се однесува на човечки ресурси

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

Структура на вработени во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги по пол и звање 2020 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	7	13
Помлад/а соработник/чка	2	1	3
Виш/а референт/ка	/	2	2
Референт/ка	/	/	/
Помлад/а референт/ка	/	1	1 <sup>2</sup>
Работник/чка во кујна; возач/ка; доставувач/ка; работник/чка на пријавница и домар/ка	3 <sup>3</sup>	2	5
Вкупно	24	33	57

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.

<sup>2</sup> Во февруари 2020 година на помладата референтка и престана работниот однос во Агенцијата поради изминување на времето за кој е склучен договорот.

<sup>3</sup> На еден од тројцата работници во оваа категорија во текот на 2020 година му престана работниот однос со Агенцијата поради заминување во пензија.

**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 Националниот план за акција и Оперативниот план на АВМУ за 2020 година, Агенцијата е посочена во Стратешката цел 3: 3.1 Унапредување на културата за родово сензитивно известување во медиумите, како институција одговорна за следниве активности:

**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.** Спроведување обука за мониторинг на примената на стандардите за известување за случаи на родовобазирани насилство за претставници на Совет за етика во медиумите (СЕММ) и АВМУ

**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), како и изработка на првата родова анализа на платите во радиодифузијата,

**Ѓ.** Други активности

**А. Спроведување анализи на родот и родовите перспективи во телевизиските програми на националните телевизии (вклучувајќи го јавниот сервис МРТ)**

Во Програмата за работа на Агенцијата за 2020 година, во делот Анализи и истражувања, предвидено беше да се изработи Анализи на родовите прашања и на начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во програмите на радиодифузерите. Истражувањето, насловено „Родот во изборната кампања 2020: Анализа на родовите прашања и начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во изборното медиумско претставување на националните телевизии“, беше реализирано од истражувачки тим на Институтот за демократија Социетас цивилис – Скопје (ангажирани преку јавна набавка) во соработка со вработени во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Тоа беше презентирано на првиот јавен состанок на Агенцијата за 2021 година, одржан онлајн на 25 март 2021 година, ќе биде објавено онлајн на посебниот дел од веб сајтот на АВМУ посветен на Родот во медиумите, ќе биде преведено на албански и на англиски јазик, отпечатено и доставено до Собанието на РС Македонија и до МТСП.

Овојпат, сметаме дека е важно да се согледа како се известува за родовите прашања и како се прикажуваат жените и мажите при известувањето за избори, поради што анализата беше спроведена врз облиците на изборно медиумско претставување емитувани за време на изборната кампања за Предвремените парламентарни избори 2020, односно во периодот од 24 јуни до 12 јули. Примерокот ги опфати националните телевизиски сервиси МРТ1 и МРТ2 – на албански јазик (од Јавниот радиодифузен сервис) и ТВ Алсат-М – на албански јазик, ТВ Алфа, ТВ Канал 5, ТВ Сител и ТВ Телма (приватни телевизии). Анализата беше спроведена врз вкупно 2 056 програмски содржини, поделени во следниве подпримероци: 1) прилози во дневноинформативни емисии (1 381); 2) интервјуа (76); 3) дебатни емисии (38); 4) платено политичко рекламирање во форма на индивидуални спотови (ППР) (764); и 5) платено политичко рекламирање во форма на индивидуални спотови (ППР) кое содржи снимки од митинзи на политички субјекти или други партиски настани од кампањата (26).

Анализата дојде до следниве заклучоци:

„- Медиумското покривање на изборната кампања за Парламентарните избори во јули 2020 година, забележително тежнееше кон промоција на мажите – кандидати за пратеници и машкиот поглед и експертиза за случувањата околу изборите.

- Кандидатките беа ставени во сенка на своите колеги мажи, имаа помалку пристап до различните форми на промоција на нивните платформи и нивните профили и пораки остануваа анонимни, односно нечуени и невидени од јавноста.

- Доминацијата на мажите, кои се јавуваа во улога на експерти, аналитичари или друг вид говорници на теми поврзани со изборите, дополнително ја поддржува стереотипната перцепција во јавноста дека политиката е „машка професија“.

- Во сите типови медиумски содржини, генерално доминираа мажите. Овој заклучок се однесува на машката доминација во визуализацијата, но и во однос на бројноста на мажите како директни говорници и времетраењето на нивното прикажување и излагање.

- Родовите прашања се наоѓаа на маргините на кампањите на политичките субјекти. Нивната застапеност во медиумската промоција на политичките програми беше занемарлива, додека и онаму каде што се споменуваше, беше доста генерализирана, без да се конкретизира во механизми и алатки за нејзино постигнување.

