



РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ
УСЛУГИ - СКОПЈЕ

Бр. 01-1958/1
02-04-19
СКОПЈЕ

МИНИСТЕРСТВО ЗА ТРУД И СОЦИЈАЛНА ПОЛИТИКА
СКОПЈЕ I

Примено: 02-04-2019

Орг. Едини.	Број	Прилог	Вредност

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	2018
Датум на поднесување на извештајот	02.04.2019 година

Одговорно лице кој го одобрува извештајот и ја потврдува неговата веродостојност

Датум, 02.04.2019 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

-Годишните анализи на родовите прашања и на начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во програмите на националните телевизии, кои се реализираат од 2012 година наваму, имаат за цел да ја подигнат свеста за потребата да се известува за родови теми и за важноста на родовата перспектива како аспект при обработката на низа актуелни општествено-политички, економски, социјални и други прашања, како и за отстранување на стереотипите во прикажувањето на жените и мажите.

- Годишните анализи на родовата структура на вработените во радиодифузијата, како и податоците за родовата структура на сопствениците на телевизиите, имаат за цел да ја покажат распределбата на 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):

За жал, не можеме да зборуваме за успех, зашто годишните анализи покажуваат дека и натаму нема значајно подобрување во третманот на родовите прашања, како и во надминувањето на стаклениот плафон во радиодифузијата (детали во одговорот на прашањето 5.1 од овој образец).

2.3. Дали имате предвидено показатели/индикатори за мерење на успешноста и напредокот (Ве молиме наведете само аутпут индикатори¹)

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 годишни извештаи се наоѓаат на посебниот дел за Родот и медиумите на веб страницата на Агенцијата, т.е. на линкот: <http://avmu.mk/rodot-i-mediumite-art/> (преведени се и на англиски и на албански јазик).

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 2018 година, беа алоцирани доволно средства за реализирање на предвидените активности (детали за средствата има кај секоја од активностите во одговорот на прашањето 5.1).

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

Сите предвидени активности се реализирани, како и некои што не биле предвидени.

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

¹ *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

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 2018, Агенцијата самостојно ги реализираше активностите поврзани со родот во медиумите, соработка имаше за изработка на видео за постапувањето по претставки од граѓаните (детали во одговор под 5.1) и за инфографикот за ставовите на јавноста за ЛГБТИ заедницата (детали во одговор под 5.5).

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:

Структура на вработени во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги по пол и звање			
Звање	мажи	жени	Број на вработени
Директор	1	/	1
Раководител на Сектор	2	4	6
Помошник раководител на сектор	/	1	1
Раководител на служба	1	1	2
Раководител на одделение	3	5	8
Виш соработник	6	8	14
Соработник	6	10	16
Помлад соработник	2	1	3
Виш референт	/	1	1
Референт	/	1	1
Помлад референт	/	1	1
Работник во кујна; возач; доставувач; работник на пријавница и домар	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

Агенцијата, 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 2018 година, 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 обуки и јавни дебати со медиумските работници и со други засегнати страни за родовата рамноправност и за родово сензитивното известување.

В. Организирање медиумска кампања за подигнување на свеста кај граѓаните за сексистички и родово дискриминирачки содржини во медиумите.

Г. 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 (на пример обезбедување родово разделени податоци за структурата на сопственоста и вработените во радиодифузијата согласно член 18 од Законот за еднакви можности на жените и мажите и други активности).

А. Анализите на родовите прашања и на начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во програмите на радиодифузерите, беа предвидени во Програмата за работа на Агенцијата за 2018 година (во делот посветен на планираните истражувања и анализи). Во Буџетот на АВМУ беа издвоени средства (354.000 денари) доколку се распишеше јавна набавка за нивната реализација, што не беше случај во 2018 т.е. тие беа реализирани со ангажман на вработените во Секторот за програмски работи. Анализата на родовата структура на вработените, исто така беше изработена од вработените во Агенцијата – генералното истражување од Секторот за стратешко планирање и авторски права, а споредбената анализа (по години) од Секторот за програмски работи.