- Поради генерално ниското учество на жените во дневноинформативните емисии, дебатите и интервјуата, како и во спотовите и ППР со снимки од настани, нивните ставови беа значително помалку застапени на сите теми. Ако ги подредиме темите според зачестеноста на појавување, жените најчесто зборуваа за: избори/тек на кампања, економија, правосудство, здравство, корупција, финансии, надворешна политика и образование, а мажите најчесто зборуваа за: избори/тек на кампања, економија, здравство, правосудство, надворешна политика, финансии, корупција и образование. Како што може да се види, нема стереотипна поделба во поглед на темите за коишто најчесто зборуваа жените и мажите, но бројот на жени коишто зборуваа на некоја од овие теми и поекратно помал од бројот на мажи. Овие податоци покажуваат дискрепанца меѓу темите на кои најчесто зборуваат жените за време на изборната кампања и фактот дека во Собранието, најчесто се вклучени во оние тела кои како своја област на делување ја имаат сферата на секојдневниот живот – образованието, културата, социјалната политика и еднакви можности на жените и на мажите.

- Стереотипните родови улоги во општеството се пренесуваа и во медиумската покриеност на изборната кампања.

- Родовата стереотипизација најчесто беше присутна во платените политички реклами. Таа се забележуваше во однос на општествените улоги на жените и на мажите, особено во делот на грижата за семејството, храброста и херојството и професиите.

- Ваквата поставеност на медиумското известување во однос на изборната кампања во голема мера е паралелна и со родовиот (дис)баланс во медиумското известување во светот, генерално.“

Со оглед на фактот дека, за да се унапреди родовата еднаквост - во смисла на посуштинско учество и претставување на жените во политиката, особено поради важноста нивниот глас да биде чуен и засилен за време на изборната кампања, клучна е улогата на медиумите како четврти столб на демократијата. Затоа во истражувањето се дадени следниве препораки:

„- Ревидирање на практиките на начинот на известување во однос на политичките избори. Потребно е воведување на родовата перспектива во сите емисии, преку кои ќе се овозможи еднаква застапеност, како на женските и на машките кандидати за политичка функција, така и на женскиот и на машкиот поглед во однос на прашања поврзани со изборите;

- Родово сензибилизирање на медиумските работници/работнички со цел воведување практика за новинарско известување низ призмата на родовите прашања, регуларно застапување на теми поврзани со родовите прашања и родово балансирање на гостите, односно соговорниците/соговорничките во емисиите;

- Родово сензибилизирање на уредниците/уредниците на медиумите и на информативните програми со цел да се зголеми веројатноста за продукција на медиумски прилози презентирани од родов аспект;

- Родово сензибилизирање на политичките партии со цел поголемо и поактивно вклучување на жените во нивните политички кампањи (особено жените кандидатки за политичка функција) и поактивна и посуштинска посветеност на родовите прашања

- Охрабрување и зајакнување на капацитетите на политичарките за вклучување во сите сфери на управување во државата преку поголема вклученост во медиумскиот простор и од страна на медиумите и од страна на политичките партии;

- Внимателно конципирање на содржините на платеното политичко рекламирање, креирано од страна на политичките субјекти со цел спречување медиумска промоција на реклами со стереотипни содржини или визуализација.“

\*\*\*

Имајќи предвид дека за да се согледа целовитоста на прашањето на родот во медиумите, не е доволно да се проучи само какви родови улоги, предрасуди и стереотипи им се пренесуваат на гледачите, туку и во каков контекст се создаваат и емитуваат тие програми, Агенцијата и во 2020 година ја продолжи својата практика да ги

проучува појавите и на екранот и зад него. Во контекст на своите активности за 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 (кои погоре се означени со буквата Д, но ги презентираме овде бидејќи градат целина со претходното истражување), преку две истражувања беше комплетиран увидот во состојбата на контекстот во кој се креираат медиумските содржини. Во едното беа проучени родовата структура на сопственоста и на вработените во радиодифузијата, а во другото - висината на нивните примања.

Во публикацијата – „Родот во телевизиите и радијата: Кој ги носи одлуките, а кој ги спроведува?“<sup>4</sup> се опфатени податоци за родовата структура на сопственоста за 2019 година, како и за структурата на вработените во телевизиите и радијата за 2018 година, вклучувајќи споредбени податоци со другите години (почнувајќи од 2012 година). Во публикацијата за првпат се опфатени сите радија и телевизији (јавни и приватни, на национално, на регионално и на локално ниво) вклучувајќи ги оние чии основачи се правни лица, односно, беше направена мета-анализа со која се утврди родот на сопствениците на фирмите – основачки. Онлајн изданието на оваа публикација беше објавено на 25 септември (на сајтот на Агенцијата), а потоа беше испечатено и доставено до Собранието, до МТСП како и до Државниот завод за статистика.