Најновите показатели за состојбата со родот во телевизиите се изложени во истражувањето „Родот на ТВ во 2018: Зад екранот и на него“, реализирано на крајот од 2018 година. Во него се сублимирани родова анализа на сопственичката структура и на вработените во телевизиите, анализата на родовите прашања и анализата на претставувањето и прикажувањето на жените и мажите во програмските концепти и содржини на средствата за јавно информирање за кои е надлежна Агенцијата. За последниве анализи од 2018 година, беше сменет примерокот на анализираните емисии. Имено, наместо вести и реклами, оваа година беа анализирани утринските/пладневните емисии, со оглед на тоа дека имаат потенцијално исклучително разнородна публика: од децата (на предучилишна возраст, основци и средношколци), преку младите, луѓето во зрело доба, па сè до пензионерите. Примерокот се состоеше од вкупно 35 утрински/пладневни емисии (по пет од секоја анализирана телевизија: првиот и вториот ТВ програмски сервис на јавниот радиодифузен сервис – МРТ1 и МРТ2 - Програма на албански јазик, и на комерцијалните терестријални телевизии на државно ниво: Алсат – М, Алфа, Канал 5, Сител и Телма). Станува збор за изданијата емитувани во работни денови на следниве дати: 28 мај (понеделник), 22 мај (вторник), 16 мај (среда), 10 мај (четврток) и 4 мај (петок).

Истражувањето ги дава следниве заклучоци и препораки:

- За родовата структурата на вработените:

Заклучок: и во националните телевизии и во телевизиската индустрија воопшто, уредувачките политики се кројат во средини доминирани од мажи (сопственици, директори, уредници), а се реализираат од категорија вработени во која преовладуваат

жените (новинарки), во соработка со технички и реализаторски кадар – кој повторно е доминантно машки“.

Препорака: „За да се поместат напред веќе закостените состојби во поглед на родовите на екранот, потребно е и зад екранот да се сменат свеста и начинот на сфаќање кај медиумите за важноста од поголема инклузија на жените на сите нивоа во аудиовизуелните индустрии зашто вака општеството е лишено од можноста да ги види резултатите од креативноста на половина од населението.“

- За третманот на родовите прашања и прикажувањето на жените и мажите:

Заклучоци: „...се покажа различна присутност на родовите теми и различен пристап. Кај ТВ Алфа и ТВ Канал 5, родот е речиси непостојечка тема која, во ретките случаи кога ќе се појави, генерално е третирана традиционално, конзервативно и патријархално. Кај ТВ Сител има нешто поголема свесност за важноста на темите при што може да се забележи извесно двојство во новинарскиот пристап – од една страна во некои сегменти се отвораат прашања кои се важни за рамноправноста на жените и мажите, а во други провејува традиционален, конзервативен пристап кон родовите улоги. Кај МРТ1 и МРТ2 родовите прашања не се многу често присутни, но пристапот покажува извесна родова освестеност кај уредништвото и новинар(к)ите во утринската програма. На ТВ Телма родовите теми и аспекти се најзастапени, при што различните ставови и степени на свесност во поглед на родовата тематика зависат од карактерот на темата која се обработува во секоја од тематските целини.

За повеќето од анализираниите емисии може да се констатира дека при говорот се користи родово слеп јазик, односно машки граматички род се употребува и онаму каде што е исправно да се употреби женскиот род – ова е најочигледно кај професиите и функциите на жените, а понекогаш доведува и до смешни ситуации... Исклучок се МРТ1 и МРТ2 каде почесто се употребува коректен граматички род.

Во составот на новинарските тимови најчесто се забележува рамномерна застапеност на новинарките и новинарите со тоа што кај МРТ1 постои значително поголемо присуство на жените. Кај оние телевизии кај кои е констатиран традиционален и конзервативен пристап кон родовите прашања (ТВ Алфа, ТВ Канал 5) се забележува дека за темите од областа на политиката почесто се задолжени новинарите, а новинарките се ангажирани за забавно-информативни содржини, здравство, теми од секојдневниот живот и сл.