Анализата на родовата структура на сопственоста, го покажа следново:

Кај ТВ (2019 год.): 35 ТВ во сопственост на мажи (во 28 ТВ како директни сопственици, а во 7 ТВ како крајни сопственици на правните лица); 3 ТВ во целосна сопственост на жени (како директни сопственички); во 10 ТВ сопственоста беше поделена помеѓу мажи и жени (во 5 ТВ мажите доминираа во сопственоста, во 3 ТВ жените доминира во сопственоста, а во 2 ТВ жените и мажите поседуваа еднакви делови – било како директни било како крајни сопственички на правните лица).

Кај РА (2019 год.): 43 РА во сопственост на мажи (во 40 РА како директни сопственици, а во 3 РА како крајни сопственици на правни лица); 22 РА во сопственост на жени (во 20 РА како директни сопственички, а во 2 РА како крајни сопственички на правни лица); во 3 РА сопственоста била поделена помеѓу мажи и жени (во 1 РА жената поседувала 2/3 од сопственоста, во 1 РА жената и мажот поседувале еднакви делови од сопственоста и во 1 РА жената поседувала 10% од сопственоста на едно од правните лица) и 4 РА биле во сопственост на непрофитни правни лица.

Што се однесува до родовата структура на вработените во ТВ и РА за 2018 година - имало вкупно 2 750 вработени во сите ТВ и РА со следниов сооднос по работни места и род:

- 32 управителки и 74 управители
- 105 уреднички и 108 уредници
- 540 новинарки и 374 новинари
- 56 жени и 40 мажи во маркетинг секторите
- 125 жени и 594 мажи во реализаторскиот кадар
- 207 жени и 190 мажи во преостанатиот кадар
- 822 жени и 1333 мажи во редовен работен однос
- 282 жени и 313 мажи хонорарно ангажирани

Во заклучоците од оваа анализа (базирани на споредба на податоците за периодот 2012-2018) беше посочено дека:

„Досегашните податоци за родовата структура кај сопствеништвото и кај вработените на нивоата кои имаат моќ за носење одлуки (на управителските/директорските и уредничките позиции) кај сите телевизији и радија, укажуваат на помалата застапеност на жените на овие позиции. Тоа пак, е доказ за постоењето на „стаклениот плафон“ во оваа сфера, односно показател за постоењето неформални бариери во професионалниот напредок на жените, невидлива граница над која е тешко или невозможно жените да се издигнат во повисоките редови.

Новинарството и маркетинг секторите во телевизиите и радио станиците се сфери во кои „традиционално“ се побројни жените. Ова се потврдува во речиси сите категории на медиуми и во речиси сите години. Во поглед на новинарската професија во ТВ и РА разликите во бројноста помеѓу мажите и жените (во корист на жените) генерално биле високи. Во маркетинг секторите пак, вкупните бројки на вработените не биле високи како во другите категории, но и во тие рамки жените биле позастапени во однос на своите колеги.

Сферите на техничкиот кадар (инженер(к)и и техничар(к)и), како и на реализаторскиот кадар (режисер(к)и, снимател(к)и, монтажер(к)и и сл.) во досегашните анализи, како и во оваа, се покажуваат како доминантно „машки“. Мажите во овие категории биле неколку пати побројни од жените. Ваквите диспропорции се највидливи кај националните радиостаници, каде не била пријавена ниту една жена во реализаторскиот и техничкиот кадар, во целиот анализиран период.

<sup>4</sup> Истражувањето „Родот во телевизиите и радијата: Кој ги носи одлуките, а кој ги спроведува?“ е целосно достапно на македонски јазик на: <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2020/09/Rodot-vo-TV-i-RA-Koj-gi-nosi-a-koj-gi-sproveduva-odlukite-FINALNA-za-veb-1.pdf> додека, поради неговата обемност, на албански и на англиски јазик е преведен извадок. Извадоците се исто така достапни на соодветните јазични верзии на веб сајтот на АВМУ, во делот за Родот и медиумите.

Односите помеѓу родовите и нивната застапеност во преостанатиот кадар во телевизиите и радијата (возач(к)и, секретар(к)и, чистач(к)и и др.), претрпувале значителни промени низ целиот анализиран период. Генералниот заклучок е дека во оваа категорија, на ниво на целата телевизиска и радио индустрија, жените биле побројни од мажите. Во поглед на телевизиската индустрија, исклучоци од овој заклучок се јавуваат кај националните телевизи каде мажите биле побројни од жените во две години, жените го преземале водството во 4 години, а во една од анализираниите години мажите и жените биле еднакво застапени. Вакви исклучоци се јавуваат и во националните, регионалните и локалните радиостаници. Во сервисите на Македонската телевизија, мажите доминирале во оваа категорија во поголемиот дел од времето – 4 години, додека жените биле побројни во останатите 3 години.

Постоенето на „стаклениот плафон“ во телевизиската и радио индустријата се потврдува во категоријата „висока стручна спрема“, како степен на квалификуваност за секоја од професиите. Во оваа категорија, жените биле генерално побројни од своите колеги, со мали исклучоци. Но, високиот степен на високо стручни жени во телевизиите и радијата, не придонел тие да ги достигнат високите раководни позиции. Мажите со ВСС биле побројни од жените во локалните телевизи и во регионалните радиостаници. Во националните радија пак, мажите имале водство во оваа категорија во текот на четири, а жените во 3 од анализираниите години.

Мажите пак, биле побројни во следното ниво на стручност за работните позиции, во средната стручна спрема. Разликите помеѓу мажите и жените со ССС (во корист на мажите) биле високи, во сите категории на медиуми, во текот на целиот анализиран период.

Редовниот работен однос придонесува за социјалната и финансиската сигурност на вработените. И покрај високата бројност на жените со ВСС, помал дел од нив имале засновано редовен работен однос. Мажите во оваа категорија биле неколку пати побројни од своите колешки, во медиумите на сите нивоа на емитување програма и во сите анализирани години, без исклучок. Во таа смисла, мажите вработени во телевизиската и радио индустријата биле посигурни од своите колешки во поглед на социјалната заштита и финансиите.

Жените биле помалку застапени и во поглед на хонорарниот ангажман во телевизиите и радијата. Но, и во оваа категорија постојат одредени исклучоци. Кај локалните радиостаници, хонорарно вработените жени биле побројни од своите колеги во 5 од анализираниите години, а во останатите две години мажите го преземале водството. Во сервисите на Македонската телевизија пак, само во 2018 година во оваа категорија имало една жена повеќе отколку мажи.

Очигледно, аудио и аудиовизуелната индустрија треба да поработи на отстранувањето на стаклениот плафон и да прифати повеќе жени на одлучувачки позиции. Што се однесува до категориите технички и реализаторски кадар, секако дека вработувањето на некоја од овие позиции зависи и од образованието и од личните преференци, но тешко дека во општеството има толку малку жени кои потенцијално би ги работеле овие занимања, колку што покажуваат бројките во овие машини бастиони. Исто така, би било интересно да се види каков податок би се добил кога би се вкрстил податокот за поголемата застапеност на жените меѓу новинар(к)ите, со податокот за платата што ја добиваат. И тоа да се спореди со нивото на примања на техничар(к)ите и реализатор(к)ите. Особено интересни, од родова перспектива, се фактите дека иако жените со висока стручна спрема се побројни, помал е бројот на жени во редовен работен однос. Несомнено, индустријата којашто треба да биде еден од предводниците во заштитата на човековите права и еднаквоста, има пред себе значајни родови предизвици.“

Преостанатиот контекстуален сегмент кај радиодифузерите – платите, беше за првпат разработен во публикацијата „Анализа на родовата структура на платите во радиодифузијата за 2019 година“<sup>5</sup>. Резултатите беа презентирани на онлајн настанот „Род, плати и радиодифузија“ кој се одржа на 2 ноември, во рамките на Деновите на медиумска писменост 2020 (повеќе детали за настанот има во точка В.).

Анализата дојде до следниве заклучоци:

„Од анализираниите податоци, евидентна е разликата помеѓу бројот на мажи и жени на раководните позиции и во телевизиите и во радијата. Од вкупно 57 управител(к)и/директор(к)и во радијата, 40 се мажи, а 17 се жени. Кај телевизиите односот на мажи – жени на раководните места е уште подрастичен. Од вкупно 50 управител(к)и/директор(к)и, 41 се мажи, а само 9 се жени. Сите 8 раководни лица кои пријавиле приходи поголеми од 50.000 денари се мажи. Од нив 7 се управители/директори на националните телевизи, додека еден управител на локално радио пријавил приходи над 50.000 денари.

Состојбата пак, кај уредници/чките и новинар(к)ите е поразлична од таа кај раководните функции. Разликата помеѓу уредници и уреднички е многу помала, евидентирани се 105 мажи и 90 жени кај сите радија и телевизи кои доставиле податоци, додека пак евидентирани се повеќе новинарки (419) од новинари (270).