Што се однесува пак до вклученоста на ставовите и стручноста, искуството и мислењата на жените и мажите, може да се забележи дека во однос на соговорничките и соговорниците со кои се реализираат интервјуа, кај ТВ Телма, ТВ Канал 5, ТВ Алфа, ТВ Алсат М и МРТ1 постои извесна воедначеност, која е нешто помала кај ТВ Сител и МРТ2. Во поглед на гледач(к)ите кои се јавуваат телефонски за да учествуваат во форумот за дебата што е обезбеден во некои од програмите карактеристично за учеството на јавувач(к)ите е дека мажите почесто се јавуваат да дискутираат за (дневна) политика, а жените за здравствени теми. Секако, телевизиите не можат да влијаат врз родовата структура на овој сегмент.

При физичкото претставување на ниту еден медиум нема примери на сексуализација или на објективизација, со еден исклучок кој е наметнат од темата којашто се обработува – женската убавина.“

Препораки: „Телевизиите треба во утринските емисии да настојуваат почесто да обработуваат родови прашања или да обезбедуваат родово релевантни податоци поврзани со секојдневните теми (на пример, родово разделени статистички податоци или други информации кои зависат од родот на личноста). Ова е дотолку поважно, ако се има предвид дека овие емисии имаат најразновидна потенцијална публика.

Темите кои се поврзани со сферата на приватното да не ги поврзуваат пред сè (или дури и исклучиво) со жените зашто така ги зацврстуваат родовите стереотипи и предрасуди.

Новинарите да избегнуваат родово профилирани прашања (на пример, само жените да бидат прашувани како ги комбинираат обврските од приватниот и од општествениот живот).

Новинар(к)ите треба да развијат свесност за тоа колку и зошто е важно да се користи коректен граматички род, особено на оние именки кои означуваат функции, професии, титули и сл. на жените. Употребата на машкиот граматички род во ваквите ситуации не е родово неутрална постапка, туку претставува начин да се намали значењето на учеството и видливоста на жените во јавната сфера“.

Б. Како што беше наведено во Оперативниот план за 2018 година за спроведување на

Националниот план за акција за родова еднаквост 2018-2020: "Во 2018, Агенцијата со медиумските работници ќе одржи повеќе дебати, а обуките ќе ги насочи кон вработените во Стручната служба на регулаторното тело". Оттаму, за обуката за вработените видете детали во одговорот под 5.3. Што се однесува до активностите насочени кон медиумите и другите чинители, оваа година, беа публикувани две значајни публикации кои произлегуваат од законската обврска за анализа на родот во медиумите. На 1 март 2018 година, Агенцијата ги претстави резултатите од „Истражувањето за родот во телевизиските програми во 2017 година“ (публикувано на македонски, албански и англиски јазик) кое беше изработено од Институтот за општествени и хуманистички науки – Скопје. Како и секогаш, истражувањето имаше две анализи – едната за родовите прашања во програмските концепти и содржини на дневно - информативните емисии на телевизиите на национално ниво, а другата на начинот на прикажување и претставување на жените и мажите во рекламите. Публикацијата е достапна на веб страницата на Агенцијата во посебниот дел за „Родот во медиумите“.

Втората публикација беше презентирани на 28 март, на првиот јавен состанок на Агенцијата за 2018 година, и е насловена: „Родот на телевизија: Збирка годишни истражувања за третманот на родовите прашања и за начинот на претставување на жените и мажите на националните ТВ станици (2012-2016), со споредбени показатели“. Притоа, беа презентирани и наодите од мета-анализата во која се даваат споредбени показатели од истражувањата за третманот на родовите прашања и прикажувањето на жените и мажите на ТВ од 2012 до 2016, потоа трендовите во поглед на структурата на вработените во аудиовизуелниот сектор, промените во мислењето на публиката во врска со претставувањето на родот во медиумите добиени од истражувањата на ставовите за радио и телевизиските програми, а дадени се и податоци за родовата структура на сопственоста на телевизиите. Ова е прва ваква анализа во Македонија, објавена на македонски, албански и англиски јазик и достапна е на веб страницата на Агенцијата во посебниот дел за „Родот во медиумите“.