Во основа, примањата кај сите категории вработени се ниски, честопати околу државниот просек (25.836 денари), неретко околу минимумот (14.500 денари)<sup>6</sup>, а некогаш и под 12.000 денари. Она што загрижува, како од

<sup>5</sup> „Анализа на родовата структура на платите во радиодифузијата за 2019 година“ е достапна ваб сајтот на АВМУ на македонски, албански и англиски јазик. До македонската верзија се пристапува на следниот линк: <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2020/11/Rod-i-plati-vo-radiodifuzija-MK-web-1.pdf>

<sup>6</sup> Податоците за минималната и просечната плата на кои се реферира се однесуваат на декември 2019 година).



аспект на родот, така и од аспект на професионалноста, е тоа што значителен дел од новинар(к)ите во приватните медиуми на сите нивоа, всушност имаат многу ниски месечни примања. Платите не им нудат финансиска стабилност и не се во прилог на обезбедувањето мотивација за создавање квалитетни новинарски производи, за воведување на родот во главните токови во известувањето и прифаќањето на родот како валиден аспект при новинарската обработка на темите, но и за гарантирање на нивната отпорност кон притисоци од различни центри на моќ.

Податоците за техничкиот и реализаторскиот кадар како и во досегашните анализи на Агенцијата така и во оваа, покажуваат дека во овие сектори доминантно се вработени мажи. Кај техничкиот кадар евидентирани се 229 мажи и 47 жени, а пак кај реализаторскиот - 467 мажи и 110 жени. Кај националните и регионалните радија во техничкиот кадар воопшто не се евидентирани жени. Во однос на вкупниот број на преостанат кадар вработен во радиодифузијата, разликата помеѓу мажите (186) и жените (192) е незначителна.

Оваа анализа освен што дава приказ за висината на платите во контекст на родовата структура на вработените во медиумите, даде и значајни показатели за незавидната состојба со платите кај медиумските работници. ...

Несомнено, со оваа анализа се потврдува тезата дека потребно е уште многу работа за подобрување на работничките права на медиумските работници, професија која е клучна во штитењето на јавниот интерес во секое демократско општество.“

Освен што беше објавена онлајн, оваа публикација беше отпечатена на македонски, албански и англиски јазик и доставена до Собранието и МТСП.

На крајот од 2020 година беа изработени три инфографици во кои беа популаризирани наодите од истражувањата на Агенцијата за родовата структура на сопственоста, на вработените и на платите. Инфографиците беа објавени на Фејсбук страниците на Агенцијата<sup>7</sup> и на Мрежата за медиумска писменост.

#### **Б. Спроведување обука за мониторинг на примената на стандардите за известување за случаи на родовобазирани насилство за претставници на Совет за етика во медиумите (СЕММ) и АВМУ**

Согласно предвиденото во оперативните планови на АВМУ за 2020 година и за НПАРЕ и за Истанбулската конвенција, вработените во Агенцијата и претставници на СЕММ, на 4 декември учествуваа на онлајн *Работилницата за регулаторното тело за медиуми и саморегулаторното тело за етика во медиумите за регулација, саморегулација и мониторинг на примената на стандардите за известување во случаите на родовобазирани насилство во медиумите*, реализирана во рамки на втората фаза од проектот ЈУФРЕКС „Слобода на изразување и слобода на медиумите во Република Северна Македонија“. На оваа обука, експертката на Совет на Европа Катарина Сарикакис, ги презентираше податоците кои го сочинуваат општествениот контекст на известување за родовобазирани насилство во Европа и во РС Македонија и говореше за што треба да се води сметка при информирањето за ваквите случаи. Како продолжение, експертката, за потребите на АВМУ, треба во 2021 година да изработи водич за мониторинг на известувањето за родовобазирани насилство.

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

Во 2020 година, Агенцијата организираше два настани на кои беа презентирани наодите од истражувањата за родовите аспекти во медиумите и беа искористени како основа за дебата.

Најпрвин, на онлајн јавниот состанок на Агенцијата што се одржа на 30 јуни 2020 година, беше промовирано истражувањето „Родот во медиумите 2019: Анализа на родовите аспекти во програмите за деца на националните терестријални телевизии“, изработено за потребите на Агенцијата од страна на Институтот РЕСИС. Промоцијата беше првично планирана за март, но поради почетокот на пандемијата од Ковид-19 беше одложена. За жал, на онлајн состанокот во јуни имаше мало присуство, иако беа испратени покани до голем број медиуми, претставници на законодавната и извршната власт, граѓански и меѓународни организации, така што во дебатата се вклучија само претставници на меѓународни организации.

Состојбата беше нешто подобра за онлајн настанот „Род, плати и радиодифузија“, кој се одржа на 2 ноември 2020 година во рамките на Деновите на медиумска писменост 2020. Дебатата беше во организација на АВМУ, а наодите од истражувањето беа ставени во корелација со останатите актуелни истражувања за родот во медиумите. По презентацијата следувахе дебата во која учествуваа г-а Гултен Мустафова од Министерството за труд и социјална политика, г Свездан Георгиевски од Самостојниот синдикат на новинарите и медиумските работници, г-а Верче Костовска од Здружението на новинарите на Македонија и г-а Кристина Озимец од Платформата за истражувачко новинарство и анализи – ПИНА. Наодите од истражувањето покажаа дека

<sup>7</sup> Објавата и инфографиците во кои се сублимирани најважните податоци од анализите се достапни на Фејсбук страната на АВМУ на: <https://www.facebook.com/agencijazaudioaudiovizuelnemediumskiuslugi/posts/2878759759074350>

примањата кај медиумските работници се ниски (честопати околу државниот просек, неретко околу минималните примања пропишани со закон, а некогаш и под минимумот), а во дискусијата ваквата состојба беше посочена како една од можните причини за недостигот од истражувачко новинарство и намалениот новинарски ангажман, бидејќи новинарството претставува "професија од немајкаде" и не обезбедува голема социјална сигурност.

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

Во текот на 2020 година, АВМУ му даде на Институтот за комуникациски студии информации за начинот на поднесување претставки до регулаторното тело, коишто беа искористени за, во рамки на проектот Стоп дезинформации, ИКС да го изработи инфографикот: „Како да поднесеш претставка до АВМУ?“<sup>8</sup>.

#### Ѓ. Други активности

Во рамките на своите законски надлежности, АВМУ вршеше и надзори (по претставки или по службена должност) на содржини поврзани со претставувањето на родовите во програмите. Таков беше случајот со претставка за рекламата на Витаминка – „Чоко Стоби флипс - дарк & чили“. Поплаката се однесуваше на тоа дека со оваа реклама „Витаминка промовира семејно насилство, т.е. родово насилство“ и дека „Витаминка на младите генерации им пласира искривени вредности“. По увидот во содржината беше заклучено дека во рекламата се претставени два лика кои се поставени во нестереотипна позиција – но не на позитивен, ами напротив на крајно негативен начин, којшто произлегува од поигрувањето со табуто за родовобазираниот насилство. Имено, ако при вообичаениот начин на користењето на ова табу во рекламите (што секако е негативна иако неретка практика), мажот се појавува како насилник, а жената како жртва која го трпи насилството – овде ситуацијата беше обратна. Во информацијата од мониторингот<sup>9</sup> беше образложено дека „поигрувањето со табуата би требало на публиката, особено на младите жени и мажи, да им пренесе конотативни значења што ќе им дадат можност за нивна поинаква родова идентификација – а тоа може да се постигне со прикажување современи, позитивни претстави на жените и мажите“. Беше утврдено дека рекламата со начинот на кој се обидува да го премавне табуто за родово базираното насилство, со стереотипите и со негативните родови улоги што им ги нуди на младите жени и мажи - е на раб да ги прекрши, но не ги прекршува одредбите од член 53 од ЗАВМУ. При носењето на ваквата оценка, клучна улога имаше фактот дека кај медиумските содржини кои се плод на креативен чин, границите на слободата на изразување се пошироки. Со оглед на фактот дека рекламата не беше емитувана на програмите на радиодифузерите, за наодите од мониторингот беа известени „Витаминка“ АД Прилеп и подносителката на претставката, а овие дописи, заедно со претставката, според востановената пракса, беа објавени на веб сајтот на АВМУ.

Координаторката и заменик координаторот за еднакви можности на АВМУ, беа дел од Работната група за подготовка на новата Стратегија за родова еднаквост 2021-2026, при што учествуваа во различните активности за изработка на овој стратешки документ. Во август изработија придонес кон проценката за напредокот и влијанието на последната Национална стратегија за родова еднаквост 2018-2020, којашто за потребите на МТСП ја изработуваше независна експертка по што, во октомври, експертката спроведе и длабинско интервју со координаторката за еднакви можности со цел да се утврди целисходноста на мерките и активностите, релевантноста на индикаторите итн. Паралелно, друга експертка го изработуваше нацртот на новата стратегија за родова еднаквост и во тој процес, во септември, спроведе длабински интервјуа со координаторката и заменик – координаторот, со цел да се утврдат можните мерки и активности за наредниот период. Во последните два месеци од годината се одржаа три средби на Работната група на кои се дискутираше за Нацрт - стратегијата која треба да биде завршена во 2021 година.