На двата настани беа поканети претставници на институциите на државата, на невладини организации и на медиуми, а присуствуваа претставници на Министерството за информатичко општество и администрација, на Министерство за труд и социјална политика, на Министерство за образование, на Комисијата за еднакви можности на жените и мажите при Собранието на РСМ, Народен правобранител, Агенцијата за електронски комуникации, Агенција за филм, високообразовни институции, кабелски оператори, Совет за етика во медиумите, Здружението на новинарите на Македонија, медиуми, низа граѓански организации кои се членки на Мрежата за медиумска писменост (повеќе за поврзаноста со медиумската писменост видете во одговорот под 5.6).

Резултатите од „Истражувањето за родот во телевизиските програми во 2017 година“ беа презентирани и во емисијата „Стадион“ на Радио Канал 77.

На 26 декември 2018 година, на четвртиот јавен состанок на АВМУ, пред претставници на медиумите и на други заинтересирани субјекти беа презентирани првичните резултати од „Родот на ТВ во 2018: Зад екранот и на него“, а во моментов (март 2019 година), се печати тријазична публикација по што ќе биде организиран посебен настан за промоција на кој ќе бидат поканети и медиумите и институциите (креаторите на политики) и други релевантни чинители. Извештајот веќе е доставен до МТСП и до Собранието, а Извештајот за родовата структура на вработените во радиодифузијата е доставен до Државниот завод за статистика (согласно членот 18 од Законот за еднакви можности на жените и мажите, за обезбедување родово разделени статистички податоци). Сите се објавени и на веб страницата на Агенцијата, на линкот: <http://avmu.mk/rodot-i-mediumite-art/>.

За организација на сите јавни настани, како и за печатењето на публикациите беа користени средства предвидени во Буџетот на АВМУ за тие намени. За печатење на едната публикација во три посебни јазични изданија, а на другата во една тријазична, исплатени се вкупно 91.116 денари.

Освен во земјава, Агенцијата беше активна учесничка и во работилници и работни групи за родовата политика и медиумите и на европско тло. Така, На 47-от состанок на Европската платформа на регулаторни тела (ЕПРА), кој се одржа од 23 до 26 мај во Луксембург, една од работните групи се однесуваше на „Постигнување поголема разновидност во радиодифузијата: посебен фокус на родот“. Координаторката за еднакви можности на Агенцијата ги презентираше резултатите од истражувањата на Агенцијата

кои предизвикаа жива дебата меѓу претставниците на регулаторните тела од Европа. Инаку, ЕПРА е основана во 1995 година и во неа членуваат 53 регулаторни тела од 47 европски држави, а набљудувачи се Европската комисија, Советот на Европа, Канцеларијата на претставникот на ОБСЕ за слобода во медиумите и Европската аудиовизуелна опсерваторија. Агенцијата е членка на ЕПРА од 1998 година.

Освен ова, на 7 декември, на покана на Европската аудиовизуелна опсерваторија (ЕАО), координаторката за еднакви можности на Агенцијата учествуваше на работилницата „Родова нерамнотежа во аудиовизуелните индустрии“, којашто се одржа во Стразбур. На состанокот, претставници на филмската индустрија, телевизиите, регулаторните тела, Советот на Европа, Европската комисија, Еуроимаж, ЕАО и други субјекти ги преразгледаа сознанијата од досегашните истражувања на аспектите на родовата нееднаквост во аудиовизуелните медиумски услуги и филмската индустрија и дискутираа за правците што треба да се следат при идните истражувања и активности.

В. Со цел да се подигне свеста и кај јавноста и кај медиумите за различниот третман на жените и мажите во медиумите, Агенцијата изработи два телевизиски и еден радио спот за кампањата против сексизмот во медиумите – „Сексизмот понижува“. Спотовите беа изработени кон крајот на февруари и презентирани на 1 март (заедно со резултатите од „Истражувањето за родот во телевизиските програми во 2017 година“). Дополнително, спотовите беа објавени на веб страницата, на Фејсбук профилот и на Јутјуб каналот на АВМУ и им беа понудени на медиумите да ги емитуваат. До крајот на март 2018 година, беше добиена повратна информација дека ТВ спотовите ги емитувале две национални ТВ (едната ги титлуваше на албански јазик) и две локални ТВ, а радио спотот - една национална радио станица и една локална. На Јутјуб каналот на Агенцијата, едниот од ТВ спотовите има 886 прегледувања, другиот има 811, додека радио спотот е слушан 857 пати. Спотовите беа изработени од Идеа плус комуникејшнс која ја доби јавната набавка и за нив беа потрошени 350.460 денари (средствата беа предвидени во Буџетот на АВМУ).

Г. За промотивните активности во врска со постапувањето по претставки од граѓаните по основ на дискриминација, во 2018 година, Агенцијата соработуваше на изработката на видеото „Како да поднесам претставка до Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (АВМУ)?“ кое беше подготвено во рамки на проектот „Мониторинг на ефикасноста, ефективноста, транспарентноста и одговорноста на регулаторните тела за медиумите – PROformance Watch“. Проектот го спроведуваат Евротинк – Центарот за европски стратегии, НВО Инфоцентар, Транспарентност Македонија и Хелсиншкиот комитет за човекови права, а е финансиран од Амбасадата на Велика Британија во Република Северна Македонија.

Други активности:

Во рамките на својата редовна работа, при надзор над програмата извршен во февруари 2018 година, кај една национална ТВ станица (во емисијата „Само вистина“, емитувана на ТВ Канал 5, на 28 февруари 2018 година) АВМУ констатираше дека во информативна емисија се изнесени ставови кои претставуваат стереотипизирано претставување на половите и на родовите улоги, конкретно поврзани со жените и нивниот брачен статус, што е спротивно на професионалното начело за еднаквост на слободите и правата независно од полот. Извештајот беше јавно објавен, а медиумот беше известен за наодите од надзорот.

Во зададените рокови беа изработени и доставени Оперативниот план за 2018 година за спроведување на Националниот план за акција за родова еднаквост 2018-2020 и Оперативниот план за 2019 година.

Исто така, навреме беа доставени одговорите на дополнителните прашања од Комитетот на Обединетите Нации за елиминација на сите форми на дискриминација врз жената во однос на Шестиот периодичен Извештај по Конвенцијата за елиминација на сите форми на дискриминација врз жените (CEDAW).

Координаторката или заменикот координатор за еднакви можности се редовно присутни на различни настани поврзани со еднаквоста организирани од различни субјекти (на пример, Маршот за женски права организиран на 8 март од Платформата за родова еднаквост, презентирањето на резултатите од Индексот на родова еднаквост во општините во Република Македонија подготвен од Реактор – Истражување во акција со поддршка на Проектот на УСАИД за граѓанско учество, одржано на 22 октомври итн.)

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?

Агенцијата, со цел да ја зголеми родовата сензитивизација на вработените во стручната служба, на 20 и 21 февруари 2018 година, на сопствена иницијатива организираше основна обука за родово сензибилизација, која ја поминаа 48 вработени (во тој момент Агенцијата имаше педесетина вработени). Обуката ја одржаа претставнички од Секторот за еднакви можности во Министерството за труд и социјална политика, и со неа беа опфатени основните концепти и поими поврзани со родовите прашања. За одржувањето на оваа обука беа информирани МТСП и Министерството за информатичко општество и администрација.

(Забелешка: Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги не ги поминува обуките од електронскиот систем за управување со учењето (СУУ/LMS) бидејќи не е регистрирана во него поради својата поставеност како самостојно и независно непрофитно регулаторно тело со статус на правно лице со јавни овластувања во областа на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги согласно член 4 став 2 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.)