Есента 2020 година, координаторката и заменик координаторот за еднакви можности на АВМУ одговорија и на онлајн барањето од МТСП за статусот на спроведувањето на активностите на АВМУ од оперативните планови за реализација на НПАРЕ и за Истанбулската конвенција за 2020.

Исто така, претставничка на регулаторното тело учествуваше во јавната расправа за „Предлог – законот за спречување и заштита од дискриминација“ организирана од две комисии на Собранието на Република Северна Македонија: за европски прашања и за еднакви можности на жените и мажите.

Друга претставничка на Агенцијата учествуваше на онлајн обука како дел од Менторската програма „Жени за жени во

<sup>8</sup> Инфографикот: „Како да поднесеш претставка до АВМУ?“ е достапен на: <https://stopdezinformacii.mk/2021/02/05/kako-da-podnesesh-pretstavka-do-avmu/>

<sup>9</sup> Целосната информација од мониторингот, како и одговорот на Претставката се достапни на веб сајтот на АВМУ на: <https://bit.ly/3ciZAKw>

јавниот сектор“, 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.

Регулаторното тело, во 2020 година, продолжи да соработува со организациите од невладиниот сектор. Ваквата соработка овозможува инклузивност во процесот на подигнување на свеста за родовите прашања во медиумите, законските рамки, како и во општеството како целина. Во тој контекст, во првата половина од годината, Агенцијата позитивно одговори на Барањето за слободен пристап до информации од јавен карактер од страна на Здружението на граѓани „Реактор – истражување во акција“, кое се однесуваше на спроведувањето на Стратегијата за родова еднаквост 2013-2020 и Националниот акциски план 2018 — 2020. Агенцијата детално и транспарентно одговори на прашањата во прашалникот кои се однесуваа на степенот на исполнување на активностите за 2018г. и 2019г. и на оценката за потенцијалното влијание на активностите од Националниот акциски план 2018 — 2020, кои се во директна надлежност и одговорност на регулаторното тело. Освен ова, беше одговорено и на Барањето за пристап до информации од јавен карактер од Националната мрежа против насилство врз жените и семејното насилство Глас против насилство Скопје, кое се однесуваше на тоа дека Агенцијата има изработено Годишен оперативен план за имплементација на Националниот акциски план за спроведување на Истанбулската конвенција за 2020 година, кој беше достапен и на веб сајтот на регулаторното тело.

На барање на Делегацијата на ЕУ, а во контекст на изработката на извештајот за напредокот на земјата, беше одговорено на неколку прашања кои се однесуваа на активностите кои Агенцијата ги презема во поглед на напредокот на состојбата со еднаквите можности за жените и мажите.

Регулаторното тело секогаш сериозно пристапува и кон прашањата кои се однесуваат на ЛГБТ+ заедницата како важен дел од родовиот аспект. Во втората половина од годината, до Агенцијата пристигна претставка од анонимна младинска активистка од организацијата Еквалис, во која се бараше поголемо учество во „создавање на попријателска медиумска атмосфера кон ЛГБТ+ заедницата“. Во одговорот на оваа претставка<sup>10</sup>, Агенцијата посочи на своите досегашни заложби на оваа тема – учество и/или иницирање на анализи за говорот на омраза и мислењето на публиката, спроведување вонредни надзори врз основа на претставки за содржини во кои се обработуваат овие теми, учество на конференции, проекти и сл. Правата на ЛГБТ+ луѓето, беа допрени и при онлајн интервју што го имаше координаторката за еднакви можности во рамки на проектот на Советот на Европа „Promotion of Diversity and Equality in North Macedonia“, кој е дел од заедничката програма на ЕУ и Совет на Европа, Horizontal Facility II фокусиран на активности поврзани со борба против дискриминација, говор на омраза и заштита на LGBTI права.

Како дел од медиумската кампања за популаризирање и информирање за Деновите на медиумска писменост 2020, беа изработени и две видеа посветени на родот. Во првото се говореше за важноста на родот за медиумската писменост, а второто беше неколкуминутен извештај со најважните акценти од настанот „Род, плати и радиодифузија“. Двете видеа се достапни на Јутјуб каналот на Мрежата за медиумска писменост<sup>11</sup>.

Координаторката за еднакви можности, исто така ја проследи и онлајн работилницата „Разноликоста и вклученоста во европските аудиовизуелни индустрии: и на екранот и зад него“, која, во организација на Европската аудиовизуелна опсерваторија, беше реализирана во декември 2020 година, и на која низ обраќањата на поголем број панелисти беа презентирани анализи, истражувања и искуства за тоа како аудиовизуелните индустрии да ги вклучуваат и претставуваат сите без оглед на родот, потеклото или физичките капацитети.