Координаторката за еднакви можности на 4 јуни учествуваше на работен состанок, на кој беше одржана обука за изработка на Оперативен план за спроведување на активности од Националниот план за Акција за родово еднаквост 2018-2020.

Заменикот координатор, на 17 и 18 септември, учествуваше на обуката за родовите аспекти на проценката 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.

Дали тие во обуките се јавиле како:

а) слушатели

б) обучувачи

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

а) 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)

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)

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 :

Одржаните основни обуки за родови прашања беа токму резултат на потребата да се споделат знаењата со сите вработени во Стручната служба на Агенцијата.

Освен ова, иницирано е спроведување и на обука за родово одговорно буџетирање, за која Агенцијата исто така се обрати до МТСП. Бидејќи на крајот од 2018 година поради обврски и во АВМУ и во МТСП оваа обука не можеше да се одржи, очекувам дека таа ќе се одржи до крајот на 2019 година (по завршувањето на изборите). Од МТСП се очекува да препорача соодветно обучени предавачи за оваа тема, за што има меѓусебни контакти.

Исто така, Агенцијата како аспект на родот го третира и известувањето во медиумите за ЛГБТИ луѓето и прашањето на сексуалната ориентација и родовиот идентитет. На четвртиот јавен состанок на регулаторното тело за 2018 година, беше промовиран и инфографик во кој се прикажани резултатите од истражувањата на Агенцијата за ставовите на публиката за прикажувањето на ЛГБТИ-заедницата во медиумите. Овој инфографик претставува резултат на соработката на Агенцијата со невладината

организација Коалиција Маргини, при што, кон крајот на 2017 година, во редовното истражување на регулаторот за ставовите на публиката за програмите на медиумите беше вклучен сет прашања за перцепциите на граѓаните за начинот на известување на медиумите за ЛГБТИ заедницата. Со цел да биде подостапен за граѓаните, Агенцијата го отпечати инфографикот на македонски, албански и на англиски јазик и го објави на својата веб-страница.

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, од 2014 година наваму, во повеќе наврати го свртуваше вниманието на надлежните институции во земјата, како и на меѓународните организации, на фактот дека во Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги немаше казнена одредба за говор на омраза, како и дека сексуалната ориентација не е меѓу забранетите дискриминаторски основи. На крајот од 2018 година беа усвоени измени на законот со кои, во членот 48 (посебни забрани) покрај полот, како забранети основи за дискриминација се наведени и родот и сексуалната ориентација, а предвидена е и глоба за негово непочитување. Сепак, не може да се каже дека до измените дојде како резултат на интервенциите на Агенцијата, туку како резултат на влијанието на домашната јавност и меѓународните институции.

Координаторката/заменикот координатор на Агенцијата во 2018 година учествуваа во подготовката на Националниот акциски план за спроведување на Истанбулската конвенција 2018-2023.

Координаторката и заменикот координатор се членови на групата за изготвување на предлог-законот за родово базирано насилство. Заменикот координатор учествуваше на првата работилница што се одржа во Велес на 20 и 21 декември 2018 година, а потоа објави доставија забелешки на првиот нацрт на овој законски текст.

Една важна иницијатива, која не е врзана за предлагање документ, буџет, стратегија и сл., е третирањето на родот како аспект на медиумската писменост, на што нè упатува и 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. Ова е важно не само во рамки на државата, туку и на меѓународно ниво, зашто медиумската писменост на европско ниво се посочува како клучна за живеењето на граѓаните во еден медиумски посредуван свет, каков што е нашиот. Оттаму, 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?

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 земјата 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

Незаинтересираност кај медиумите.

6.2 Споделете пример за добра или лоша пракса

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

Одговорот 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.)

Планираме да спроведеме и родова анализа на висината на просечната плата што ја добиваат вработените во радиодифузијата бидејќи тоа е единствениот аспект што го немаме истражено.

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

/