Како дел од соработката во Медитеранската мрежа на регулаторни тела (МНРА), координаторката и заменик-координаторот, во декември 2020 година, учествуваа на онлајн состанок на работните групи за родот и медиумите и за медиумска писменост. На состанокот беа споделени и усвоени истражувањата на МНРА во овие две области и се разговараше за следните активности.

<sup>10</sup> Одговорот на претставката е достапен на веб сајтот на Агенцијата на: <https://bit.ly/2NLDJsE>

<sup>11</sup> Видеото за важноста на родот за медиумската писменост е достапно на македонски јазик на:

<https://www.youtube.com/watch?v=c8864uZFjUw>, а на албански јазик на:

<https://www.youtube.com/watch?v=9LuTJT64kAl>. Видеото од онлајн настанот „Род плати и радиодифузија“, на

македонски јазик е достапно на: <https://www.youtube.com/watch?v=u8RUOLZH444>, на албански на:

<https://www.youtube.com/watch?v=UgKSbaknnBw>, и на англиски јазик на:

<https://www.youtube.com/watch?v=MoT2gqyu9vQ>.

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?

Дали тие во обуките се јавиле како:

**а) координаторка за еднакви можности**

Слушателка на онлајн *Работилницата за регулаторното тело за медиуми и саморегулаторното тело за етика во медиумите за регулација, саморегулација и мониторинг на примената на стандардите за известување во случаите на родовобазирани насилство во медиумите*, реализирана во рамки на втората фаза од проектот ЈУФРЕКС „Слобода на изразување и слобода на медиумите во Република Северна Македонија“, заеднички реализиран од Советот на Европа и Европската унија (4 декември 2020 година).

**б) заменик координатор за еднакви можности**

Слушател на онлајн *Работилницата за регулаторното тело за медиуми и саморегулаторното тело за етика во медиумите за регулација, саморегулација и мониторинг на примената на стандардите за известување во случаите на родовобазирани насилство во медиумите*, реализирана во рамки на втората фаза од проектот ЈУФРЕКС „Слобода на изразување и слобода на медиумите во Република Северна Македонија“, заеднички реализиран од Советот на Европа и Европската унија (4 декември 2020 година).

5.4. Во рамките на целосниот период на извршувањето на функцијата, наведете кои обуки (наведете тематски родови еднаквост и анти-дискриминација, трговија со луѓе, семејно насилство, родови 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 родови 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 родови еднаквост 2018-2020 (јуни 2019).
- Работилницата за регулаторното тело за медиуми и саморегулаторното тело за етика во медиумите за регулација, саморегулација и мониторинг на примената на стандардите за известување во случаите на родовобазирани насилство во медиумите, проект ЈУФРЕКС2 спроведен од CoE и ЕУ (декември 2020)

**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 родови 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).
- Работилницата за регулаторното тело за медиуми и саморегулаторното тело за етика во медиумите за регулација, саморегулација и мониторинг на примената на стандардите за известување во случаите на родовобазирани насилство во медиумите, проект ЈУФРЕКС2 спроведен од CoE и ЕУ (декември 2020)

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.)

Ве молиме опишете : На Работилницата за регулаторното тело за медиуми и саморегулаторното тело за етика во медиумите за регулација, саморегулација и мониторинг на примената на стандардите за известување во случаите на родовобазирани насилство во медиумите учествуваа 17 вработени од повеќе сектори на АВМУ, односно оние коишто покажаа интерес да се вклучат.

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?

Истражувањата „Родот во телевизиите и радијата: Кој ги носи одлуките, а кој ги спроведува?“ и „Анализа на родовата структура на платите во радиодифузијата за 2019 година“ беа изработени на наша иницијатива.

5.6. Колку од тие иницијативи биле успешни?

Сметаме дека двете иницијативи беа успешни.

## 5. 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 останува непроменет - незаинтересираноста кај медиумите.

6.2 Споделете пример за добра или лоша пракса

И натаму, за да ги привлечеме медиумите 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.)

Ќе ги имплементираме активностите од Оперативниот план на АВМУ за Истанбулската конвенција за 2021 година<sup>12</sup>, како и своите законски обврски за мониторинг и за истражувања, а до крајот на март или почетокот на април 2021 се очекува експертката на Советот на Европа да ни ја достави првата верзија на водичот за мониторинг на известувањето за родовобазирано насилство.

## 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

<sup>12</sup> Оперативниот план е достапен на веб сајтот на Агенцијата на: <https://bit.ly/3vVK9Xp>

